



2011

**Relatório Anual
de Sustentabilidade
Telefônica Brasil**

Telefônica

vivo

Sumário

Carta do presidente mundial	3
Carta dos presidentes da América Latina e do Brasil	4
Telefônica no Brasil e no mundo	5
Análise de materialidade	7
Sustentabilidade na Telefônica	8
Impacto econômico	9
Motor de progresso	10
Gestão de impactos	11
Privacidade e proteção de dados	12
Gestão de relacionamento com clientes	12
Inovação	15
Responsabilidade na cadeia de suprimento	16
Impacto ambiental	18
Gestão ambiental	19
Green TIC	23
Impacto social	27
Colaboradores	28
Inclusão digital	30
Resposta a situações de emergência	33
Projetos sociais	33
Incentivo à cultura e ao esporte	38
Engajamento de stakeholders	39
Balanço	40
Principais reconhecimentos à Telefônica Vivo em 2011	41
Indicadores-chave	42
Diretrizes e realizações de 2011	43
Diretrizes 2012	44
Verificação independente	45

Carta do presidente mundial



Estimados amigos,

Dentro do DNA da Telefônica está nossa vocação de nos convertermos em aliados estratégicos para o desenvolvimento tecnológico, econômico e social das sociedades em que estamos presentes. Estamos convencidos de que nosso setor está no centro da solução dos principais temas do planeta: onde há tecnologia da informação e comunicação, incrementa-se a produtividade, ocorre melhoria na educação, caem os gastos com saúde e energia e a inclusão é impulsionada.

E na Telefônica, como companhia líder no setor de telecomunicações, queremos contribuir com esse desenvolvimento a partir de duas linhas de atuação. Com a primeira, fomentamos a Sustentabilidade Corporativa, entendida como uma estratégia baseada na criação de valor a longo prazo mediante o aproveitamento de oportunidades e a gestão eficaz dos riscos inerentes ao desenvolvimento econômico, ambiental e social (alinhado com o conceito definido pelo Dow Jones Sustainability Index). Com a segunda, por meio da Fundação Telefônica, promovemos a ação social e cultural, especialmente com o emprego de programas educativos para erradicar o trabalho infantil e facilitar o acesso ao conhecimento e a aplicação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).

Neste documento, vocês poderão encontrar um resumo executivo de nossa atividade em 2011. Nós o desenvolvemos tendo em vista as três dimensões básicas da Sustentabilidade: Dimensão Econômica (cadeia de suprimento, códigos de conduta e privacidade); Dimensão Social (clima e compromisso, saúde e segurança, diversidade, inclusão digital e projetos sociais); e Dimensão Ambiental (eficiência energética e serviços Green).

Estamos firmemente convencidos de que nossa companhia deve ser um motor de desenvolvimento e progresso das sociedades e países em que trabalhamos. Nosso desafio é fazê-lo, a cada dia, um pouco melhor.

Cesar Alierta Izuel
Presidente Mundial do Grupo Telefônica

Carta dos presidentes da América Latina e do Brasil



Estimados amigos,

Ficamos felizes em apresentar o oitavo Relatório Anual de Sustentabilidade da Telefônica Brasil. Esse trabalho se consolida como uma ferramenta única de avaliação do desempenho da empresa, retratando com transparência nossos esforços para fazer da Telefônica Brasil uma líder integral, sustentável e respeitada por todos os públicos com os quais nos relacionamos.

Em 2011, demos vários exemplos dessa liderança que almeja ser referência, ditar tendências, ter práticas modelares no mercado. Um deles foi a forma serena, ética e rápida com que conduzimos etapas fundamentais da integração entre Telefônica e Vivo. No âmbito financeiro, o êxito do processo é perceptível pela alta de nossas ações em cerca de 20% num ano em que o Ibovespa caiu 18%. As eventuais complicações no ambiente organizacional geradas pela união de duas equipes de alto desempenho dissiparam-se de tal modo que o índice de satisfação dos colaboradores atingiu 85,7 numa escala de 0 a 100, tornando-se destaque em estudos do gênero.

Com a rede 3G, estamos em mais de 2,5 mil municípios (cobertura maior que a soma de todas as demais operadoras móveis), conectando as pessoas, empresas e organizações desses locais a novos patamares de desenvolvimento. Levamos a outros Estados a experiência adquirida nos serviços fixos em São Paulo. Somos líderes em qualidade de atendimento e temos o menor número de reclamações do setor. Estamos continuamente agregando novos produtos e serviços ao nosso portfólio, sempre atentos

para a ecoeficiência necessária nessas ações. E, com patrocínios e programas, continuamos a contribuir para a democratização do acesso da população à cultura e a promover a inclusão social por meio do esporte e do uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação.

Somos, portanto, otimistas em relação à construção de um futuro mais sustentável e pleno de oportunidades para todos. O contexto brasileiro, de crescimento econômico, melhor distribuição das riquezas e ascensão das classes menos favorecidas, além de um marco importante em nossa área de atuação – a abertura do mercado de TV a cabo –, nos anima ainda mais nessa empreitada.

Santiago Fernández Valbuena
Presidente da Telefónica Latinoamérica

Antonio Carlos Valente
Presidente da Telefônica Brasil



Telefônica no Brasil e no mundo

3ª maior empresa

de telecomunicações do mundo



No País desde 1998, onde atua como a maior empresa de telecomunicações e como a maior operação mundial do Grupo, a Telefônica Brasil contou com 86,9 milhões de clientes ao fim de 2011 – ano marcado pelo processo de integração com a recém-adquirida Vivo –, sendo 71,6 milhões apenas na operação móvel, na qual detém o maior market share do segmento (29,5%) em âmbito nacional.



É geradora de emprego direto para

289 mil profissionais,

em quatro continentes – Europa, Américas, África e Ásia

Como marca institucional, oferece

produtos e serviços

por meio das marcas comerciais

Movistar, O2 e Vivo

+ de 309 milhões

de acessos nos

25 países

em que está presente



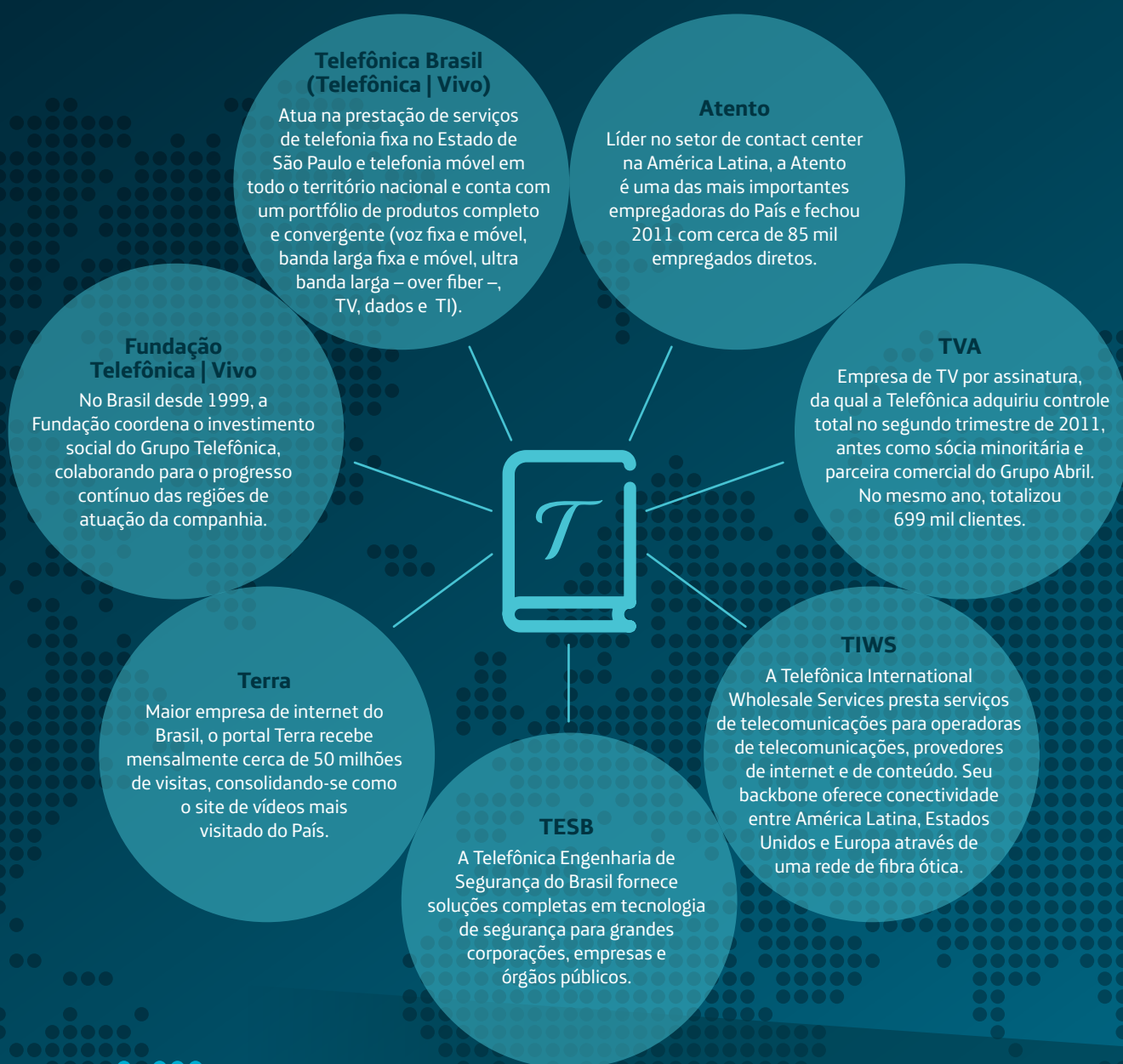
Criada em 1924,
na Espanha

Os investimentos previstos para o Brasil no período 2011-2014 totalizam

R\$ 24,3 bilhões



Nossa relevância no País fica mais evidenciada com a relação do conjunto de empresas nas quais detemos o controle ou possuímos participação acionária marcante. As principais são:



Neste documento, são abordadas em cada capítulo as empresas do conglomerado que têm mais impacto para o público de relacionamento mencionado, de acordo com as recomendações para estabelecimento do limite do relatório da Global Reporting Initiative (GRI). Dessa forma, os impactos econômicos da atuação do Grupo Telefônica no País são apresentados a partir dos dados consolidados de todas as operações.

A empresa com maior visibilidade neste relatório é a Telefônica | Vivo, principal operação da companhia no Brasil.

Análise de materialidade



O presente relatório reflete o profundo engajamento da Telefônica | Vivo em relação à sustentabilidade, a qual ganha corpo por meio da conduta transparente com que angariamos confiança nos mercados e da competitividade conquistada a partir de projetos que conciliam com êxito os aspectos econômicos, sociais e ambientais

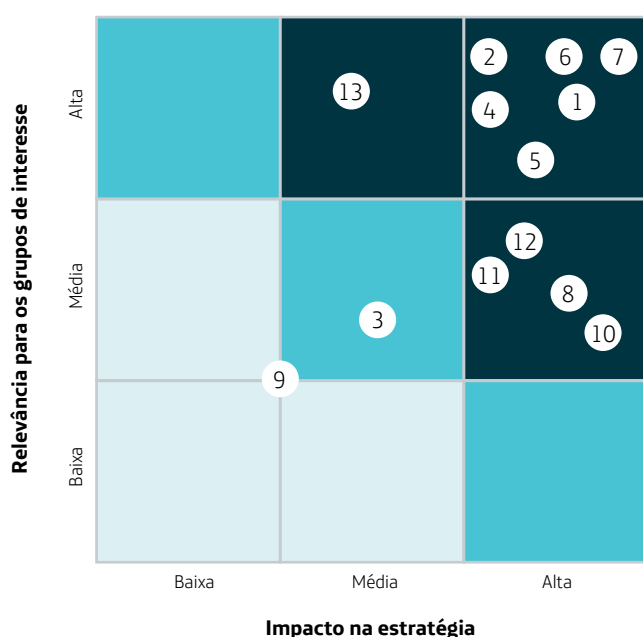
Entendemos que a sustentabilidade é um ativo intangível fundamental para a criação de valor, materializada por meio da transparência e da competitividade. A transparência nos permite gerar confiança nos mercados em que atuamos e com nossos grupos de relacionamento. Nossa competitividade melhora graças à otimização de recursos e ao incremento da receita produzida mediante projetos relevantes vinculados à sustentabilidade, sob a perspectiva de gestão de impactos por meio de uma atitude sustentável e de aproveitamento de oportunidades geradas pela tecnologia.

Dessa forma, elaboramos um modelo de relatório baseado na perspectiva dos resultados econômicos, sociais e ambientais, como resposta integrada a índices internacionais de investimento responsável (como o Dow Jones Sustainability Index e o FTS 500) e aos princípios de exaustividade e capacidade de resposta da norma AA 1000 AS.

Critérios de medição

Influência na Telefônica	Influência externa
Satisfação do cliente	Colaboradores
Satisfação do colaborador	Clientes
Crescimento	Fornecedores
Eficiência	Acionistas / Investidores
Retorno ao acionista	Reguladores / Governo
	Sociedade
	Meios de comunicação

Matriz de materialidade



- 1 Privacidade e proteção de dados
- 2 Proteção de crianças e adolescentes
- 3 Campos eletromagnéticos
- 4 Green TIC
- 5 Códigos de conduta
- 6 Transparência
- 7 Qualidade do serviço
- 8 Cadeia de suprimento
- 9 Diversidade
- 10 Marketing responsável
- 11 Inclusão digital
- 12 Acessibilidade
- 13 Gestão ambiental

A sustentabilidade na Telefônica



Mapear os temas ligados à reputação da marca e aprimorá-los sempre, investir em negócios que conduzam a uma sociedade mais verde e inclusiva e dialogar com nossos públicos de relacionamento de modo efetivo e transparente compõem nossa rota para crescer sustentavelmente

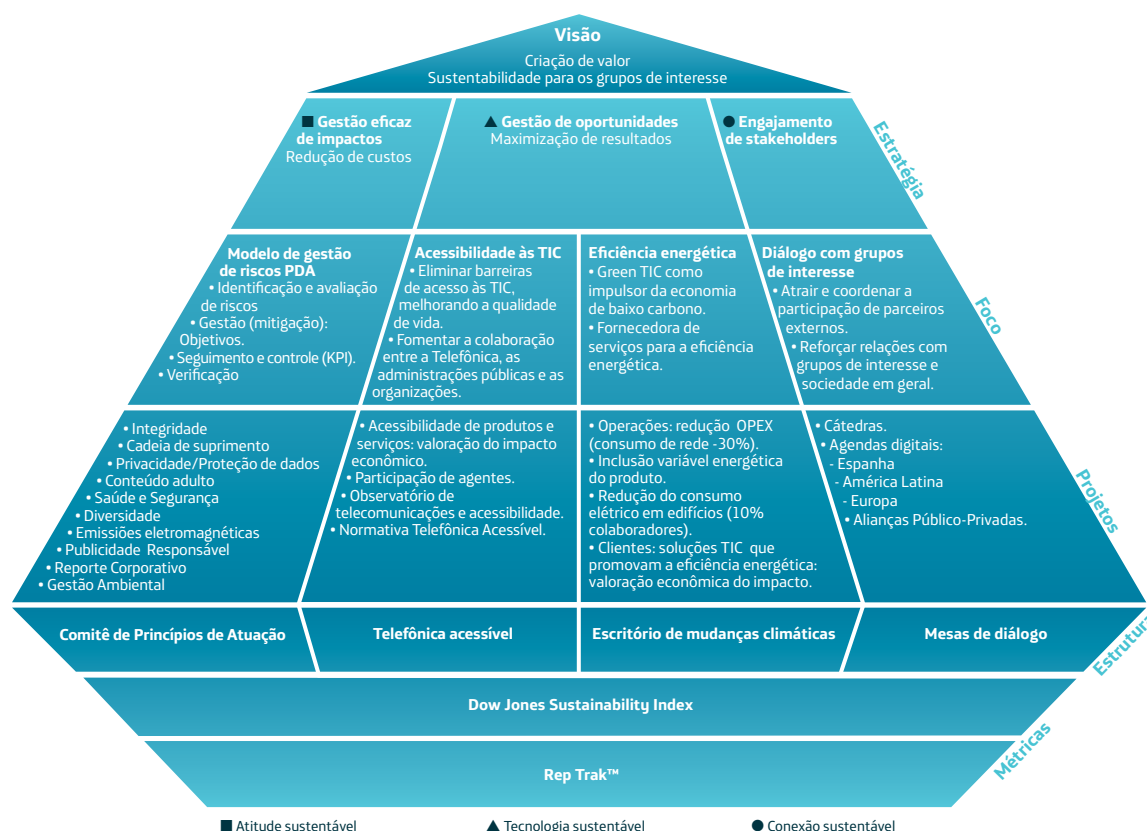
Na Telefônica | Vivo enxergamos a sustentabilidade como a gestão responsável dos aspectos tecnológicos, econômicos, sociais e ambientais de nosso negócio, o que permite a obtenção de resultados mais consistentes e a realização de ações que colocam em prática nossa visão de transformar possibilidades em realidade.

Acreditamos que com Atitude Sustentável seremos capazes de identificar os impactos de temas que influenciam a reputação de nossa marca e de focar diretamente nas soluções dessas questões, a fim de transformarmos nossos processos internos e nos tornarmos uma empresa cada vez melhor.

Buscamos contribuir com o desenvolvimento da sociedade por meio do desenvolvimento de Tecnologias Sustentáveis, pois acreditamos que elas têm o poder de transformar positivamente o mundo em que vivemos. Dessa forma, identificamos oportunidades de negócios que contribuam para a construção de uma sociedade mais verde e inclusiva, por meio de projetos voltados à inclusão digital, ao combate às mudanças climáticas e ao compromisso social.

Por fim, conquistaremos uma Conexão Sustentável com nossos públicos de relacionamento por meio do diálogo efetivo e da comunicação transparente, o que nos permitirá identificar suas expectativas e incorporá-las aos nossos planos de ação.

Esquema estratégico de Responsabilidade Corporativa e Sustentabilidade



Impacto econômico





Impacto econômico

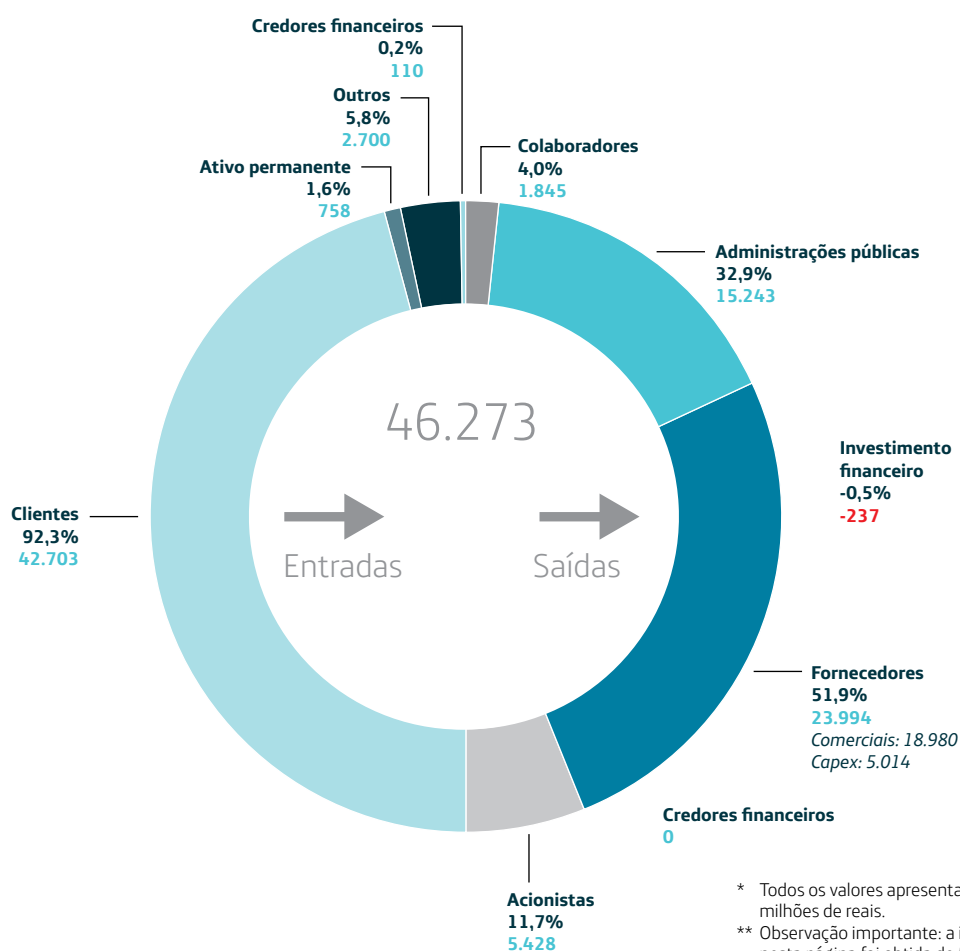
A despeito da desaceleração da atividade econômica brasileira observada em 2011, a Telefônica | Vivo manteve seu papel como motor de progresso da sociedade, incrementado substancialmente pela integração das operações fixa e móvel

Motor de progresso

A classificação dos fluxos financeiros da Telefônica | Vivo em 2011 mostra, mais detalhadamente, a redistribuição dos recursos que arrecada na sociedade brasileira, entre

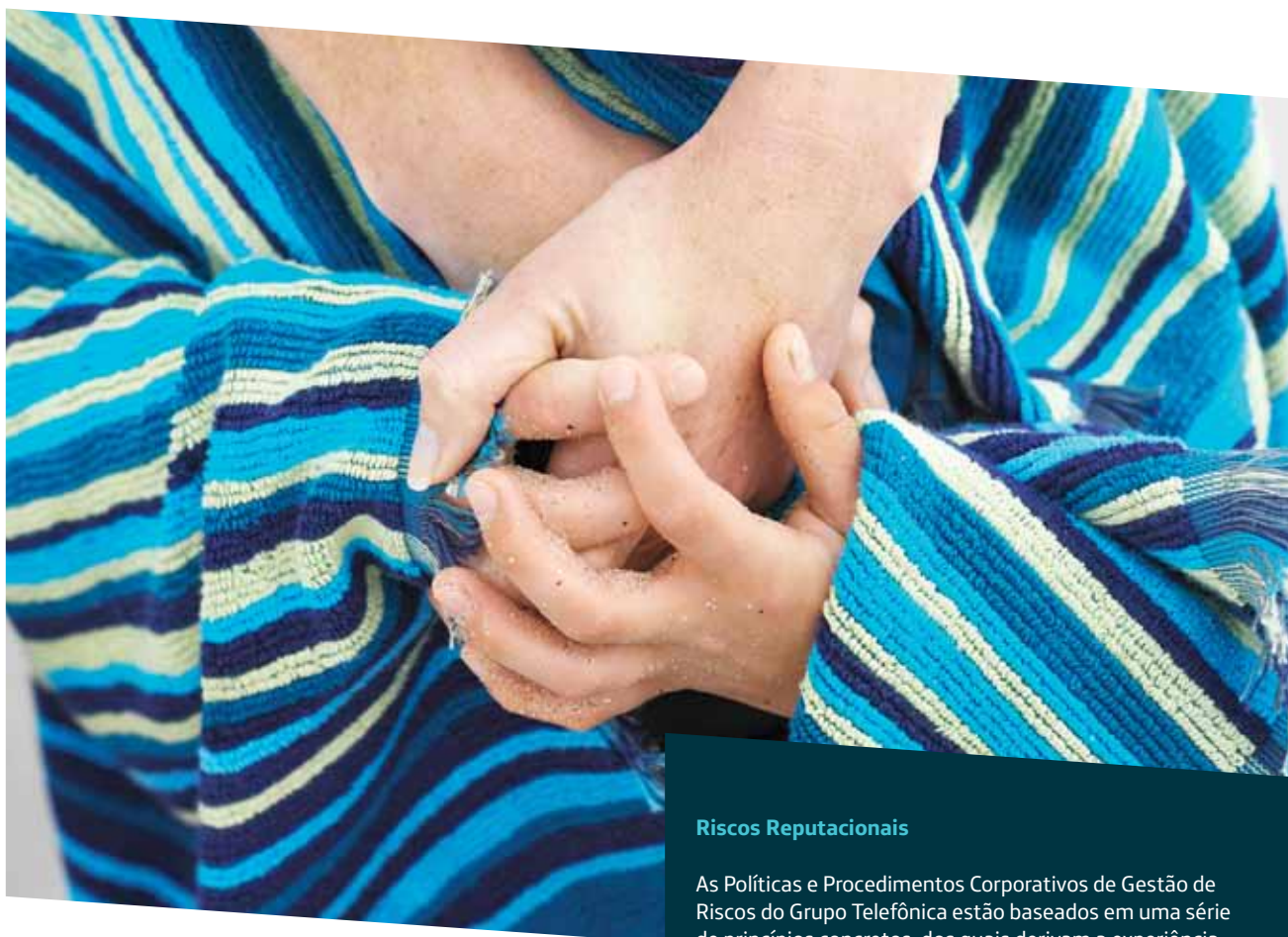
fornecedores, administrações públicas, colaboradores, entidades de crédito e acionistas, e seu papel propulsor do progresso socioeconômico do País.

Fluxo de caixa social



* Todos os valores apresentados estão expressos em milhões de reais.

** Observação importante: a informação publicada nesta página foi obtida de fontes internas da evolução de caixa da Telefônica no Brasil e contrastada pelo verificador deste relatório. Os dados mencionados podem ser afetados por acontecimentos posteriores e efeitos evolutivos que, por sua vez, permitem produzir modificações em seu conteúdo.



Gestão de impactos

Ciente dos impactos que pode exercer sobre os públicos com os quais se relaciona, a Telefônica estabeleceu princípios éticos de conduta, a fim de desenvolver suas atividades com honestidade, confiança, respeito às leis e aos direitos humanos. Os Princípios de Atuação, assim chamados, foram aprovados em 2006 e são válidos como código oficial de conduta para todas as operações do Grupo no mundo.

Acreditamos que sua legitimidade rege a forma com que atuamos e nos relacionamos, gerando maior confiança junto aos nossos públicos e maximizando o valor a longo prazo para os acionistas e a sociedade em geral. Por isso, incentivamos todos os colaboradores a conhecê-los e compartilhá-los, e investimos em parceiros e fornecedores que sigam princípios semelhantes aos nossos.

A partir da integração da Telefônica e da Vivo, os documentos de conduta ética das duas companhias foram submetidos a uma avaliação, a fim de manter um mínimo comum de informações e normas que passariam a valer para a companhia que estava se formando. O fruto desse trabalho deverá passar pela aprovação do Comitê de Princípios de Atuação, formado pelas áreas corporativas de Relações Institucionais e Desenvolvimento de Negócios, Recursos Humanos, Jurídico e Auditoria, e terá uma nova composição até Setembro de 2012. O Comitê tem o papel de tomar decisões relacionadas ao cumprimento dos Princípios de Atuação e à definição das ações de mitigação dos riscos previamente mapeados, que têm impacto direto na estratégia e na reputação da companhia.

Riscos Reputacionais

As Políticas e Procedimentos Corporativos de Gestão de Riscos do Grupo Telefônica estão baseados em uma série de princípios concretos, dos quais derivam a experiência, as melhores práticas e as recomendações de Governo Corporativo, e contribuem para o objetivo de melhoria contínua no desempenho dos negócios.

Essas políticas e procedimentos garantem a homogeneidade do modelo em todas as operadoras do Grupo no mundo, assim como estabelecem, de forma clara, os fluxos de aprovação e o levantamento da informação em matéria de riscos.

Foram definidas quatro categorias de riscos: de Negócio, Financeiros, Operacionais e Globais.

Nesta última categoria e no modelo corporativo de gestão de riscos encontram-se os Riscos Reputacionais e os associados ao descumprimento dos Princípios de Atuação, que destacam situações capazes de afetar a marca e são transversais à operação.

Todos os colaboradores da empresa têm acesso às normas que regulam processos de tomada de decisão, compras e contratações. Além disso, contam com canais confidenciais que lhes possibilitam fazer denúncias de forma anônima, perguntas e, ainda, buscar aconselhamento sobre questões associadas a princípios éticos.

Em 2011, nossos canais globais receberam, de forma anônima ou pessoal, 91 comunicados.

Privacidade e proteção de dados

A Telefônica | Vivo considera a gestão responsável da informação de seus clientes, como a privacidade e a proteção de dados, uma peça fundamental para a sustentabilidade de seu negócio. Assim, trabalhamos de forma contínua para assegurar que tais informações se mantenham em ambiente seguro e controlado. A segurança é garantida por meio de softwares específicos, como o Resource Access Control Facility (RACF), e por processos formais que asseguram o acesso aos dados somente por colaboradores previamente aprovados e liberados a ter acesso a esse material.

Dispomos de diversas barreiras de proteção para assegurar a inviolabilidade dos dados de nossos clientes. Entre elas figuram o Intrusion Prevention System (IPS), Intrusion Detection System (IDS), Firewall, Antivírus e Anti-Spam, acesso à internet controlado através da tecnologia Proxy com autenticação por usuário, estações de trabalho padronizadas e autenticação de colaboradores por meio da utilização de contas de acesso (usuários e senhas). São realizados periodicamente testes de vulnerabilidade dessa infraestrutura de proteção.

Outros procedimentos voltados à segurança da informação que merecem destaque são:



Política e Norma Corporativa de Segurança da Informação e Tecnológica implementada e divulgada entre colaboradores;



Programa de Conscientização voltado à Segurança da Informação e Tecnologia para colaboradores próprios e terceiros;



Projeto de Prevenção e Perda de Dados (Data Loss Prevention);



Gestão de Identidade e Melhorias de Prevenção à Intrusão.

A Telefônica | Vivo realiza anualmente a certificação de assinatura dos Termos de Responsabilidade e Confidencialidade junto aos executivos da companhia. Isso garante que todos os nossos colaboradores estejam cientes e de acordo com o procedimento "Proteção das Comunicações Telefônicas e Telemáticas e Dados Pessoais dos Assinantes". Em 2011, foram realizadas auditorias junto às áreas envolvidas a fim de garantir o cumprimento dos termos descritos no mesmo.

Além desses procedimentos, são realizadas periodicamente campanhas internas de conscientização quanto à segurança da informação, promovidas pela Diretoria de Risco e Segurança da Informação. Os temas abordados são relacionados à prevenção de senhas, dispositivos móveis, phishing e ao cuidado na exposição de informações nos diversos meios digitais.

Nesse sentido, a companhia possui também a Política de Segurança para Acesso à Internet, que visa orientar o uso da internet no ambiente corporativo, por meio de melhores práticas, normas e padrões de segurança. Em caso de não cumprimento de suas normas no que diz respeito à veiculação de conteúdos inapropriados, como pedofilia, pornografia, preconceito com relação a raça, orientação sexual ou religião, são tomadas decisões administrativas.

Todas as normas e políticas de Segurança da Informação estão disponíveis na Intranet e podem ser acessadas por qualquer colaborador.

A Telefônica | Vivo, ao lado de outras empresas prestadoras de serviços de telecomunicações, se comprometeu a auxiliar na liberação de informações e pessoas investigadas por crimes praticados por meio da internet contra crianças e adolescentes, mediante requisição feita por autoridade judicial. Esse compromisso foi firmado em setembro de 2009 entre a CPI da Pedofilia do Senado Federal, o Conselho Nacional de Procuradores-Gerais, o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, o Departamento de Polícia Federal do Ministério da Justiça, o Comitê Gestor de Internet e a Safenet Brasil.

Segurança online

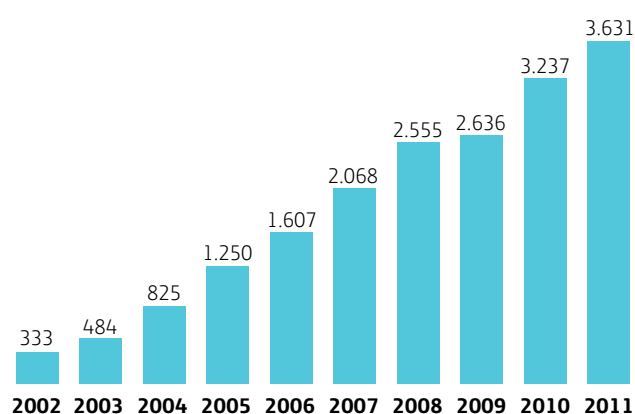
Oferecemos a nossos clientes o pacote Vivo Segurança Online, a fim de lhes possibilitar uma navegação mais segura na internet e uma melhor confidencialidade de suas informações pessoais, tais como senhas, arquivos e fotos. Além disso, ele permite o controle do acesso a conteúdos impróprios e o tempo que crianças e adolescentes ficam conectados na web. São cinco pacotes para computador e dois pacotes para smartphone e tablet.

Gestão de relacionamento com clientes

Após importantes etapas no processo de integração entre a Telefônica e a Vivo, obtivemos resultados de sucesso ao longo do ano, reafirmados pelo aumento da base de clientes. A Telefônica atingiu 86,9 milhões de usuários no fim de 2011, sendo 71,6 milhões do serviço móvel e 15,3 milhões dos serviços de telefonia e banda larga fixas e TV por assinatura.

Desse crescimento, destaca-se a base de clientes móveis – que ascendeu 18,7% no ano, com adição líquida de 11,3 milhões de usuários, 4,5 milhões apenas no quarto trimestre – e de banda larga fixa, que superou os 3,6 milhões de clientes, 9,5% mais do que os existentes em dezembro de 2010.

Base de clientes banda larga fixa – Speedy (em milhares)



Atendimento ao cliente

Em 2011, no segmento móvel, ampliamos nossas ações na captura de oportunidades de venda por meio dos contatos com os canais de atendimento da companhia: call center, SMS, chat, e-mail e internet. Em apenas um ano, alcançamos 6,5 milhões de negócios nesses canais, ante 2,6 milhões em 2010, aumentando mais uma vez a importância dos canais de atendimento no mix de receitas da empresa.

Além dos canais eletrônicos já consolidados nos anos anteriores, como o MeuVivo (www.vivo.com.br/meuvivo) e o Fale Conosco (e-mail), em 2011 a empresa consolidou e expandiu para todo o Brasil o atendimento SMS, que passou de 500 mil contatos em 2010 para aproximadamente 4 milhões em 2011. As pesquisas de satisfação realizadas demonstram muito boa aceitação desse canal para fins de relacionamento.

A Telefônica | Vivo possui perfis nas redes sociais e um deles, o Vivo em Rede, no Twitter, é voltado para o relacionamento com os clientes móveis e divulgação de conteúdos ligados à mobilidade. O processo é conduzido por uma equipe de call center preparada por profissionais de redes sociais para esclarecer dúvidas de consumidores no primeiro nível (oficialmente, tal prestação de serviço não é considerada um atendimento propriamente dito, pois não há abertura de chamado, nem acesso ao legado do cliente). Outro perfil voltado à interação com clientes e ao auxílio à

Qualidade e inovação

A Telefônica | Vivo tem o compromisso contínuo de garantir aos seus clientes qualidade nos serviços que presta e de aperfeiçoar e tornar cada vez mais consistente seu relacionamento com eles. Nesse sentido, começamos a levar para outros Estados serviços fixos, suportados pela sólida experiência de quem atende o exigente mercado paulista, como o Vivo Fixo (serviços fixos baseados na infraestrutura da rede móvel) e o Vivo Box (com telefone fixo, internet e wi-fi num único aparelho). Disponíveis nas regiões metropolitanas de Porto Alegre, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Vitória, essas soluções serão estendidas a outras localidades em 2012.

Uma das formas de inovar é incorporar novos produtos e serviços ao nosso portfólio, como o Vivo Direto. Lançado em agosto de 2011, ele permite aos clientes falar em todo o Brasil ao toque de um botão, com a tecnologia Push to Talk (PTT), uma opção prática e econômica de contatar clientes, amigos e familiares em todo o país. Inovamos também com o lançamento do HSPA+ (ou 3GPlus, como é conhecido comercialmente) na cidade de São Paulo e região metropolitana (DDD 11). Esse produto possibilita que os clientes donos de terminais compatíveis atinjam taxas de transmissão de dados ainda mais altas, que podem chegar a três vezes o valor da taxa do 3G tradicional.

Outra novidade veio com o início da operação da rede na frequência de 1.800 Mhz: o lançamento de um chip democrático, o chip Vivo, que pode ser usado em qualquer celular desbloqueado. É o único que oferece esse benefício no País.

A consolidação de uma rede mais robusta nos tornou capazes de entregar com qualidade ao cliente aquilo que ele espera. Avançamos em 26% na migração das centrais TDM para NGN e em sua modernização, e trabalhamos na adaptação da infraestrutura dos datacenters.

O lançamento dos serviços fixos por meio da tecnologia móvel FWT (Vivo Fixo e Vivo Box) nos permitiu a exploração do segmento de telefonia fixa nas regiões fora de São Paulo, fruto da integração entre os mundos móvel e fixo.

Distanciamos-nos ainda mais da concorrência com o crescimento agressivo da cobertura 3G, um quesito no qual a empresa é líder absoluta (*mais informações no capítulo Inclusão Digital*).

Também foram ampliados os acessos em banda larga na rede fixa. O portfólio da empresa de produtos de banda larga em ADSL tem velocidade inicial de 250 kbps e máxima de até 8 Mbps.

Evolução mensal de reclamações junto ao Procon-SP e à Anatel 2010-2011*

Indicadores	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10
Reclamações Anatel (em milhares)	22,9	23,7	23,7	19,9	19,3	19	18,3	18,0	19,2	20,1	18,2	22,3
Reclamações Procon (em milhares)	6,3	5,7	6,8	5,6	5,7	5,0	5,2	5,6	4,8	4,6	4,8	4,5

Indicadores	jan/11	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11
Reclamações Anatel (em milhares)	27,6	29,8	24,3	20,5	22,3	18,6	1,4	16,6	14,6	16,4	17,5	18,3
Reclamações Procon (em milhares)	5,1	5,4	5,9	5,0	5,6	4,9	4,7	5,3	4,0	4,1	4,4	4,5

*Dados se referem à operação fixa da Telefônica | Vivo.

solução de suas reclamações e problemas com produtos e serviços fixos da companhia é o Telefônica Ajuda (*saiba mais no capítulo Engajamento de Stakeholders*).

O reconhecimento de nossas ações de qualidade pôde ser mostrado pelos dados de indicadores externos, como o Índice de Desempenho no Atendimento (IDA), da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que apontam nossa operação móvel como a melhor em 32 dos 33 meses pesquisados. Nossa operação fixa também está à frente das demais grandes concessionárias do serviço. Nos Procons, fundações de defesa e proteção do consumidor, somos a companhia com menor número de reclamações. Ao lado dos diferenciais em produtos, serviços, planos e inteligência das ofertas, qualidade é peça fundamental que atrai e fideliza clientes, além de reforçar as relações de confiança.

Já o volume de reclamações à Anatel diminuiu em média 22% em relação a 2010. A satisfação dos clientes com o atendimento presencial nas 131 lojas da Telefônica em São Paulo atingiu o mais

alto patamar já registrado em sua série histórica, e o volume de reclamações ao Procon/SP apresenta tendência de queda acentuada.

Ouvidoria

Para atender às reclamações de clientes que estejam insatisfeitos mesmo após o atendimento pelos canais convencionais, a Telefônica | Vivo disponibiliza o serviço de Ouvidoria. Em 2011, o setor registrou 192.607 processos envolvendo produtos e serviços, dos quais 91% foram solucionados no máximo em cinco dias úteis – um aumento de 5 pontos percentuais em relação a 2010.

Para chegar a esse número existe um intenso trabalho da Ouvidoria junto às demais áreas da empresa, visando prevenir problemas, sinalizar desvios aos executivos, recomendar e fomentar melhorias de procedimentos, tudo com o objetivo de salvaguardar a satisfação dos clientes.

Na Ouvidoria se usa o método de medição PPM (de “partes por milhão”), que leva em conta as reclamações em relação à planta em serviço e o número de dias úteis. Considerando-se essa metodologia, foram registradas 53 queixas ppm em 2011 (para cada milhão de clientes, uma média diária de 53 reclamações).

Desafios na rede móvel

Em agosto de 2011, uma falha de energia em um equipamento interno da Telefônica | Vivo deixou, por três horas, 2,1 milhões de clientes sem telefonia e internet móvel no Estado do Amazonas, onde a empresa é líder, com cerca de 60% de mercado. A incidência teve grande repercussão na mídia e, como consequência, a companhia obteve ganho líquido negativo na base de clientes pós-pagos da região, ou seja, o número de migrações para outras operadoras foi mais alto do que o de entradas ao fim do ano.

Em audiência pública realizada em outubro do mesmo ano, a companhia se comprometeu a aumentar os investimentos na região e a garantir melhores serviços de telecomunicações por meio de diversas ações, já em curso:

- ↳ Duplicação da capacidade de voz com nova frequência de 1.800 MHz;
- ↳ Ampliação em 2,5 vezes da rota de rádio Manaus-Belém;
- ↳ Ativação de nova rota de fibras óticas, permitindo redundância à rota anterior;
- ↳ Ampliação da capacidade de transmissão via satélite;
- ↳ Novas antenas, com menor impacto visual e ambiental;
- ↳ Implantação de nova central de comutação;
- ↳ Cobertura de 100% dos municípios amazonenses até dezembro de 2012.

Ainda em 2011, a Telefônica | Vivo ressarcia todos os clientes no Estado com bônus de 35 minutos (pós-pessoa física), bônus de 100 minutos (pós-pessoa jurídica), crédito com desconto de franquia proporcional a 24 horas (pós-controle) e prorrogação da validade do crédito vigente por um dia (pré-pago).

Inovação

Como companhia de telecomunicações, estamos no centro da revolução digital, um fenômeno que implica novos modelos de nos comunicarmos, informarmos e nos relacionarmos e traz avanços em diversos âmbitos da sociedade, como educação, saúde, governo e comércio. Essa posição nos auxilia a aproveitar oportunidades que têm surgido nesse novo entorno. O quadro nos levou, em 2011, a dar continuidade ao processo de transformação tecnológica na Telefônica | Vivo e a colocar em prática inúmeras iniciativas nesse sentido.

Incluimos em nossa estrutura de negócio global a Telefônica Digital. Voltada para a captura de oportunidades de crescimento dentro do mundo digital, ela acelera a inovação, amplia e reforça nosso portfólio de produtos e serviços e maximiza as vantagens aos nossos clientes corporativos.

A área de inovação da companhia foi potencializada com a criação do Centro de Inovação. Tomando como base as soluções do grupo de Product Development and Innovation (PDI) e alinhado com os objetivos da operação Telefônica | Vivo, ele passou a desenvolver tecnologia para garantir soluções competitivas e adequadas ao mercado brasileiro de forma diferenciada. O Centro utiliza as mais modernas metodologias: Customer Driven Innovation, User Experience, Agile/Scrum e Quality Assurance.

Por outro lado, reforçamos nosso compromisso com o empreendedorismo tecnológico por meio do Wayra, iniciativa implementada em 2011 no Brasil para ajudar empreendedores talentosos a acelerar suas ideias no âmbito das TIC. O programa, que já acontece em sete países da América Latina,* seleciona, a cada seis meses, dez empresas para serem aceleradas, recebendo mentoring e investimento financeiro. Em sua primeira

edição no Brasil, o evento recebeu 510 inscrições. Após meses de seleção, em novembro, foram anunciados os dez projetos premiados, cujas equipes estão hoje alocadas em um mesmo espaço em São Paulo, desde o início de 2012, já operando e trocando experiências entre si.

Dessa forma, o Centro não somente se integra ao mercado de desenvolvedores, mas também contribui com seu crescimento e evolução.

Campus Party Brasil

Em janeiro de 2011, realizamos a quarta edição brasileira do maior evento de inovação, criatividade, entretenimento digital e tecnologia do mundo, a Campus Party. Cerca de 6.800 campuseiros estiveram reunidos no Centro de Exposição Imigrantes, em São Paulo, onde participaram de cerca de 400 atividades, com mais de 500 horas de conteúdo, palestras com nomes proeminentes do campo da tecnologia, trocas de experiências e mostras de invenções. Em sintonia com uma das missões da Campus Party Brasil – fomentar a inovação e o avanço tecnológico –, foram apresentadas ao longo da semana diversas novidades, como um vislumbre do que se pode esperar no futuro das tecnologias.

Para alimentar essa troca de informações, o evento contou com banda larga de velocidade de 10 GB (gigabites) disponibilizada pela Telefônica | Vivo, por meio de fibra ótica.

Outra importante inovação anunciada na Campus Party Brasil foi a adoção do IPv6 (nova geração de protocolo de internet). Uma de suas principais características é a segurança embutida, já que o tempo do internauta, ao se conectar por meio dessa plataforma, não é perdido com a criptografia, o que torna o acesso à rede mais rápido.

* México, Colômbia, Peru, Argentina, Chile, Venezuela e Uruguai.



Premiação Wayra Week 2011



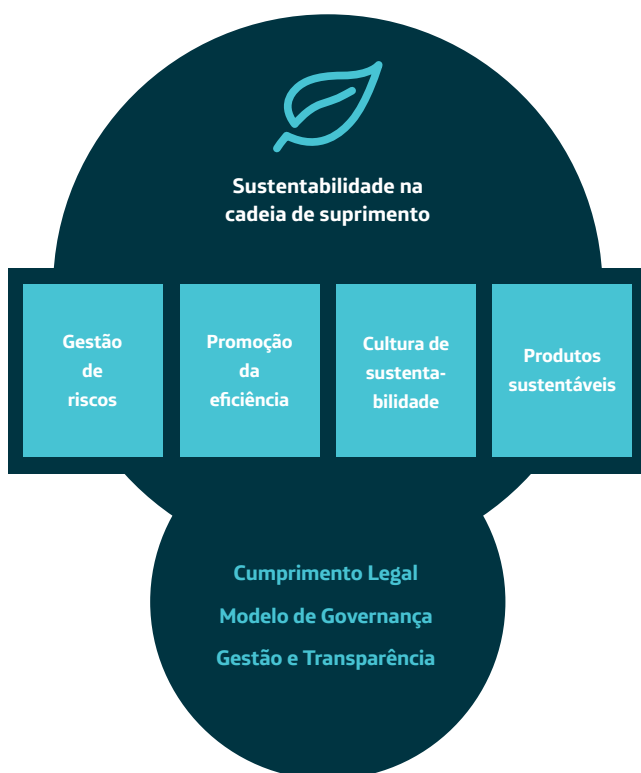
Responsabilidade na cadeia de suprimento

Na Telefônica | Vivo somos conscientes do impacto de nossa cadeia de suprimento, que em 2011 alcançou um volume de compras de 17,8 bilhões de reais, 11,9% maior que no ano anterior. Esse volume de compras foi contratado junto a 3.990 fornecedores, que foram peças-chave nos trabalhos de atendimento e suporte, trabalhando em contato direto com nossos clientes. Os números expressivos são fruto da integração fixo-móvel, que ampliou substancialmente o nosso volume de fornecedores e contratações.

Esses fatores nos levam a seguir promovendo e zelando pelo cumprimento de critérios de sustentabilidade, com base em nossos Princípios de Atuação, multiplicando assim o impacto positivo de nossa atividade. Tal atitude não é apenas uma questão de cumprimento dos princípios empresariais, mas também a nossa vontade de impulsionar uma melhora nas condições de vida e de trabalho das pessoas envolvidas em toda nossa cadeia de valor.

Objetivo

Gerenciar os pilares básicos da sustentabilidade na Cadeia de Suprimento, tendo como base o modelo de gestão de compras do Grupo, o cumprimento legal e a transparência. Tais pilares nos permitem minimizar nosso impacto negativo ao mesmo tempo que fomentam a inovação e a eficiência:



Nosso marco de referência é o compromisso público assumido em 2010, o qual se desdobra em dois níveis:

⇒ **Externo** – Por meio da política de Responsabilidade na Cadeia de Suprimento, que detalha a atitude e os critérios que esperamos de nossos fornecedores. Essa política também serve como ferramenta de sensibilização, que nos ajuda a fomentar comportamentos sustentáveis dentro da própria cadeia de suprimento de nossos fornecedores.

⇒ **Interno** – Por meio de padrões internos como a Norma de Extensão dos Princípios de Atuação à Cadeia de Suprimento, as instruções de Compras, Normas Corporativas de Controle e Requisitos de Gestão Ambiental a Fornecedores, nos quais são estabelecidos os processos, indicadores e ferramentas para o acompanhamento do nível de cumprimento de nossos parceiros.

Modelo de governança e transparência

A Telefônica | Vivo preocupa-se em oferecer igualdade de oportunidades a todos os fornecedores e atua de acordo com as leis e os regulamentos vigentes no País. Por esse motivo, desenvolvemos um modelo de compras pautado por: concorrência e igualdade de oportunidades; transparência no processo de tomada de decisões; objetividade e unanimidade nas decisões de adjudicação; serviço voltado para os clientes internos e externos; cumprimento mútuo dos compromissos com os fornecedores.

Esse modelo de compras é colocado em prática por meio dos seguintes mecanismos:

Mesas de compras – Nelas são apresentadas as compras com a participação de todas as áreas implicadas. As decisões são tomadas por unanimidade. Atualmente, há duas mesas de compras no Brasil, uma localizada em São Paulo e outra no Rio de Janeiro.

Ferramentas de comércio eletrônico – Todas as transações são lançadas no sistema e é o fornecedor quem inclui sua oferta. Em 2011, 82,7% das negociações foram realizadas eletronicamente.

Normas e procedimentos – Podem ser gerais ou específicos.

Catálogo de fornecedores – Comum a todas as empresas do Grupo.

Na Telefônica | Vivo estamos comprometidos com o progresso econômico e social do País, o que pode ser observado também pelo alto volume de compras adjudicado a fornecedores instalados no Brasil. Em 2011, 92,8% do volume total de compras foi contratado de fornecedores locais que geram empregos e pagam impostos no País.

Gestão de Riscos na Cadeia de Valor

Realizamos periodicamente avaliações no nível de risco de nossos fornecedores, a fim de definir uma estratégia de acordo com o risco identificado.



Todos os fornecedores cadastrados identificados como de alto risco quanto à natureza de seu negócio na avaliação em critérios socioambientais, como fabricantes de equipamentos de telecomunicações, serviços de instalação e manutenção de redes, produtos de merchandising e atividades de telemarketing, passam por avaliação em critérios socioambientais.

A análise é feita por um questionário de autoavaliação online, disponível no Portal do Fornecedor, com cerca de 50 questões baseadas na Declaração dos Direitos Humanos da ONU, nas Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e em legislações ambientais, sob os seguintes requisitos básicos:

- ⇒ Não permitir o trabalho infantil nem o trabalho forçado;
- ⇒ Não aceitar condições de trabalho de risco nem consentir no trato desumano no trabalho;
- ⇒ Exigir o cumprimento da legislação ambiental.

Em 2011, avançamos com o trabalho de check-list em empresas parceiras classificadas como de alto risco. Quatro empresas contratadas de rede e de call centers passaram pelo processo de verificação, realizado pela PricewaterhouseCoopers.



Programa Aliados

Na Telefônica | Vivo, entendemos que nossos fornecedores são parceiros estratégicos para o desenvolvimento do nosso negócio. Por isso, mantemos o Programa Aliados, a fim de reforçar e estreitar cada vez mais o relacionamento com esses parceiros, por meio de ações de capacitação, diretrizes de recrutamento às empresas contratadas e checagem regular de condições de trabalho e de documentação previdenciária e trabalhista (por amostragem). Em 2011, foram realizados 1.233 trabalhos de checagem.

Por meio do projeto Estela, criado pela companhia em 2005 em vários países da América Latina, nossos técnicos de instalação e reparo de serviços a clientes passam por uma formação online, a fim de criar um sistema de gestão para sua melhora individual no atendimento ao cliente e dar a eles um acompanhamento real de seu desempenho. No total, já foram certificados 2.543 técnicos no Brasil. Além desses, 1.310 foram capacitados em sala de aula, em um total de 2.512 horas de treinamento.

Tais iniciativas reforçam o desejo de sermos reconhecidos por nosso modelo sustentável de aliança estratégica com nossos parceiros, que nos permite oferecer um serviço excelente a nossos clientes.

Impacto ambiental





Impacto ambiental

A estratégia ambiental da Telefônica | Vivo está baseada na gestão dos riscos e oportunidades gerados pelas TIC quanto à eficiência energética, à redução das emissões de gases de efeito estufa e à otimização de recursos e materiais utilizados em suas operações

Gestão ambiental

Na Telefônica | Vivo buscamos contribuir para o bem-estar das pessoas por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), por isso reconhecemos a importância da gestão eficiente de recursos escassos como a energia ou a água para garantir o desenvolvimento sustentável das atividades produtivas do País. Nossa gestão de riscos ambientais se baseia nos princípios de ecoeficiência operativa e, acima de tudo, no cumprimento legal ambiental.

Temos uma política ambiental clara, na qual o cuidado com o meio ambiente não é apenas um compromisso, mas um elemento integrado aos nossos objetivos de negócio. Ele constitui, assim, um desafio para a gestão interna, pois o cumprimento legal, a gestão

ambiental e o controle do uso de recursos devem se conciliar com uma melhoria em nossa eficiência operativa.

Trabalhamos no último ano com foco na minimização do impacto ambiental de nossas atividades, promovendo as melhores práticas de gestão e a adoção de critérios ambientais na implantação de nossa rede, além de mobilizar nossos colaboradores no sentido de adotar tais práticas no ambiente de trabalho e em seus afazeres pessoais.

A ecoeficiência na Telefônica | Vivo

Entendemos a ecoeficiência como a gestão de aspectos ambientais, como a água, a energia, os resíduos e os gases de efeito estufa (GEE), em nossas operações.

Política ambiental

Nossa política ambiental é pautada por 10 pontos, que abrangem todas as operações do Grupo e colaboradores que a integram:

- 1) Garantir o cumprimento das leis vigentes e de todos os compromissos voluntários assumidos pela Telefônica em matéria de meio ambiente nos países onde opera; e adotar, de forma complementar e conforme o princípio de precaução, normas e diretrizes internas mais restritivas nos casos em que não há um desenvolvimento adequado da legislação ambiental.
- 2) Implantar sistemas de gestão ambiental que previnam ou reduzam os eventuais impactos negativos das atividades e infraestruturas da empresa no meio ambiente, identificando e disseminando as melhores práticas em todo o Grupo.
- 3) Aplicar a melhoria contínua em toda a organização, a partir da avaliação sistemática e periódica do comportamento ambiental por meio de um índice específico e do estabelecimento de objetivos ambientais.
- 4) Usar sustentavelmente os recursos naturais, promovendo a compra de produtos cuja origem e fabricação sejam mais amigos do meio ambiente; minimizando o consumo de matérias-primas e a geração de resíduos; e fomentando a reciclagem, a recuperação de materiais e o tratamento adequado de resíduos.
- 5) Transmitir à cadeia de fornecedores e provedores de serviços os procedimentos e requisitos ambientais relativos à sua atividade com o Grupo Telefônica e assegurar o cumprimento dos mesmos.
- 6) Estabelecer os processos necessários para garantir a comunicação, a sensibilização e a formação em matéria ambiental dos colaboradores do Grupo.
- 7) Tornar público anualmente o comportamento ambiental da organização, incluindo os indicadores mais relevantes e os objetivos alcançados.
- 8) Ajudar a combater as mudanças climáticas, por meio da redução interna de gases de efeito estufa e do desenvolvimento de produtos e serviços que contribuam para que outros setores possam reduzir suas emissões.
- 9) Promover a criação de serviços de telecomunicação que contribuam para o desenvolvimento sustentável da sociedade.
- 10) Trabalhar com outras organizações na busca de formas de desenvolvimento mais sustentáveis.

Os principais aspectos ambientais associados a nossas atividades se concentram na implantação de nossa rede. Devemos administrar a geração de resíduos na operação, o consumo de energia (eletricidade e combustíveis) e o impacto visual de nossas instalações no entorno. Nossa alta dispersão geográfica torna necessária uma gestão ambiental baseada em processos homogêneos.

Para tanto, seguimos as diretrizes da norma internacional ISO14001, que estabelece diretrizes de gestão ambiental em todas as empresas do Grupo Telefônica no mundo. Por meio desse sistema, buscamos melhorar nosso desempenho ambiental alinhando as melhores práticas em todos os países onde estamos presentes e adotando critérios de ecoeficiência em toda a implantação de nossa rede.

Além disso, na cadeia de prestação de serviços ao cliente – como escritórios, lojas e call centers –, também geramos resíduos, consumimos energia e água e emitimos GEE, o que nos leva a desenvolver programas de gestão de resíduos e coleta de aparelhos, acessórios e baterias, principalmente móveis, de nossos clientes.

Gestão de resíduos

Na Telefônica | Vivo, nos preocupamos em fazer uma gestão responsável dos resíduos gerados em nossa operação, especialmente os que apresentam algum composto perigoso, como baterias e lâmpadas fluorescentes. Por isso, possuímos contratos específicos que garantem o seu descarte adequado por nossos fornecedores. No caso dos cabos telefônicos, os resíduos são reaproveitados quando vendidos como sucata.

Resíduos produzidos – Telefônica | Vivo 2011

	2010	2011
Cabos (kg)	4.456.211	5.109.152
Baterias (kg)	802.552	389.920

Programa Recicle Seu Celular

De forma pioneira, lançamos em 2006 o programa Recicle Seu Celular, a fim de promover a reciclagem e logística reversa de celulares, acessórios e baterias, a partir de urnas instaladas em lojas próprias, autorizadas e revendas da Vivo. Iniciado como piloto em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, o programa hoje abrange todo o País, com mais de 3,5 mil pontos de coleta.

Até o fim do mesmo ano, o programa havia reciclado 2.471.842 itens e 925.612 aparelhos celulares.

Coleta Seletiva nos prédios da Telefônica | Vivo

Um grande passo rumo a uma gestão mais sustentável foi a implantação, em 2011, do Programa de Coleta Seletiva de lixo nos prédios administrativos da Telefônica | Vivo. Um hotsite voltado especialmente para esse tema foi lançado na Intranet Corporativa, dedicado a conscientizar e mobilizar todos os colaboradores – próprios e terceirizados – sobre a importância da segregação e reciclagem dos resíduos gerados no ambiente de trabalho e em seus próprios lares.

A iniciativa tem o objetivo de colaborar para a redução de nosso impacto ambiental por meio do descarte adequado dos resíduos gerados em nossos prédios administrativos e, a partir de monitoramento, identificar oportunidades de redução de consumo. A ação também tem caráter social, por promover o fortalecimento das redes de diversas cooperativas de catadores em todo o País.



Histórico do Programa Recicle seu Celular

	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Itens (unid.)	242.255	1.232.818	535.269	135.699	325.801	2.471.842
Aparelhos celulares (unid.)	131.126	588.842	112.429	39.970	53.245	925.612



Consumo de recursos e materiais

O nosso compromisso com o meio ambiente é colocado em prática com a implantação de ações de melhoria na eficiência operacional, destinadas a reduzir nosso impacto ambiental por meio do controle de recursos e materiais em toda a nossa cadeia produtiva.

Nesse sentido, a Telefônica | Vivo realiza, desde agosto de 2010, o projeto de certificação digital. Essa iniciativa consiste em substituir processos manuais de emissão, tramitação e assinatura de documentos referentes à fiscalização de obras de rede e dos processos que envolvem instalação e reparo por arquivos eletrônicos assinados digitalmente e arquivados em rede.

Além do ganho ambiental, o projeto colabora para a maior segurança e agilidade nos processos, reduzindo os riscos de fraudes nas documentações.

Consumo de papel e água em 2011 – Telefônica | Vivo

	2010	2011
Papel (kg)	1.675.472*	2.889.879
Água (litros)	1.062.162.000	1.235.051.436

*O dado de consumo de papel em 2010 não considerava a operação móvel.

Desenvolvimento responsável da rede

⇒ **Tanques de combustível** – A Telefônica | Vivo possui 489 edifícios com depósitos de combustível para grupos geradores e desenvolve desde 2004 um projeto para substituir e adequar tanques de armazenamento. Noventa e oito estações passaram por esse processo em 2011, sendo 10 com tanque enterrado e 88 com tanque diário. O gasto total foi de R\$ 10.088.000,00.

⇒ **Controle acústico** – Dando sequência à meta de melhorar o tratamento acústico em centrais telefônicas, a Telefônica | Vivo fez em 2011 adequação em três unidades. O total desembolsado com essa obra atingiu R\$ 73.114,28.

⇒ **Impactos visuais de torres** – Investir em projetos inovadores é outra forma que encontramos para minimizar os impactos ambientais de nossa operação. Assim, a fim de diminuir a interferência visual de nossas antenas na paisagem e otimizar o uso de recursos naturais, desenvolvemos postes que integram iluminação e telefonia, os Sencillos. Eles são menores que as torres tradicionais e passam muitas vezes despercebidos nas cidades. A companhia implantou 152 deles em 2011 e tem como meta a instalação de mais 400 ao longo de 2012. O baixo custo do investimento em sua infraestrutura o torna também muito atrativo para o negócio.



↳ **Emissão de poluentes** – Em 2011, demos continuidade à instalação de catalisadores em novos grupos de geradores, com o intuito de reduzir a emissão de poluentes oriundos da queima de combustíveis. No total, foram instalados 12 catalisadores em 7 estações no ano. De acordo com informações do fabricante, os catalisadores devem reduzir em até 97% a liberação de monóxido de carbono, em 68% a de hidrocarbonatos, em 72% a de óxido de nitrogênio e em 62% a de aldeídos. Outra vantagem adicional é a redução de ruído em até 22 decibéis.

↳ **Emissão eletromagnética** – A Telefônica | Vivo preocupa-se com a segurança da população em torno de suas antenas, devido às suas emissões eletromagnéticas. Por isso, realiza medições dos níveis de campo elétrico, magnético e eletromagnético de radiofrequência provenientes de todas as suas estações transmissoras de radiocomunicação, em conformidade com a Legislação nº 11.934, de 5 de maio de 2009, fazendo laudos radiométricos em intervalos máximos de cinco anos. Em 2011, esse trabalho foi realizado em 1.009 antenas em todo o Brasil.

Construções sustentáveis

Um dos principais avanços da Telefônica | Vivo em sua gestão ambiental foi a construção de seu novo Centro de Processamentos de Dados, localizado no bairro de Tamboré, em Santana de Parnaíba, na Grande São Paulo.

A moderna estrutura, com capacidade de 4.600 m² de Data Hall e dimensionada para atender ao crescimento do negócio até 2019, foi projetada de forma a respeitar os princípios de sustentabilidade e a atingir elevados padrões de qualidade e eficiência. Tais características nos têm permitido obter certificações reconhecidas internacionalmente, como a TIER III, concedida pelo Uptime Institute, em dois níveis: Design e Constructed Facility. Essas certificações comprovam, respectivamente, que os projetos conceituais e executivos atendem aos mais rígidos requisitos de disponibilidade e segurança e que os projetos originais foram estritamente seguidos durante o processo de construção.

O empreendimento será um dos maiores da América do Sul e o primeiro projetado integralmente de acordo com os requisitos do LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), o sistema de certificação ambiental de edificações mais reconhecido no mundo, que distingue as empresas que respeitam os princípios de Gestão Ambiental de Resíduos da Construção Civil. Nossa intenção é requisitar essa certificação após o término da obra.

Os diferenciais do novo datacenter são:

- ↳ Reutilização de 100% da água de chuva captada para irrigação de áreas verdes e paisagismo;
- ↳ Tratamento local de águas residuais por meio de três unidades de Estação de Tratamento de Esgoto (ETE), reaproveitando essa água para irrigação e descargas dos banheiros;
- ↳ Redução de 40% do consumo de água dos banheiros, usando dispositivos economizadores nos toaletes, como válvulas de descarga de duplo fluxo e torneiras com arejadores;
- ↳ Eficiência energética com redução de 28% sobre o consumo de um prédio tradicional.

O edifício possui ainda outros atributos sustentáveis, como:

- ↳ Desvio de 75% dos resíduos de obra para fora do aterro, que são destinados a centrais de armazenagem ou recicladoras certificadas;
- ↳ Uso de madeira com selo FSC, garantindo sua origem legal;
- ↳ Uso de tintas, adesivos e selantes com baixo Composto Orgânico Volátil (COV), que não agredem a saúde dos operários e dos futuros ocupantes do prédio;
- ↳ Uso de materiais com conteúdo reciclado;
- ↳ Proibição do uso de clorofluorcarbonetos (CFCs) nos sistemas de refrigeração do empreendimento;
- ↳ Garantia de acesso ao transporte público;
- ↳ Bicicletário com 25 vagas e vestiários masculino e feminino.

Sustentabilidade nas novas lojas Vivo

Iniciado em 2010, o projeto de revisão de layout e padrão de arquitetura das lojas próprias teve continuidade em 2011, com o intuito de proporcionar ao cliente uma melhor experiência de compra por meio de inovação, qualidade, conforto, acessibilidade e sustentabilidade. Este último aspecto recebeu cuidados especiais no uso de matérias-primas menos agressivas ao meio ambiente: pisos sintéticos fabricados com cerca de 67% de material reciclado, móveis feitos com madeira certificada, expositores produzidos a partir de plásticos reciclados, iluminação com lâmpadas LED, de baixo consumo e maior durabilidade, e comunicação digital que reduz a quantidade de impressões e contribui para a economia de itens como papel e tinta, entre outros detalhes.

Em 2011 tivemos a implantação de três diferentes tipos de lojas que atendem a esse requisito: uma Loja Conceito, quatro Lojas 4G – Com Tecnologia e uma Loja 4G – Sem Tecnologia. Atualmente, há 13 lojas construídas obedecendo a critérios de sustentabilidade.

Green TIC

Na Telefônica | Vivo, entendemos as tecnologias verdes, ou Green TIC, como um conjunto adicional de processos e atividades que nos permitem gerar valor para nossa companhia em termos de redução de custos e geração de novas receitas. A Green TIC se baseia em princípios de ecoeficiência, gestão interna de carbono e redução do consumo energético, assim como em provisão de serviços verdes para clientes, que permitam promover a sustentabilidade ambiental e uma economia de baixo carbono.

Temos consciência do potencial que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) têm para promover uma economia ecoeficiente. Por esse motivo, cremos que é necessário aproveitar as oportunidades que temos com a gestão de energia e das mudanças climáticas. Dessa forma, o Escritório de Mudanças Climáticas e Eficiência Energética continua a liderar a estratégia corporativa de energia e carbono do Grupo com base em cinco linhas de atuação: operações, fornecedores, colaboradores, clientes e sociedade.

Em 2011, reforçamos nossos três objetivos convergentes. O primeiro é focado na promoção da eficiência energética interna e redução de nossas emissões de dióxido de carbono equivalente (CO₂eq), otimizando o uso de recursos disponíveis. O segundo se dirige ao desenvolvimento de soluções Green competitivas para melhorar a ecoeficiência de nossos clientes, com base na estratégia de provisão de serviços globais no mundo digital. O terceiro é estruturado para posicionar a Telefônica | Vivo como empresa líder em tecnologias verdes no mercado.

Posicionamento

Consideramos que a melhor forma de sermos líderes é por meio da confiança e transparência de nossa gestão. Tal transparência pode ser alcançada pela gestão eficaz dos riscos e oportunidades que as mudanças climáticas representam para a Telefônica | Vivo, dentro do modelo global de gestão de riscos da companhia. Entre eles se identificam riscos regulatórios, de negócio, operacionais e reputacionais que poderiam afetar nossos resultados caso não fossem administrados corretamente.

Campos eletromagnéticos

A Telefônica | Vivo tem consciência do interesse da sociedade em torno das emissões eletromagnéticas e por isso busca manter transparência na comunicação relacionada a esse tema. Sempre que solicitada, a companhia encaminha informações para as comunidades, governo, clientes ou qualquer outro público que estiver interessado em saber sobre o funcionamento das estações rádio-base e antenas de telefonia móvel, além de colaborar para a difusão do conhecimento existente nessa área.

O atendimento às exigências legais nacionais que tangenciam emissões eletromagnéticas é premissa para a instalação de nossas infraestruturas. Com o intuito de garantir tal cumprimento, compartilhar melhores práticas entre as empresas do Grupo e atuar de maneira coordenada com relação a essa matéria, durante o ano de 2011 trabalhamos globalmente para definir uma política que estabeleça compromissos mínimos a serem atendidos por todas as operações da Telefônica no mundo. São eles:

- Cumprir estritamente as normas, legislações e diretrizes internacionais e locais reconhecidas para todos os produtos e serviços;
- Promover o desenvolvimento de legislação que se baseie nas diretrizes internacionais (especialmente nos casos em que não existem regulamentações locais), que impulse a homogeneização desta e que elimine as barreiras crescimento de infraestrutura;
- Apoiar e difundir a pesquisa científica independente e de alta qualidade sobre comunicações móveis, reconhecida pela Organização Mundial da Saúde;
- Prover comunicação de forma aberta e transparente aos nossos clientes e público em geral.

Para isso, o primeiro passo para a gestão dos riscos identificados é a medição assertiva do nosso consumo de energia e a quantificação de nossa pegada de carbono interna e de nossos serviços. Essas medidas nos têm permitido tomar decisões mais certas e traçar nossa rota para 2015, quando temos como meta haver reduzido nosso consumo energético global nas redes de telecomunicações em 30% (medido em quilowatt-hora por terminal equivalente) e em 10% nos escritórios (em kWh por colaborador), em comparação a 2007.

Inovação para a sustentabilidade

Favorecemos nossos clientes à medida que nossos serviços de eficiência energética e "tecnologia verde" lhes possibilitem redução de custos e maior competitividade no mercado, assim como permitimos à sociedade uma melhor qualidade de vida. Por isso, temos buscado cada vez mais incluir aspectos de



sustentabilidade nos serviços TIC para edifícios e setores de transporte e elétrico, entre outros.

A estratégia global de inovação da companhia tem como objetivo transformar em realidade as possibilidades oferecidas pelo mundo digital. Para isso, temos trabalhado a fim de identificar novos produtos e serviços verdes, e investido em processos de inovação destinados à eficiência energética, principalmente em serviços baseados em M2M (conexão machine to machine).

Uma solução de sucesso, colocada em prática no último ano, foi a implantação pioneira da tecnologia High Speed Packet Access (HSPA) em transportes públicos em Curitiba, na região Sul do País. A iniciativa, realizada em parceria com a empresa de tecnologia Ericsson, levou conexão de banda larga 3G aos ônibus da cidade, entregando uma série de benefícios aos cidadãos e ao meio ambiente.

O sistema totalmente eletrônico, integrado a centros de informações, permite aos usuários recarregarem seus bilhetes em qualquer estação de ônibus, garantindo-lhes mais segurança e privacidade. A população passou a ter acesso a informações sobre educação, segurança, saúde e outros serviços públicos dentro dos ônibus, além de receber, em tempo real, o tempo que falta para chegar ao seu ponto de destino. Todos os ônibus integrados ao sistema são monitorados por georreferenciamento, permitindo também aos motoristas dos veículos traçar trajetos mais curtos que, consequentemente, gerem menor emissão de carbono e maior conforto aos usuários.

Tal solução tem sido amplamente reconhecida, também em nível mundial. Em novembro de 2011, foi levada à United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) em Durban, África do Sul. A convenção pretende abrir um espaço para projetos como esse na agenda climática.

Realizamos no mesmo mês, em São Paulo, um evento que reuniu diversos programadores de softwares para compartilhar informações, trocar contatos e desenvolver aplicativos em um curto espaço de tempo, o Appies Hackathon. A ocasião, apoiada por outras empresas de tecnologia, teve o objetivo de estreitar o relacionamento da Telefônica | Vivo com esse público e trazer o tema de aplicações verdes (Green Apps) como uma oportunidade aos desenvolvedores de possibilitar uma vida mais sustentável à população das grandes cidades por meio de tais soluções.

O resultado dessa iniciativa foi a criação de diversos aplicativos voltados para o tema ambiental, dos quais um mereceu maior destaque: o “Plante Aqui”. A solução, desenvolvida por dois profissionais de ciências da computação, serve como uma rede colaborativa, permitindo que os usuários utilizem o GPS de seus smartphones para fazer check-in e informar onde é possível plantar uma árvore. Posteriormente, a informação é retransmitida a um mapa, que mostra a qualquer pessoa interessada onde plantar árvores.

Eficiência energética

Seguimos trabalhando em conjunto com as áreas de operações, compras e recursos humanos para fomentar nossa eficiência energética e reduzir a emissão de GEE em nossos processos. Essa estrutura de atuação torna mais ágil a implantação das iniciativas e agrupa, de forma natural, estratégias institucionais, operacionais e de negócio.

Como nos últimos anos, realizamos a quantificação do nosso consumo energético e de nossas emissões de GEE com base no modelo global Greenhouse Gas Protocol e na norma ambiental ISO 14064. Por essa metodologia, é possível conhecer especificamente as emissões de GEE controladas diretamente pela empresa,

denominadas Escopo 1; as derivadas de sua atividade, mas geradas por outras organizações (energia elétrica), chamadas de Escopo 2; e as emissões indiretas associadas a viagens a trabalho e atividades envolvendo logística terceirizada, o Escopo 3.

De acordo com esse cálculo, em 2011 a Telefônica | Vivo registrou a emissão total de 61.909,80 toneladas de CO₂eq (gás carbônico equivalente), melhorando sua performance em quase 40% em relação ao ano anterior. Isso foi possível em virtude de uma expressiva redução das viagens de avião a trabalho, o que compensou o crescimento das emissões provenientes do consumo de energia nas operações.

Operações: eficiência energética e econômica

Estamos conscientes de que, para alcançarmos a excelência na gestão de energia e carbono, assim como nossos objetivos nesse sentido, é fundamental que nossos dados sejam verificados externamente. Assim, desenvolvemos anualmente um processo independente de verificação dos dados de energia e emissões com base nos procedimentos globais de elaboração de inventário de energia e dióxido de carbono (CO₂). Aquilo que não pode ser medido não pode ser gerenciado, tampouco melhorado. Advém disso a importância de contar com um inventário de emissões de GEE de qualidade, que possa medir a evolução de nossas ações para alcançar os objetivos de redução de consumo de energia. Ao final de 2011, alcançamos mais de 25% desse objetivo a longo prazo.

O consumo de energia em nossas operações (ela é utilizada, em grande parte, para alimentar os equipamentos e as redes de comunicação) responde por aproximadamente 80% das emissões de CO₂ da companhia. Por isso, temos trabalhado constantemente para reduzi-lo. Em 2011, o consumo bruto atingiu 1.658.408.518 kWh (fixa e móvel). Vale destacar, ainda, que houve redução bruta no consumo entre as operações fixa e móvel de 33.303.685,54 kWh (ano 2010: 1.069.316.900,54 kWh; ano 2011: 1.036.013.215,00 kWh) em edifícios técnicos, escritórios e call centers, 3% de redução comparado a 2010. Do total da energia elétrica utilizada, 10% provém de fontes renováveis (biomassa e pequenas centrais hidrelétricas).

Ao longo de 2011, demos continuidade a uma série de ações de eficiência energética. Um exemplo disso foi o programa que bonifica empresas parceiras que economizam energia. A prática incentiva os técnicos terceirizados a verificar oportunidades de economia, como quais equipamentos podem ser desligados sem comprometer a qualidade de serviço da companhia.

Essa proposta é submetida à análise de um grupo de engenheiros da Telefônica | Vivo e, se aprovada, é colocada em prática. Quando se constata uma economia real de energia, a companhia compartilha parte desse ganho com a empresa contratada. Esta repassa aos seus colaboradores metade do valor, o qual é distribuído a cada seis meses.

Desde o início do programa de ganho compartilhado, em 2010, houve a implementação de 416 ações (propostas e executadas pelas empresas parceiras) para reduzir o consumo de energia. Elas resultaram em uma economia de 11.788.191 kWh /ano e redução nos custos para a Telefônica | Vivo de R\$ 2.616.978,49.

Mantivemos ainda outras ações, como o uso de sensores de temperatura e aproveitamento de ar externo para diminuir o consumo de energia de aparelhos de ar condicionado (que representam 50% da energia gasta nas operações). Também fizemos experiências em nossos sites, como a implementação do site híbrido, que emprega energia oriunda de fontes mistas. De forma pioneira no Estado de São Paulo, o site utiliza 36 placas solares, duas turbinas eólicas, um banco de baterias e um grupo motor gerador (motor de caminhão com um gerador de energia acoplado).

Os painéis solares e as turbinas foram dimensionados para suprir diretamente a necessidade de energia dos equipamentos consumidores da Estação Rádio Base (ERB). Quando há falta de sol e/ou vento, a energia é preenchida por um banco de baterias, cuja capacidade de abastecimento chega a dois dias. Caso a carga nas baterias seja reduzida em 50%, o sistema controlador acionará automaticamente o grupo motor gerador.

Emissões de CO₂ (em toneladas)* 2011 Telefônica | Vivo

Escopo 1 (Diretas)	7.557,76
Escopo 2 (Indiretas/eletricidade)	48.425,53
Escopo 3 (Indiretas/viagens a trabalho)	5.926,51
Total	61.909,80

Consumo de energia Telefônica | Vivo 2011 (em kWh)

Tipo de consumo	Fixa	Móvel	Total
Consumo elétrico	729.180.023	929.228.495	1.658.408.518
Energia renovável*	163.709.342	0	163.709.342
Autogeração de energia renovável	0	6.950,00	6.950,00

* Biomassa e pequenas centrais hidrelétricas (PCH)



Essa solução já tem sido utilizada nas regiões Norte, Sudeste e Nordeste, em sites no Pará, no Piauí e em Teresópolis (RJ), para atender a lugares com difícil acesso à rede elétrica.

A fim de compartilhar melhores práticas sobre economia e eficiência energética entre as empresas do Grupo no mundo, foi realizado o segundo Workshop Global de Energia e Mudança Climática, em 2011, no Peru.

Nossas ações nos levaram a ser reconhecidos, pelo quarto ano consecutivo, com o Prêmio Época Empresa Verde, realizado pela revista Época (Editora Globo) com o apoio técnico da consultoria PricewaterhouseCoopers. O prêmio destaca iniciativas de 20 empresas de diferentes setores que possuem políticas ambientais para reduzir emissões de GEE.

Compras: eficiência energética em nossa cadeia de suprimento

A fim de aumentar nossa eficiência energética, temos colocado em prática políticas e procedimentos que incluam critérios nesse sentido nas compras de produtos e serviços realizadas pela Telefônica | Vivo. Desde 2010, o consumo energético é considerado no processo global de seleção dos fornecedores. Para isso, utilizamos a variável de consumo energético na análise de TCO (Total Cost Ownership ou Custo Total de Posse). Dessa forma, temos fortalecido nossas atividades em três eixos:

- ↳ Incorporação e solicitação de requisitos de eficiência energética no TCO de produtos de rede. A análise de tais requisitos nos leva à tomada de decisão de incorporar a variável de eficiência energética no TCO.
- ↳ Homogeneização de critérios e preços nas decisões de compra de energia no mercado elétrico.

- ↳ Critérios de eficiência energética na padronização de equipamentos de rede. Um dos objetivos é repassar esses critérios para equipamentos de clientes.

Nossos fornecedores são parceiros naturais para a melhoria de nossa eficiência energética. À medida que compramos equipamentos, infraestruturas e serviços mais eficientes, nossos gastos e emissões de CO₂ são reduzidos. Por isso, acreditamos que, ao estendermos a cultura de mudanças climáticas aos nossos fornecedores, também criaremos uma economia mais sustentável.

O projeto de eficiência energética em compras é baseado no projeto global de compras responsáveis (*ver capítulo Responsabilidade na Cadeia de Suprimento*), a fim de otimizar as relações com os distintos fornecedores em nível global.

Colaboradores: uma cultura de eficiência energética

Em 2007 estabelecemos a meta de reduzir em 10%, até 2015, o consumo energético por colaborador direto em suas atividades diárias na companhia (medido em quilowatt-hora por colaborador). Para contribuir com o cumprimento desse objetivo, as equipes operacionais, sob a liderança dos chefes de energia globais, executam atividades de eficiência energética e disseminam informações sobre as mudanças climáticas para todos os profissionais.

Dessa forma, trabalhamos com as áreas de recursos humanos globais e locais para promover políticas de eficiência energética nos escritórios, em mobilidade e na redução das viagens a trabalho. Fomentamos o uso de ferramentas Green TIC de colaboração remota, como a videoconferência e salas de telepresença, que simulam reuniões de forma realista, nas quais os participantes têm a impressão de estar sentados à mesma mesa.

Em março de 2011, apoiamos novamente o movimento "A Hora do Planeta", um ato simbólico promovido mundialmente pela organização não governamental internacional World Wide Fund for Nature (WWF) no qual governos, empresas e população demonstram sua preocupação com o aquecimento global apagando as luzes durante 60 minutos. Não só apagamos as luzes de nossos principais prédios administrativos, como incentivamos clientes, colaboradores e parceiros a aderir ao ato. Para promover a ação ao público interno, preparamos um vídeo de divulgação enviado por e-mail a todos os colaboradores. Também enviamos 1,5 milhão de SMS para clientes de 20 Estados brasileiros e incentivamos nossos colaboradores a disseminar a ação em suas redes sociais.

Clientes: TIC como o centro da solução

Seguimos uma estratégia global de serviços Green TIC centrada no desenvolvimento de soluções integradas, que permitam a outros setores da economia e a nossos clientes ser mais eficientes e reduzir suas emissões de GEE, além de facilitar a mitigação e a adaptação às mudanças climáticas.

Em virtude das nossas características como empresa operadora de telecomunicações integradas (móvel e fixa), a Telefônica | Vivo tem conquistado um enorme espaço para trabalhar no mercado Green. Por meio de nossa área de Inovação, temos buscado incluir tais soluções em nossos catálogos de produtos e serviços, para que a gestão de energia e recursos ambientais tenha impacto nos setores estratégicos da economia, como transporte, edifícios, indústria e empresas de serviços.

Impacto social





Impacto social

Acreditamos que a conectividade proporciona às pessoas acesso a um mundo de possibilidades para se desenvolverem e viverem melhor, de maneira mais humana, inteligente, segura e divertida. Esse também é o sentido dos nossos investimentos na rede 3G

Colaboradores

Para nós, o ano de 2011 foi marcado por imensas transformações, principalmente oriundas da unificação das operações fixa e móvel. Juntas, as equipes passaram a atuar em busca do objetivo de construir a maior operadora integrada do Hemisfério Sul. Nesse contexto de mudanças, o foco de recursos humanos voltou-se para a construção de uma cultura única, à busca de um clima interno favorável aos desafios vindouros e à manutenção de um alto nível de engajamento.

Desde o início do processo de integração, ficou clara a necessidade de uma sólida gestão de pessoas, que somasse as melhores práticas de cada uma delas. Ao mesmo tempo, temos permanentemente cultivado um ambiente organizacional no qual os colaboradores se sintam cuidados e incentivados a desenvolver plenamente seus potenciais como profissionais, pessoas e cidadãos.

Dentre as diversas ações, destacou-se o trabalho de implantação da marca interna Telefônica | Vivo. Os desafios da unificação de políticas, processos, sistemas e práticas não nos impossibilitaram de chegar a novas conquistas. Ultrapassamos a nossa marca na Pesquisa de Clima, a qual, mesmo em meio às incertezas e alterações organizacionais inerentes a qualquer processo de integração, atingiu o extraordinário índice de 85,7% de favorabilidade.

O retorno positivo de nossos colaboradores é um sinal de que essa nova organização está sendo construída com base nos valores e nas práticas que darão as condições necessárias para alcançarmos uma ambição firmada desde o início: ser referência como a melhor empresa de comunicações do mundo digital.

Clima laboral Telefônica | Vivo 2008 – 2011 (%)

2008	2009	2010	2011
74 80	78 82	81 85	86*

*A partir de 2011, a pesquisa recebeu dados já integrados entre as operações fixa e móvel.

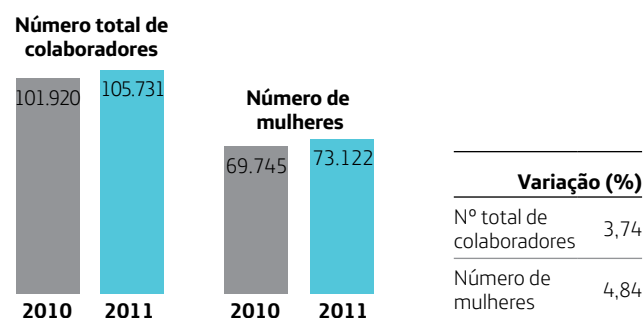
Gestão do talento

Com a consciência de que nosso êxito externo depende principalmente de nossos profissionais, temos o compromisso de oferecer a eles o melhor lugar para trabalhar e de criar oportunidades de desenvolvimento pessoal, com o objetivo de atrair e reter talentos.

A formação e o desenvolvimento de nossos colaboradores começam a partir do estabelecimento de objetivos, passam pela contínua avaliação de desempenho e são concluídos com um desenho de seu plano de desenvolvimento individual a partir das oportunidades que a companhia coloca à sua disposição. Essas oportunidades são estruturadas por meio de diferentes ferramentas de educação e treinamentos que contribuam para a implantação da cultura organizacional e das competências essenciais para o negócio, envolvendo toda a rede de profissionais efetivos e parceiros.

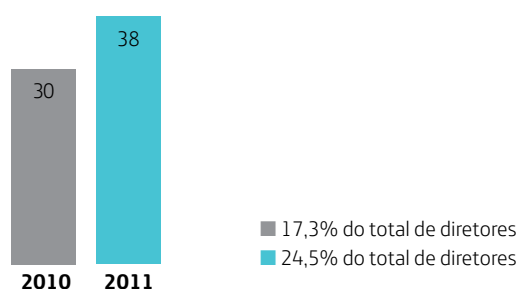
Contamos com um leque de opções que vão desde formação presencial (cursos, seminários, oficinas, conferências, etc.) e formação e-learning até experiências como rotações internacionais e aprendizagem via mentoring e coaching.

Quadro de colaboradores*



*Os dados incluem Atento.

Mulheres em cargos diretivos:





Em 2011, foram investidos cerca de R\$ 15 milhões em educação, envolvendo mais de 150 mil participações de colaboradores, efetivos e parceiros, em aproximadamente 400 mil horas de treinamentos presenciais. As principais ações educacionais tiveram como foco o desenvolvimento das lideranças, o engajamento na cultura do cliente, temas corporativos e específicos das áreas de negócio, formação técnica e certificações em tecnologias e metodologias.

Com programas alinhados às estratégias do negócio, competências corporativas e valores organizacionais, a empresa contabilizou a participação de: 260 colaboradores com subsídio em especialização e idiomas; 148 colaboradores incentivados à primeira graduação; 120 colaboradores em programas internacionais e 77 certificações em metodologias e tecnologias. Consolidando a estratégia da educação alinhada ao negócio, foram realizados 7 milhões de horas de treinamento em ensino a distância para colaboradores efetivos e parceiros.

O nosso compromisso junto aos colaboradores é promover um ambiente de colaboração, integração e confiança, em que as pessoas sejam capacitadas e estimuladas a atuar com autonomia, exercendo o máximo do seu potencial e construindo uma cultura que torne a organização cada vez mais adaptável e inovadora.

Retribuição justa e reconhecimento ao trabalho

A Telefônica | Vivo adota estrutura salarial e políticas de remuneração compatíveis com as melhores práticas de mercado. Nosso objetivo é atrair e reter os melhores profissionais em um segmento muito competitivo e reconhecer o desempenho individual de acordo com o cumprimento de metas e resultados alcançados.

Os programas de remunerações variáveis e uma ampla variedade de benefícios complementam o pacote de remuneração total.

O conceito de remuneração total tem como propósito pagar salário nominal na média do segmento de mercado composto pelas empresas que mais agressivamente remuneram seus profissionais.

A compensação fixa paga aos nossos colaboradores está acima das proporções salariais mínimas. No caso do Brasil, a diferença com relação ao salário mínimo é de 1,22 vez.

Além da remuneração fixa, o pacote de remuneração dos nossos profissionais é composto por remuneração variável anual, ligada às conquistas de nossos objetivos de negócios, mensuráveis e alinhados com o interesse social, que interfere na criação de valor. Por outro lado, essa remuneração também depende da avaliação do desempenho individual. Os objetivos são ajustados anualmente com as prioridades estratégicas do negócio. Em 2011, 4.228 profissionais foram promovidos e 3.960 foram contemplados no processo de revisão salarial (alterações salariais).

Planos de ações

A companhia oferece um programa com características dos planos de remuneração baseados em ações para os colaboradores não administradores, como incentivo de longo prazo, destinada aos ocupantes de cargos diretivos relevantes da empresa. Os participantes selecionados que preenchem os requisitos necessários recebem por ele um determinado número de ações.

O programa é dividido em três ciclos, cada um com três anos de duração. Os executivos elegíveis, que devem permanecer no grupo econômico por um período mínimo de três anos a contar da data de sua elegibilidade, terão o direito de receber ações

estipuladas com base no desempenho obtido para os resultados preestabelecidos.

Diálogo social

A Telefônica | Vivo é signatária de um código de conduta firmado junto à União Internacional dos Sindicatos (UNI) pelo qual se compromete a manter os direitos sindicais e laborais de todos os seus profissionais. Dessa forma, incentiva o diálogo permanente com os sindicatos, a fim de estabelecer relações de confiança entre as partes.

Realizamos negociações com o Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações (Sintetel) e com o Sindicato dos Engenheiros do Estado de São Paulo. Além do reajuste salarial dos colaboradores, os sindicatos são chamados a discutir sobre todas as situações que afetam o seu dia a dia, como condições de trabalho, banco de horas e participação nos lucros e resultados (PLR) da empresa. Em 2011, realizamos a negociação coletiva com os sindicatos representantes da categoria por meio de uma mesa nacional, garantindo a representatividade de todas as unidades da federação. O resultado foi a unificação dos Acordos Coletivos de Trabalho com o alinhamento dos benefícios praticados pelas operações fixa e móvel e a definição de uma data-base única a partir de 2012. Essa unificação nos propiciou avançar na integração das equipes e garantir um clima satisfatório em um momento importante da fusão das empresas.

Benefícios

O conjunto de benefícios oferecidos pela Telefônica | Vivo é um importante instrumento de gestão que serve como ferramenta de atração, retenção e suporte ao profissional.

Reconhecemos o valor do equilíbrio entre a vida profissional e pessoal de nossos colaboradores. Por isso, oferecemos benefícios competitivos em relação ao mercado, direcionados ao atendimento de suas necessidades, incluindo seu bem-estar físico e social. Os benefícios visam ampliar o vínculo entre o profissional e a companhia, complementar outros benefícios além dos contemplados pela sua remuneração e pela legislação e assegurar um sistema de gestão de recursos humanos que gere um ambiente organizacional favorável à valorização e ao reconhecimento das pessoas.

Em 2011, a companhia investiu mais de R\$ 275 milhões em benefícios para os seus colaboradores. Entre eles se destacam não somente aqueles previstos por legislação, mas também programas de saúde e bem-estar, tais como auxílio-creche ou auxílio-babá; grupo de corrida e caminhada, assessorado por equipe médica, nutricionista e de preparação física; programa de saúde ocupacional; programa individualizado de reeducação alimentar, o Como e Vivo Bem; e o Programa Nascer Bem, voltado ao acolhimento e monitoramento de profissionais em período de gestação.



R\$ 275 milhões

em benefícios para os seus colaboradores

Inclusão digital

Confiamos no poder que nossas tecnologias têm de transformar a vida das pessoas. Por isso, buscamos colaborar para a construção de um país mais justo e inclusivo por meio de nossos produtos e serviços.

Trabalhamos para que a banda larga seja acessível a qualquer nível social e esteja presente em todos os lugares do País, como uma ferramenta de acesso à educação e exercício pleno da cidadania. A fim de que isso seja alcançado, buscamos nos aprimorar e inovar sempre, desbravando constantemente as fronteiras do mundo digital.

Inovação social

O valor gerado a partir da gestão do impacto social da Telefônica | Vivo vai além do objetivo de posicionamento institucional, coerente com a visão de melhoria de vida das pessoas através das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Nossos produtos, serviços e soluções dão resposta a determinadas necessidades sociais e podem, por sua vez, gerar novas oportunidades de negócio, impulsionando o crescimento social e tecnológico. O denominador comum dessas iniciativas, independentemente do público a que se destinam (jovens, idosos, deficientes, de baixa renda, etc.) ou do tipo de projeto (educação, saúde, finanças, etc.), é o conceito de Inovação Social: busca de soluções para problemas e desafios da sociedade.

Acesso às áreas remotas

Em 2011, atingimos a marca inédita de 2,5 mil municípios atendidos pela tecnologia 3G, número maior que todas as demais operadoras móveis juntas. Desse total, 30% são cidades com até 10 mil habitantes. Se considerarmos municípios com até 50 mil habitantes, o índice chega a 78%, mostra de que estamos conectando as pessoas, empresas e organizações públicas e privadas dessas localidades a novos horizontes de progresso e desenvolvimento.

Este cenário é resultado do Plano Vivo Internet Brasil, que, já no primeiro semestre de 2012, terá beneficiado 2.832 municípios, onde vive 85% da população brasileira. Todos podem conferir a evolução da cobertura Vivo no Brasil e consultar os municípios que contam com cobertura 3G da empresa por meio do hotsite www.vivo.com.br/cobertura3g.

No final de 2011, as tecnologias digitais WCDMA, GSM/EDGE e CDMA da rede móvel cobriam 3.702 municípios. O número equivale a 66,5% do total de municípios do Brasil e a 90,7% da população do País.

Conexão que transforma

São inúmeros os benefícios que as TIC proporcionam. Eles ficam ainda mais nítidos quando tratamos de cidades longínquas, onde até os meios de transporte chegam com dificuldade.

Um grande exemplo de como a conexão transformou radicalmente a vida de uma cidade é Belterra, pequeno município de pouco mais de 16 mil habitantes localizado no oeste do Pará, às margens do Rio Tapajós, em plena Amazônia. Instalamos ali em 2009, em parceria com a Ericsson, sua primeira antena de

tecnologia de terceira geração, a qual já teve sua capacidade ampliada em três vezes.

A chegada da rede melhorou a vida das comunidades ribeirinhas, levando um surpreendente desenvolvimento para a região, no que diz respeito ao ensino, trabalho e relacionamentos pessoais. Pesquisa da Universidade Federal do Pará revela que 90% das pessoas acreditam que o celular mudou seu dia a dia para melhor, 53% avaliam que isso contribuiu para a criação de empresas e a geração de postos de trabalho e 74% declaram fazer uso da internet para melhorar o aprendizado.

Não paramos por aí. Em 2011, outras comunidades passaram a ter acesso à nossa rede 3G e serviço de voz. Levamos a conectividade aos moradores de Lagoa do Carro, município da Zona da Mata pernambucana com cerca de 15 mil habitantes que recebeu a 1.500ª Estação Rádio Base (ERB), nomeada Governador Miguel Arraes. Além dele, centenas de outras cidades, como Catas Altas da Noruega (MG), Travesseiro (RS) e Nova Rosalândia (TO), foram brindadas com a nova tecnologia. Grande parte das solenidades de inauguração contou com a presença de autoridades políticas, de representantes das comunidades e do presidente da Telefônica no Brasil, Antonio Carlos Valente.

As regiões beneficiadas contam ainda com o apoio de projetos da Fundação Telefônica | Vivo em parceria com prefeituras, escolas e conselhos tutelares em defesa dos direitos da criança e do adolescente.

Inclusão econômica

Levar conexão de qualidade ao maior número possível de pessoas é uma das missões prioritárias da Telefônica | Vivo. Por isso, alinhados à política de inclusão digital do governo federal, firmamos em 30 de junho um termo de compromisso em sintonia com o determinado pelo Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) para oferecer banda larga popular em 622 municípios do Estado de São Paulo até 2013 – sendo as primeiras 229 cidades a partir de 28 de setembro de 2011.

No entanto, já havíamos nos antecipado e, voluntariamente, ofertávamos, antes da data estabelecida, banda larga móvel nos mais de 2 mil municípios brasileiros onde está presente nossa rede móvel 3G, por R\$ 29,90. A opção pelo acesso via rede fixa por R\$ 29,80 também está disponível em 229 municípios paulistas, podendo ser combinada com linha fixa, como previsto na parceria fechada com o governo federal, com mensalidade de até R\$ 65,00.

Em dezembro, já havíamos alcançado a marca de 1 milhão de clientes de serviços de banda larga popular – crescimento em torno de 300 mil usuários (+43%) em menos de três meses. No primeiro semestre de 2012, a Telefônica | Vivo haverá expandido a oferta do PNBL para outros 71 municípios paulistas, totalizando 300 cidades atendidas só no Estado de São Paulo.

Inclusão na Campus Party

A Campus Party fomentou a inclusão digital por meio do Batismo Digital, ação que deu a 5 mil pessoas a chance de entrar em contato com a tecnologia pela primeira vez. O empreendedorismo também foi estimulado em concursos promovidos pela Telefônica, nos quais os participantes foram convidados a pensar e se engajar



em novas ideias de negócios para a área de tecnologia, gerando soluções às demandas da sociedade.

Serviços convergentes

Nos esforços para reunir cada vez mais os serviços de banda larga fixa e móvel da empresa e facilitar a vida das pessoas por meio da conexão em qualquer lugar, a Telefônica | Vivo passou a ofertar aos já clientes, e também aos novos clientes, dos produtos de internet de alta velocidade – Speedy, Ajato e fibra ótica –, pacotes móveis Vivo Internet Brasil com 50% de desconto nas mensalidades por um período de 12 meses, além de lhes dar o modem.

Nosso propósito de atender mais e melhor o consumidor tem nos levado a desenvolver ações de expansão dos serviços fixos a outros Estados, apoiados na sólida experiência de quem atende ao exigente mercado paulista. Nesse sentido, lançamos o Vivo Fixo (serviços fixos baseados na infraestrutura da rede móvel) e o Vivo Box (com telefone fixo, internet e wi-fi num único aparelho). Já disponíveis nas regiões metropolitanas de Porto Alegre, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Vitória, essas soluções serão estendidas a outras localidades ao longo de 2012.

Tais iniciativas marcam nossos passos no caminho da captura de sinergias e do desenvolvimento de soluções a partir de uma visão integrada fixo-móvel.

Um marco importante na nossa área de atuação em 2011 foi a abertura do mercado de TV a cabo, quando passamos a consolidar a base de clientes da TVA. Em 2011 atingimos 699 mil clientes, um crescimento de 43,7% em relação a 2010.

Fixo e móvel multiplicando conexões

Outra mostra de como temos ampliado nossos horizontes e levado conectividade a cada vez mais pessoas é o investimento maciço que a Telefônica | Vivo tem realizado na rede de ultra banda larga via fibra ótica FTTH (Fiber To The Home – Fibra Conectando a Casa). O FTTH já possui 50 mil clientes conectados e mais de 1 milhão de domicílios aptos a utilizá-lo na capital e em mais 15 cidades do Estado de São Paulo, resultado 4,5 vezes maior que os 11,5 mil clientes conectados no final de 2010. Esses clientes têm uma velocidade média contratada acima de 20 MB e apresentam uma taxa de desconexão significativamente reduzida.

Acessibilidade

Reconhecemos a importância de nosso papel na inserção socioprofissional das pessoas com deficiência e, por essa razão, estabelecemos premissas básicas para o desenvolvimento do Programa de Inserção, desenvolvido sob a ótica da igualdade de oportunidades:

- ➔ Realizar a distinção entre o conceito de responsabilidade social empresarial e a noção de filantropia;
- ➔ Não contratar pessoas para simples cumprimento de legislação, a fim de que haja o respeito pelas capacidades e potencialidades e se mantenha o compromisso de oferecer-lhes uma carreira, com as mesmas possibilidades e desafios que se oferece para não portadores de deficiência.

Dentre as iniciativas colocadas em prática nesse sentido, incentivamos a qualidade da inclusão, por meio da sensibilização de gestores e colaboradores para que contribuam com a integração desses profissionais e influenciem positivamente na prevenção de atitudes discriminatórias.

Desenvolvemos políticas de acompanhamento dessas iniciativas, de modo a reter os colaboradores admitidos por meio do projeto de elevação de escolaridade e qualificação profissional. São oferecidos a eles curso supletivo para conclusão do ensino médio e formação com foco em telecomunicações, administração em recursos humanos e informática.

Ao final de 2011, a Telefônica | Vivo contava com 489 profissionais portadores de algum tipo de deficiência, número ainda inferior ao estabelecido na legislação, porém 9,6% superior ao ano anterior.

No âmbito cultural e esportivo, também apoiamos projetos de inclusão social e inclusão de pessoas com deficiência. Um deles é o Vivo Remando, que capacita jovens com algum tipo de deficiência nessa modalidade esportiva, a fim de formar uma equipe profissional de competição que tenha condições de representar a Telefônica | Vivo nos campeonatos da categoria. Em 2011, nossa equipe de remo adaptado possuía 20 atletas.

Tornamos a cultura acessível para pessoas com deficiência visual por meio da audiodescrição nos espetáculos realizados no Teatro Vivo, em São Paulo, que também conta com tradução em Libras, transcrição para pessoas com deficiência auditiva e espaço acessível a cadeirantes.



Acessibilidade no negócio

Em relação às áreas urbanas, o Estado de São Paulo possui uma das maiores densidades de telefones públicos do mundo: são 215.656 unidades instaladas, número pouco inferior ao registrado em 2010, devido ao acordo firmado entre as operadoras e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em função da queda em sua demanda. Dentre as unidades, 9.226 são adaptadas para cadeirantes e 4.003, para pessoas com deficiência auditiva e da fala, cujo atendimento é realizado via Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte (Siso). Desde 2010, todos os telefones públicos foram adaptados com disponibilidade de aviso sonoro para deficientes visuais. Esse dispositivo, entre outras funções, informa a quantidade de créditos existente no cartão telefônico.

Há pelo menos um aparelho em todas as localidades com mais de 100 habitantes, e nas áreas urbanas de todo o Estado não é necessário caminhar mais que 300 metros para encontrar um telefone público.

A Telefônica | Vivo tem produtos e serviços móveis que facilitam a vida de deficientes auditivos e os deixam cada vez mais conectados. Entre eles estão o Torpedo Recado, que transforma mensagens de voz da caixa postal em textos no formato SMS; o Vivo Mais Mensagens, que traz pacotes de mensagens de texto para esse público; e o Atendimento via SMS, gratuito, 24 horas por dia, 7 dias por semana – uma forma de atendimento prática, acessível e inclusiva.



Resposta a situações de emergência

Os serviços de telecomunicações têm um papel fundamental na gestão das emergências na área da saúde, catástrofes naturais e outras circunstâncias de gravidade semelhante, já que permitem antecipar alertas de forma maciça, coordenar os distintos grupos que devem intervir, proporcionar suporte às iniciativas de colaboração e melhorar a eficácia das equipes de salvamento.

Na Telefônica | Vivo somos conscientes da responsabilidade que uma boa gestão de nossas redes pode ter na prevenção, redução e mitigação desse tipo de situação. Por isso, são estabelecidos Planos de Continuidade do Negócio em nível global, a fim de continuarmos oferecendo serviços de telecomunicações com normalidade em casos de emergência em qualquer lugar em que nossos serviços estiverem. Todos esses planos seguem normas internacionais e são elaborados levando em consideração as características e riscos de cada região. Sua aplicação geralmente envolve plataformas de comunicação de contingência para dar suporte às operações e agilizar a recuperação em caso de queda de sistemas. O fato de estarmos presentes em todas as regiões do País também nos permite trabalhar em colaboração com outras operadoras em caso de necessidade.

Os planos puderam ser colocados em prática no início de 2011, quando algumas cidades da região serrana do Rio de Janeiro foram atingidas por um grande volume de chuvas, que causou alagamentos e danos a diversas casas, monumentos e edifícios históricos. Os trabalhos de restabelecimento dos serviços de telefonia móvel foram rapidamente iniciados; além disso, a Telefônica | Vivo cedeu 30 aparelhos móveis, com planos de voz e dados para a Defesa Civil, que serviram para a comunicação com os abrigos das áreas atingidas. Outra ação importante foi o envio de "SMS Social" para todos os clientes de nossa operadora móvel, a fim de incentivar o envio de doações à Cruz Vermelha, ao lado da qual 100 colaboradores da companhia trabalharam como voluntários na gestão e separação dos artigos recebidos.

Projetos sociais

As mudanças na companhia não ocorreram somente no âmbito dos negócios. A Fundação Telefônica, braço social da Telefônica Brasil, iniciou em meados de 2011 a absorção do Instituto Vivo, passando a ser nomeada Fundação Telefônica | Vivo. Como decorrência disso, iniciou a expansão de suas atividades para todo o território nacional (até então, estavam concentradas no Estado de São Paulo, área de atuação da Telefônica SP).

Durante o ano de 2011, a Fundação Telefônica | Vivo investiu cerca de R\$ 36 milhões em projetos sociais que beneficiaram mais de 680 mil pessoas.

Presente na Espanha e em outros 13 países da América Latina, a Fundação Telefônica instalou-se no Brasil em março de 1999 e, desde então, já desenvolveu centenas de projetos que beneficiaram milhares de pessoas no País. Sua missão é contribuir para a construção do futuro das regiões onde a Telefônica está presente, estimulando o desenvolvimento social a partir da educação e da defesa dos direitos da criança e do adolescente.

O trabalho do Instituto Vivo, criado em 2004, consistia no investimento de projetos de educação e geração de oportunidades de trabalho e renda para jovens em todo o País, com o enfoque na inclusão de pessoas com deficiência e formação de redes.

Já integrada, a Fundação Telefônica | Vivo realizou uma intensa avaliação dos projetos anteriormente realizados por ambas as instituições para desenvolver seu planejamento estratégico para os próximos anos.

A instituição passou a priorizar quatro linhas de atuação: Infância e Adolescência (com foco em Combate ao Trabalho Infantil), Educação e Aprendizagem, Desenvolvimento Local e Voluntariado. Também foi estruturada uma linha de Debate e Conhecimento, com o objetivo de estimular, divulgar e compartilhar reflexões de temas relevantes com a sociedade.

Ao estabelecer esse foco, projetos relacionados a outras áreas de atuação passaram a ser tratados dentro de um plano de saída ou transferidos para a Telefônica Brasil, como é caso das Iniciativas Culturais, absorvidos pela área de Desenvolvimento Cultural, e das ações relacionadas à inclusão de pessoas com deficiência, assumidos pela área de Sustentabilidade.

A Fundação também definiu uma nova forma de atuar a partir de 2012, estruturada em três eixos. O primeiro deles, batizado de "transformar", baseia-se na implementação de projetos de transformação de uma realidade social, em poucos locais e com atuação profunda, e que servirão como laboratórios de inovação social a serem replicados.

O segundo eixo, chamado "potencializar", tem o objetivo de ampliar essas experiências atuando em parceria com outros atores – empresas, governos, organismos multilaterais e ONGs, entre outros. Por fim, foi estabelecido o eixo "mobilizar" para engajar a sociedade e aproveitar o ativo de ser parte de uma empresa de telecomunicações e em prol das causas sociais.

Detalharemos a seguir os projetos realizados em 2011 que, a partir do início de 2012, passarão a receber novo formato, sob os novos eixos de atuação.

Infância e Adolescência

Em 2011, a Fundação Telefônica | Vivo manteve sua atuação em defesa dos direitos da criança e do adolescente. A partir do processo de planejamento estratégico, decidiu-se que a área para concentrar esforços seria o combate ao trabalho infantil, uma causa abraçada pela Fundação em todos os países da América Latina. A instituição atende, por meio de parcerias, mais de 245 mil crianças e adolescentes latino-americanos, sendo aproximadamente 15 mil no Brasil. Em 2011, registrou taxa anual de retiro do trabalho infantil de 64% entre as crianças e adolescentes atendidos.

Uma ação de destaque foi a terceira edição da capacitação de professores da rede pública de ensino, a respeito do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Ao todo, 2.500 educadores ligados a programas de erradicação do trabalho infantil e que atendem adolescentes em conflito com a lei, como a Fundação Casa, passaram pelo curso a distância denominado ECA na Escola, administrado pelo Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (Ceats), ligado à Fundação Instituto de Administração (FIA).

O Portal Pró-Menino (www.promenino.org.br), que conta com 200 mil visitas ao mês, busca contribuir para a garantia do direito de crianças e adolescentes por meio da disseminação da informação, do apoio a organizações que lidam com esta temática e da sensibilização da população em geral. Por meio dele, foi realizado o 7º Concurso Causos do ECA, em parceria com a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI). A premiação recebeu 1.167 histórias reais de transformação social, ocorridas a partir da aplicação do ECA. Foram entregues R\$ 125 mil em prêmios aos vencedores em cada categoria: "ECA como instrumento de Transformação", "ECA na Escola" e "ECA atrás das Câmeras".

Sob a temática da promoção dos direitos da infância e juventude, com vistas a garantir a proteção integral desse público, a Fundação realizou dois seminários em 2011. Em maio, o seminário Redes e

Sustentabilidade no Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente (SGDCA), realizado em São Paulo, discutiu os principais desafios e as novas oportunidades para o fortalecimento das redes de atenção na área da infância e juventude, bem como as possibilidades trazidas pelas inovações tecnológicas.

Em setembro, aconteceu o seminário A Sociedade em Rede e a Criança e o Adolescente, na cidade de Olinda, Pernambuco. Voltado para o trabalho de conselheiros tutelares, o evento explorou metodologias, ferramentas e conceitos que podem contribuir para a formação e o desenvolvimento desses conselhos.

A Fundação Telefônica|Vivo passará, por sua vez, a estimular a erradicação do trabalho infantil nas regiões mais afetadas do País, por meio do apoio a políticas públicas, e trabalhará para a implantação de ferramentas e tecnologias de formação de redes.



Ação Proteção

Dentro do eixo Infância e Adolescência, a Fundação Telefônica | Vivo desenvolve, em parceria com o Ministério Público do Estado de São Paulo e a Childhood Brasil, o Projeto Ação Proteção. A iniciativa resultou de acordo firmado pela Telefônica com o Ministério Público, com a participação do Procon/SP, em razão da paralisação do serviço de internet da empresa, em 3 de julho de 2008.

A essência do projeto está no fortalecimento de redes de combate à violência e à exploração sexual de crianças e adolescentes em 30 municípios parceiros no Estado de São Paulo. Como parte importante do projeto, foi realizada em 2011 uma ampla campanha de marketing para chamar a atenção da população para o tema. A iniciativa teve como objetivos articular e capacitar os organismos envolvidos, bem como sensibilizar a sociedade. Também foram realizadas ao longo do ano ações de formação, mobilização, prevenção e capacitação dos agentes municipais para o atendimento a crianças, adolescentes e famílias que tenham enfrentado o problema ou estejam vulneráveis.

Educação e Aprendizagem



A atual vertente de trabalho Educação e Aprendizagem dedica-se à inovação do aprendizado por meio das tecnologias de informação e comunicação, usando-as como principal meio de inclusão digital e recurso pedagógico.

Desde 2002, a Fundação tem como um de seus objetivos a promoção da melhoria da qualidade da educação pública através de seu portal aberto e gratuito (www.educarede.org.br), criado prioritariamente para alunos e professores do ensino público fundamental e médio e que oferece conteúdos exclusivos sobre temas atuais.

Dentre as ações realizadas em 2011, vale destacar o apoio à Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro e a Unesco na capacitação de estagiários que, posteriormente, orientariam o uso de tecnologias nas salas de informática das 150 escolas participantes do Programa Escolas do Amanhã. Criado em 2009 pela Secretaria, o programa visa reduzir a evasão escolar e mudar a realidade dos alunos que moram em áreas conflagradas da cidade. A formação de 300 estudantes universitários, em sua maioria moradores das comunidades beneficiadas pelo programa, teve o objetivo de sensibilizar estagiários para que atuassem junto aos alunos e professores na ampliação do uso das tecnologias, na sistematização de rotinas e procedimentos nas salas de informática, e na orientação ao uso ético e responsável da internet.

A primeira ação conjunta da Fundação Telefônica e do Instituto Vivo foi realizada na Campus Party 2011 (leia mais no capítulo Inclusão Digital), quando as duas instituições promoveram três debates envolvendo tecnologia e sua relação com a educação, a cultura e o comportamento dos jovens. O primeiro tratou sobre a geração de jovens que já nasceu imersa na cultura digital e que está provocando uma revolução silenciosa.

O segundo debate, "Educação e Cultura Digital – Uma Combinação Necessária", discutiu as maneiras com que os meios tecnológicos podem favorecer a produção do conhecimento em contextos educativos. Já o terceiro debate, "Tecnologia e Cultura: Produção, Difusão e Acesso", tratou do papel que a tecnologia tem desempenhado em benefício da cultura, ampliando meios de produção artística e cultural e facilitando a inclusão social.

Outra ação relevante da área de Educação e Aprendizagem é o projeto Aula Fundação Telefônica, que envolve a doação de notebooks e infraestrutura tecnológica, além de capacitação técnica, para que educadores incorporem as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) às aulas. O projeto está sendo ampliado e utilizado em sete municípios do Estado de São Paulo: Diadema, Campinas, Hortolândia, Santos, Bauru, Bebedouro e Ourinhos. São 36 escolas atendidas, 1,8 mil educadores envolvidos e 21,6 mil estudantes beneficiados.

Desenvolvimento Local

Essa nova linha de atuação tem origem em experiências do Instituto Vivo que buscavam gerar impacto social positivo no entorno da empresa, potencializando o protagonismo das comunidades no processo de resolução de seus problemas.

Em 2011, a Fundação decidiu criar uma linha de atuação, estruturando equipe e projetos de desenvolvimento local. Ela acredita que essa atuação social delimitada em territórios tem o potencial de demonstrar na prática o impacto positivo do negócio, funcionando com um laboratório de inovação social.

Em 2012, a Fundação irá sistematizar as experiências, realizando pesquisas para avaliar o impacto da chegada da conexão nessas comunidades.

Uma das experiências mais simbólicas em Desenvolvimento Local vem sendo realizada no Estado do Pará. A partir da instalação de três antenas com tecnologia 3G pela Vivo em Belterra, Mojuí dos Campos e Suruacá, foram levados também projetos de educação, saúde e fortalecimento comunitário, em parceria com a ONG Saúde e Alegria, beneficiando 140 comunidades com uma população de 30 mil pessoas.

Na área de Educação, foram implantados Arranjos Educativos Locais, envolvendo diferentes atores na educação comunitária, e realizadas oficinas de vídeos e de mídias sociais utilizando o celular. No eixo de Saúde, o Barco Abaré – que realiza atendimento à população ribeirinha ao longo do Rio Tapajós – recebeu equipamentos para telemedicina e pronto-atendimento. Para o Desenvolvimento Comunitário, foram realizadas jornadas de capacitação sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e também doados celulares (com créditos de voz e dados) para as associações de moradores.

Os bons resultados desse projeto e ainda um retorno financeiro do investimento inspiraram o projeto de expansão nacional da tecnologia 3G pela empresa.

Outra experiência bastante importante é o programa Pescando com Redes 3G, realizado em Santa Cruz Cabralia, no litoral da Bahia, em parceria com a Qualcomm. A região tem a pesca como uma das principais atividades econômicas e muitas famílias dependem dela para viver. A ausência de investimentos e a infraestrutura arcaica, porém, estavam levando à falta de oportunidades e causando a migração das pessoas em busca de trabalho. O Pescando com Redes 3G passou a oferecer treinamento e apoio técnico para que os pescadores possam melhorar suas condições de vida pelo uso das TIC. Para isso, a Fundação Telefônica | Vivo disponibiliza telefones celulares com acesso à rede 3G e um aplicativo que oferece aos pescadores informações sobre navegação, clima, marketing, venda direta e dados, entre outras funcionalidades.

Outras duas experiências de Desenvolvimento Local estão sendo desenvolvidas em bairros da cidade de São Paulo. No Parque Santo Antônio, zona sul da cidade, a atuação compreendeu a instalação da Biblioteca para Todos, com computadores, conexão à internet, celulares e realização de workshops, aplicação de pesquisa para avaliar impactos e desenvolvimento de um processo de cocriação com a comunidade para resolução dos problemas. Já na Barra Funda, zona oeste, a Fundação atua em parceria com a T Gestiona,

com apoio da ONG Cidade Escola Aprendiz, no fortalecimento de lideranças locais. Nessas duas comunidades urbanas, a Fundação também está atuando com projetos de capacitação de jovens para o mercado de trabalho.

Outra iniciativa colocada em prática foi o projeto Wikimapa, realizado pela Rede Jovem, da organização não governamental Solidaritas. O projeto, desenvolvido em 2011 em 16 comunidades do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, tem por objetivo criar um mapa virtual desses locais. O mapeamento de ruas que ainda não constam nos serviços de pesquisa e visualização de mapas na internet é feito por jovens das comunidades com uso do celular. São identificados também os ativos locais e pontos de interesse público, como hospitais, escolas, comércios, ONGs, praças e quadras esportivas.

Voluntariado

A Fundação também coordena, em parceria com a Telefônica | Vivo, o programa Voluntários Telefônica, que busca envolver os colaboradores da companhia em ações de voluntariado em diferentes linhas de atuação, como capacitações, apoio a projetos em que os colaboradores já são voluntários, campanhas para doação de sangue e brinquedos. O programa conta com cerca de 4.500 colaboradores inscritos.

Uma ação-marco é o Dia dos Voluntários, realizado no País desde 2006, que permite que colaboradores doem seu dia em trabalhos

a atividades em benefício de organizações e comunidades, em atividades de reformas e construções, recreação, jardinagem, paisagismo e estruturação de bibliotecas e brinquedotecas. Com a integração entre a Telefônica e a Vivo, o evento ganhou um significado ainda mais especial, marcando a criação de uma única empresa.

A ação, que antes costumava acontecer em cinco cidades, foi ampliada para outras sete, chegando a 12 municípios. No dia 7 de outubro de 2011, ela aconteceu nas seguintes cidades: São Paulo, Rio de Janeiro, Campinas, Ribeirão Preto, Porto Alegre, Recife, Salvador, Curitiba, Brasília, Belo Horizonte, Goiânia e Belém. Mais de 3 mil colaboradores participaram da iniciativa.

Na cidade de São Paulo, os voluntários reformaram não apenas uma instituição, como ocorria nos anos anteriores, mas transformaram diversos equipamentos públicos na Barra Funda. Sob a coordenação de artistas plásticos, arquitetos e cenógrafos, cerca de 2 mil colaboradores do Grupo Telefônica tomaram parte nas atividades de reforma das praças, escolas, abrigo e centro de saúde do bairro. Para que isso fosse possível, a Fundação se reuniu com lideranças e moradores do bairro a fim de entender suas necessidades e desejos.

Outro destaque do programa é o Solidriedade nas Férias, projeto global destinado a valorizar o espírito solidário entre os colaboradores, estimulando a realização de atividades voluntárias



em suas férias em outros países da América Latina. Em 2011, foram selecionados três colaboradores brasileiros, que atuaram por três semanas em ONGs apoiadas pelo programa Pró-Menino no Panamá, Venezuela e El Salvador.

O programa também realiza campanhas ao longo do ano para promover doação de sangue e itens como agasalho e brinquedos. Elas podem também ser acionadas a partir de situações de emergência, como foi o caso do desastre ocasionado pelas chuvas no Rio de Janeiro no início do ano.

Em dezembro, mais de 2.700 colaboradores do Grupo participaram da Campanha de Natal. Foram beneficiadas cerca de 8 mil pessoas em 31 cidades de todas as regiões brasileiras, por meio de doação de alimentos, brinquedos, roupas e material de higiene. Além de arrecadarem doações, os colaboradores visitaram instituições beneficentes e desenvolveram atividades lúdicas com as crianças. Somente junto aos Correios, foram atendidas 960 cartas enviadas por crianças ao Papai Noel na cidade de São Paulo, número 12,7% superior a 2010. Foram

entregues 1.840 quilos de alimentos. Apenas uma das unidades da empresa em São Paulo doou 10 mil brinquedos.

Entre o fim de 2011 e o início de 2012, a Fundação liderou a renovação do programa de voluntariado. O processo de construção do novo programa contou com a participação ativa dos colaboradores das empresas do Grupo no Brasil. Entre as mudanças para 2012 estão o reforço do uso de tecnologias nas ações do programa, fazendo com que ele esteja mais identificado com o negócio do Grupo.

Outra alteração foi o estabelecimento de um modelo de governança mais descentralizado, possibilitando o crescimento do programa. Há um Comitê Estratégico (formado por diretores das várias empresas do Grupo e Fundação Telefônica | Vivo) e uma Coordenação Executiva, responsáveis pela estratégia e pelas diretrizes do programa. Além disso, para cada regional da companhia no país foram estabelecidos Embaixadores, responsáveis por coordenar os distintos Comitês de Voluntários mistos, formados por colaboradores das diversas empresas do Grupo.

Debate e Conhecimento

Essa linha de atuação transversal foi estruturada em 2011 com o objetivo de estimular, divulgar e compartilhar reflexões de temas relevantes com a sociedade. Entre as principais ações desenvolvidas em 2011 estão a realização de debates e o lançamento de publicações que tratavam do impacto das tecnologias para a sociedade.

Para enriquecer o debate sobre as novas carreiras da área de tecnologia que oxigenam o mercado de trabalho atual e podem determinar profundas mudanças sociais, econômicas e ambientais no futuro e, assim, contribuir para uma sociedade mais digital e inclusiva, a Fundação Telefônica | Vivo realizou, no segundo semestre de 2011, o Ciclo de Novas Profissões. Trata-se de um projeto de forte repercussão social, voltado a identificar as profissões do futuro, especificamente relacionadas às TIC.

Realizado em sete capitais brasileiras (São Paulo, Belém, Florianópolis, Goiânia, Recife, Belo Horizonte e Rio de Janeiro), ao longo de três meses, o evento foi pautado por uma série de encontros com diferentes públicos entre jovens, profissionais das áreas ligadas à tecnologia e empreendedores sociais, para discutir sobre as profissões que estão surgindo, suas tendências e seu potencial de transformação do mercado de trabalho. Essas discussões foram feitas com a participação de líderes digitais, que coordenaram os trabalhos com os participantes a partir de um conceito de cocriação de ideias.

Em novembro, a Fundação Telefônica | Vivo lançou duas publicações. O *InnovaLatino: Promovendo a Inovação na América Latina* é o resultado de pesquisa exclusiva no continente que aponta que a inovação pode ajudar a América Latina a crescer economicamente, aumentar a produtividade, incrementar o comércio e melhorar o bem-estar da população. O estudo foi conduzido durante dois anos pela escola de negócios Insead e pelo Centro de Desenvolvimento da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), com o apoio da Fundação Telefônica | Vivo. Foram ouvidas 1.500 empresas na Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Peru e Uruguai. A publicação reúne, ainda, mais de 50 estudos de caso de diferentes empresas e organizações identificadas como líderes em inovação nos seus setores.

O livro *Um Mundo Conectado – As TIC Transformando Sociedades, Culturas e Economias*, coeditado com a instituição americana The Conference Board, traz os resultados de pesquisa realizada em todo o mundo, durante dois anos, cujo objetivo foi analisar como as tecnologias têm evoluído e quais seus impactos nos diferentes países. O estudo detalha como as novas relações geradas pelas TIC podem fomentar e apoiar a inovação, assim como permitir a integração de ideias, de valores e de culturas, permitindo que as sociedades avancem.



Incentivo à cultura e ao esporte

A Telefônica | Vivo patrocina atividades com o objetivo principal de democratizar o acesso da população à cultura, promover a inclusão social por meio do esporte e o uso social das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Entre as ações realizadas em 2011 destacam-se:

↳ **Telefônica Sonidos** – A companhia deu continuidade à plataforma “Sonidos”, série de eventos musicais que mescla diferentes gêneros da cultura musical em um único palco. Mais de 20 mil pessoas estiveram presentes nas sete edições gratuitas realizadas ao longo do ano no Parque do Ibirapuera, sob o tema “Misture-se”. Foi realizada ainda a segunda edição do Telefônica Sonidos Festival Mundo Latino, nos dias 26 e 27 de agosto, com forte intercâmbio entre artistas brasileiros e latinos nos dois palcos montados no Jockey Club de São Paulo.

↳ **Esportes** – A Telefônica | Vivo apoiou o projeto esportivo educacional Eu Vivo Esporte Craíbas, aprovado pela Lei de Incentivo ao Esporte e realizado pela Fundação Teotônio Vilela no município de Craíbas (AL), aplicando a tecnologia esportiva do Minas Tênis Clube nas três modalidades patrocinadas pela Vivo (futebol, vôlei e basquete) e incluindo digitalmente crianças de 9 a 16 anos.

No mesmo ano, a companhia inaugurou oito unidades do Centro Telefônica de Basquetebol, estruturado para identificar e desenvolver aptidão para a prática do basquete entre crianças com idade de 10 a 17 anos que estudam em instituições de ensino de 12 municípios paulistas. O projeto tem como madrinha a ex-jogadora profissional Hortência Marcari.

A companhia deu continuidade ao patrocínio da equipe masculina do Franca Basquetebol Clube (Vivo Franca) e do Vôlei Minas (vigentes até 2014), com o intuito de fortalecer o vínculo com a marca nas regiões de origem dos dois times.



Com vigência até janeiro de 2015, o patrocínio à CBF para as equipes de futebol de campo tanto feminina como masculina, das categorias de base até a principal, permite visibilidade nacional vinculada ao esporte mais popular do Brasil, garantindo somente à Vivo a exclusividade de direito de uso de conteúdos com a Seleção Brasileira para celular.

↳ **Cultura** – Alinhada com seu posicionamento, que visa melhorar a relação do indivíduo com a sociedade por meio de programas culturais coletivos, a Telefônica | Vivo desenvolve projetos realizados em gestão colaborativa entre artistas, produtores culturais, agentes do poder público e iniciativa privada. Nessa mesma linha de atuação, foram criadas as plataformas Conexão Vivo, de desenvolvimento do setor musical brasileiro; Vivo EnCena, de artes cênicas; Vivo Arte.Mov., de mídias móveis e locativas; e Vivo Lab, um laboratório de conceitos, ideias, experiências e ações. Em 2011, aproximadamente 210 projetos foram patrocinados em sete Estados e mais de 500 eventos foram realizados, com público direto de 2,2 milhões de pessoas.

Engajamento de stakeholders

A integração entre as empresas Telefônica e Vivo tornou ainda mais clara a necessidade de um diálogo transparente junto a nossos públicos, como forma de fortalecer relações e aumentar nossa capacidade de resposta às suas demandas. Dessa forma, o ano de 2011 foi marcado pela intensa atividade da empresa nas redes sociais, por seus perfis oficiais, como o Telefônica na Web (@telefonicanaweb) e o Vivo em Rede (@vivoemrede), e por outros perfis também usados para dialogar com o público externo, como o Vivo On (@vivoon).

Temos buscado cada vez mais nos relacionar com o público externo por meio das mídias sociais. Essa interação ocorre tanto para troca de informações como para divulgação de conteúdos sobre conectividade, novos produtos, ofertas e campanhas. Acreditamos que tal dinâmica não apenas modifica a maneira com que nos relacionamos com nossos clientes e a sociedade, mas também nos auxilia a implementar processos de melhorias em nossos produtos e serviços, à medida que recebemos queixas, sugestões e outros comentários.

Para nós, tão importante quanto buscar a satisfação dos clientes é fazer com que todos os colaboradores e parceiros estejam capacitados e inspirados pela missão de simplificar a vida de nossos clientes e ampliar suas possibilidades de conexão. Nesse sentido, avançamos na preparação de nossos públicos internos para atuarem como porta-vozes da companhia em seus próprios perfis nas redes sociais, por sua importância na solidificação da imagem pública da empresa. A Intranet Corporativa ganhou mais interatividade com as mídias sociais (Facebook, Twitter e Google+) e os colaboradores tornaram-se disseminadores das ações da Telefônica | Vivo por meio de posts em suas próprias redes, utilizando para isso o compartilhamento de conteúdos a partir da própria Intranet Corporativa.

A comunicação interna exerceu também um importante papel no processo de integração, informando com clareza, e no momento oportuno, sobre importantes passos nessa transformação da companhia. A fim de unificar a informação para todos, foi criado um Hotsite de Integração, com notícias, novas políticas, dados das duas empresas e outras informações relevantes.

Além disso, foram lançados os novos canais internos da empresa. Os mais de 20 mil colaboradores agora contam com uma newsletter diária, o "Conectados – Informativo", além do "Conectados – Executivo", comunicado eletrônico destinado aos executivos. E todas as notícias e informações da empresa estão disponíveis na "Conectados – Intranet".

Com tamanhas mudanças na companhia, foi realizado um estudo a fim de explorar o que o consumidor domiciliar entende quanto ao conceito de convergência, com o propósito de desenvolver um direcionamento a ser seguido com mais produtos, ofertas, conta e atendimento únicos e maneiras de informar e comunicar os clientes. O estudo, realizado em Curitiba, Porto Alegre e São Paulo, consistiu em discussões em grupos formados por clientes e não clientes, entre 30 e 45 anos, de classe A, B e C, decisores de assinaturas de serviços de celular para uso pessoal, telefone fixo, TV paga, banda larga fixa e banda larga móvel.



Segundo o resultado obtido, a maioria dos participantes enxerga o conceito de "convergência de serviços" – oferta de telefonia móvel + fixa + internet de banda larga + internet móvel + TV por assinatura – como uma melhoria na qualidade de serviços, redução de custos e maior praticidade para o usuário. Entendem que tal convergência deve levar a um meio único de atendimento e fatura, independentemente de quantos produtos estiverem integrados. Uma questão de consenso diz respeito ao atendimento das empresas de telefonia e TV paga, considerado muito ineficiente. Concluiu-se que a ideia de convergência é atrativa, sugere benefícios quanto a facilidade, comodidade, economia e qualidade de serviço, porém deixa margem para dúvidas e receios em função de experiências negativas.

Os inputs recebidos nos estudos são repassados às áreas correspondentes de produtos e serviços, qualidade e comunicação, a fim de gerar insumos para que os novos pacotes a serem planejados e lançados atendam, com mais efetividade, à demanda dos consumidores.

Balanço



Principais reconhecimentos à Telefônica | Vivo em 2011



A seguir, uma lista dos mais relevantes prêmios e distinções concedidos à companhia no período por veículos de imprensa e outras organizações.

- ↳ Líder no ranking das empresas de telecomunicações mais admiradas da revista *Fortune*
- ↳ Destaque no setor de Telecomunicações do ranking “Melhores e Maiores” da revista *Exame*
- ↳ 1º lugar na pesquisa FIA/Você S/A – As Melhores Empresas para Começar a Carreira
- ↳ As Melhores Empresas para Trabalhar, *GPTW/Época*
- ↳ As Melhores Empresas para se Trabalhar, FIA/*Exame*
- ↳ As Melhores em TI e Telecom, *GPTW/Época*
- ↳ Melhor do Setor Telecomunicações, *Exame*
- ↳ Campeã no ranking “As Melhores da Dinheiro”, da revista *Istoé Dinheiro*
- ↳ Vencedora da categoria Telefonia Fixa do Prêmio Best Customer Experience
- ↳ Destaque em acesso à internet no ranking anual de Telecom
- ↳ Entre as 20 vencedoras do Prêmio Época Empresa Verde
- ↳ Primeiro lugar no Folha Top of Mind 2011, na categoria Comunicação
- ↳ Vencedora do Prêmio Intangíveis Brasil, na categoria “Telecom, Internet e Mídia”
- ↳ Vencedora do Prêmio Best Customer Experience, na categoria Telefonia Móvel
- ↳ Destaque nos setores de telefonia fixa e móvel no ranking “As Empresas Mais Admiradas do Brasil 2011”, da *Carta Capital*
- ↳ Premiação “Melhores dos Maiores”, da Associação Comercial de São Paulo, que selecionou 16 destaques por seus resultados e eficiência comprovada
- ↳ Destaque no Prêmio Época Empresa Verde, da revista *Época*

Indicadores-chave



Percepção dos stakeholders	2011	2010	2009
Satisfação dos colaboradores (%)			
Fixo	86****	81	78
Móvel		85	82
Satisfação do cliente			
Telefônica Vivo	7.37****	6.67	6.35
Reputação junto à sociedade*			
RepTrak Pulse	48	45	39
RepTrak Index	52	50	44
RepTrak Oferta	51	48	37
RepTrak Trabalho	51	49	44
RepTrak Integridade	52	48	42
RepTrak Liderança	52	52	45
RepTrak Inovação	52	53	47
RepTrak Finanças	61	59	57
RepTrak Cidadania	51	51	46
Apoia causas sociais	51	50	45
Protege o meio ambiente	50	48	43

Indicadores Operacionais Telefônica

Impacto econômico (em milhões de R\$)**			
Receita líquida	34,234	30,966	24,609
Investimento em Infraestruturas (Capex)	5,741	4,930	3,625
Investimento em pesquisa e desenvolvimento	45.9	19.3	15.1
Impostos	14,235	13,037	10,228
Volume de compras contratado	17,844	15,733	12,821
Clientes			
Número total de acessos de clientes (em mil)***	86,864	75,920	67,679
Número total de reclamações (em mil)*	6,399	11,324	10,339
Empregados			
Número total de empregados**	105,731	101,920	83,897
Horas de formação por empregado****	19	26	23
Fornecedores***			
Número de fornecedores contratados	3,990	3,733	3,675
Sociedade			
Investimento social - Fundação Telefônica Vivo (R\$ milhões)	35,704	24,877	21,909
Beneficiados diretos da Fundação Telefônica	688,603	609,459	393,851

* Informações se referem exclusivamente à operação fixa da Telefônica | Vivo

** Para anos anteriores, dados incluem 50% da Vivo. A partir de 2010, passou-se a considerar 100% da companhia.

*** Números incluem totalidade da Vivo.

**** Para anos anteriores, dados se referem exclusivamente à operação fixa. A partir de 2011, passou-se a considerar 100% da companhia.

Diretrizes e realizações de 2011



Apoiadas nos Pilares do BSC e na estratégia da organização

Pilar	Diretriz	Cumprimento
Clientes	<p>Para alcançarmos nossos objetivos, é importante ter foco no cliente, buscando:</p> <ul style="list-style-type: none"> que os clientes se identifiquem com a nossa marca comercial e a prefiram frente aos nossos competidores; atender bem em todos os pontos de contato (canais de atendimento, rede, instalação, fatura, etc.), buscando solucionar as demandas dos clientes e reduzir as reclamações feitas nos órgãos como Anatel e Procon; ser uma empresa inovadora, disponibilizando canais de atendimento e venda digitais que tragam eficiência para a operação. 	<ul style="list-style-type: none"> A marca foi preferida em relação aos concorrentes, resultado apurado via pesquisa Tracking de Marcas. Fechamos o ano com uma redução na taxa de reclamações na Anatel por cliente de mais de 17%, em relação a janeiro de 2011. O atendimento online (via web, SMS e outros) praticamente dobrou em número de usuários em 2011.
Oferta	<p>Para atender bem, é necessário termos ofertas que possam suprir as necessidades de cada cliente, além de:</p> <ul style="list-style-type: none"> garantir o desempenho nos principais negócios da empresa, tais como linhas móveis pré e pós-pagos, linhas fixas residenciais e empresariais; cuidar dos negócios com potencial de crescimento, como dados e internet, buscando avançar na liderança do mercado; desenvolver novos negócios que serão nosso diferencial e fonte de receita no futuro. 	<ul style="list-style-type: none"> Tivemos um bom desempenho financeiro em todas as linhas de negócio em 2011, com destaque para o crescimento de mais de 2 milhões de clientes pós-pagos. Dados e internet foram produtos com alto crescimento de receita e principalmente de penetração na nossa base de clientes. Mais de 13 milhões dessas pessoas ganharam acesso à internet móvel. Novos negócios e sinergias totalizaram ganhos de quase R\$ 1 bilhão.
Plataforma	<p>Para dar suporte ao crescimento e ao dia a dia da operação, devemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> garantir a qualidade e a cobertura de rede para que nossos clientes sempre possam utilizar nossos serviços; manter a confiabilidade dos sistemas para nossos clientes internos e externos; garantir o cumprimento dos projetos estratégicos para a companhia, que sustentarão nosso crescimento e rentabilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Tivemos projetos estruturantes importantes implementados em 2011. Nossos sistemas mantiveram-se online e com performance acima da média. Nossas redes móvel e fixa apresentaram uma disponibilidade ao cliente que suportou o crescimento do negócio, inclusive em regiões onde entramos recentemente, como o Nordeste.
Sustentável	<p>Para construir os melhores resultados, precisamos pensar nas pessoas, pois elas garantirão a perenidade da companhia, e na sustentabilidade em todas as suas dimensões. Para isso devemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> buscar eficiência nos nossos processos; garantir que as pessoas estejam motivadas e comprometidas, pois elas são o nosso diferencial. 	<ul style="list-style-type: none"> Redesenhamos processos e buscamos a eficiência de maneira incansável. Mantivemos um excelente clima interno, com mais de 85% de respostas positivas na pesquisa de clima e compromisso, aplicada a todos os colaboradores.

Diretrizes 2012



Pilar 2012	Diretriz
Focada no cliente	Comunicar à empresa que ela deve manter seu foco no cliente, garantindo que: <ul style="list-style-type: none">• A marca comercial Vivo seja a preferida pelos consumidores;• Nossa empresa estabeleça um relacionamento personalizado e maior fidelização com nossos clientes;
Captura do crescimento	Que o crescimento do nosso mercado capturado ocorra de maneira estratégica e rentável: <ul style="list-style-type: none">• Aumentando a convergência das ofertas aos nossos clientes;• Capturando o valor criado em todos os mercados;• Fazendo com que a internet e a inovação sejam as alavancas para o nosso crescimento.
Melhor plataforma	Para garantir o crescimento da operação, precisamos de: <ul style="list-style-type: none">• Qualidade e cobertura das redes móvel e fixa, assegurando a qualidade do serviço ao cliente;• Manutenção da confiabilidade e da performance dos nossos sistemas.
Mais eficiente	E com isso garantindo o nosso crescimento, de maneira eficiente e com retenção de talentos: <ul style="list-style-type: none">• Promovendo o equilíbrio entre crescimento e rentabilidade, sempre buscando sustentabilidade do nosso negócio.;• Incentivando nossos clientes a interagir com a Vivo pelos canais de atendimento e comércio digital;• Assegurando que os nossos colaboradores tenham um alto nível de satisfação e se orgulhem de trabalhar na Telefônica Vivo.

Verificação Independente

Uma mensagem da Ernst & Young Terco

Em nome do Comitê de Auditoria e Controle, revisamos o Informe Anual de Responsabilidade Corporativa 2011 do Grupo Telefônica no Brasil. O relatório é composto de duas partes: essa impressão do documento e a versão online completa do mesmo, disponível em:

http://telefonica.mediacgroup.com.br/pt/Responsabilidade_Ambiental/Sustentabilidade.aspx

A preparação do Informe Anual de Responsabilidade Corporativa e Sustentabilidade 2011 do Grupo Telefônica no Brasil, assim como o conteúdo do mesmo, é de responsabilidade da Administração do Grupo Telefônica, que preparou tal informe com base em:

- Princípios e indicadores estabelecidos no guia de referência G3 da Global Reporting Initiative (GRI).
- Princípios da norma AA1000 APS 2008 emitida pela AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para as atividades desenvolvidas pelo Grupo Telefônica no Brasil.

Alcance do trabalho

As verificações consistiram em:

- **Verificação do cumprimento dos padrões da GRI**

1. A adequação da estrutura e do conteúdo do Informe aos princípios e diretrizes estabelecidos nas diretrizes G3.
2. O adequado rastreamento da informação e dos dados correspondentes aos indicadores centrais e adicionais e do Suplemento Setorial de Telecomunicações, assim como a razoabilidade do critério seguido para consideração, em alguns casos, como não aplicáveis.

- **Verificação sob a consideração da norma AA1000AS**

Os procedimentos de verificação foram desenvolvidos para avaliar, para o limite mencionado anteriormente, que o Informe de Responsabilidade Corporativa está adequado aos seguintes princípios:

1. Completude: Implicações e exigências das partes interessadas na determinação do conteúdo a ser incluído.

2. Materialidade ou relevância: Inclusão de materiais e aspectos significativos em sustentabilidade em sustentabilidade para a empresa e seus stakeholders.
3. Capacidade de resposta: Determinação de objetivos e resposta às expectativas das partes interessadas e à comunicação adequada e oportuna dos planos a eles destinados.

Dessa forma, foram consideradas as diretrizes estabelecidas nas normas NBC TO 3000 (Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão) emitida pelo CFC (Conselho Federal de Contabilidade e ISAE 3000 (Assurance Engagements Other Than Audits or Review of Historical Financial Information), emitida pelo IFAC (International Federation of Accountants) aplicável para a realização de verificações de relatórios não financeiros.

Os procedimentos de verificação incluíram fundamentalmente a realização de entrevistas com executivos das áreas corporativas, revisão de informações relevantes do Grupo e de notícias publicadas na imprensa, revisão dos processos de recopilación de informação e comprovação do rastreamento dos dados nas informações reportadas para cada um dos indicadores.

Nossa Independência

As políticas de independência da Ernst & Young Terco são de aplicação à firma, aos sócios e a seus profissionais. Essas políticas proíbem qualquer interesse financeiro em nossos clientes que possam comprometer nossa independência. A cada ano, os sócios e os profissionais são chamados a confirmar o cumprimento dessas políticas da empresa. As normas de independência da Ernst & Young Terco excedem, em alguns pontos, os requerimentos da IFAC (Internacional Federation of Accountants).

Nosso relatório de Verificação Independente contém informações sobre o alcance do trabalho, o nível de verificação, as conclusões e nossa independência. Esse relatório está disponível em:

http://telefonica.mediacgroup.com.br/pt/Responsabilidade_Ambiental/Sustentabilidade.aspx

São Paulo, 20 de julho de 2012

Ernst & Young Terco
Auditores Independentes S.S.
CRC 2SP015199/O-6



Telefonica | **vivo**