

2012
Relatório Anual de
Sustentabilidade

Conexão que faz bem_

Telefónica

Sumário

1_

Carta do presidente mundial	3
Carta dos presidentes da América Latina e do Brasil	4
Telefônica no Brasil e no mundo	5

2_

Atitudes que fazem bem	7
-------------------------------	---

3_

Análise de materialidade	8
---------------------------------	---

4_

Dimensão econômica	9
Protagonismo no Brasil	10
Gestão de impactos	12
Privacidade e proteção de dados	13
Relacionamento com clientes	15
Inovação e empreendedorismo	19
Relacionamento com fornecedores	23
Nossos acionistas e investidores	26

5_

Dimensão ambiental	27
Gestão ambiental	28
Tecnologias verdes	36

6_

Dimensão social	40
Nossos colaboradores	41
Inclusão digital	46
Serviços sempre presentes	49
Investimento social	50
Incentivo à cultura, ao esporte e às tecnologias	59
Engajamento de stakeholders	62

7_

Balanco	63
Nossos principais reconhecimentos	64
Indicadores-chave	65
Realizações 2012	66
Diretrizes 2013	67
Verificação independente	68

Nosso compromisso com a sustentabilidade_

Para mim é um prazer apresentar a vocês o Relatório Anual de Sustentabilidade da Telefônica de 2012, que publicamos como sinal de nosso firme compromisso de transparência com todos os nossos stakeholders e que reforça a integridade e a sustentabilidade de nossa gestão.

Na Telefônica, vemos a gestão sustentável como a melhor forma de alcançar nossas possibilidades de transformar visão em realidade, a fim de criar valor para os colaboradores, clientes, acionistas, parceiros em nível mundial e em toda a sociedade.

A sustentabilidade é uma fonte clara de competitividade e progresso para a nossa empresa. Na relação com os clientes, por aumentar o valor da marca e o diferencial da Telefônica. Com nossos funcionários, por ajudar a mantê-los e oferecer-lhes um projeto estável em nossa companhia. Perante a sociedade, por reforçar nossa legitimidade no fornecimento de serviços digitais e permitir o desenvolvimento sustentável das comunidades em que operamos.

Na Telefônica participamos ativamente do debate para promover a sustentabilidade como parte da agenda pública em níveis regionais e internacionais. Por isso publicamos o nosso relatório segundo os princípios do Pacto Global e as normas internacionais, tais como o Global Reporting Initiative (GRI-G4). Além disso, aderimos a novas iniciativas, como o relatório integrado internacional ou a plataforma do Global Compact Lead, um projeto formado por cerca de 50 empresas multinacionais que buscam levar adiante a ideia da sustentabilidade sob o impulso das Nações Unidas.

Mais uma vez, agradeço a todos os que a cada dia trabalham conosco, porque juntos fazemos uma empresa e uma sociedade mais sustentáveis.



A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'C. Alierta', written over a horizontal line.

Cesar Alierta Izuel
Presidente Mundial do Grupo Telefónica

Superação e reconhecimento_

Temos a satisfação de mais uma vez apresentar o Relatório Anual de Sustentabilidade da Telefônica Brasil, agora em sua nona edição. A responsabilidade de nossa companhia cresce à medida que a tecnologia e as telecomunicações se fazem mais presentes na vida das pessoas.

O fato é que hoje praticamente todo brasileiro tem acesso a serviços de telecomunicações, e a Telefônica Vivo se orgulha de torná-los acessíveis a todas as classes sociais e nas regiões mais isoladas do País. É crucial que não percamos de vista a necessidade de que nossas atividades continuem a ser pautadas pelos princípios da sustentabilidade em seus aspectos econômicos, sociais e ambientais. Acreditamos que essa seja a melhor maneira de criar diálogo e de gerar confiança junto aos nossos stakeholders.

Nossa operação tem ganhado grande notoriedade dentro do Grupo Telefônica no mundo. Somos a maior empresa em número de clientes e com uma receita bastante representativa diante do conjunto de empresas do grupo. Essa performance torna-se ainda mais relevante quando se constata que melhoramos os índices de atendimento ao cliente em relação ao ano anterior. Resultado da incorporação de processos mais modernos e de uma atuação sob o pilar da qualidade, da ética e do respeito.

2012 foi um ano especial para a Telefônica Brasil. Uma grande conquista foi a inserção da companhia no seletivo grupo de empresas que compõem o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&F Bovespa. Para nós, ecoou como reconhecimento à busca constante por práticas sustentáveis em nossos negócios, compatíveis com as demandas da sociedade contemporânea neste campo.

Tivemos um ano de consolidação da integração da Telesp com a Vivo, um processo conduzido de forma bastante transparente junto aos nossos colaboradores. Avançamos na construção de uma cultura única, ancorada nas melhores práticas das duas empresas.

Também realizamos a adequação de sites, com vistas a oferecer o melhor serviço aos nossos clientes, e adquirimos um dos blocos mais importantes do leilão 4G, que nos permite ofertar uma conexão de melhor qualidade, além de atender a importantes áreas rurais do País. Tudo isso reforçou a credibilidade na gestão da companhia.



As páginas que seguem mostrarão que reafirmamos em cada ação a responsabilidade de gerar impacto positivo junto aos públicos com os quais nos relacionamos. Mantemos abertos canais de diálogo com clientes, acionistas, governos, fornecedores, organizações setoriais e não governamentais. E, acima de tudo, realizamos investimento social, por meio da Fundação Telefônica, em prol de crianças e adolescentes, da promoção da inclusão digital e do incentivo à cultura e ao esporte.

Por fim, não poderíamos deixar de ressaltar a importância da inovação para a empresa. Sabemos que o modelo de crescimento futuro está baseado em nossa capacidade de inovar. Estamos empenhados em buscar respostas para desafios da sociedade, com a finalidade de impulsionar o crescimento social e tecnológico do País. E é isso o que nos diferencia.

Esperamos que apreciem a leitura!

Santiago Fernández Valbuena
Presidente da Telefônica Latinoamérica

Antonio Carlos Valente
Presidente da Telefônica Brasil

Telefônica no Brasil e no mundo_

A capacidade de investir, inovar e crescer de modo sustentável é a marca das nossas operações em todos os países nos quais atuamos, inclusive no Brasil, onde a integração com a Vivo consolidou nossa posição de liderança

Criada em 1924, na Espanha, a Telefônica é a terceira maior empresa de telecomunicações do mundo, pelo critério de número de clientes: são mais de 315 milhões de acessos nos 25 países em que está presente. Ela possui ações comercializadas nas principais bolsas de valores internacionais e gera emprego direto para cerca de 273 mil profissionais, em quatro continentes – Europa, Américas, África e Ásia. Sem considerar a Atento, vendida no quarto trimestre de 2012, o número de colaboradores se situa em 131.648, 2.480 pessoas a menos do que ao final de 2011. Como marca institucional, oferece produtos e serviços por meio das marcas comerciais Movistar, O2 e Vivo. Mais de 60% do faturamento da Telefônica vem de fora da Espanha.

A Telefônica chegou ao Brasil em 1998, e em menos de 15 anos se tornou a maior empresa de telecomunicações e a terceira maior companhia do País. Em 2011, a aquisição da Vivo tornou a Telefônica a maior operadora integrada do Brasil. A posição de liderança no setor foi ainda mais reforçada em 2012, com o início da integração das operações da TVA. A partir de então, passou a adotar para o público externo uma nova identidade comercial – a marca Vivo – em relação a todos os serviços prestados no País: telefonia fixa, móvel, internet banda larga fixa e móvel, ultra banda larga (fibra), dados e TI, e TV por assinatura. Já a marca Telefônica continuou com sua presença institucional.

No fim de 2012, a Telefônica Vivo possuía 91,1 milhões de clientes, dos quais 76,1 milhões apenas na operação móvel, na qual detém o maior market share do segmento (29,1%) em termos nacionais. Sua presença se estende por mais de 3.700 cidades, das quais mais de 3.000 possuem acesso à rede 3G – um número superior ao total dos municípios atendidos pelas demais operadoras. Os investimentos previstos para o Brasil no período 2011-2014 totalizam R\$ 24,3 bilhões, dos quais R\$ 6,1 bilhões foram aplicados em 2012.

272.598 é o número de empregos diretos
gerado pela empresa em quatro continentes

3ª maior empresa
de telecomunicações do mundo

315,7 milhões
de acessos nos 25 países
em que está presente

Como marca institucional, oferece
produtos e serviços
por meio das marcas comerciais
Movistar, O2 e Vivo

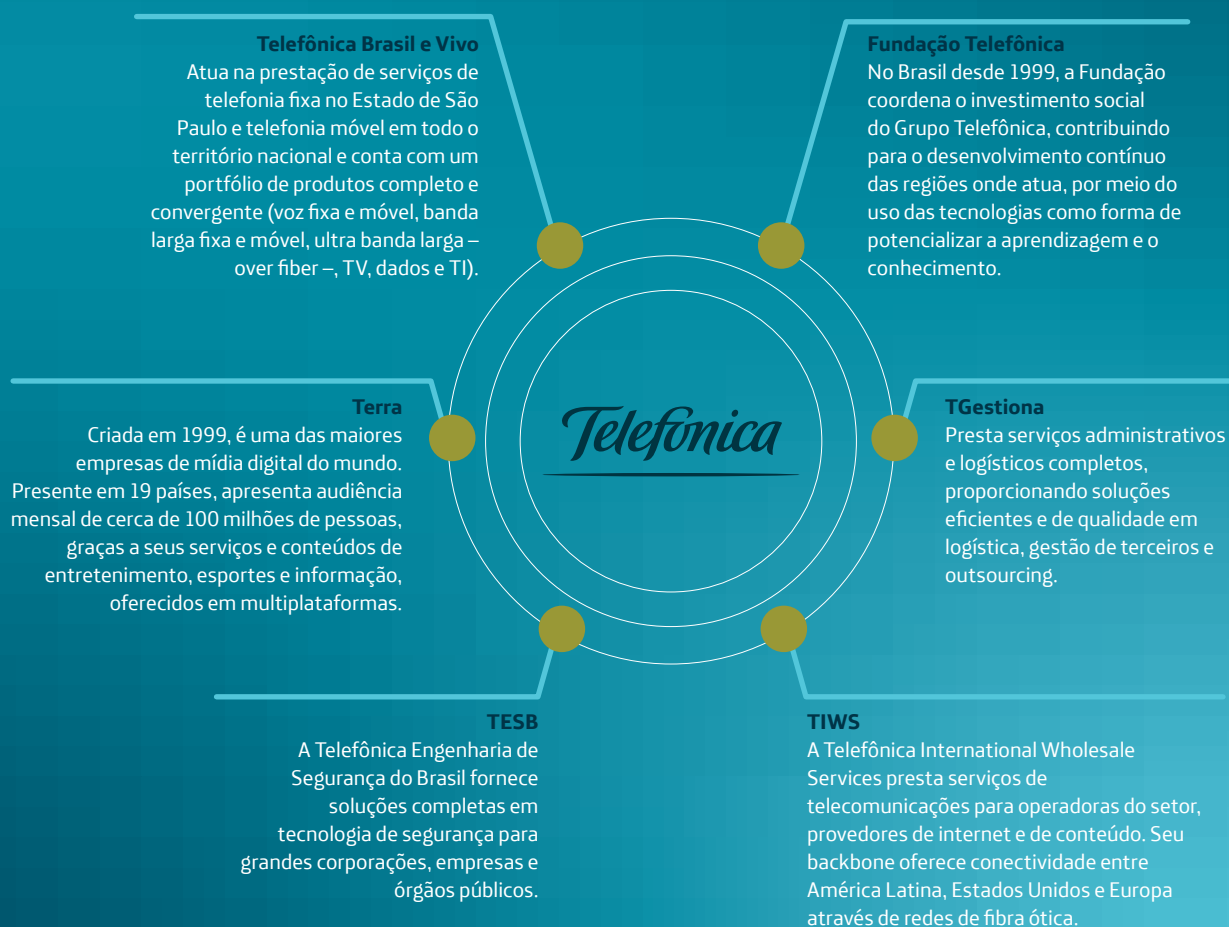
Criada em 1924,
na Espanha

Mais de 60% do faturamento
proveniente de fora da Espanha

Telefonica

Telefônica no Brasil e no mundo

Nossa relevância no País fica mais evidenciada com a relação do conjunto de empresas do Grupo Telefônica que aqui atuam. As principais são:



Neste documento, são abordadas em cada capítulo as empresas do Grupo que têm mais impacto para o público de relacionamento mencionado, de acordo com as recomendações da Global Reporting Initiative (GRI) para estabelecimento do limite do relatório. Dessa forma, será dada maior visibilidade à Telefônica Vivo, principal operação da companhia no Brasil. Em todo este documento, deve-se identificar a Telefônica Vivo como a Telefônica Brasil S.A., pessoa jurídica da empresa.

6,1

bilhões de reais foram investidos pela empresa no País em 2012

Atitudes que fazem bem_

Nosso conceito de sustentabilidade está ligado à conexão que estabelecemos com todos os nossos públicos e à certeza de que esses laços vão muito além da simples prestação bem feita dos nossos serviços

Acreditamos que todas as nossas ações estão interligadas. As atitudes de uma pessoa afetam a vida da outra. Desde o estilo de vida, princípios e valores até a maneira como utilizamos os recursos disponíveis, tudo está interligado. Em outras palavras, sustentabilidade é conexão. Atitudes compartilhadas que podem transformar o mundo.

Para a Telefônica Vivo, essa conexão está presente na gestão responsável dos aspectos tecnológicos, econômicos, sociais e ambientais. Como a maior empresa de telecomunicações do País, com mais de 91,1 milhões de clientes, cerca de 20 mil colaboradores diretos e mais de 3 mil empresas parceiras, estamos cientes de que nossa conexão com todos esses públicos ultrapassa a simples prestação de um serviço bem feito.

Com nossos colaboradores, investimos para oferecer um ambiente estimulante, que promova a integração e seja repleto de benefícios, como capacitação, qualidade de vida, suporte em saúde e segurança. Não à toa, nossas iniciativas nesse sentido nos levaram a integrar o grupo das melhores empresas para se trabalhar no Brasil.

Investimos para oferecer aos nossos clientes a melhor experiência possível com nossos produtos e serviços. Estamos presentes em mais de 3 mil municípios com nossa rede 3G e, em 2012, não medimos esforços para adquirir a melhor frequência 4G no leilão da Anatel, o que possibilitará maior velocidade de conexão e melhor atendimento a cada vez mais lugares do País.

Possuímos uma aliança estratégica com nossos fornecedores e empresas parceiras, por acreditarmos que eles têm um papel fundamental no desenvolvimento do nosso negócio, oferecendo programas de capacitação e mantendo checkagens regulares de sua atuação.

Apoiamos projetos que combatem o trabalho infantil, promovemos a inclusão digital e estimulamos o voluntariado, ações sociais e a cidadania. Sempre contando com o suporte da tecnologia.

Somos a empresa que mais utiliza energia limpa do Brasil e vamos além. Desenvolvemos projetos que reduzem o impacto visual e ambiental de nossas instalações, aplicamos práticas de construção ecologicamente responsáveis e fazemos uma rigorosa gestão de resíduos, entre outras iniciativas.

Aos nossos investidores, além de geração de valor, oferecemos boas práticas de gestão do negócio e total transparência. Um portal na internet e reuniões com analistas e acionistas fazem parte dessa estratégia.

No fim de 2012, o resultado gratificante de todas essas práticas veio com a nossa inclusão, pela primeira vez, no seletor Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&F Bovespa.

Nosso compromisso está conectado com toda nossa cadeia de atuação. Uma conexão forte que tem o poder de transformar possibilidades em realidade.

Enfim, uma conexão que faz bem.

Sustentabilidade e governança

Como reconhecimento às nossas práticas de governança corporativa, responsabilidade ambiental e respeito às comunidades, entramos, em novembro de 2012, para o grupo composto por 37 empresas do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&F Bovespa, com validade de 7 de janeiro de 2013 a 3 de janeiro de 2014.

Essa é a primeira vez que a Telefônica, após a integração das operações fixa e móvel, passa a fazer parte da carteira do ISE, lançado em 2005 pela BM&F Bovespa em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV). O índice tem como objetivo criar um ambiente de investimento compatível com as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade contemporânea e estimular a responsabilidade ética das corporações.

Análise de materialidade

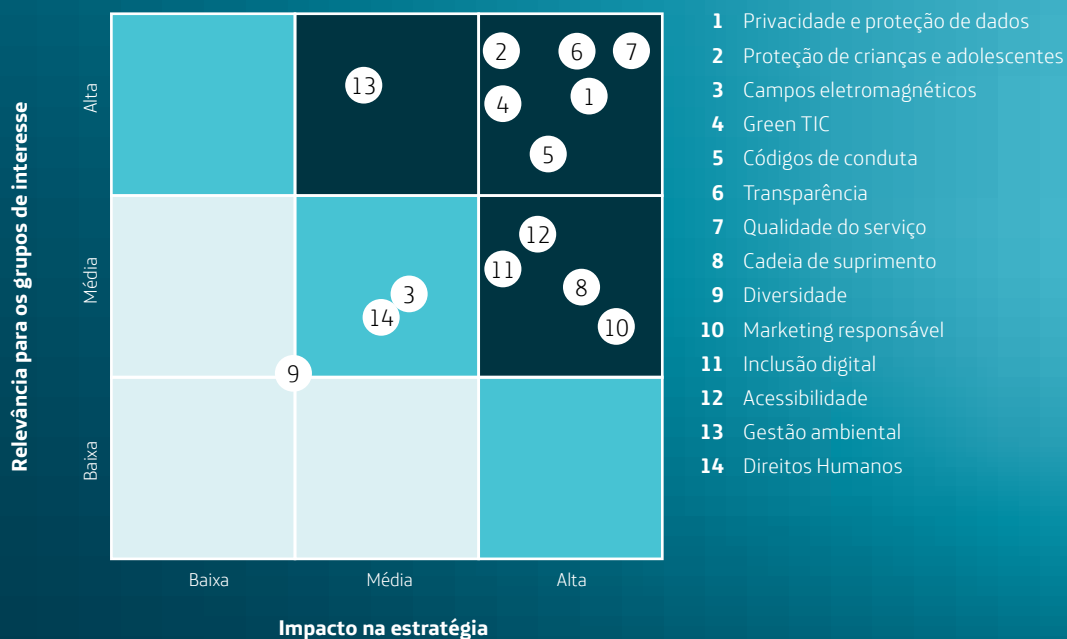
Nossa matriz de assuntos materiais baseia-se na estratégia da empresa para gerar valor e na sua relevância para nossos grupos de relacionamento

Para a elaboração deste relatório, realizamos uma análise de temas materiais, baseada na perspectiva dos resultados econômicos, sociais e ambientais, em atendimento aos princípios de exaustividade e capacidade de resposta da norma internacional de responsabilidade corporativa, AA1000 AS. O objetivo dessa metodologia é abordar os temas que são relevantes, conforme as demandas e preocupações dos grupos de relacionamento da companhia.

Dessa forma, realizamos um estudo de materialidade em duas fases diferentes.

A primeira foi uma análise do setor de telecomunicações, que permitiu detectar 48 assuntos relevantes. Já a segunda, mais focada na realidade da Telefônica Vivo, incorporou fontes internas, como análises de riscos da companhia e dos resultados financeiros, Princípios de Atuação e fatores locais, além de estudos dos resultados do indicador de reputação RepTrak. Esse trabalho permitiu que fossem priorizados 14 projetos-chave, evidenciados na matriz seguinte.

Matriz de Materialidade



Dimensão econômica_

Ao proporcionarmos mais benefícios para nossos públicos de relacionamento, cumprimos o papel de influenciar positivamente o desenvolvimento harmonioso de todas as regiões onde estamos presentes

Protagonismo no Brasil

A integração das operações fixa e móvel já consolidou nossa liderança no mercado brasileiro, sobretudo nos segmentos mais rentáveis, e abre espaço para avanços maiores em convergência de serviços, facilitando a conexão das pessoas

Nosso principal desafio em 2012 foi, depois de definir a colocação de todos os serviços da empresa sob a marca comercial Vivo, posicioná-la no mercado como uma marca com portfólio de soluções mais completo e encarregada de criar ainda mais possibilidades para as pessoas estarem sempre conectadas. Nesse sentido, a integração das operações fixa e móvel tem possibilitado resultados positivos cada vez mais evidentes. Com a convergência de soluções, podemos oferecer produtos e serviços integrados – um exemplo disso é a disponibilidade, para os clientes de linha fixa, de usar 300 minutos mensais para falar com até três números celulares da Vivo de qualquer lugar do Brasil.

As mudanças consolidaram nossa participação majoritária no mercado, com 29,1%, e uma liderança destacada nos segmentos que geram mais receitas, como celular pós-pago, placas de dados móveis e voz fixa para corporações. Parte importante dessa evolução está relacionada à inauguração do moderníssimo Datacenter Tamboré, na Grande São Paulo, que atende às infraestruturas de tecnologia da informação da operação móvel e envolveu investimentos de R\$ 400 milhões (ver mais detalhes sobre ele em Construções sustentáveis, à pág. 31).

O sucesso da integração reforça a importância do Brasil no contexto da Telefônica. Hoje o País é prioridade para o Grupo em todo o mundo: trata-se da maior operação em número de clientes e apresenta o maior potencial para o aumento da atuação da empresa. Esse potencial é perceptível, por exemplo, nas condições favoráveis com que a Telefônica Vivo conta para implantar tecnologias mais atuais, como 4G e Ultra Banda Larga por meio de fibra ótica. Com elas, a Vivo continuará a ser reconhecida pela melhor qualidade, maior cobertura e inovação, assim como já acontece com 3G e outros serviços, e terá condições de ampliar a sua participação no mercado, com efeitos benéficos que se espalham pela economia do País.



Outro item de repercussão na presença da empresa no Brasil foi a venda da Atento, líder no mercado latino-americano de Customer Relationship Management (CRM), à Bain Capital, em 12 de outubro de 2012, por 1,03 bilhão de euros. Pela negociação fechada, a Atento continuará a prover serviços de call center para a Telefônica por nove anos. A iniciativa da venda está relacionada à “política e gestão proativa de recursos da empresa e de incremento de sua flexibilidade financeira” adotada pelo Grupo, segundo o fato relevante encaminhado à Comissão Nacional de Mercado de Valores de Madri.

Um fato igualmente importante foi o início da estruturação no Brasil da Telefônica Digital, iniciativa global da empresa criada para auxiliar suas marcas em todo o mundo a aproveitar ao máximo as possibilidades proporcionadas pelas tecnologias digitais. Voltada para atender tanto o consumidor final quanto corporações, a nova unidade de negócios desenvolve e dá suporte a serviços e produtos digitais. (Ver mais detalhes sobre a Telefônica Digital em Inovação e Empreendedorismo, à pág. 19).

Dimensão econômica

Incremento de tecnologia

Com investimentos de R\$ 1,05 bilhão, a Telefônica Vivo deu outro passo importante para fortalecer sua posição no Brasil ao adquirir o lote mais disputado do leilão de 2,5 GHz, promovido em 2012 pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para levar a tecnologia 4G para todo o País.

A licença adquirida (lote 3) contempla autorização de uso de radiofrequência de 20 + 20 MHz na faixa de 2,5 GHz e a faixa de 450 MHz para uso em áreas rurais de Minas Gerais, interior de São Paulo e Região Nordeste, com exceção da Bahia e do Maranhão.

Essas frequências nos permitirão continuar oferecendo as mais modernas e eficientes soluções em serviços de telecomunicações, especialmente a transmissão de dados, com a garantia de maior velocidade de conexão. A aquisição também nos permitirá oferecer serviços a clientes que precisam de pacotes mais completos e diferenciados, com maior valor agregado e, portanto, mais rentáveis.

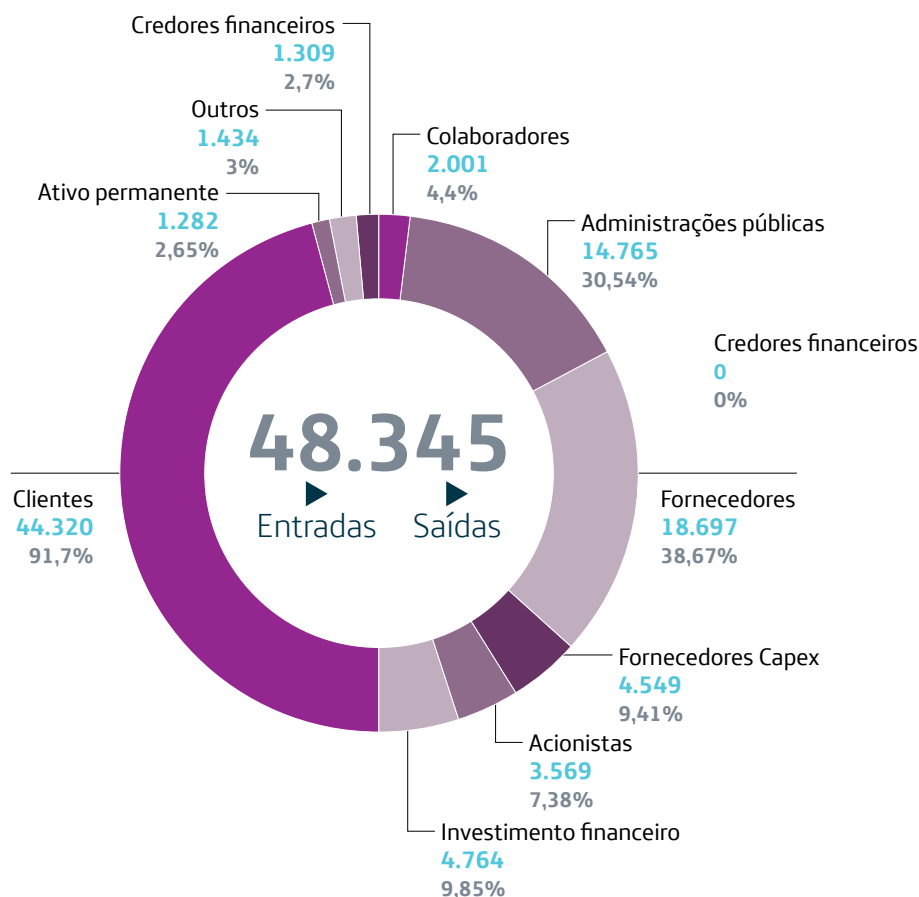
Nossos trabalhos seguem a pleno vapor para atender aos prazos definidos pelo governo federal, que prevê a chegada do 4G a todas as capitais e cidades com mais de 500 mil habitantes até maio de 2014, às cidades com mais de 30 mil habitantes até o fim de 2017 e aos demais municípios até o final de 2019.

Além disso, conforme determinado pelas condições estabelecidas no processo de leilão, também levaremos serviço de internet a escolas públicas rurais, com taxa de download inicial de 256 Kbps (kilobytes por segundo), que subirá para 1 Mbps (megabites por segundo) até dezembro de 2017.

Fluxo de caixa social

A classificação dos fluxos financeiros da Telefônica Vivo em 2012 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, como demonstrado no diagrama abaixo.

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 Vivo 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

Os Princípios de Atuação nos inspiram a desenvolver todas as nossas atividades de forma mais ética, humana e transparente. Por meio deles, acreditamos construir relações de confiança com nossos stakeholders

Os Princípios de Atuação, válidos para todas as empresas do Grupo Telefônica desde 2006, nos auxiliam a desenvolver nossas atividades com honestidade, confiança, respeito às leis e aos direitos humanos. Eles conduzem a forma com que atuamos e nos relacionamos com nossos públicos, gerando confiança e maximizando o valor em longo prazo para os acionistas e a sociedade em geral. Mais que um código de ética, os Princípios de Atuação nos ajudam a tomar decisões e a agir com integridade e profissionalismo em tudo o que fazemos. Eles se aplicam a todos os colaboradores da empresa, que podem colocá-los em prática em seu dia a dia e compartilhá-los com a sua rede de contatos.

Conhecendo-os, nossos públicos têm acesso às normas que regulam processos de tomada de decisões, compras e contratações. Ainda por meio deles, nossos colaboradores podem esclarecer suas dúvidas quando deparam com alguma questão ética que não sabem como resolver.

Em 2012, nossos canais globais receberam, de forma anônima ou pessoal, 64 comunicados. Desse total, 34 foram investigados e, concluídas as investigações, apenas 7 se mostraram procedentes, uma das quais relativa a corrupção e nenhuma relativa a discriminação.

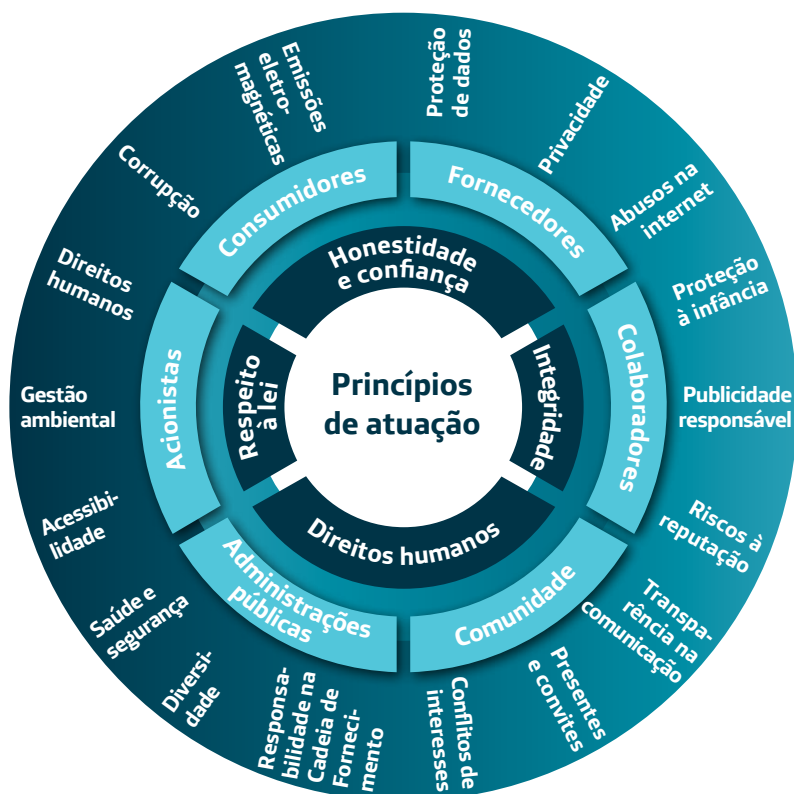
Riscos à reputação

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. Estabelecem também, de forma clara, os fluxos de aprovação

e o levantamento da informação em matéria de riscos. Tanto fazemos isso que 100% dos nossos parceiros que têm contato direto com clientes são capacitados nos Princípios de Atuação.

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.



Privacidade e proteção de dados

É nossa preocupação constante aprimorar a segurança no ambiente online, a fim de garantir uma internet aberta, confiável e protegida para todos os que utilizam os nossos serviços



Na Telefônica Vivo entendemos a privacidade e a proteção de dados dos nossos clientes como um elemento vital para manter um bom relacionamento com eles. A importância dessa questão fica ainda mais perceptível em um contexto em que o uso da internet tem multiplicado a quantidade e o tipo de informações às quais os usuários têm acesso e a responsabilidade das companhias no gerenciamento diário dos dados pessoais dos clientes tem sido salientada. Trabalhamos para garantir a segurança das informações dos usuários de nossos serviços utilizando softwares específicos, como o Resource Access Control Facility (RACF), e por processos formais que permitam o acesso a dados somente a colaboradores credenciados.

Quanto a esse tema, nossos Princípios de Atuação indicam: "Protegemos a confidencialidade da informação tanto ligada à companhia quanto a clientes, acionistas,

colaboradores ou fornecedores." Além disso, eles estabelecem que: "Facilitamos a nossos públicos de relacionamento (clientes, colaboradores, fornecedores, acionistas, etc.) informações sobre como usamos e armazenamos seus dados pessoais. Também informamos o modo como podem acessá-los e corrigi-los."

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. A lista de recursos anti-intrusão inclui também 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.

Dimensão econômica

148º

lugar ocupava a rede de telefonia fixa da empresa, no início de 2013, na lista das 200 companhias que mais enviam Spam. Antes, ela era a 18ª

3.925

colaboradores foram capacitados com relação à prevenção a fraudes e segurança da informação

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

- Norma Corporativa de Segurança da Informação e Tecnológica implementada e divulgada entre colaboradores;
- Programa de Conscientização voltado à Segurança da Informação e Prevenção à Fraude para colaboradores próprios e terceiros;
- Projeto de Prevenção e Perda de Dados (Data Loss Prevention);
- Gestão de Identidade e Melhorias de Prevenção à Intrusão.

Formação e sensibilização

Em 2012, reforçamos as ações de conscientização e formação de colaboradores, com relação à prevenção a fraudes, segurança da informação e análise de documentos. Ao todo, 3.925 colaboradores foram capacitados.

O uso da internet no ambiente corporativo também é alvo da nossa Normativa de Segurança para Acesso à Internet, com orientações que abrangem melhores práticas, normas e padrões de segurança. Caso haja descumprimento das nossas diretrizes quanto à veiculação de conteúdos inapropriados – como pedofilia, pornografia, preconceito com relação a raça, orientação sexual ou religião –, são tomadas decisões administrativas.

Todas as normativas de Segurança da Informação estão disponíveis na intranet e podem ser acessadas por qualquer colaborador.

Proteção de crianças e adolescentes

Assim como outras empresas de telecomunicações, a Telefônica Vivo se comprometeu a auxiliar na liberação de informações de 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 Safernet Brasil.

Segurança online

Com o Vivo Segurança Online, oferecemos aos nossos clientes a facilidade de contar com acesso e navegação mais segura na internet, por meio de seis pacotes de proteção para o computador ou pacote para o celular ou tablet. Além de ter mais segurança ao fazer compras, digitar senhas de bancos, redes sociais e proteção contra vírus e invasões da internet, o Segurança Online permite o controle do acesso a conteúdos impróprios e o tempo que crianças e adolescentes ficam conectados na web.

Combate às fraudes via SMS e ao Spam

A fim de combater casos de fraudes via SMS, a Telefônica Vivo implantou o atendimento através do canal CSIRT (Computer Security and Incident Response Teams) Vivo Brasil. Esse canal recebe, por meio do SMS 133028, denúncias com relação a mensagens de texto suspeitas enviadas a clientes em nome da empresa.

O Brasil era considerado um dos países com maior número de envios de Spam, de acordo com a lista global Composite Blocking List (CBL). Para minimizar o problema, as operadoras representadas pelo Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia (Sinditelebrasil), a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e órgãos de defesa do consumidor firmaram, em 2011, um acordo de cooperação, encabeçado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br).

O projeto, implementado ao final de 2012, teve por objetivo impedir que nossas redes fossem abusadas por *spammers* do mundo inteiro e que houvesse desperdício de banda, além de retirar o Brasil da lista dos países que mais enviam Spam.

No início de 2013 já se podia observar uma grande melhora: nossa rede de telefonia fixa, que estava na 18ª posição, caiu para a 148ª, e a móvel, que estava na 26ª, já não figura mais entre as 200 empresas que mais enviam Spam no mundo.

Relacionamento com clientes

As ações de ampliação da rede e melhoria de serviços e processos de atendimento nos puseram à frente dos índices de qualidade medidos pela Anatel, que suspendeu temporariamente as vendas das demais operadoras devido ao número de reclamações



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 Vivo atingiu 91,1 milhões de usuários no fim de 2012, sendo 76,1 milhões do serviço móvel e 15 milhões dos serviços de telefonia e banda larga fixas e TV por assinatura.

A base de clientes móveis foi novamente destaque nesse crescimento, com 4,5 milhões de usuários a mais do que em 2011 – um incremento de 6,4%. A base de clientes de banda larga também foi ampliada em 117 mil, passando para mais de 3,7 milhões de usuários no fim de 2012, 3,2% acima do número de 2011.

O relacionamento com os clientes nas lojas ganhou um reforço em 2012 com a implantação dos “gurus tecnológicos”, uma experiência bem-sucedida na Colômbia e nos países europeus onde a Telefônica atua. Esses especialistas têm a função de estreitar o contato dos usuários

com a tecnologia, educando-os e inspirando-os para que a sua experiência com esses produtos e serviços seja mais satisfatória. A novidade torna as lojas Vivo pontos de referência em termos tecnológicos e de suporte.

Qualidade e inovação

Assumimos um compromisso contínuo de garantir aos nossos clientes qualidade nos serviços prestados e de aperfeiçoar e tornar cada vez mais consistente o relacionamento com eles. Essa proposta teve sequência em 2012 com muitas novidades.

Para clientes pré-pagos, ampliamos os benefícios do Vivo Sempre, incluindo SMS e internet com valores promocionais, além da oferta de 5 centavos/minuto para as pessoas estarem sempre conectadas. Já para clientes pós-pagos, reforçamos nossos novos planos Vivo Smartphone Ilimitado e apresentamos o conceito do SmartVivo, que destaca como o smartphone fica mais inteligente e funcional com a qualidade

4,5
milhões de novos
clientes contrataram
os serviços móveis da
empresa em 2012

Dimensão econômica

de entrega da Vivo. Ainda nesse segmento, vale destacar a tecnologia 3G Plus, que garante uma conexão até três vezes mais rápida que uma conexão 3G tradicional.

Especificamente nas ofertas para o estado de São Paulo, nos esforçamos em posicionar a Vivo como internet de qualidade para o cliente se conectar no lar ou onde estiver, por meio da campanha de portfólio de internet. A comunicação mostrou parte do portfólio da empresa, apresentando os serviços Vivo Speedy e Vivo Internet Móvel, com planos a partir de R\$ 29,80 por mês. Outras ações foram desenvolvidas nessa linha, combinando diferentes serviços do nosso portfólio com vantagens para conectar ainda mais nossos clientes.

Uma novidade importante no estado de São Paulo foi o lançamento do Vivo Fibra, comunicando o diferencial da tecnologia de fibra óptica. Essa iniciativa é a única do mercado que vai até dentro da casa do cliente, levando o máximo da experiência e qualidade para a conexão de internet e TV. Anunciado em campanha de anúncios em revista e infocomerciais, o Combo 3 em 1 da Vivo traz os serviços Vivo Speedy, Vivo TV e Vivo Fixo.

Desafios no setor de telecomunicações

A qualidade e a inovação são pilares importantes de nossa atuação. Prova disso é que uma parte considerável de nossos investimentos de R\$ 24,3 bilhões no período 2011-2014 está voltada para a ampliação e melhoria da rede e para processos e sistemas destinados ao atendimento aos clientes. A prioridade que damos à qualidade em todas as nossas ações está evidenciada no melhor resultado entre as operadoras móveis com atuação nacional no Índice de Desempenho de Atendimento (IDA), da Anatel, desde o início da medição, há três anos.

A melhoria dos serviços prestados pela empresa também foi atestada de outra forma pelo órgão regulador. Em julho, a Anatel usou como base os índices de qualidade de serviços e das redes das operadoras do SMP (Serviço Móvel Pessoal) para exigir de todas as prestadoras a apresentação de um Plano Nacional de Ações de Melhoria.

Na ocasião, a agência estabeleceu punições e suspendeu a comercialização e ativação de novos acessos até que os planos de melhoria fossem devidamente aprovados. Para aplicar a suspensão, estabeleceu como critério restringir as vendas das operadoras que, em cada um dos estados, tivessem o maior número de reclamações registradas na própria agência. A Telefônica Brasil foi a única das quatro maiores prestadoras de serviço que não teve suas vendas suspensas em nenhum estado brasileiro.

A Telefônica Vivo espera ainda decisões judiciais em relação a duas questões relativas à qualidade dos serviços. Em âmbito estadual, aguardamos decisão quanto à ação civil pública movida pelo Ministério Público do Estado de São Paulo sobre o suposto mau funcionamento, de maneira reiterada, dos nossos serviços. Na ação, é pedido o ressarcimento de danos, estimados genericamente pelo Ministério Público em R\$ 1 bilhão, aos clientes afetados.

Em abril de 2010, decisão em primeira instância condenou a empresa, mas condicionada ao levantamento do número de consumidores prejudicados que aderiram ao processo. No dia 5 de maio do mesmo ano, a Telefônica interpôs recurso junto ao Tribunal de Justiça de São Paulo, o que deixou em suspenso os efeitos da decisão. Desde então, não houve nenhuma novidade quanto à questão.

No âmbito federal, a Vivo, juntamente com outras operadoras móveis, entrou com recurso contra a decisão da Anatel que determinou, em 16 de dezembro de 2005, a inclusão das receitas com interconexão e usos de rede no cálculo do valor que as empresas devem pagar ao Fundo de Universalização de Serviços de Telecomunicações (FUST). A medida da Anatel previa a aplicação retroativa do cálculo desde 2000.

Em 13 de março de 2006, o Tribunal Regional Federal (TRF) de Brasília concedeu medida cautelar às operadoras móveis, paralisando a aplicação da decisão da Anatel. Em 6 de março de 2007, saiu a sentença favorável às empresas declarando a improcedência da inclusão, na contribuição ao FUST, das receitas obtidas por transferências recebidas de outras operadoras, bem como a improcedência da aplicação retroativa da medida. A Anatel apresentou recurso contra a sentença, o qual ainda aguarda decisão do TRF.

Paralelamente, em conjunto com outras operadoras de telefonia fixa agrupadas na Associação Brasileira de Concessionárias de Serviço Telefônico Fixo Comutado (Abrafix), recorremos da mesma decisão da Anatel referente à telefonia fixa. Em 21 de junho de 2007, o TRF de Brasília também declarou improcedente a medida da Anatel, que pede o pagamento de 1% das receitas obtidas com interconexões. A agência apresentou recurso ao TRF em 29 de abril de 2008 e desde então não houve nenhum avanço.

A ocorrência dessas pendências judiciais não interfere no relacionamento franco e transparente que procuramos manter com a Anatel e os órgãos de defesa do consumidor. Casos como esses nos servem de estímulo adicional para buscarmos aprimorar ainda mais as nossas operações a fim de garantir serviços e atendimento de excelência aos nossos clientes.

3
serviços são oferecidos simultaneamente no Combo 3 em 1: Vivo Speedy, Vivo TV e Vivo Fixo

3
anos seguidos de liderança no Índice de Desempenho da Anatel foram conseguidos pela Telefônica Vivo

Dimensão econômica

Atendimento ao cliente

Em 2012, a Telefônica Vivo avançou em seu modelo de diferenciação de atendimento a clientes ao iniciar um amplo processo de segmentação, que reconhece a decisão do cliente em concentrar suas conexões fixas e móveis com a empresa. A abordagem de segmentação do atendimento nos permite aperfeiçoar o nosso modelo Multicanal, baseado na estratégia de prover inúmeras possibilidades de relacionamento, e representou uma experiência diferenciada para os clientes já no primeiro semestre de 2013.

Em 2012 evoluímos significativamente na massificação de canais eletrônicos como o Vivo Atendimento SMS, utilizado por mais de 2,5 milhões de clientes por mês. O crescimento da utilização desses canais manteve a velocidade de dois dígitos dos anos anteriores e atingiu a participação de 70% do total de contatos consolidados recepcionados no ano.

No que se refere à qualidade de atendimento, o ranking divulgado pelo Procon-SP (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo) demonstra que alcançamos a melhor posição entre as concorrentes mais diretas. Isso é uma evidência de que a Telefônica Vivo está no caminho certo para oferecer, cada

vez mais, melhores serviços e atendimento. O progresso está relacionado às melhorias significativas obtidas nos nossos processos internos nos últimos três anos, com impacto positivo perceptível no volume de demandas junto aos órgãos reguladores do mercado, como o Procon-SP.

Em relação à operação móvel, a ampliação dos meios de contato e as ações de qualidade garantiram mais um ano de liderança qualitativa. Segundo os indicadores da Anatel, mantivemos ao longo de 2012 a menor taxa de reclamações (relativa à base de clientes) e o melhor Índice de Desempenho no Atendimento (IDA). Entre os quatro grandes players nacionais, estivemos à frente dos demais concorrentes em 47 dos 48 meses de medição do IDA.

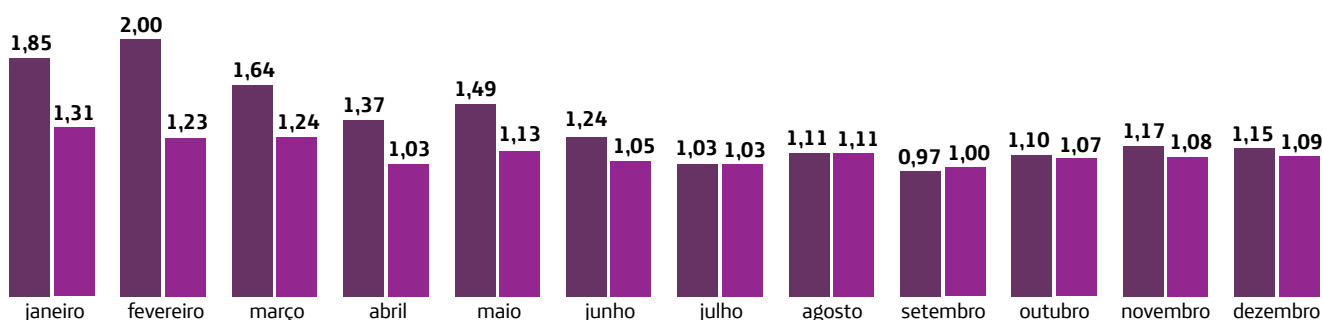
Além disso, apresentamos os melhores indicadores de desempenho entre as empresas do setor de telefonia, de acordo com a segunda edição do Projeto Indicadores Públicos de Defesa do Consumidor, divulgado pelo Ministério da Justiça. Apresentamos também o menor número de reclamações junto aos Procons de várias partes do País integrados ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec), com redução de 7,2% no número de queixas em relação ao ano anterior.

83,7%

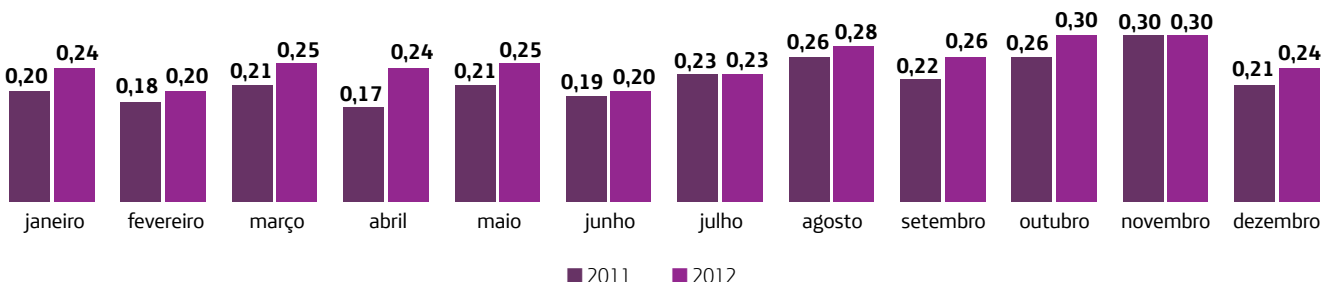
foi o percentual de redução de queixas de nossos clientes em 2012

Média de reclamações por milhão de clientes – 2011 – 2012

Fixa



Móvel



■ 2011 ■ 2012

Dimensão econômica



Os dados apontam ainda a liderança da Telefônica Vivo entre as empresas do setor que mais solucionaram as reclamações de seus clientes, com taxa de 83,7% de resolução de queixas. Somos ainda a operadora com maior índice de acordos em audiências: 80,1%.

O crescimento do volume bruto de reclamações ocorreu em todas as operadoras após a suspensão das vendas, em 2012, e esse é o critério usado pela Anatel para verificar se houve melhora ou piora. Considerando-se, no entanto, o total de usuários e o número proporcional de queixas solucionadas, e o menor volume por planta em operação, apresentamos a melhor performance no IDA entre os principais players do mercado, com os mais altos índices de solução.

Atendimento na web

Outra forma de nos conectarmos aos nossos clientes e prestarmos um atendimento de qualidade é por meio de perfis e páginas oficiais nas principais redes, usando os espaços não apenas para divulgar conteúdos positivos, mas também para dialogar/interagir com os internautas (sendo clientes ou não).

Um exemplo é o @vivoemrede, no Twitter, que atua diretamente no relacionamento com o usuário, fornecendo informações e tirando dúvidas sobre todos os produtos e serviços Vivo – em telefonia e internet, móvel ou fixa. Esse perfil recebe atualmente cerca de 25 mil interações ao mês, com índice de resposta de 39%.

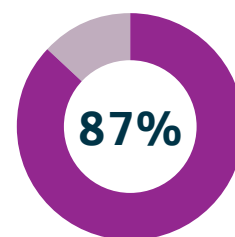
O processo é conduzido por uma equipe de call center preparada por profissionais de redes sociais para esclarecer dúvidas de consumidores no primeiro nível. Vale lembrar que, oficialmente, tal prestação de serviço não é considerada um atendimento propriamente dito, pois não há abertura de chamado nem acesso ao legado do cliente. Mesmo assim, como parte de nosso papel em identificar e antecipar tendências, fazemos questão de manter uma postura ativa nas mídias sociais.

Ouvidoria

Para atender às reclamações de clientes que estejam insatisfeitos mesmo após o atendimento pelos canais convencionais, a Telefônica Vivo disponibiliza o canal de Ouvidoria. Desde abril de 2012, com a unificação da marca, o setor passou a protocolar também as queixas de clientes do serviço móvel e da TVA. Com isso, registraram-se no ano 347.302 solicitações, das quais 87% foram encerradas em até cinco dias úteis.

O volume e a análise das solicitações são um instrumento valioso para orientar as ações da Ouvidoria, em parceria com as demais áreas da empresa, destinadas a prevenir problemas, sinalizar desvios aos executivos, recomendar e fomentar melhorias de procedimentos – tudo isso com o objetivo final de garantir a satisfação dos clientes.

O setor utiliza o conceito de medição PPM ("partes por milhão"), que leva em conta as solicitações em relação à planta de serviço e o número de dias úteis. Com base nessa metodologia, foram registradas, no segundo semestre de 2012, 21 queixas PPM (ou seja, para cada milhão de clientes, uma média diária de 21 solicitações). Em 2011, esse índice foi de 53 queixas PPM, mais de 2,5 vezes maior.



das queixas apresentadas pelos clientes foram solucionadas em até cinco dias úteis

Unificação da marca

A colocação de todos os serviços da empresa sob a marca comercial Vivo, realizada em abril de 2012, foi objeto de uma ampla campanha de comunicação à sociedade, na qual buscamos sempre destacar os diferenciais de qualidade e cobertura da empresa e reforçar os benefícios de nossos serviços na vida das pessoas por meio de situações cotidianas e bem-humoradas.

O estado de São Paulo, onde a Telefônica exercia o papel de marca comercial, mereceu atenção especial nesse processo. Para informar a mudança aos clientes e criar uma proximidade maior deles com a marca Vivo, realizamos ali várias ações diferenciadas, como é o caso da ação Vivo Call Parade (ver mais na pág. 60).

Inovação e empreendedorismo

Passamos por uma reestruturação que permitiu viabilizar a criação da Telefônica Digital, impulsionando os projetos em desenvolvimento no Centro de Inovação Telefônica Vivo e a inauguração da Academia Wayra, de fomento ao empreendedorismo colaborativo

As múltiplas possibilidades das tecnologias digitais vêm transformando o dia a dia das pessoas, tornando acessível uma série de facilidades, como pagar contas, fazer compras, alugar filmes e usar aplicativos com diversas funcionalidades. Atentos a esse novo cenário, criamos no início de 2012, em nível global, uma unidade de negócios focada no desenvolvimento de produtos e serviços digitais: a Telefônica Digital.

A missão da Telefônica Digital é desenvolver e dar suporte a serviços e produtos que posicionem a nossa empresa neste novo mundo, atendendo tanto a clientes finais quanto a corporações. Ou, em outras palavras, ajudar a Telefônica a ser uma empresa mais digital.

No Brasil, a Telefônica Digital já conta com uma estrutura que envolve 200 pessoas, e sua atuação se estende a produtos e serviços nas áreas de Segurança, Serviços Financeiros, Mobile Advertising, Vídeo, E-health, M2M (machine-to-machine), Big Data, Computação na Nuvem e Centro de Inovação.

Em e-health, por exemplo, serviços para consumidores finais como Vivo Ligue Saúde, Vivo Dieta e Vivo Bem-Estar somam mais de 1 milhão de assinantes. Em serviços financeiros, os cartões em parceria com instituições bancárias de primeira linha – Vivo Santander e Vivo Itaucard – chegaram à marca de 300 mil unidades, e a conta bônus celular já tem 600 mil clientes. Já na área de seguros há 20 produtos comerciais, entre eles seguro de vida, de celular e de acidentes pessoais, com 1,2 milhão de clientes segurados.

Considerado o braço inovador da América Latina, o Centro de Inovação da Telefônica Vivo se consolidou como um polo de desenvolvimento de soluções para Vídeo, Serviços Financeiros, e-health e M2M. O trabalho de profissionais especializados em cada uma das disciplinas resulta



em soluções tecnológicas de classe mundial. O desenvolvimento da tecnologia *fixed wireless* (fixo sem fio), a oferta de banda larga fixa a 200 MB através da rede de fibra e os produtos Vivo Play e Guia Vivo TV, lançados em 2012, incorporam a tecnologia desenvolvida no Centro.

Dando continuidade ao fomento ao empreendedorismo, inauguramos em julho a Academia Wayra, um espaço de 1.100 metros quadrados com arquitetura e design especialmente criados para incentivar a inovação e o intercâmbio entre os empreendedores. Na academia encontram-se hospedados 16 projetos que se encontram em processo de aceleração – 11 selecionados em 2011 e 5 escolhidos em novembro de 2012. A academia também abriu suas portas para receber vários eventos de tecnologia, cumprindo seu papel de integradora de diferentes players desse mercado e de incentivadora do intercâmbio de experiências.

16
projetos voltados
para a inovação estão
sendo desenvolvidos
na Academia Wayra

Dimensão econômica

Para fortalecer a relação com os empreendedores e desenvolvedores brasileiros, apoiamos e patrocinamos os principais eventos das mais diversas formas, seja cedendo nossa infraestrutura física, seja participando como palestrantes e auxiliando na sua divulgação. Alguns dos principais eventos apoiados foram o Open Innovation Seminar, The App Date, Red Innova e BR Newtech. Participamos ainda de movimentos institucionais de inovação, como a Movimentação dos Empresários pela Inovação da Confederação Nacional de Indústrias, o Centro de Referência Internacional da Fundação Dom Cabral e os encontros da Associação União Europeia – Brasil (EU Brasil).

Em parceria com a Mozilla, lançamos uma nova plataforma aberta para os telefones móveis: o Firefox OS. O anúncio dessa iniciativa foi feito em abril de 2012, aproveitando a presença do CEO da Mozilla no Brasil para uma conferência de imprensa.

A partir daí, realizamos uma série de palestras e treinamentos para divulgar a nova plataforma, visando ao desenvolvimento de um ecossistema brasileiro. O concurso de desenvolvedores realizado na Campus Party de Recife (ver mais sobre esse evento em Incentivo à cultura, aos esportes e às tecnologias, à pág. 59) foi uma das iniciativas mais importantes nesse sentido.

Todas as atividades de inovação da Telefônica Vivo incentivam e estimulam de forma concreta e eficaz a evolução do mercado local de desenvolvedores, oferecendo caminhos concretos de crescimento que proporcionam benefícios para a sociedade e os nossos clientes.

M2M

Nossa estratégia global de inovação almeja transformar em realidade as possibilidades oferecidas pelo mundo digital. Por isso, a Telefônica Vivo tem desenvolvido projetos com foco na tecnologia Machine to Machine (M2M), que permite a conexão inteligente e direta entre equipamentos. Com ela, é possível oferecer serviços mais inovadores, reduzir custos e melhorar a qualidade de vida das pessoas. Na indústria, os benefícios incluem a gestão eficiente, o consumo sustentável de água, energia e gás, entre outros. Em 2012, alguns desses projetos tiveram destaque, por seu caráter sustentável, e são descritos a seguir.

Vivo Clima

Nas últimas décadas tem ocorrido um aumento considerável na frequência anual de desastres naturais em todo o globo causados por tempestades severas. Esses eventos resultam em enormes impactos, com perdas humanas e prejuízos de caráter social, econômico e ambiental.

Ainda não existe uma forma eficaz de evitar esses fenômenos naturais nas proporções vistas nos últimos anos. Há duas alternativas de ação: reduzir o impacto dos eventos por meio da remoção de famílias das áreas de risco; ou adaptar-se, ou seja, encontrar formas de monitorar as condições climáticas com o objetivo de prever o acontecimento em tempo hábil para que medidas sejam tomadas visando minimizar estragos e tragédias.

É dentro da segunda alternativa, de adaptação ao novo cenário decorrente das mudanças climáticas, que a Telefônica Vivo desenvolveu uma solução tecnológica para a coleta de dados pluviométricos capaz de possibilitar a melhoria do sistema de monitoramento e alerta de eventos de origem meteorológica.

O projeto consiste na instalação de pluviômetros no espaço de Estações Rádio Base (ERBs) de telefonia móvel localizadas em áreas de risco por todo o País. Os dados capturados por esses equipamentos são enviados através da rede de telefonia móvel (3G/GPRS) para a plataforma M2M da Telefônica, chamada Vivo Clima, bem como para a plataforma de monitoramento e informações do Centro Nacional de Monitoramento de Desastres Naturais (Cemaden), órgão que faz parte do Ministério de Ciência e Tecnologia e Inovação (MCTI). Com o envio dos dados pluviométricos em tempo real para ambas as plataformas, o tempo de resposta a possíveis ocorrências emergenciais, em caso de eventos climáticos extremos, é significativamente menor do que o cenário atual de resposta às emergências climáticas. Dessa forma, garantimos a proteção das comunidades que vivem em áreas de risco.

Esse projeto está sendo realizado por meio de uma parceria público-privada entre o governo brasileiro através do MCTI e da Telefônica Vivo. Até o final de 2013 serão instalados 1.500 pluviômetros conectados às plataformas de monitoramento citadas.

1 milhão
de pessoas assinam
os serviços de
e-health oferecidos
pela Telefônica Digital

1.500

pluviômetros deverão ser instalados no espaço de ERBs de telefonia móvel situadas em áreas de risco e em edifícios do governo federal, no projeto Vivo Clima

2.500

postos de compra de Curitiba oferecem a solução Smart Bus, baseada na tecnologia de banda larga móvel mais utilizada no mundo, a HSPA

Smart Bus

Em parceria com a Ericsson e a Dataprom, desenvolvemos uma solução de transporte inteligente nos ônibus públicos em Curitiba (PR). Com equipamentos que fornecem dados sobre trânsito e sugerem rotas alternativas, o tempo que os usuários passam dentro dos veículos foi diminuído e houve também redução das emissões de gases de efeito estufa.

O projeto foi desenvolvido com base em HSPA (High Speed Packet Access), tecnologia de banda larga móvel mais utilizada no mundo. Nesse caso, foram utilizadas conexões da tecnologia GSM. A indicação da localização é baseada na determinação da célula que cobre o ônibus, junto com outras informações como a distribuição das antenas.

O sistema inteligente de passagem permite que os passageiros abasteçam os seus bilhetes eletrônicos online, a bordo dos ônibus ou em 2.500 postos de compra espalhados pela cidade. Eles podem embarcar no ônibus com mais rapidez, eliminando a obrigatoriedade de transações em dinheiro dentro dos coletivos, o que reduz a incidência de pequenos furtos.

A mobilidade inteligente é uma maneira de as cidades minimizarem sua pegada de carbono. Ao melhorar a eficiência do transporte público, torna-se mais fácil incentivar as pessoas a deixar os carros em casa. O resultado disso é redução de congestionamentos e de emissões de poluentes.

O projeto ganhou reconhecimento internacional na Conferência da ONU COP-17, realizada em Durban, na África do Sul, no final de 2011, por alavancar a tecnologia para abrandar as mudanças climáticas. Essa iniciativa destaca a adaptação bem-sucedida de projetos de mitigação que visam melhorar a qualidade de vida das pessoas beneficiadas e têm o potencial para ser replicados e levados para maior escala.



Dimensão econômica

**E-health**

Diante das possibilidades abertas pela revolução digital, visualizamos a transformação do setor de saúde em um modelo mais ágil e conectado. Isso significa migrar do atual modelo centrado no hospital, marcado por carência de recursos e desintegrado, para um modelo com forte presença das tecnologias de informação, redes de diagnóstico por telemedicina, centrais de atendimento para consultas e triagem, postos de saúde virtuais e pacientes autocuidados e monitorados.

Desde o início de 2012, temos trabalhado para a evolução dos serviços de saúde, de forma que possam ter melhor qualidade e maior acessibilidade aos pacientes. Hoje, trabalhamos em quatro frentes:

- **Gestão de Demanda** – Solução multicanal que ajuda no agendamento de consultas e exames médicos.
- **Gestão Digital de Imagens Médicas** – Centralização do armazenamento de exames de imagem para proporcionar mais agilidade.
- **Produtividade Móvel** – Tecnologias para conectar ambulâncias e outras soluções para aumento da eficiência médica.
- **Nuvem da Saúde** – Centro de conhecimento que abriga livros, revistas e conteúdos multimídia da área da saúde.

Aquisição da Axismed

Em fevereiro de 2012, a Telefônica Digital, braço global de inovações digitais do Grupo Telefônica, adquiriu o controle da Axismed, maior empresa de gestão de saúde populacional do Brasil. A negociação nos permite avançar no desenvolvimento de uma proposta completa de serviços no mercado brasileiro de e-health, com foco em operadoras de saúde privadas e corporações, bem como nos 91,1 milhões de clientes da Vivo no País.

A Axismed está no mercado desde 2002. Sua equipe de profissionais, composta por médicos, enfermeiros, farmacêuticos, assistentes sociais, psicólogos, fisioterapeutas e nutricionistas, monitora mais de 180 mil pacientes no Brasil. A empresa possui um sistema próprio de relacionamento com o cliente, baseado em avançadas diretrizes e protocolos clínicos. Algumas das principais operadoras privadas de saúde brasileiras utilizam os serviços da companhia, cujo trabalho lhes permite reduzir em até 30% seus custos relativos a pacientes crônicos.

Com a associação à Telefônica Vivo, a Axismed passou a contar com uma plataforma multicanal para o contato com os usuários, por meio de aplicativos de celular, internet, SMS, portal Web, videoconferência, entre outros. Serviços inovadores para operadoras de planos de saúde e o mercado corporativo podem ser desenvolvidos. Os planos incluem ainda a expansão da proposta para outros países e a identificação de oportunidades no mercado brasileiro de B2C (business-to-consumer) junto à base de clientes Vivo.

Relacionamento com fornecedores

Nossa responsabilidade em gerar impacto positivo em nossa cadeia de valor, por meio das diretrizes previstas nos Princípios de Atuação, inclui disseminá-los entre os 3.363 fornecedores que estiveram ao nosso lado em 2012

Na Telefônica Vivo somos conscientes do impacto de nossa cadeia de suprimento, que em 2012 alcançou um volume de compras de mais de R\$ 24,2 bilhões, quase 35% superior ao registrado no ano anterior. Esse volume foi contratado junto a 3.363 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 total de fornecedores e contratações.

Esses fatores nos levam a seguir promovendo e zelando pelo cumprimento de critérios socioambientais, 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.

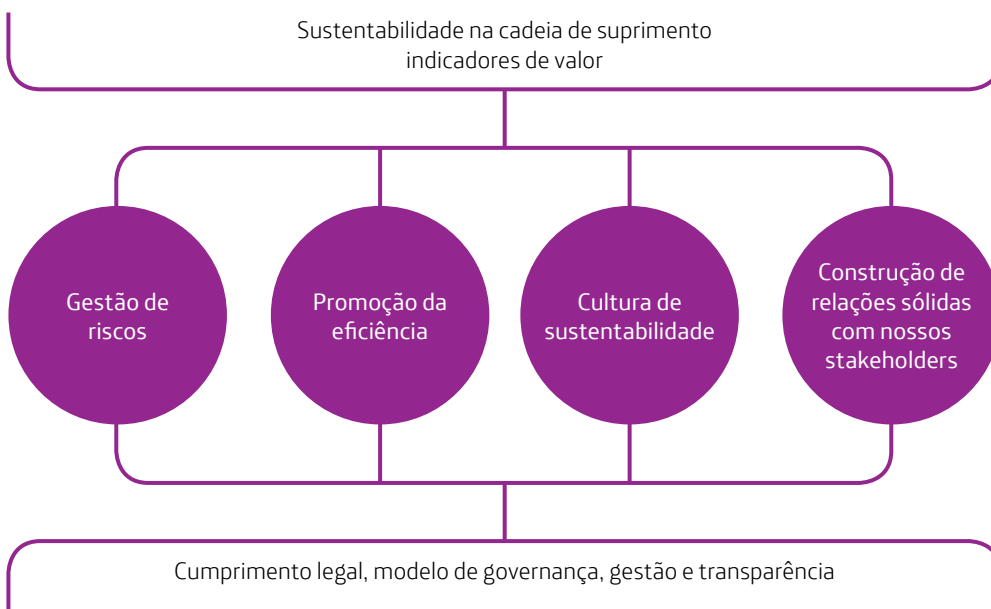
Objetivo

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, conforme visualizado no quadro a seguir, nos permitem minimizar nosso impacto negativo ao mesmo tempo que fomentam a inovação e a eficiência:

- Gestão de riscos
- Promoção da eficiência
- Cultura de sustentabilidade
- Produtos sustentáveis

24,2

bilhões de reais foi, aproximadamente, o investimento da Telefônica Vivo com compras em 2012



Dimensão econômica

Nosso marco de referência é o compromisso público assumido em 2010, que 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, o 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, as Normas Corporativas de Controle e os 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, desenvolve 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 2012, 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 2012, 97% do volume total de compras foi contratado de fornecedores locais, que geram empregos e pagam impostos no País.

Gestão de riscos

Realizamos periodicamente avaliações no nível de risco dos 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 passam por uma avaliação baseada em critérios socioambientais. Entre eles se incluem fabricantes de equipamentos de telecomunicações, serviços de instalação e manutenção de redes, produtos de merchandising e atividades de telemarketing.

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

82,7%

das negociações fechadas em 2012 foram realizadas eletronicamente

Modelo de Gestão de Riscos na Cadeia de Valor



Dimensão econômica

do Trabalho (OIT) e em legislações ambientais, destinado a comprovar 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 2012, revisamos e atualizamos o modelo de nossas auditorias no trabalho de *check-list* em empresas parceiras classificadas como de alto risco. Quatro empresas contratadas de serviços especializados passaram pelo processo de verificação, realizado pela PricewaterhouseCoopers. Do que foi observado, extraímos quatro sugestões a serem transmitidas a esses parceiros:

- Melhorar o gerenciamento e o desempenho ambiental;
- Aumentar o conhecimento sobre os Princípios de Atuação e outras políticas da Telefônica e disseminá-las entre colaboradores e fornecedores;
- Realizar diagnóstico para as necessidades de uma vida mais saudável dos colaboradores;
- Controlar doenças ocupacionais e gerais para agir preventivamente.

Programa Aliados

Acreditamos que os colaboradores de empresas parceiras que têm contato direto com os nossos clientes possuem importância fundamental na propagação dos nossos valores e na qualidade do atendimento de nossos serviços. Por isso, zelamos para que esses parceiros cumpram os nossos Princípios de Atuação e adotem padrões econômicos, sociais e ambientais alinhados aos nossos. O Programa Aliados, destinado a esse público, tem o objetivo de promover ações de capacitação da linha de frente sobre nossa estratégia de negócio, além de realizar a checagem regular de condições de trabalho e de documentação previdenciária e trabalhista (por amostragem).

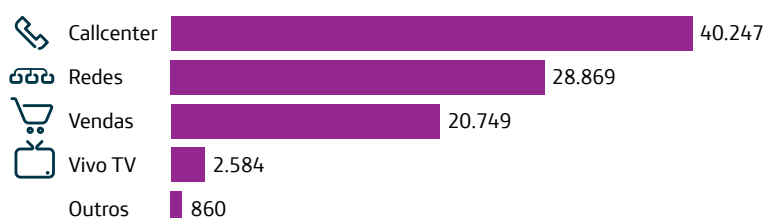
O ano de 2012 foi marcado pela unificação das normativas e processos de Gestão de Aliados, em virtude da integração das operações fixa e móvel. A medida teve como objetivo estabelecer as principais diretrizes em termos de contratação e gestão de serviços especializados de modo a assegurar a sustentabilidade do modelo, dando foco à eficiência e à excelência da sua

Comitê de Educação

A fim de propiciar sinergia entre as áreas de negócio e suas ações educacionais, de acordo com as diretrizes organizacionais voltadas para os Aliados, foi desenvolvido em 2012 um programa de capacitação especial, voltado ao engajamento dos colaboradores parceiros à virada da marca comercial da companhia no Brasil. Ao fim do mesmo ano, obtivemos ótimos resultados:

- Capacitação de **100%** da linha de frente, que possui contato direto com o cliente;

- Mais de **100 mil** Aliados treinados, com a seguinte distribuição:



- Sinergia de mais de **10 áreas** da Telefônica Vivo que atuam com capacitação;

- **Maior eficiência** no processo de compras;

- Mais de **R\$ 10 milhões** investidos no processo de treinamento.

gestão. O Fórum de Gestão Aliados, criado nesse ano, se destina a realizar a gestão do risco das contratações de serviços especializados, reportando os riscos envolvidos e garantindo a devida aplicação de normativas. Foi implantado também o processo de Análise Prévia, que tem como objetivo revisar os projetos básicos de novas contratações ou de renovações de contratos que possuam prestação de serviços especializados, a fim de adequá-los à normativa de contratação e à gestão desses serviços, na busca de oportunidades de melhoria nos contratos.

Por meio do projeto Estela, criado pela companhia em 2005 em vários países da América Latina, os técnicos de instalação e reparo de serviços a clientes dos nossos parceiros passam por uma formação online e presencial, o que permite criar um sistema de gestão para sua melhora no atendimento ao cliente. No total, já foram certificados 4.743 técnicos no Brasil, dos quais 2.200 em 2012.

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

4.743
técnicos brasileiros já
foram certificados pelo
projeto Estela, dos
quais 2.200 em 2012

Nossos acionistas e investidores

Conscientes da responsabilidade que temos para com nossos acionistas e investidores, aprofundamos a adoção das melhores práticas de governança, que nos permitiram fazer parte, em 2012, do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&F Bovespa

A Telefônica Vivo considera que tão importante quanto gerar valor aos investidores é disponibilizar a eles toda a informação de interesse para facilitar suas decisões e reduzir suas incertezas. Para isso, possuímos normas e políticas internas destinadas a tornar nossas práticas sempre claras e objetivas, e disponibilizamos informações relevantes por meio de um portal na internet com versões em português (www.telefonica.com.br/ri) e inglês (www.telefonica.com.br/ir). Todos os comunicados, fatos relevantes, demonstrações contábeis e outros documentos societários são arquivados nos órgãos reguladores – Comissão de Valores Mobiliários (CVM), no Brasil, e Security Exchange Commission (SEC), nos Estados Unidos.

Adicionalmente, a equipe de Relações com Investidores promove reuniões com analistas e acionistas para esclarecer dúvidas. Em 2012, foram realizadas cerca de 200 reuniões, incluindo contatos diretos e por telefone.

Rentabilidade das ações

A Telefônica Brasil possui ações ordinárias (ON) e preferenciais (PN) negociadas na BM&FBovespa sob os símbolos VIVT3 e VIVT4, respectivamente. A companhia também possui ADRs negociados na NYSE (a Bolsa de Valores de Nova York), sob o símbolo VIV.

A entrada da Telefônica Brasil na oitava carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBovespa, em 2012, representou um reconhecimento à nossa busca constante pela gestão responsável de nosso negócio, compatível com as demandas crescentes do mercado por investimentos responsáveis. As ações VIVT3 e VIVT4 encerraram 2012 cotadas a R\$ 43,65 e R\$ 49,00, apresentando, respectivamente, desvalorização anual de 8,7% e 5,6%, frente a uma evolução de 7,4% do Índice Bovespa. As ADRs finalizaram o ano cotadas a US\$ 24,08, retraindo 13,4% no ano, frente a uma evolução do Índice Dow Jones de 5,3% no período.

O volume médio diário das ações VIVT3 e VIVT4 no ano foi de R\$ 770,3 mil e R\$ 53.207,1 mil, respectivamente. No mesmo período, o volume médio diário de ADRs foi de US\$ 43.000,8 mil. Os dividendos declarados sobre o lucro de 2012 totalizaram R\$ 4.271,3 mil, resultando em payout proposto de 96% e um dividend yield de 8%.

Conselho de Administração

De acordo com o Estatuto Social, o Conselho de Administração da companhia é composto de um mínimo de 5 (cinco) e um máximo de 17 (dezessete) membros, com mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. No período a que se refere este relatório, o Conselho de Administração da companhia era composto por 15 membros, todos acionistas, sendo um deles eleito pelo voto das ações preferenciais, em votação separada, e os demais eleitos pelo voto geral das ações ordinárias.

As deliberações tomadas nas reuniões são sobre temas significativos de sua competência, entre os quais se destacam:

- Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio aos acionistas;
- Eleição de administradores;
- Aprovação de demonstrações financeiras e de orçamento da sociedade.

Executivos da companhia são convidados a fazer apresentações em reuniões do Conselho sobre temas relevantes para os negócios da empresa.

Na Assembleia Geral de abril de 2013, a remuneração global dos administradores e membros do Conselho Fiscal foi fixada em R\$ 29.812.600,00. Não existe relação direta entre essa remuneração e a cotação das ações da companhia no mercado.

200
reuniões,
aproximadamente,
foram realizadas pela
equipe de Relações
com Investidores
para esclarecer
dúvidas de analistas
e acionistas

Dimensão ambiental

Como a maior empresa de telecomunicações do País, temos grande impacto ambiental, sobretudo no consumo de energia necessário para oferecermos um serviço de qualidade; a fim de reduzir esse impacto, desenvolvemos várias ações para usar recursos de forma eficiente

Gestão ambiental

As Tecnologias da Informação e Comunicação constituem um aspecto fundamental dos nossos esforços para sermos mais ecoeficientes e fornecermos serviços que aliem a inovação a menores impactos ambientais

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) estão cada vez mais presentes em nossas vidas. Na Telefônica Vivo, acreditamos que o seu papel transformador se estende à área ambiental, pois, além de permitirem uma gestão eficiente e mais econômica de recursos escassos, como energia e água, elas possibilitam a geração de novas receitas.

Nossa política nesse aspecto se traduz no desafio de fazer com que o cumprimento da legislação, a gestão ambiental e o controle do uso de recursos caminhem juntos com o objetivo de obter melhores índices de eficiência em nossas operações. Além de investirmos nas possibilidades oferecidas pelas TIC sob essa perspectiva, tomamos diversas medidas para prevenir, diminuir e mitigar o impacto ambiental em todas as nossas atividades, tanto externamente, por meio da adoção das melhores práticas de gestão e critérios ambientais no desenvolvimento responsável da nossa rede, quanto internamente, informando nossos colaboradores sobre o tema e estimulando-os a incorporar essas práticas no local de trabalho e em seu dia a dia.

A ecoeficiência na Telefônica Vivo

A Telefônica Vivo define ecoeficiência como a gestão eficiente que gera valor para a companhia em aspectos como água, energia, resíduos e gases de efeito estufa (GEE).

Investimos em infraestruturas robustas a fim de entregarmos um serviço de qualidade. Essas infraestruturas, como centrais telefônicas, centros de supervisão, estações rádio base (ERBs) e prédios administrativos consomem muita energia. Assim, a necessidade de colocarmos em prática projetos de ecoeficiência, para que possamos reduzir os nossos impactos ambientais.

A economia ecoeficiente está presente em todas as nossas atividades, sobretudo nos produtos de TIC e nas ações ligadas ao desenvolvimento responsável da nossa rede. Três aspectos têm recebido atenção especial neste último setor: a geração de resíduos na operação, o consumo de energia (eletricidade e combustíveis) e o impacto visual de nossas instalações nos arredores. Como atuamos em vários países e, no Brasil em todas as suas regiões, precisamos administrá-los de forma homogênea. É por isso que seguimos as diretrizes da norma internacional ISO 14001.

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

Na cadeia de prestação de serviços aos nossos clientes, que abrange escritórios, lojas e call centers, também geramos resíduos, consumimos energia e água e emitimos GEE. Atentos a isso, desenvolvemos programas de gestão de resíduos e coleta de aparelhos, acessórios e baterias.

Política ambiental

Reconhecemos a importância de adotar uma política ambiental, que defina o posicionamento da companhia frente aos inúmeros desafios no combate às mudanças climáticas e que nos oriente na adoção de práticas que atendam às legislações ambientais e à minimização dos impactos de nossa operação. Por isso, todas as operações do Grupo Telefônica se pautam por 10 compromissos, que formam a nossa Política Ambiental, aprovada em 2009.

3
aspectos merecem
atenção especial
na implantação
da rede:

geração de
resíduos na
operação

consumo
de energia
(eletricidade e
combustíveis)

impacto
visual de nossas
instalações
no entorno



Nossa Política Ambiental

- 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.

Gestão de resíduos

Na gestão responsável dos resíduos gerados em nossa operação, damos atenção especial aos que contêm 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.

1. Uso eficiente da água – Controlamos o consumo de água na operação dos nossos edifícios. Em 2012, ele aumentou 96% em relação ao ano anterior. O elevado percentual é

justificado pelo início de nossas atividades nos edifícios Eco Berrini e Datacenter Tamboré, que exigiram um maior uso dos sistemas de ar condicionado e de água, e pelo fato de todos os prédios com desativação programada para 2013 ainda estarem em funcionamento naquele ano.

2. Eficiência na gestão do consumo de papel – Durante 2012, nossos escritórios consumiram 2.961 toneladas de papel branco com a certificação Forest Stewardship Council (FSC), indicativa de que a madeira usada para fabricá-lo vem de áreas de manejo florestal.

Consumo de papel e água em 2012 – Telefônica Vivo

	2011	2012
Papel (toneladas)	2.786,01	2.961,00
Água (m³)	1.138.462,33	2.421.776,25

Resíduos produzidos em 2012 – Telefônica Vivo

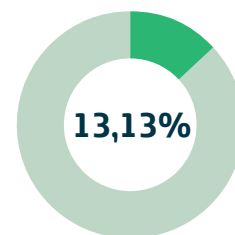
	2011	2012
Cabos (kg)	5.688.385	8.799.419
Baterias (kg)	389.920	798.482

Dimensão ambiental

Fatura sem papel

Outra forma que encontramos para reduzir o nosso impacto ao meio ambiente, otimizar recursos e facilitar a vida de nossos clientes foi a implantação dos serviços de Conta Online e Débito Automático. O cliente que adota a Conta Online recebe por meio virtual uma fatura mais completa que a fatura impressa. Por ela, é possível ter acesso ao histórico de contas e consultar todas as informações necessárias, sem acumular papel. Já o Débito Automático, além de contribuir com a economia de papel e tinta, poupa a atmosfera dos gases de efeito estufa que seriam emitidos caso o cliente precisasse se deslocar até o banco.

Por meio de iniciativas variadas – o envio de 2 milhões de e-mails marketing, 35 milhões de mensagens em faturas Vivo Móvel e 19 milhões de torpedos SMS – para incentivar a ativação do serviço por meio do Meu Vivo Web e USSD (tecnologia utilizada para envio de mensagens instantâneas curtas pelo celular), conseguimos fazer com que a solução avançasse de menos de 4% dos clientes, em 2011, para 13,13% deles em 2012, num total aproximado de 1,5 milhão de usuários. Porém, sabemos que ainda temos muito a evoluir nessa área. O acesso à fatura sem papel pode ser feito pelo endereço <http://www.vivo.com.br/contaonline/>



dos nossos clientes optaram pela Conta Online em 2012, um avanço de quase 10 pontos percentuais em relação ao ano anterior

Esse volume é bastante parecido com o de 2011. As iniciativas de incentivo à redução desse recurso se estenderam aos nossos clientes, por meio do estímulo à fatura sem papel (ver mais informações no quadro Fatura sem papel, acima).

são os procedentes de equipamentos elétricos e eletrônicos da rede e de nossos escritórios, enquanto os mais perigosos são as baterias.

Todos os materiais provindos das nossas redes que podem ser reutilizados na instalação e manutenção de outras são destinados a um Centro de Distribuição da Telefônica Vivo. Além disso, oferecemos aos nossos clientes e não clientes a possibilidade de descartar seus aparelhos em desuso em um de nossos pontos de coleta, a fim de serem destinados para a reciclagem (ver mais informações no quadro Descarte consciente, abaixo).

3. Eficiência na gestão de resíduos – A geração de resíduos é um dos principais aspectos ambientais da nossa atividade. Como são de tipos variados, seu gerenciamento é feito separadamente, em função de sua periculosidade. Depois dessa etapa, eles seguem para tratamento a cargo de empresas autorizadas. Os mais relevantes

Descarte consciente

Celulares, baterias e acessórios não podem ser descartados no lixo comum, pois seus componentes podem contaminar o solo e lençóis freáticos. É por isso que o descarte consciente é tão importante.

A Telefônica Vivo foi a primeira operadora a lançar um programa de logística reversa de celulares, acessórios e baterias: o Recicle seu Celular. A iniciativa estreou em 2006, ainda como piloto, em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, e hoje abrange todo o País, com mais de 3,6 mil pontos de coleta.

O material é levado para um centro de armazenamento em São Paulo, que realiza a triagem e o envia para os Estados Unidos, onde é feita a reciclagem. Depois desse processo, ele é reinserido na indústria como matéria-prima para novos produtos de vários tipos.

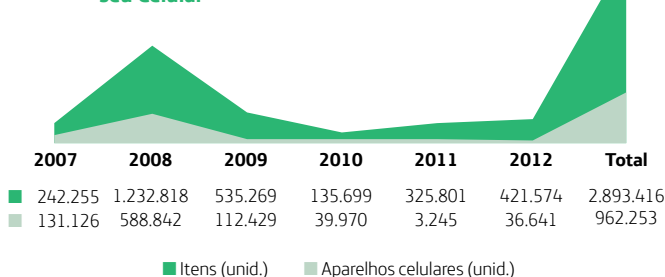
Desde o seu início, o programa já reciclou 2.893.416 itens, entre os quais 962.253 aparelhos celulares. Ainda é um número baixo, se considerarmos que, a cada 10 milhões de celulares vendidos e reciclados, reverteríamos para o mercado 173 toneladas de metais e 300 toneladas de plástico. Porém, estamos desenvolvendo mecânicas para estimular o descarte desses itens.

Em 2012, o Programa Recicle Seu Celular esteve presente em alguns dos nossos eventos, como o Vivo Open Air e a Campus Party Recife,

além de uma ação de voluntariado na Região Centro-Oeste, que gerou a arrecadação de R\$ 9.450,00, repartida entre quatro creches.

No mesmo ano, a Telefônica Vivo assinou o Termo de Compromisso SMA/SP com a Secretaria do Meio Ambiente (SMA), junto com as outras operadoras de telefonia, para o programa de Responsabilidade Pós-Consumo dos aparelhos, acessórios e baterias de celulares, atendendo à resolução SMA 11/2012.

Histórico do Programa Recicle seu Celular



Dimensão ambiental

Coleta Seletiva nos prédios da Telefônica Vivo

Implantado desde 2011, nosso programa de Coleta Seletiva tem o objetivo de descartar adequadamente os resíduos gerados em nossos prédios administrativos e incentivar que nossos colaboradores levem a prática para seus próprios lares. Ao fim de 2012, cerca de 15 mil colaboradores eram atendidos em 17 edifícios em todo o Brasil. O gasto total com essa iniciativa de manejo de resíduos sólidos no ano foi de R\$ 750.523,60.

Housekeeping

Nos dias que precederam a mudança de prédios dos nossos colaboradores, promovemos o *housekeeping* – o treinamento e a mobilização desses profissionais para uma ação de limpeza e organização do ambiente de trabalho. A ideia era proporcionar nas pessoas um sentimento de desapego e facilitar a introdução de um novo modelo de trabalho que queremos adotar, com menos papel e mais tecnologia. O resultado desse movimento: ações em 11 prédios, 10 mil colaboradores envolvidos, 53 toneladas de papel (volume equivalente a 589 eucaliptos) e duas toneladas de plásticos (matéria-prima suficiente para a fabricação de 33.355 garrafas PET de dois litros).

Cuidados com a rede

A rede, ou a infraestrutura necessária para prestar serviços aos clientes, concentra os aspectos mais relevantes, em termos ambientais, das atividades das empresas de telecomunicações. Por isso, temos aprimorado ano a ano nossas práticas de gestão e os critérios ambientais adotados para o desenvolvimento de nossa rede, e 2012 registrou novos avanços nesse aspecto.

Construções sustentáveis

As antenas representam, em partes, a última etapa antes de uma ligação chegar ao aparelho de destino. Em partes porque isso tudo não aconteceria se não fosse o trabalho de nossos Datacenters, que controlam e supervisionam dados e informações de nossos clientes, por meio de servidores, sistemas de armazenamento seguros, banco de dados, periféricos, redes de acesso, softwares e aplicativos.

Em 2012, contávamos com seis Datacenters no Brasil, responsáveis por monitorar as redes móvel e fixa. Eram eles:

- Novo Datacenter Tamboré (móvel)
- Berrini (móvel)
- Tamboré SIS (fixa)
- Campinas (móvel)
- Ipiranga (fixa)
- Osasco (fixa)

Essas infraestruturas consomem muitos recursos naturais durante a sua construção e operação. Por isso, temos investido em edificações que visam minimizar os impactos ambientais gerados, além de contribuir para a melhoria da qualidade na saúde dos seus usuários. Exemplo disso é o nosso mais moderno Datacenter, o Tamboré.

Sustentável desde a construção, com madeiras certificadas e captação de água de chuva para utilização em sanitários e limpeza em geral, ele foi o primeiro projeto da América Latina a receber

Aspectos ambientais de implantação da rede e resposta da Telefônica Vivo

1. Planejamento da rede

- Impacto potencial no uso do solo
- Preocupação social

●	●	Seleção de sites
●	●	Estudo de impacto ambiental
●		Análise de fragilidade visual
●		Participação na comunidade
●		Medição de campos eletromagnéticos

2. Construção

- Impacto visual
- Geração de resíduos
- Campos eletromagnéticos

●		Redução de impacto visual
●	●	Gestão de resíduos

3. Operação e manutenção

- Campos eletromagnéticos
- Geração específica de resíduos e ruído
- Consumo de energia
- Emissão de gases de efeito estufa

●		Medição de campos eletromagnéticos
●	●	Informação e transparência
●	●	Controle de ruído
●	●	Gestão de resíduos

4. Desmantelamento

- Geração de resíduos e ruído

●		Restauração de paisagem
●	●	Gestão de resíduos

● Rede móvel ● Rede fixa

Dimensão ambiental

a certificação internacional LEED Gold. Outorgada pela U.S. Green Building Council (USGBC), organização não governamental norte-americana que colabora no desenvolvimento da indústria de construção sustentável no mundo, o LEED (sigla de Leadership in Energy and Environmental Design) é hoje o sistema de certificação ambiental de edificações mais reconhecido internacionalmente.

Geralmente, metade da energia gasta em TI é utilizada em iluminação e refrigeração. Por isso, o Datacenter Tamboré conta com sistemas e equipamentos que consomem 40% menos energia que os tradicionais. Além disso, utiliza lâmpadas de LED, sensores de presença e ar-condicionado controlado por ambiente e com programação horária, o que nos auxilia a atingir o máximo de eficiência energética no edifício.

A estrutura tem telhas brancas, que reduzem o consumo de energia ao diminuir a carga térmica do prédio, e pisos claros na área de estacionamento, que reduzem a absorção do calor. Essa combinação evita o fenômeno chamado "ilha de calor", que ocorre a partir da elevação da temperatura de uma área urbana se comparada a uma zona rural.

Para estimular a adoção de transportes sustentáveis, o Datacenter Tamboré dispõe de um bicicletário com 25 vagas, além de vestiários masculino e feminino para os colaboradores que aderirem a essa causa.

Além do Datacenter Tamboré, a Telefônica Vivo tem outro grande destaque em termos de construção sustentável: o Eco Berrini, novo edifício-sede da empresa, que congrega hoje mais de 5 mil colaboradores. Ele recebeu em 2012 o maior nível de certificação em aspectos de construção sustentável, o LEED Platinum.



O edifício alugado, com 47.000 m² e 32 andares, interessou à empresa por ter várias características que reduzem os impactos ao meio ambiente e proporcionam bem-estar aos seus ocupantes. Além disso, o prédio concentra os colaboradores em um eixo de deslocamento de fácil acesso a duas grandes vias de São Paulo e aos outros edifícios da companhia na cidade, melhorando a mobilidade urbana e a qualidade de vida das pessoas.

Na construção, foram usados materiais com alto grau de conteúdo reciclável e madeira com a certificação de origem da Forest Stewardship Council (FSC).

A cobertura do prédio tem placas de energia solar, que permitem economia de 40% no consumo de água e 30% no de energia. O consumo de energia também é obtido com o sistema de iluminação,

40%

é a redução no consumo de energia obtida com os sistemas e equipamentos do Datacenter Tamboré, na comparação com os tradicionais

Principais aspectos de nossas construções sustentáveis

Características	Eco Berrini	Datacenter
Materiais	Toda madeira utilizada na construção recebeu a certificação de origem FSC (Forest Stewardship Council)	Mais de 75% da madeira incorporada no projeto recebeu certificação de origem FSC.
Energia	Economia de 30%. Geração de energia solar, lâmpadas reguladas de acordo com a iluminação natural e uso de energia solar na cobertura.	Economia de 28,91%. Sistema de ar condicionado e iluminação de alta eficiência, equipamentos de TI eficientes.
Água	Economia de 40%. Tratamento e aproveitamento de águas pluviais para irrigação, abastecimento dos vasos sanitários e de torres de resfriamento do sistema de condicionamento de ar.	Economia de 74%. Uso de torneiras e descargas com sensores que reduzem o consumo de água. As bacias e os mictórios são abastecidos pela água tratada da Estação de Tratamento de Esgoto (ETE).

*A economia comprovada do Eco Berrini e do Datacenter foi feita a partir de comparações com infraestruturas similares.

Dimensão ambiental

que inclui lâmpadas com sensores de presença nos espaços comuns de trabalho, e as fachadas inteligentes, que aproveitam melhor a luz do Sol.

As águas da chuva e as residuais (originárias do consumo em pias e chuveiros) são tratadas e aproveitadas para irrigação e abastecimento dos vasos sanitários e das torres de resfriamento do sistema de ar-condicionado. O uso mais racional da água também está presente nos sistemas de duplo acionamento nas descargas, nos mictórios e torneiras com sensores para fechamento automático e nos chuveiros e torneiras gerais com controle de vazão.

O edifício dispõe de coleta seletiva e possui cuidados especiais com a acessibilidade. Nesse último aspecto, destacam-se a área livre que privilegia a circulação de pedestres, as rampas de acesso e elevadores com sistemas espaciais para pessoas com deficiência, inclusive visual.

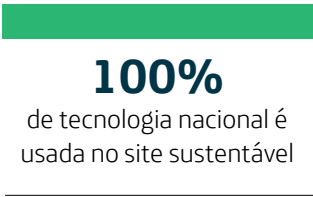
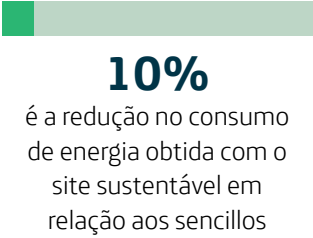
Desenvolvimento responsável da rede

Para que possamos chegar a mais lugares com nossas redes e conectar as pessoas com qualidade ainda melhor, é necessário ampliar

nossa infraestrutura, mas sem interferir negativamente nos espaços urbanos. Para isso temos investido em projetos inovadores, como o *site sustentável*. Essa alternativa permite a substituição de torres metálicas por uma infraestrutura semelhante à de um poste de iluminação, na qual a maior parte dos equipamentos é instalada abaixo do solo, reduzindo assim o impacto visual. A nova solução, 100% nacional, é desenvolvida pela equipe de engenharia da Telefônica Vivo e atende às características de transmissão da tecnologia 4G no sentido de oferecer um serviço mais eficiente e com mais qualidade.

O site sustentável apresenta uma série de vantagens ambientais: não emprega nenhum gás nocivo, previne roubos de equipamento e corrosão causada pela salinidade graças à sua localização e, por não ter motor gerador, não utiliza diesel. Seu consumo de energia é cerca de 10% menor.

Outra solução introduzida no Brasil pela Telefônica Vivo são os postes que integram iluminação e telefonia, os *sencillos*. Eles são



Comparação entre antenas

Características	Site Tradicional	Site Híbrido	Roof Top	Site Sencillo	Site Sustentável
Energia consumida	Alto (rede elétrica e GMG temporário)	Alto (70% abastecido por fontes renováveis da eólica e 30% outras fontes)	Baixo (rede elétrica)	Baixo (rede elétrica)	Baixo (rede elétrica)
Poluição visual	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Muito baixa
Poluição sonora	Sim (controlado)	Sim (controlado)	0	0	0
Tempo de construção (dias)	90	90	30	5 - 10	5 - 10
Diametro do poste/ Base torre (mm)	Poste 1000 na base Torre 6000 base do triângulo	Poste 1000 na base Torre 6000 base do triângulo	Mastro 3m de altura / base 0,3 X 0,3	400	300
Poste/Torre (m)	20-80	20-80	N/A	18	8-15
Salinidade ao mar	Sim	Sim	Sim	Sim nas caixas	Não
Caixas	Contêineres, casa padrão, gabinetes ou internamente em prédios de centrais	Contêineres, casa padrão, gabinetes ou internamente em prédios de centrais	Gabinete	Aéreas no poste	Subterrâneas permitindo estanqueidade dos equipamentos
Gabinetes	2 a 3	2 a 3	1 a 2	2	1
Ventilação forçada	Sim	Sim	Sim	Não utiliza	Não utiliza
Gases de refrigeração (ar condicionado)	Gabinete - Não Contêineres, casa padrão ou internamente em prédios de centrais - Sim	Gabinete - Não Contêineres, casa padrão ou internamente em prédios de centrais - Sim	Não utiliza	Não utiliza	Não utiliza

Dimensão ambiental

menores e bem mais discretos do que as torres tradicionais, passando muitas vezes despercebidos nas cidades. A companhia já implantou 222 sencillos, sendo 77 em 2012. O baixo custo do investimento em sua infraestrutura o torna também muito atrativo para o negócio.

Tanques de combustível

A Telefônica Vivo possui depósitos de combustível para grupos geradores (fontes principais ou auxiliares de energia) e desenvolve desde 2004 um projeto para substituir e adequar tanques de armazenamento. Anteriormente, o projeto envolvia somente os tanques das Centrais Fixas. Em 2012 realizamos um estudo para se incluírem os sites da operação móvel na adequação de seu armazenamento de combustível, o qual foi aprovado em nível global e iniciado.

Controle acústico

Dando sequência à meta de melhorar o tratamento acústico em centrais telefônicas, a Telefônica Vivo fez em 2012 novas adequações nesse sentido, que envolveram um investimento de R\$ 511.842,88.

Emissões eletromagnéticas

Qualquer ligação de um telefone móvel para outro origina emissão de ondas eletromagnéticas, captadas pelas antenas das Estações Rádio-Base (ERBs), que as transmitem para uma central. Por meio de cabo de fibra óptica, cabos de cobre ou ondas de rádio, essas ondas chegam à central mais próxima do número chamado, cuja ERB se encarrega de transmitir-las até o aparelho do receptor. Essas ondas são baixas (apenas 20 watts, enquanto um televisor emite 50 mil watts) e não há evidências de que causem problemas à saúde da população do entorno das antenas.

O atendimento às exigências legais nacionais relativas às emissões eletromagnéticas é premissa para a instalação das nossas infraestruturas. Além disso, todas as operações das ERBs da Telefônica Vivo estão de acordo com os critérios estabelecidos pela International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection (ICNIRP), que faz parte da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Realizamos medições dos níveis de campo elétrico, magnético e eletromagnético de radiofrequência originárias de todas as nossas ERBs, em conformidade com a Legislação nº 11.934, de 5 de maio de 2009, fazendo laudos radiométricos em intervalos máximos de cinco anos. Em 2012, esse trabalho foi realizado em 2.159 sites em todo o País.

**Sustentabilidade nas novas lojas Vivo**

Aos poucos, temos revisado o layout e o padrão de arquitetura de nossas lojas próprias, com o intuito de proporcionar uma melhor experiência de compra por meio de inovação, qualidade, conforto, acessibilidade e sustentabilidade.

Esse 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, que consomem até 85% menos que outros tipos
- Comunicação digital que reduz a quantidade de impressões e contribui para a economia de itens como papel e tinta, entre outros detalhes

Atualmente, há 13 lojas construídas atendendo a critérios de sustentabilidade.

Dimensão ambiental

Aplicativos verdes

Em 2012 promovemos o desenvolvimento de aplicativos relacionados a questões de sustentabilidade, a fim de colaborar ainda mais com a sociedade por meio da tecnologia. Dentre os aplicativos criados, os quais já somam hoje mais de 6 mil downloads e 33 mil acessos, merecem destaque:

Rio+20 – Em junho de 2012 lançamos o aplicativo Rio+20 Vivo, um guia com as informações mais importantes sobre a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada no Rio de Janeiro naquele mês. Criado para facilitar a vida de quem foi acompanhar o evento e contribuir para disseminar os temas em discussão, o aplicativo continha informações sobre a agenda de palestras (personalizada e com lembretes), local das atividades, serviços de utilidade e notícias do evento em tempo real, por meio de parceria com o Portal Terra e a revista *Página 22*. As pessoas que fizeram o download do Rio+20 Vivo tiveram acesso a outras funcionalidades, como uma linha do tempo que permitia a interação entre participantes e compartilhamento nas redes sociais.

App Coleta Seletiva – O aplicativo, desenvolvido por um dos nossos colaboradores e vencedor do concurso interno Vivo Meu App, apresenta informações detalhadas sobre o programa de coleta seletiva da Telefônica Vivo, mostrando que tipo de material deve ser colocado em cada coletor e quais podem ser reciclados, dicas para o descarte correto e área para esclarecimento de dúvidas e sugestões. Disponível para Android e iPhone, o aplicativo também pode ajudar profissionais de outras empresas a implantar ou difundir programas de coleta seletiva entre os seus colaboradores.

Vivo Hackathon – Promovemos mais uma vez, na quinta edição da Campus Party em São Paulo, a maratona de criação de aplicativos, que contou com a participação de mais de 50 desenvolvedores, entre profissionais e iniciantes, sob os temas de Sustentabilidade, Esportes e Educação. Utilizando as plataformas BlueVia e Vivo Meu App, alguns desenvolvedores venceram a competição com a criação dos seguintes aplicativos sustentáveis:

- **Metrônibus** – Incentiva o uso de transporte público de forma eficiente e inclusiva. Com o envio de um SMS informando onde a pessoa está e em que lugar pretende chegar, o app indica a melhor opção de rota.
- **Ecomania** – Apanhado de dicas para o dia a dia sobre consumo consciente, meio ambiente e sustentabilidade. Faz link com a plataforma E-lixo, que permite ao usuário encontrar o local mais próximo para descarte de lixo eletrônico.
- **iSaveWorld** – Traz informações sobre consumo consciente e de preservação do planeta. Apresenta conteúdos extraídos das redes sociais do Greenpeace.
- **Salve os Seres** – Apresenta os principais representantes da fauna e flora brasileira ameaçados de extinção. Oferece informações em tempo real da SOS Mata Atlântica e do Greenpeace.
- **Bus Stop** – Criado para melhorar a mobilidade urbana por meio do uso de transporte coletivo e alternativo. Indica pontos de ônibus mais próximos e informa sobre o trânsito, além de apontar quais meios de transporte causam mais impacto ao meio ambiente.
- **Fauna Interativa** – Reúne informações sobre a fauna brasileira, dividindo-a por estados e regiões.
- **Fuel Control** – Mostra qual combustível é o mais econômico, a taxa de consumo e o custo-benefício, levando em conta seu preço atual, além da marca e modelo do veículo.



6 mil
downloads de
aplicativos
relacionados
a questões de
sustentabilidade
criados pela
Telefônica Vivo em
2012 já foram feitos

Tecnologias verdes

A Telefônica Vivo investe em inovações tecnológicas capazes de reduzir as emissões de gases de efeito estufa e melhorar a qualidade de vida das pessoas

Como grande empresa de telecomunicações que somos, consumimos um alto volume de energia e de matérias-primas na manutenção de nossas infraestruturas, que garantem a melhor cobertura de rede e de boas conexões.

Nosso consumo de energia é utilizado em grande parte para alimentar os equipamentos e as redes de comunicação e responde por aproximadamente 80% de nossas emissões de gases de efeito estufa (GEE). Por isso, temos trabalhado constantemente para reduzi-lo. Até 2015, queremos abater 30% de nosso consumo energético global nas redes de telecomunicações e 10% nos escritórios, em comparação a 2007.

Além desse, assumimos o compromisso global de redução de 30% em nossas emissões diretas e indiretas de gás carbônico equivalente (CO₂e) até 2020, em relação a 1,7 milhão de toneladas de 2010, medidas por acesso de cliente equivalente.

A fim de cumprir este último compromisso, estamos trabalhando nas seguintes frentes:

- Melhorar a eficiência energética da rede com projetos de redução de consumo de energia, que representam 85% das emissões de CO₂e.
- Diminuir o consumo de combustíveis fósseis em geradores, substituindo-os por fontes de energia mais eficientes e limpas.
- Em frotas, utilizar veículos híbridos, de menor impacto ambiental, e melhorar sua gestão, diminuindo os quilômetros percorridos.
- Potencializar a geração de energias renováveis onde a eletricidade é de difícil acesso.

Eficiência energética

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

Para atingirmos a excelência na gestão da energia e de carbono de nossa operação, é fundamental que a busca pelo alcance de nossos objetivos seja verificada por terceiros. A ausência de dados na medição das emissões se traduz no descumprimento dos objetivos corporativos e, possivelmente, no descumprimento de normas sobre medição de emissões ou objetivos obrigatórios de redução de CO₂ que venham a existir.

Por isso, 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

Redução de emissões com as TIC

Hoje, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são responsáveis por cerca de 2,5% das emissões de gases de efeito estufa do planeta. A maior parte disso vem da energia necessária para operar os milhões de computadores, telefones celulares e os bilhões de televisores que quase sempre estão ligados em residências e escritórios.

Por outro lado, de acordo com a União Internacional das Telecomunicações (UIT), as TIC têm potencial para ajudar a encontrar soluções destinadas a reduzir os restantes 97,5%, gerados por outros setores da economia, incluindo as cidades. Segundo o relatório Smart 2020, divulgado pelo The Climate Group, as novas soluções de TIC apresentam uma oportunidade para reduzir em cinco vezes as emissões do próprio setor.

Dimensão ambiental

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 2012 a Telefônica Vivo registrou a emissão total de 100.569,11 toneladas de CO₂e. Houve uma expressiva redução das viagens de avião a trabalho nesse ano.

Operações: eficiência energética e econômica

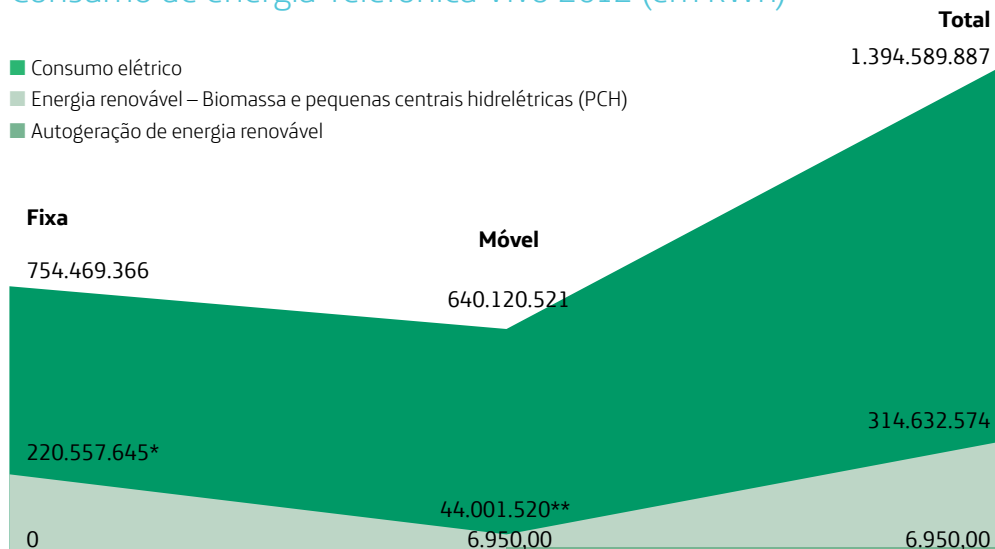
Para alcançarmos a excelência na gestão de energia e carbono, devemos tornar nossos objetivos nesse sentido uma realidade confirmada por meio da verificação externa de nossos dados, pois o que não pode ser medido não pode ser gerenciado, tampouco aperfeiçoado. Assim, desenvolvemos anualmente um processo

independente de averiguação dos dados de energia e emissões com base nos procedimentos globais de elaboração de inventário de energia e CO₂. Contar com um inventário de emissões de GEE de qualidade nos permite medir a evolução de nossas ações para alcançar os objetivos de redução de consumo de energia.

Em 2012, o consumo bruto atingiu 1.394.589.887,34 kWh (fixa e móvel). Vale destacar, ainda, que houve uma redução bruta de 113.739.220,51 kWh no consumo entre fixa e móvel em edifícios técnicos, escritórios e call centers (1.036.013.215 kWh em 2011 e 922.273.994,49 kWh em 2012), o que representa 11% de queda na comparação com o ano anterior. Em relação à energia elétrica utilizada, 23% provém de fontes renováveis (desse total, 7% corresponde a biomassa e 93%, a pequenas centrais hidrelétricas), e temos a intenção de aumentar cada vez mais esse percentual.



Consumo de energia Telefônica Vivo 2012 (em kWh)



* Houve aumento no número de edifícios que compram no Mercado Livre: 128 edifícios.

** Compra de energia de Mercado Livre de 3 edifícios: TCB, VIVI e BAR.

**1.343**

ações foram propostas e executadas pelas empresas parceiras para reduzir o consumo de energia desde o início do programa de ganho compartilhado, em 2010

Ao longo de 2012, 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, foram implementadas 1.343 ações (propostas e executadas pelas empresas parceiras) para reduzir o consumo de energia. Elas resultaram em uma economia de 45,29 GWh e redução nos custos para a Telefônica Vivo de R\$ 8,86 milhões.

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. Instalado 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 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.

Essa solução já tem sido utilizada nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste, em sites no Pará, no Piauí e em Teresópolis (RJ), para atender 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 2012, no Chile.

Compras: eficiência energética na cadeia de suprimento

A fim de aumentar a nossa eficiência energética, temos colocado em prática políticas e procedimentos que incluam critérios nesse sentido nas compras de produtos e serviços. 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 Total Cost Ownership (Custo Total de Posse, abreviado em inglês para TCO). 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.

36

placas solares, duas turbinas eólicas, um banco de baterias e um grupo motor gerador são usados no site híbrido, o primeiro a ser implementado em São Paulo

Uso de energia renovável

Em 2012, a Telefônica Vivo foi reconhecida pela Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE), órgão vinculado à Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), como a empresa brasileira com o maior número de unidades consumidoras no mercado livre de energia. Isso significa que temos a maior quantidade de prédios abastecidos por energia renovável – proveniente de pequenas centrais hidrelétricas e de usinas de cana de açúcar (biomassa). A utilização dessa energia, em substituição aos combustíveis fósseis, reduz muito o impacto no meio ambiente, já que provém de recursos naturais e possui baixa emissão de carbono.

Hoje, a energia renovável que compramos no Brasil é utilizada por 100 centrais telefônicas, um Centro de Supervisão de Rede (CRSO) e dois prédios administrativos. Representa um consumo médio anual de mais de 25 milhões de kWh, que equivale a quase 30 milhões de banhos de 15 minutos. Ela ainda evita a emissão de gás carbônico equivalente a 6,4 mil carros movidos a gasolina rodando 800 km/mês.

Dimensão ambiental



4.000 kWh

foi a economia obtida com a atuação da empresa durante o movimento A Hora do Planeta, o correspondente ao consumo mensal de 100 chuveiros elétricos

→ **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 Relacionamento com fornecedores, em Dimensão Econômica, à pág. 23), a fim de otimizar as relações com os distintos fornecedores em nível global.

Colaboradores: uma cultura de eficiência energética

A fim de contribuir com o cumprimento de nossos objetivos ambientais, 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 2012, 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 uma hora. 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. Com a ação, deixamos de consumir aproximadamente 4.000 kWh de energia elétrica durante os 60 minutos, o que é equivalente ao consumo mensal de 100 chuveiros elétricos (considerando banhos de 10 minutos).

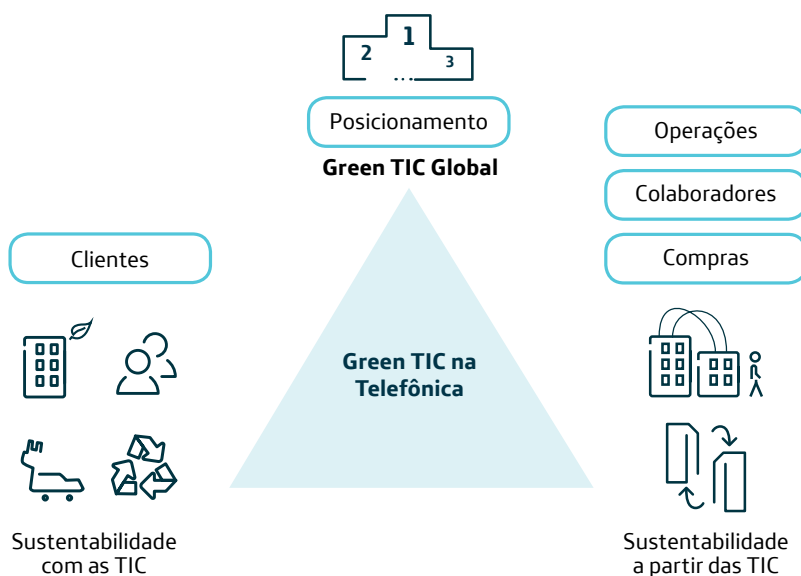
Clientes: TIC como o centro da solução

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.

Caronas inteligentes

Em 2012 incluímos a Telefônica Vivo na plataforma Caronetas, site de caronas inteligentes, que integra colaboradores para o compartilhamento de automóveis, a fim de estabelecer conexões entre eles, de reduzir custos e emissões de gases poluentes, bem como de melhorar o trânsito. Desde que ele foi lançado em todos os prédios administrativos da companhia em São Paulo, logo após o Dia Mundial Sem Carro (22 de setembro), 680 colaboradores já se cadastraram.



Dimensão social

Além de oferecermos aos nossos colaboradores um ambiente favorável para o seu desenvolvimento profissional e individual, trabalhamos para promover a inclusão digital, o apoio a crianças e adolescentes, o voluntariado, a assistência a comunidades em situações de emergência e o incentivo à cultura e ao esporte

Nossos colaboradores

O respeito e a transparência nas relações com os nossos colaboradores nos levaram a manter em 2012 uma elevada aprovação entre os nossos profissionais no Índice de Clima e Compromisso, mesmo em um período de grandes transformações internas

Nossa equipe de colaboradores viveu em 2012 mais uma etapa de avanços no processo de integração, iniciado com a unificação de políticas, processos, sistemas e práticas das operações fixa e móvel, no ano anterior. Seguindo no objetivo de construir a maior operadora integrada do Hemisfério Sul, a área de recursos humanos aprofundou a sua estratégia de elaboração de uma cultura única, que sintetiza as melhores práticas desenvolvidas anteriormente na Telefônica e na Vivo.

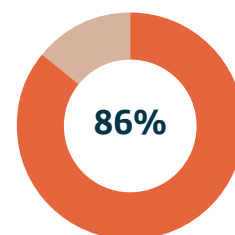
A gestão de pessoas evoluiu no sentido de oferecer aos nossos colaboradores um ambiente favorável não apenas ao seu crescimento pessoal e profissional, mas também à sua conscientização de que têm um papel ativo na melhora da vida dos indivíduos. Em 2012, essas intenções foram cristalizadas em programas e ações unificados, apresentados de forma transparente, que facilitaram a integração das equipes da recém-incorporada TVA ao nosso quadro. O sucesso dessa linha de atuação ficou evidenciado nos resultados da pesquisa de clima interno realizada em 2012: mesmo em meio ao processo de sinergia entre os quadros de colaboradores da Telefônica e da Vivo, que eliminou postos duplicados, o Índice de Clima e Compromisso (ICC) manteve-se em 86%.

Essa informação indica que estamos no caminho certo e nos incentiva a trabalhar com ânimo multiplicado no entrosamento cada vez maior desse quadro e nas conquistas obtidas a partir da sua atuação talentosa e afinada com as nossas metas, que nos tornarão uma empresa cada vez melhor.

Clima laboral Telefônica Vivo 2010-2012 (%)

	2012	2011	2010
	86*	86*	81 85

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

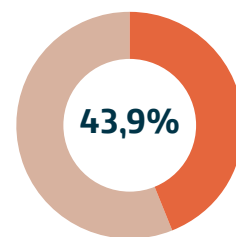


foi o Índice de Clima e Compromisso alcançado em 2012

Quadro de colaboradores Telefônica Vivo 2011-2012

	2012	2011	Variação (%)
Quadro total*	19.481	21.338	-8,71
Número de mulheres	8.604	9.714	-11,43

* Valores não contemplam estagiários e trabalhadores temporários.



do quadro de colaboradores da Telefônica Vivo é constituído por mulheres

Cuidados na reestruturação

Momentos de reestruturação em empresas, como aqueles pelos quais passamos em 2011 e 2012, normalmente envolvem dispensas, e nesses casos procuramos tratar os colegas que nos deixam da maneira mais humana e respeitosa possível. Para isso, contratamos uma das melhores consultorias de RH do mercado, a DBM, a qual nos deu uma valiosa contribuição para o processo de desligamento, participando de ações que abrangeram desde o debate de critérios e de orientações aos gestores até o plano de comunicação. Todo o processo foi negociado com os sindicatos que representam nossos colaboradores, e aqueles desligados receberam a oferta de uma consultoria de *outplacement*, para orientá-los sobre reposicionamento da carreira e recolocação. Em dezembro de 2012, 74% dos profissionais que usaram a consultoria já estavam recolocados. Todo o processo foi negociado com os sindicatos que representam nossos colaboradores.

Dimensão social

Gestão do talento

Sabemos que nossos colaboradores são a peça fundamental para alcançarmos nossos objetivos de negócio, e por isso buscamos atrair procuramos atrair e reter profissionais de alto desempenho oferecendo-lhes um ambiente de trabalho caracterizado por muita integração, colaboração, confiança mútua e amplas oportunidades de crescimento.

Em 2012, as políticas e práticas adotadas pelo RH foram alinhadas mais firmemente ao Bravo!+, o programa estratégico elaborado no mesmo ano para levar a Telefônica ao posto de melhor empresa global de comunicação no universo digital. Os reflexos dessa iniciativa já apareceram no processo de contratações, que acrescentou às competências técnicas outros itens de seleção, como o empreendedorismo, a transparência, a criatividade, a disposição em atuar de forma proativa e autônoma, aprender novos conhecimentos e usar ao máximo seu potencial.

A delimitação de objetivos é a base da formação e do desenvolvimento dos nossos colaboradores. O desempenho dos profissionais é avaliado continuamente e, a partir dele, é elaborado um plano de desenvolvimento individual, que apresenta à pessoa as oportunidades abertas pela empresa para a sua evolução. Tais oportunidades, que abrangem não apenas os colaboradores efetivos, mas também os profissionais parceiros, são formatadas em diversos cursos e treinamentos, todos sintonizados com as competências essenciais para o negócio e com o aperfeiçoamento de uma cultura empresarial de adaptabilidade e inovação.

Nesse sentido, as ferramentas educacionais podem variar da formação presencial – representada por eventos como cursos, oficinas, seminários e conferências – ao aprendizado do tipo *e-learning* e a recursos como rotações internacionais, *mentoring* e *coaching*.

Os investimentos em educação em 2012 atingiram R\$ 42,990 milhões, com participações de colaboradores, efetivos e parceiros, em mais de 216 mil horas de treinamentos presenciais e mais de 59 milhões de horas em treinamentos online.

Inclusão de jovens no mercado de trabalho

A Telefônica Vivo proporciona um ambiente favorável aos jovens talentos que almejam iniciar sua carreira em uma companhia sólida, que lhes dê oportunidade de crescimento profissional. O primeiro programa de trainees após a integração foi lançado em setembro de 2012. Com 30 vagas para jovens de São Paulo e do Rio de Janeiro, o programa foi estruturado para desenvolvê-los em um ambiente estimulante e desafiador, com a possibilidade de realizar um módulo internacional, de participar de um *job rotation* e de contar com um programa de desenvolvimento e aceleração de maturidade profissional, além de conduzir um projeto relevante na área de atuação, com *coaching* e conceitos de gestão de projetos.



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. Foram registradas ainda as participações de 160 colaboradores com subsídio em especialização e idiomas, de 65 colaboradores incentivados à primeira graduação e de 113 colaboradores em programas internacionais, além de 74 certificações em metodologias e tecnologias.

É perceptível o clima positivo despertado por esse conjunto de iniciativas no nosso quadro de profissionais. Além dos 86% obtidos no Índice de Clima e Compromisso, conquistamos 91% de concordância à afirmação "Estou motivado para contribuir com meu trabalho e esforço para o êxito desta empresa", apresentada na pesquisa de clima de 2012.

43 milhões

de reais, aproximadamente, foram investidos em programas de treinamento em 2012

Dimensão social

Retribuição justa e reconhecimento ao trabalho

O objetivo de atrair e manter talentos num meio muito competitivo leva a nossa política de salários e de remuneração a estar sempre em sintonia com a faixa superior do mercado. Consideramos que o mérito no desempenho individual, evidenciado no cumprimento de metas, sempre é motivo de reconhecimento.

A remuneração total recebida pelos nossos colaboradores é composta pela remuneração fixa (salário base), por programas de remunerações variáveis e por um grande leque de benefícios – somente em 2012, estes últimos foram objeto de um investimento de mais de R\$ 305 milhões da empresa. Fazemos um esforço contínuo para que o desenho e os critérios de remuneração utilizados pela empresa sejam conhecidos por todos os nossos profissionais.

Nossa política para o salário nominal é pagá-lo na média do segmento de mercado no qual estão as empresas que remuneram os seus profissionais de maneira mais agressiva. A compensação fixa com que remuneramos os nossos colaboradores está sempre acima das proporções salariais mínimas. No Brasil, a diferença com relação ao salário mínimo é de 1,22 vez.

A remuneração variável é anual e está relacionada à conquista dos objetivos de negócios. Em 2012, reformulamos e unificamos o Programa de Participação nos Resultados (PPR), que representa uma quantia adicional paga a todos os colaboradores em função do atingimento das metas corporativas. As equipes foram alinhadas em torno de objetivos comuns, definidos segundo um modelo pautado pela simplicidade e transparência. Desde 2012, atingir 100% das metas estabelecidas significa receber 2,2 salários adicionais no período de um ano. Outra vantagem foi o pagamento, a todos os colaboradores, de um adiantamento do PPR em julho, com valor equivalente a um salário base.

Em 2012, 2.541 profissionais foram promovidos e 4.314 méritos (782 enquadramentos) foram contemplados no processo de revisão salarial (alterações salariais).

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 sindicatos de trabalhadores de Telecom nos 27 estados

da Federação. Além disso, negociamos com o Sindicato dos Engenheiros do Estado de São Paulo, garantindo a representatividade de 100% dos nossos colaboradores.

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 nosso Acordo Coletivo de Trabalho, firmado em Setembro de 2012, existe uma cláusula garantindo o diálogo permanente com as entidades sindicais por meio de reuniões trimestrais.

Inclusão de pessoas com deficiência

As pessoas com deficiência também merecem atenção especial em relação ao aspecto profissional. Nesse sentido, nosso Programa de Inserção, desenvolvido de modo a respeitar a igualdade de oportunidades, estabelece as seguintes premissas básicas:

- 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 as pessoas sem deficiência.

Entre as iniciativas postas 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. Disponibilizamos, ainda, toda a infraestrutura necessária, com estações de trabalho adaptadas, tecnologias inclusivas, atendimento médico especial e estacionamento nos prédios administrativos.

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 150 vagas, com duração de 8 meses, em curso supletivo para conclusão do ensino médio e formação com foco em telecomunicações, administração em recursos humanos e informática.

No fim de 2012, a Telefônica Vivo contava com 215 profissionais com algum tipo de deficiência, número ainda inferior ao estabelecido na legislação.

2,2

salários adicionais no período de um ano são pagos se o colaborador atingir 100% das metas estabelecidas



dos nossos colaboradores são representados por entidades sindicais

150

vagas são oferecidas pela empresa a pessoas com deficiência em curso supletivo para conclusão do ensino médio

Dimensão social

Igualdade de gênero

Consideramos que os processos de contratação e promoção devem avaliar os candidatos somente por seus méritos profissionais e pessoais. Não há uma política de incorporação e promoção das mulheres, pois temos como premissa básica a não diferenciação de gêneros dentro da empresa, tampouco de raça, cor, nacionalidade, origem étnica, religião, orientação sexual, idade ou estado civil. Assim, todos têm iguais benefícios e oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional na companhia.

Saúde e bem-estar

Na Telefônica Vivo, trabalhamos constantemente para oferecer aos nossos colaboradores um amplo rol de benefícios em saúde e bem-estar. Por isso, possuímos uma diretoria de saúde, composta por uma equipe multidisciplinar responsável pela Gestão de Risco, Saúde Assistencial, Saúde Ocupacional e Segurança do Trabalho. Ela atua em todo o território nacional, com uma estrutura de 15 ambulatórios nas principais capitais do Brasil, e promove atendimento aos colaboradores em seu local de trabalho, de forma personalizada e qualificada, em espaço devidamente equipado, com equipe médica e de enfermagem que presta assistência integrada.

Depois da fusão das operações da Telefônica e da Vivo, foram selecionadas as melhores práticas

**81,8%**

foi a nota final obtida pela empresa na publicação "As melhores empresas para trabalhar", da *Você S/A*; Saúde foi o maior índice de satisfação, com 94,7%

de cada empresa. O resultado disso foi uma gestão integrada ao negócio, pela qual os riscos ocupacionais são identificados e quantificados. A medida proporciona ações de melhoria das condições do ambiente físico e psicossocial de trabalho e das condições de saúde pessoal, além da promoção do envolvimento da empresa e da comunidade.

Oferecemos aos nossos colaboradores um plano de saúde de autogestão com ampla cobertura e um programa de gerenciamento de pacientes crônicos, atuando fortemente na gestão e acompanhamento da resolutividade. Os colaboradores e seus dependentes contam também com o programa de apoio psicossocial, no modelo Employee Assistance Program (EAP).

Todas essas atividades são integradas pelo programa de qualidade de vida Bem Perto, lançado em 2012, que assina a comunicação das ações próprias da Diretoria de Promoção à Saúde, colocando em prática seus quatro pilares:

Cuidar

Desenvolvimento de ações de promoção à saúde e prevenção de doenças, entre as quais estão o programa Nascer Bem, que acompanha e orienta colaboradoras gestantes e seus companheiros; campanha de vacinação contra a gripe, para os colaboradores, dependentes e terceiros; prevenção de Doenças Sexualmente Transmissíveis (DST) e HIV, com ações interativas no portal, como *quiz* com temas de prevenção e a distribuição de camisinhas.

Proteger

Ações de promoção do comportamento seguro a prevenção de acidentes, entre as quais se incluem:

- Elaboração dos laudos diversos (ergonômico, elétrico, de periculosidade), suas correções/adaptações;
- Realização de treinamentos, visando capacitar colaboradores para realizar tarefas específicas (como trabalho em altura e ambientes confinados), orientando para identificação e controle dos riscos e uso correto dos equipamentos de proteção;
- Organização e realização da Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT);
- Organização das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs).

Acolher

Desenvolvimento de ações que estimulem a integração entre colaboradores e suas famílias, que envolvam e revertam em resultados para a comunidade, promovendo bem-estar e humanização (incentivo à doação de sangue e agasalho, etc.).

Nosso Clube

Ações que promovam a cultura, esportes e lazer entre nossos colaboradores.

4 milhões

de torpedos SMS, aproximadamente, foram enviados para clientes e colaboradores em 2012, com mensagens de prevenção e informações de utilidade pública

Programa Bem Perto

Em 2012, o Programa Bem Perto implantou:

- A primeira Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT) integrada, com a participação de 13.781 colaboradores, por meio do portal Bem Perto e de participações presenciais, em cinco estados brasileiros.
- O programa Nascer Bem, com a participação de 469 gestantes, entre colaboradoras, dependentes, terceiras e 95 casais, que fizeram cursos presenciais, com o monitoramento médico, nutricional e psicológico, além de conteúdos online disponibilizados semanalmente para a empresa toda.
- O programa Doação, com a campanha de doação de sangue realizada internamente e em parceria com os principais hemocentros de todo o País, da qual participaram 728 colaboradores voluntários.
- O torpedeo social para clientes e colaboradores, uma parceria com o Ministério da Saúde, Secretarias da Saúde, Hemocentros e Prefeituras. Foram enviados em 2012 mais de 4 milhões de torpedos SMS, com mensagens de prevenção e informações de utilidade pública, em todo o território nacional.
- A avaliação de saúde ocupacional, que realizou exames médicos pré-admissionais, periódicos e de mudanças de função/complementares ao Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO).
- Atividades na área esportiva, como corridas de rua e treinos semanais, campeonatos de futebol, torneios para ranking de tênis, competições de kart e boliche, além das disputas de natação, pesca esportiva, truco, squash e futebol society. Todas essas atividades acontecem no nosso clube, que hoje possui 4.200 colaboradores associados efetivos, além dos seus dependentes.
- Uma carteira de convênios com mais de 400 parcerias, em todo o País, com descontos e condições especiais nos serviços prestados. O leque de opções inclui academias, cursos e escolas, restaurantes, saúde e beleza, proporcionando comodidade e economia para os colaboradores.
- Atividades como coral, teatro e dança de salão e serviços como massagem, revelação de fotos, multimídia, locadora de DVDs, ingressos com desconto para o cinema e melhores parques, além de passeios e viagens.

As atividades de promoção à saúde e bem-estar realizadas pela Telefônica Vivo estendem-se à sociedade e também envolvem seus colaboradores na prática da qualidade de vida e da cidadania.

Nosso modelo de gestão define formas de identificar, quantificar e propor soluções para os Riscos Ocupacionais, a fim de evitar "custos invisíveis" que nascem na Saúde e Segurança e comprometem os resultados da empresa. Além disso, integramos a saúde assistencial, ocupacional, segurança do trabalho e aspectos de esporte, cultura e lazer, tendo a gestão de risco como base de sustentação, o que nos permite mapear, reconhecer e antecipar o desenvolvimento das ações de promoção à saúde e ao comportamento seguro dos indivíduos, e de prevenção de doenças e acidentes para os profissionais que estão sob risco.



Inclusão digital

Presentes em mais de 3.000 municípios brasileiros com a rede 3G, exercemos um papel transformador na vida de dezenas de milhões de clientes em setores como educação, saúde, segurança e geração de renda

O poder transformador das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) na vida das pessoas nos possibilita utilizar nossos produtos e serviços para colaborar com a construção de um país mais justo e inclusivo.

Temos trabalhado continuamente para que a banda larga seja acessível a qualquer nível social e esteja presente em todos os lugares do Brasil, como uma ferramenta de acesso à educação e exercício pleno da cidadania. Para essa meta ser alcançada, buscamos nos aprimorar e inovar sempre, desbravando constantemente as fronteiras do universo digital.

Conexão que transforma

Os benefícios que as TIC proporcionam ficam ainda mais nítidos quando atingem cidades longínquas, onde até os meios de transporte chegam com dificuldade. Um exemplo notável 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 a região a desenvolver-se de forma surpreendente no que diz respeito a ensino, trabalho e relacionamentos pessoais. De acordo com uma pesquisa da Universidade Federal do Pará, 90% dos habitantes locais consideram que o celular mudou seu dia a dia para melhor, 53% avaliam que isso contribui para a criação de empresas e a geração de postos de trabalho e 74% afirmam usar a internet para melhorar o aprendizado.

Em 2012, outras comunidades passaram a ter acesso à nossa rede 3G e ao serviço de voz. Levamos a conectividade a cidades como Catas

Altas da Noruega (MG), com 3.462 habitantes, Rancho Alegre (SC), com 4.190 habitantes, e Ribeira do Amparo (SE), com 14.000 habitantes – este último foi o município de número 3.000 coberto pela nossa tecnologia 3G.

Em todo o Brasil, já são 2.401 municípios com menos de 50 mil habitantes atendidos com a tecnologia 3G. As regiões beneficiadas contam ainda com o apoio de projetos da Fundação Telefônica em parceria com prefeituras, escolas e conselhos tutelares em defesa dos direitos da criança e do adolescente.

Um desses projetos é o Escolas Rurais Conectadas. Essa iniciativa, que surgiu como uma obrigatoriedade deliberada pela Anatel em virtude da fusão entre Telefônica e Vivo, visava conectar 100 escolas rurais com serviços 3G e levar dois computadores a cada unidade. A Fundação Telefônica não se limitou a simplesmente atender à determinação: levou o kit Vivo Box às instituições e optou por doar laptops, de modo a facilitar a mobilidade de alunos e professores. Além disso, a área de Educação e Aprendizagem da Fundação elaborou e distribuiu cartilhas pedagógicas para otimizar o uso dessas ferramentas na educação. Já foram contemplados cerca de 11 mil alunos, moradores de 89 municípios distribuídos em sete estados brasileiros. (Ver mais detalhes em Investimento Social, item Educação e Aprendizagem, à pág. 50)

2.401

municípios com menos de 50 mil habitantes já são atendidos com a tecnologia 3G

90,98%

da população brasileira estava coberta pelas tecnologias digitais da rede móvel da empresa no fim de 2012

1,2 milhão

de clientes já eram atendidos por serviços de banda larga no fim de 2012

Integração do País com o 3G

A inauguração da Estação Rádio Base (ERB) de Rancho Alegre, no Paraná, em julho de 2012, nos permitiu concluir o maior e mais ambicioso plano de inclusão digital do País, o Plano Vivo Internet Brasil. Iniciado em 2010, ele tinha como objetivo levar a tecnologia 3G a 2.832 municípios, que abrigam 85% da população brasileira. O cumprimento desse objetivo significa que o número de municípios cobertos pela Telefônica Vivo superou a soma das cidades atendidas com 3G pelas demais operadoras.

No fim de 2012, atingimos a marca inédita de mais de 3,1 mil municípios atendidos pela tecnologia 3G. Isso significa oferecer a possibilidade de conectividade às pessoas, empresas e organizações públicas e privadas dessas localidades, o que lhes proporciona novas perspectivas de progresso e desenvolvimento. Para nós, significa também o atendimento do compromisso interno de se destacar cada vez mais no mercado de dados, segmento que deverá apresentar o maior crescimento e trazer a possibilidade de adicionar novos consumidores.

Vale salientar ainda a expansão nacional da rede HSPA+ (ou 3GPlus, como é conhecida comercialmente), que está funcionando em

toda a rede 3G da empresa. Essa tecnologia permite que os clientes que possuem terminais compatíveis atinjam taxas de transmissão de dados ainda mais altas – elas podem chegar a três vezes o valor da taxa do 3G tradicional.

No final de 2012, as tecnologias digitais WCDMA, GSM/EDGE e CDMA da rede móvel cobriam 3.743 municípios (67,26% do total brasileiro), nos quais reside 90,98% da população do País. Isso significa um índice bastante elevado de habitantes para as quais disponibilizamos novas possibilidades de conexão não apenas interpessoal, mas também em áreas como educação, saúde e segurança. A expansão amplia o nosso potencial transformador na vida dessas pessoas.

Inclusão econômica

Temos a ambição de levar conexão de qualidade ao maior número possível de pessoas. Por isso, e alinhados à política de inclusão digital do governo federal, firmamos em 30 de junho de 2011 um termo de compromisso em sintonia com o determinado pelo Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) para permitir o acesso à banda larga a pessoas de baixa renda 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.

Naquele ano, lançamos a oferta de banda larga fixa para clientes do varejo e atacado. No mesmo termo de compromisso, assumimos o encargo de oferecer banda larga no varejo por até R\$ 35,00 ou oferta conjunta de banda larga e telefonia fixa limitada a R\$ 65,00, sendo que a oferta de banda larga tem velocidade mínima de 1 Mbps e pode ter limite nas quantidades de downloads sem prejudicar a fruição do serviço. Já a oferta de atacado foi disponibilizada em 350 municípios e pode ser contratada por Prefeituras e empresas cadastradas no regime fiscal denominado Simples. Sua comercialização será feita em múltiplos de 2 Mbps, limitando-se a 8 Mbps por Prefeitura e a 20 Mbps pelas empresas.

Em dezembro de 2012, alcançamos a marca de 1,2 milhão de clientes em serviços de banda larga popular.

Vila Cruzeiro

Em uma parceria com a Ericsson, desde junho de 2012 mais de 3.000 crianças e adolescentes que vivem na Vila Cruzeiro, bairro carente do Rio de Janeiro, têm acesso a recursos educacionais de qualidade pela internet via banda larga e computação em nuvem. Enquanto fornecemos a conexão, a Ericsson põe à disposição da comunidade ferramentas de aprendizagem e equipamentos.

Entre os beneficiados estão os estabelecimentos de ensino CIEP José Carlos Brandão Monteiro e Escola Municipal Joracy Camargo, além da organização não governamental (ONG) Atitude Social. As escolas e a ONG receberam netbooks com conectividade sem fio, permitindo que alunos e professores acessem gratuitamente conteúdo educacional baseado em computação em nuvem.

1 Mbps

é a velocidade mínima de banda larga fixa para clientes de baixa renda do varejo e atacado ofertada pela empresa desde 2011

124%

foi a evolução do número de clientes conectados por fibra ótica em relação a 2011, passando de 50 mil para 112 mil consumidores desse serviço

Serviços convergentes multiplicando conexões

Outro exemplo de como temos ampliado horizontes e levado conectividade a cada vez mais pessoas é o investimento maciço realizado pela Telefônica Vivo na rede de ultrabanda larga via fibra ótica FTTH (Fiber To The Home – Fibra Conectando a Casa).

No fim de 2012, o FTTH possuía 112 mil clientes conectados, 124% a mais do que os 50 mil clientes conectados no final de 2011. Esses clientes têm uma velocidade média contratada acima de 20 MB e apresentam uma taxa de desconexão significativamente reduzida. A Telefônica Vivo continuará a investir para aumentar a cobertura de fibra, a eficiência e a rentabilidade de sua rede, cuja capacidade de ofertar velocidades chega a 200 Mbps.

Em TV por assinatura, o foco foi o lançamento de nossas ofertas de Vídeo sobre a Fibra (Vivo Fibra TV) e de vídeo over-the-top (Vivo Play), desenvolvido em conjunto com a Telefônica Digital. Os investimentos em outras tecnologias de vídeo envolveram a complementação dos serviços já oferecidos aos nossos clientes de linha fixa e banda larga, com o objetivo de fidelizar e aumentar a receita média por cliente.

Além das ofertas de voz, a estratégia de convergência se torna cada vez mais importante, combinando o fixo a produtos com alto potencial de mercado, com internet, voz móvel e TV.

Acessibilidade no negócio

Em relação às áreas urbanas, o estado de São Paulo possui uma das maiores densidades de telefones públicos do mundo: são 199.151 unidades instaladas, número inferior ao registrado nos anos anteriores, devido ao acordo firmado entre as operadoras e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em função da queda em sua demanda. Dentre as unidades, 9.006 são adaptadas para cadeirantes e 3.971, para pessoas com deficiência auditiva e da fala, cujo atendimento é realizado via Serviço de Intermediação Surdo-Ouvinte (Siso). Estas quantidades estão rigorosamente alinhadas com as obrigações regulatórias.

Desde 2010, todos os nossos telefones públicos estão equipados com 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 se encontra um telefone público a no máximo 300 metros de caminhada.

As iniciativas que desenvolvemos voltadas para a acessibilidade incluem ainda a audiodescrição nos espetáculos realizados no Teatro Vivo, por meio da narração das cenas aos espectadores com deficiência visual de modo que estes desfrutem das produções tanto quanto o público na plateia. O Teatro Vivo é o primeiro ambiente teatral da América Latina a oferecer tal ferramenta de acessibilidade. No local também é feita a tradução das falas dos espetáculos em Linguagem Brasileira de Sinais (Libras) e existe acessibilidade total para cadeirantes.

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. Disponibilizamos na Central de Atendimento ao Cliente um número exclusivo para deficientes auditivos, o 0800 772 8346, que pode ser utilizado com auxílio do aparelho TTD (Telephone Device for Deaf).

Nas lojas próprias da marca, o padrão arquitetônico e o layout vêm sendo alterados de maneira a se tornarem totalmente acessíveis a pessoas com deficiência. Para melhorar ainda mais a experiência do cliente, os funcionários são treinados para recebê-los adequadamente. Hoje, 13 lojas próprias já estão adaptadas ao modelo.

A Telefônica Vivo também levou o tema acessibilidade para a Campus Party, um dos maiores eventos de tecnologia do mundo (ver Incentivo à cultura, à tecnologia e aos esportes, à pág. 59). Além da realização de palestras sobre o tema de tecnologias assistivas, o evento incluiu a maratona de desenvolvimento Vivo Hackathon, na qual uma das categorias de premiação envolvia a criação de um app sobre acessibilidade (ver mais detalhes em Aplicativos verdes, à pág. 35)

13

das nossas lojas próprias já contam com arquitetura e layout que as deixam totalmente acessíveis a pessoas com deficiência

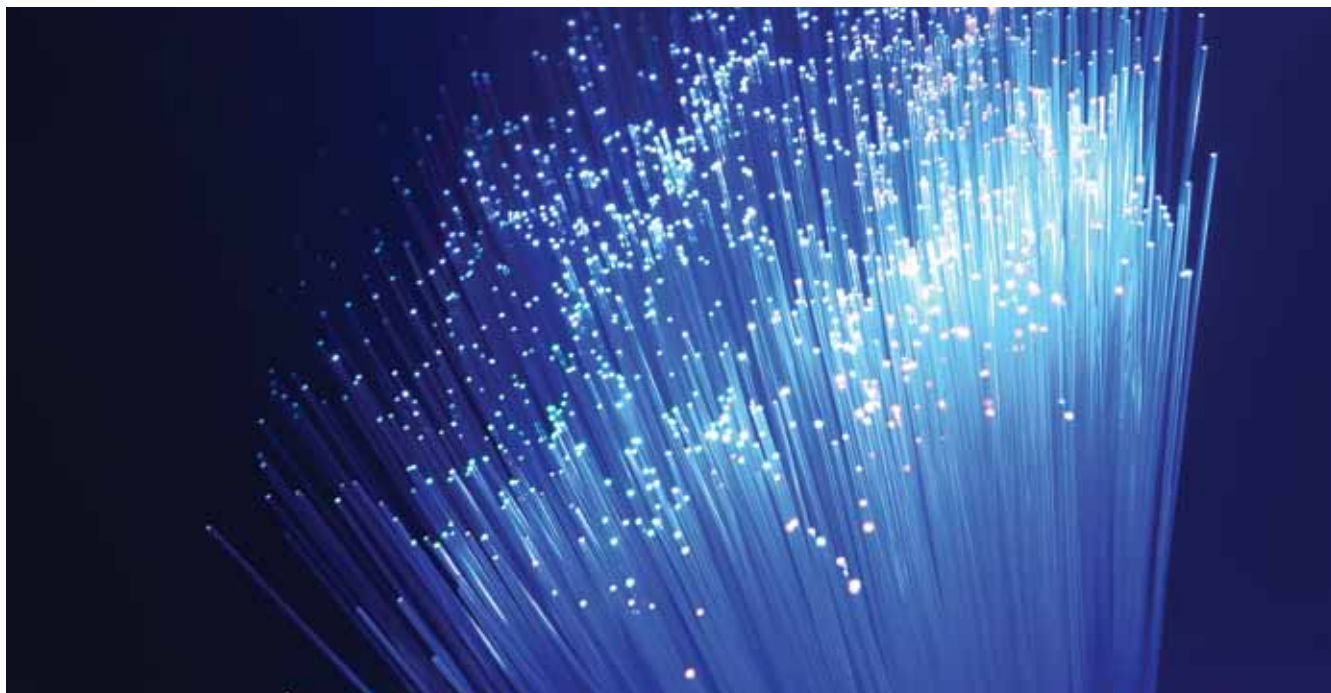
Serviços sempre presentes

A Telefônica Vivo se esforça para manter o seu atendimento em situações de emergência para a população, e para isso adota, em nível global, planos elaborados de acordo com as características de cada região servida pela empresa

Na Telefônica Vivo somos conscientes da importância de uma boa gestão de nossas redes para que nossos clientes, órgãos públicos e defesa civil se mantenham conectados em meio a ocorrências como chuvas, desastres naturais ou até mesmo ações de vandalismo em nossas infraestruturas. Por isso, são estabelecidos Planos de Continuidade do Negócio em nível global, a fim de continuarmos a oferecer 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.

Um exemplo dessas iniciativas é o Plano Verão, que mobiliza as equipes de supervisão, operação e manutenção na época das chuvas para iniciar, o mais rápido possível, o restabelecimento dos nossos serviços. No final do ano, nos locais onde são esperadas uma maior aglomeração de pessoas, colocamos em prática o Plano de Natal e Ano Novo para evitar principalmente o congestionamento da rede móvel e poder continuar a oferecer nossos serviços com qualidade.



Investimento social

Por meio da Fundação Telefônica, utilizamos a tecnologia de forma inovadora para estimular o aprendizado, multiplicar o conhecimento e conectar pessoas e instituições a fim de abrir novas portas para o desenvolvimento das pessoas e de suas comunidades

Criada em 1999, a Fundação Telefônica nasceu para melhorar a qualidade de vida de crianças e jovens através daquilo que o Grupo tem de melhor: a tecnologia. Em 2011, ela incorporou os projetos do Instituto Vivo, como consequência da fusão entre a Vivo e a Telefônica. A Fundação Telefônica acredita que, conectando pessoas e instituições, é possível transformar o futuro, tornando-o mais generoso, inclusivo e justo. Utiliza tecnologias de forma inovadora para potencializar a aprendizagem e o conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento pessoal e social. Suas áreas de atuação mais importantes são:

- **Infância e Adolescência** – O Brasil tem o compromisso de erradicar todas as formas de trabalho infantil até 2020. Buscamos contribuir com essa causa mobilizando a sociedade para o tema e realizando projetos que atuem no enfrentamento direto ao trabalho infantil. Essa é uma das principais causas defendidas pela Fundação na América Latina.
- **Educação e Aprendizagem** – Nosso compromisso é promover a qualidade educacional a partir da geração de modelos inovadores e de novas metodologias de aprendizagem, através da tecnologia e da mobilização das pessoas e instituições para o tema.
- **Inovação Social** – Ainda hoje existem comunidades isoladas ou com acesso limitado à tecnologia, o que impacta diretamente no seu desenvolvimento econômico e social. Trabalhamos para descobrir, experimentar e disponibilizar novas tecnologias que promovam o desenvolvimento pessoal e social dessas comunidades.

- **Voluntariado** – Ao mobilizarmos mais de 20 mil colaboradores do Grupo Telefônica, promovemos o voluntariado empresarial e incentivamos ações sociais e cidadania.

Educação e Aprendizagem

A linha de trabalho Educação e Aprendizagem estimula educadores a utilizar a tecnologia como meio de expandir metodologias e produzir conhecimento, através da capacitação e de ambientes colaborativos, apoiando projetos que incentivam o uso de novas formas de aprendizagem baseadas na utilização de tecnologias da informação e comunicação.

Nesse sentido, a Fundação Telefônica participou em 2012 da concepção e do desenvolvimento do projeto Ginásio Experimental de Novas Tecnologias Educacionais (GENTE). Idealizada pela Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro, a iniciativa foi posta em prática em parceria com empresas, fundações e institutos sociais. Esse conceito inovador de escola rompe os paradigmas do modelo tradicional, se apropria integralmente de novas tecnologias educacionais e coloca o aluno no centro do processo de aprendizagem.

A proposta envolve uma mudança de conteúdo, método e gestão: não há turmas, anos ou salas de aula. Tablets e smartphones fazem parte do material escolar dos alunos e docentes. O conteúdo, as habilidades e as competências são desenvolvidos nas aulas digitais da Educopédia, plataforma que inclui material de suporte para professores, como sequências didáticas com jogos digitais, vídeos e testes. As provas são aplicadas por meio do sistema avaliativo Máquina de Testes e a correção é automática, com resultados imediatos.

41,4
milhões de reais foram
investidos no Brasil pela
Fundação Telefônica
em 2012

Dimensão social



Inaugurado em 1º de março de 2013, o primeiro GENTE funciona na Escola Municipal André Urani, no bairro da Rocinha. Ele tem capacidade inicial para atender 180 alunos do 7º ao 9º anos.

Escolas Rurais Conectadas

Liderado pela Fundação Telefônica, em 2012 o projeto Escolas Rurais Conectadas levou conexão de Terceira Geração a 100 escolas rurais em sete estados brasileiros e doou 200 notebooks, dois para cada escola conectada. O evento de lançamento do projeto foi realizado em 13 de dezembro de 2012, na Escola Municipal de Educação Fundamental Pedro Cristiano Hober, em Maratá (RS).

O projeto parte do princípio de que a comunicação pela internet amplia o acesso à informação e proporciona a inserção dessas comunidades escolares no mundo conectado. Em 2013, o projeto oferecerá formação online a 500 educadores, além de identificar escolas rurais abertas à inovação para o desenvolvimento de novos projetos.

O Escolas Rurais Conectadas oferece uma oportunidade única de experimentar o potencial do uso das tecnologias para melhorar a qualidade educativa no contexto rural, bem como para observar os impactos da conectividade na vida de comunidades escolares localizadas em áreas distantes dos grandes centros.

180
alunos de uma escola
carioca já podem ser
educados pelo projeto
GENTE, que se apoia
em novas tecnologias
educacionais e coloca
o aluno no centro
do processo de
aprendizagem

Inovação por conectividade

Destaques do Escolas Rurais Conectadas em 2012

- **100** escolas rurais conectadas com serviço 3G em área de cobertura em sete Estados: Alagoas (8), Bahia (14), Pernambuco (19), Santa Catarina (11), Rio Grande do Sul (33), São Paulo (9) e Minas Gerais (6)
- **89** municípios atendidos
- Serviço de conexão gratuito até o final da concessão para as 100 escolas com Tecnologia Vivo Box
- **200** notebooks com conteúdo educativo digital
- Realização de diagnóstico educacional
- **11.000** alunos e **794** professores beneficiados

Dimensão social

Projeto Plinks

O Projeto Plinks é uma plataforma de rede social baseada em interações e jogos educacionais digitais, cujo objetivo é promover o engajamento das crianças entre 9 e 12 anos e educadores do 4º ao 7º anos do ensino fundamental em práticas de letramento e numeramento (alfabetização matemática), através de sua imersão em cenários inovadores de aprendizagem.

Com atividades como minijogos, wikigames, bookgames e enigmas, o projeto visa desenvolver nos alunos atitudes proativas, comprometidas e autônomas, e ampliar seu potencial de interação social, de compartilhamento de informações, de resolução de problemas e de produção colaborativa de conhecimento.

Essa parceria da Fundação Telefônica com o Instituto Ayrton Senna, Joy Street e Instituto Natura será levada gratuitamente a cerca de 30 mil alunos de escolas públicas em agosto de 2013. A partir de 2014 a plataforma estará disponível para mais de 100 mil alunos em todo o Brasil.

EducaRede

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, ele oferece conteúdos exclusivos sobre temas atuais para mais de 100 mil usuários, usando as tecnologias da informação e comunicação (TIC) como principal meio de inclusão digital e recurso pedagógico.

Infância e Adolescência

Desde 2006 a Fundação Telefônica atua no enfrentamento ao trabalho infantil. Com o objetivo de ver essas estratégias transformadas em políticas públicas, a Fundação apoia municípios do Semiárido na elaboração de projetos municipais com esse foco. Para isso, utiliza todo o conteúdo e plataformas de educação a distância da Rede Pró-Menino (www.fundacaotelefonica.org.br/promenino), portal que congrega informações especializadas sobre combate ao trabalho infantil e defesa dos direitos da infância e adolescência. Além disso, buscando engajar a sociedade como um todo no combate ao trabalho infantil, a Fundação Telefônica

organiza campanhas nacionais de sensibilização sobre o tema com foco nas redes sociais.

O Portal Pró-Menino (www.fundacaotelefonica.org.br/promenino), que conta com 200 mil visitas por mês, representa uma contribuição para a garantia do direito de crianças e adolescentes, por meio da disseminação da informação, do apoio a organizações que lidam com essa temática e da sensibilização da população em geral. Em 2012, o portal recebeu 1.390.786 visitas.

Caravana contra o Trabalho Infantil

Mobilização que percorreu em 2012 todas as capitais do Nordeste, a Caravana tem o objetivo de articular autoridades públicas e a sociedade civil para a questão do trabalho infantil, por meio de atividades como audiências públicas, seminários e oficinas. Como resultado, foram elaborados planos estaduais e municipais de erradicação do trabalho infantil, a serem executados até 2016, e foram beneficiadas 80.212 pessoas no período da ação, entre abril e junho de 2012.

100 mil
alunos brasileiros
poderão ter acesso
em 2014 ao Projeto
Plinks, plataforma de
rede social que envolve
interações e jogos
educacionais digitais



1,39 milhão
de visitas foram feitas ao Portal
Pró-Menino em 2012

80.212
pessoas foram beneficiadas pelas ações da
Caravana contra o Trabalho Infantil em 2012

Dimensão social

Nordeste e Semiárido

A área de Infância e Adolescência decidiu concentrar suas atividades de combate ao trabalho infantil, a partir de 2013, nas regiões do Nordeste e Semiárido. Uma pesquisa realizada pela Fundação Telefônica em 2012, com 18.493 crianças e adolescentes dessas áreas, mostra a urgência e a relevância desse trabalho (ver tabela abaixo).

Problema palpável

Cidades do Nordeste e Semiárido pesquisadas pela área de Infância e Adolescência da Fundação Telefônica em 2012

Para 2013 e 2014, o atendimento será destinado a 8.432 crianças e adolescentes, com foco nos seguintes municípios: Recife (PE); Inhapi (AL); Codó e Timbiras (MA); Acaraú (CE); Caicó (RN); Comercinho, Veredinha, Jequitinhonha e Minas Novas, todos no Vale do Rio Jequitinhonha (MG). Em 2012, esse atendimento já foi iniciado na região metropolitana de Recife e em Inhapi (AL), beneficiando cerca de 5.000 crianças e adolescentes.

Estado de São Paulo

Entre 2007 e 2012, a Fundação Telefônica apoiou 29 projetos de atendimento (Combate ao Trabalho Infantil) em 25 municípios do estado de São Paulo, beneficiando 12.608 crianças e adolescentes ao longo desses cinco anos.

Foram projetos desenvolvidos por meio de parcerias com os Conselhos Municipais de Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA) e ONGs, além de órgãos de prefeituras. No balanço final, foi obtida uma taxa de 60% de retirada de crianças e adolescentes da situação de trabalho infantil e assiduidade escolar de 98%.

Das organizações participantes, 79% destacaram o fortalecimento da equipe entre os resultados mais importantes. Foram salientados ainda



o aumento de potencial de atuação, a mudança de postura dos profissionais, o maior comprometimento e melhoras na relação dentro da equipe. No aspecto interno, o campo de gestão também foi uma área em que as organizações reconheceram mudanças.

Ação Proteção

O Ação Proteção é um projeto criado em 2010, em parceria com o Ministério Público do Estado de São Paulo e com a organização Childhood Brasil, para enfrentar o abuso e a exploração sexual de crianças e adolescentes. Com término programado para 2013, ele envolveu, em 2012, 30 municípios de seis regiões paulistas, que contaram com sua plataforma de ensino a distância (www.acaoprotecao.org.br).

A mobilização, a articulação e a capacitação dos municípios envolvidos nos temas de enfrentamento à violência sexual contra crianças

8.432

crianças e jovens do Nordeste e Semiárido receberão atendimento da área de Infância e Adolescência da Fundação nos anos de 2013 e 2014

12.608

crianças e adolescentes paulistas foram beneficiados pelos projetos da Fundação Telefônica entre 2007 e 2012

Mapa do trabalho infantil no Nordeste e Semiárido

Cidades	Estado	Crianças e adolescentes em situação ou risco de trabalho infantil (%)
Codó e Timbiras	MA	77,6
Queimada Nova, Simplício Mendes e Campinas do Piauí	PI	62,6
Acaraú	CE	63,2
Caicó	RN	66,0
Jequitinhonha, Comercinho, Veredinha, Joaima, Novo Cruzeiro, Padre Paraíso, Santa Cruz de Salinas, Minas Novas e Francisco Badaró	MG	81,5

Dimensão social

e adolescentes atingiram resultados expressivos. Vinte e seis dos municípios participantes foram assessorados na metodologia Conhecer para Transformar – Elaboração de Diagnósticos e Planos de Ação; desses, 18 concluíram o diagnóstico e seus planos de ação estão em fase de aprovação nos Conselhos de Direitos para serem incluídos no orçamento público e executados durante 2013. Esses municípios receberam recursos da Fundação Telefônica por meio de lei de incentivo fiscal (lei nº 8.069/90). Uma campanha de mídia veiculou mensagens sobre o tema em estações de rádio de 11 municípios participantes e em redes de TV, além de um especial jornalístico exibido em um período próximo ao dia 18 de maio (Dia Nacional do Enfrentamento à Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes).

É da Nossa Conta!

A campanha colaborativa É da Nossa Conta! foi desenvolvida com o objetivo de mobilizar a sociedade contra o trabalho infantil. Ela atuou em quatro frentes diferentes: “Reconheça situações de trabalho infantil e adolescente à sua volta”, “Questione o contexto em que acontece trabalho infantil e adolescente”, “Descubra as ações cotidianas que estão ao seu alcance para ajudar a erradicar o trabalho infantil e adolescente” e “Compartilhe atitudes, pensamentos e informações para expandir a campanha”. Foi criada para a iniciativa uma série de materiais de divulgação, que incluía cartazes, cartilhas explicativas, adesivos, fitas de pulso, encarte em revista, além de vídeos com abordagens temáticas diferentes e interlocutores famosos como a cantora Daniela Mercury e o palhaço fundador da ONG Doutores da Alegria, Wellington Nogueira. Foi desenvolvido também, em parceria com a Mauricio de Sousa Produções, um gibi especial da Turma da Mônica abordando o tema do trabalho infantil. O lançamento da campanha contou com a participação de Mauricio de Sousa.

Desenvolvimento local

A Fundação fomenta e busca novas soluções tecnológicas de produtos, serviços, métodos ou modelos organizacionais que resolvam necessidades de comunidades de periferias urbanas e zonas rurais. Para isso, construiu um Processo de Desenvolvimento de Empreendedores, cujo público-alvo são jovens de 16 a 29 anos que vivem em periferias urbanas ou áreas remotas.

Além dessa iniciativa, a área apoiou instituições e projetos que já têm respaldo e reconhecimento no fomento ao empreendedorismo juvenil, como o Centro Ruth Cardoso e o Projeto Social Good Brasil.

Em defesa de crianças e jovens

Números de destaque da Ação Proteção

- **30** termos de adesão foram assinados com 30 municípios
- **424** profissionais mobilizados
- **25 mil** folders distribuídos
- **5 mil** cartazes distribuídos
- **144 horas** de oficinas
- **372** profissionais capacitados presencialmente
- **800** profissionais inscritos na capacitação virtual (EaD)
- **3.000** peças de DVD-ROM com os conteúdos da capacitação disponibilizados aos profissionais da sociedade civil e públicos e gestores dos municípios.

1 milhão

de pessoas foram sensibilizadas presencialmente pela campanha É da Nossa Conta!

Mobilização bem-sucedida

Destaques entre os resultados alcançados pela campanha É da Nossa Conta! em 2012

- **1 milhão** de pessoas sensibilizadas presencialmente;
- Mais de **25 milhões** de pessoas sensibilizadas pelas redes sociais;
- **65 mil** kits da campanha distribuídos em ações internas realizadas com os colaboradores do Grupo Telefônica;
- **240 mil** gibis distribuídos em bancas de todo o Brasil;
- Crescimento no número de acessos à Rede Promenino: **287.646** acessos e **591.093** páginas vistas de outubro de 2011 a maio de 2012;
- **19 debates** no Facebook e Twitter simultaneamente, com 698.279 usuários impactados pelas publicações.

Dimensão social

Essa nova frente de trabalho visa gerar impacto social em torno da empresa, potencializando o protagonismo das comunidades no processo de resolução de seus problemas.

Uma das iniciativas colocadas em prática nesse sentido foi o projeto Wikimapa, para 16 comunidades do Complexo do Alemão. Desenvolvida em parceria com a Rede Jovem, da organização não governamental Solidaristas (que já o desenvolve em algumas comunidades do Rio de Janeiro desde 2009), essa ação tem por objetivo criar um mapa virtual de comunidades de baixa renda a partir da identificação de locais de interesse público, como hospitais, escolas, comércios, ONGs, praças e quadras esportivas, além de ruas informais que ainda não constam nos serviços de pesquisa e visualização de mapas na internet.

Como ferramenta colaborativa, o conteúdo do aplicativo móvel é gerado pelos próprios moradores, o que os transforma em protagonistas de mudança social, possível graças a antenas instaladas pela Telefônica Vivo na região. O projeto ajudará ainda a levar aos governos municipal e estadual informações que indiquem áreas com carência de atendimento e de equipamentos públicos. Também contribuirá para que a empresa identifique pontos em que é possível oferecer ou melhorar os serviços e obtenha um diagnóstico de fragilidades para desenvolvimento de projetos no local.

Outro conjunto de projetos atua na formação de jovens para o mercado de trabalho. É o caso dos projetos **Oficina de Aplicativos**, que formou 198 jovens nas comunidades do Parque Santo Antônio, bairro de São Paulo, e na cidade de Belterra, no Pará, no desenvolvimento de aplicativos móveis. Os projetos, em parceria com os Institutos Ressoar e Via de Acesso, formaram 1.174 jovens para o primeiro emprego.

O **Conexão Amazônia**, projeto desenvolvido às margens do rio Tapajós, em comunidades

ribeirinhas de Santarém (PA), mobilizou 1.482 pessoas em atividades relacionadas aos Direitos da Criança e do Adolescente, assim como atividades culturais, educacionais e de saúde, sendo a maior parte apoiada ou concebida por intermédio da tecnologia móvel.

Santa Cruz Cabralia foi sede do projeto **Pescando com Redes 3G**, que visa melhorar as condições de vida de pescadores e suas famílias por meio da conexão e beneficiou diretamente mais de 200 pessoas. Foram desenvolvidos aplicativos de gestão de produção do pescado, gestão do cultivo de ostras e um módulo de vendas online que contribuiu para a redução do papel dos atravessadores no ciclo econômico da pesca.

Por fim, uma ação permitiu a inclusão sociocultural de 29.285 pessoas por intermédio do **Projeto Cine Tela Brasil**, nas cidades de Craíbas (AL), Salvador (BA), Santa Cruz Cabralia (BA), Catas Altas da Noruega (MG), Tiradentes (MG), Macaé (RJ), Rancho Alegre (PR), Corumbá, (MS), Belterra (PA) e São Paulo (SP). O projeto, além de exibir filmes gratuitamente em praças públicas, contribuiu para a formação de jovens na cadeia produtiva cinematográfica.

Os próximos passos nessa frente serão ampliar as experiências adquiridas com os projetos a todas as regiões do País, implantar projetos de inovação social que atendam a demandas das comunidades e realizar ações que inspirem outras organizações pelo compartilhamento do conhecimento adquirido.

Geração e disseminação do conhecimento

A Fundação Telefônica ampliou suas atividades em 2012 no sentido de gerar e disseminar conhecimento. Sete publicações foram lançadas nesse período, focadas nos temas de atuação da Fundação e avaliando impactos das tecnologias no desenvolvimento social. Para disseminar os resultados desses estudos, foram realizados dez seminários e debates durante o ano.

29.285

pessoas tiveram acesso ao Projeto Cine Tela Brasil em 2012, que exibiu gratuitamente filmes em praças públicas de 10 cidades do País

7

publicações foram lançadas em 2012, abordando temas em que a Fundação Telefônica atua



Dimensão social



Entre as publicações lançadas está o livro *Gerações Interativas Brasil – Crianças e Jovens Diante das Telas*, que contém resultados de uma pesquisa nacional sobre o uso de tecnologias por crianças de 6 a 18 anos. Todas as publicações estão disponíveis para download gratuito no site da Fundação (www.fundacaotelefonica.org.br).

Voluntariado

A história do Programa Voluntários Telefônica nasceu, oficialmente, em 2005, ano em que Fundação Telefônica se juntou às áreas de Recursos Humanos e de Comunicação Interna da Telefônica para organizar uma vocação já presente na empresa: a solidariedade. Em 2011, o desafio cresceu após a incorporação da Vivo, e o programa, que abrangia o estado de São Paulo e algumas outras cidades, como Porto Alegre e Rio de Janeiro, expandiu-se para todo o Brasil. A nova configuração exigiu revisões na gestão, que adotou um modelo descentralizado de governança, com ampla valorização do protagonismo dos próprios voluntários, e na abordagem, com renovação dos eixos de ação e incorporação crescente de formas digitais de voluntariado.

Atualmente, a Telefônica Vivo oferece aos colaboradores que aderem ao programa a possibilidade de dedicar dois dias de trabalho por ano ao voluntariado. O programa conta com cerca de 4.300 voluntários inscritos no cadastro da companhia.

Novo modelo de gestão

A fusão da Telefônica com a Vivo, em 2011, deu uma nova dimensão ao Programa Voluntários. Já nesse mesmo ano, sua abrangência ampliou-se de 5 para 12 cidades, que foram a 21 em 2012 e devem chegar a 30 até o final de 2013. O programa já está presente em todas as regiões brasileiras e tem, entre suas metas, estruturar-se

em todas as capitais do País. Esse crescimento significou mais oportunidades e mais voluntários disponíveis para a ação. Mas representou, igualmente, um novo desafio de administração.

A nova estrutura de gestão ficou distribuída da seguinte maneira:

- **Comitê Estratégico** – Diretores das áreas de Recursos Humanos, de Comunicação Corporativa e da Fundação Telefônica, além de diretores das empresas do Grupo Telefônica.
- **Comitê Executivo** – Gestores e analistas das áreas de Recursos Humanos, de Comunicação Institucional, de Sustentabilidade e da Fundação Telefônica.
- **Comitês Locais** – Equipes de voluntários que dinamizam o programa em cada cidade.
- **Embaixadores Regionais** – Colaboradores da Telefônica Vivo que têm, em seu escopo de trabalho, atribuições de animação e apoio aos comitês locais.

O objetivo fundamental desse modelo de gestão é favorecer a colaboração e produzir decisões que aproveitem as competências e capacidades dos diferentes perfis presentes em cada um de seus níveis, para dar ao Programa Voluntários unidade e eficiência, sem perder o contato com a realidade e o calor humano próprios do voluntariado.

Em 2012, a área de voluntariado desenvolveu 103 ações pelo Brasil, com mais de 50 mil horas de voluntariado realizadas. Algumas dessas iniciativas, apresentadas a seguir, se destacaram em função do número de participantes ou das suas características.

4.300
colaboradores da
Telefônica Vivo,
aproximadamente,
estão inscritos
no programa de
voluntariado da
Fundação Telefônica

Voluntariado em síntese em 2012

- **5.843** participações voluntárias
- **103** ações
- **54.380** horas de trabalho
- **24** iniciativas de formação

Dimensão social



Dia dos Voluntários

Essa iniciativa foi concebida para se aproximar e envolver as pessoas que nunca haviam experimentado o trabalho voluntário. A ideia era criar um eixo de voluntariado que tivesse grande impacto de transformação e, ao mesmo tempo, propiciasse uma forte experiência pessoal de contribuição a uma causa.

Em 2012, 25 países realizaram o seu Dia dos Voluntários. Mais de 4.000 voluntários se inscreveram para participar da ação.

A evolução do Dia dos Voluntários está fundamentada na escuta atenta à opinião dos participantes. Essa prerrogativa faz com que a atividade em si adote formatos variados de um lugar para outro.

Em São Paulo, por exemplo, a iniciativa passou a beneficiar diversas organizações a cada ano, em vez de uma única, como acontecia em seus primeiros anos. Em 2012, além de terem a opção de se inscrever de acordo com suas aptidões pessoais em relação aos trabalhos, os voluntários podiam escolher dedicar seu dia a organizações que atuam em áreas variadas, como direitos da criança, proteção dos animais, saúde, meio ambiente, entre outras.

Tudo é preparado com antecedência por comitês de voluntários dedicados a identificar organizações e tipos de trabalhos necessários que possam ser realizados pelos colaboradores. Na data, todos os participantes têm uma oportunidade de, com sua contribuição, fazer a diferença para as organizações às quais eles destinam esses trabalhos.

Cidades beneficiadas

As 21 cidades (quatro a mais do que no ano anterior) que receberam ações de colaboradores do Grupo no Dia dos Voluntários 2012

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| → Belém (PA) | → Florianópolis (SC) | → Ribeirão Preto (SP) |
| → Belo Horizonte (MG) | → Fortaleza (CE) | → Rio de Janeiro (RJ) |
| → Brasília (DF) | → Goiânia (GO) | → Salvador (BA) |
| → Campinas (SP) | → Manaus (AM) | → Santos (SP) |
| → Campo Grande (MS) | → Palmas (TO) | → São Luís (MA) |
| → Cuiabá (MT) | → Porto Alegre (RS) | → São Paulo (SP) |
| → Curitiba (PR) | → Prado (BA) | → Vitória (ES) |

Voluntariado digital

Em 2012, a área de voluntariado ampliou sua atuação e passou a desenvolver projetos na área digital. A primeira experiência piloto, desenvolvida no Sul do País, teve o objetivo de obter subsídios para implementar um projeto, em 2013, que beneficie em torno de oito organizações não governamentais.

Os colaboradores selecionados receberam capacitação via e-learning e utilizaram tecnologias distintas para desenvolver atividades como tradução de textos, desenvolvimento de sites, conteúdos para blogs e redes sociais, desenvolvimento de planilhas inteligentes, consultoria jurídica e contábil e até participação de grupos de discussão virtuais para contribuir com projetos das ONGs beneficiadas. Ao todo, tivemos 60 colaboradores atuando em 18 ações online em 2012.

60
colaboradores atuaram
em 18 ações online do
Voluntariado Digital

6 milhões

de pessoas foram potencialmente impactadas pela transmissão do seminário O Voluntário e a Sociedade em Rede, pouco menos que a população da cidade do Rio de Janeiro



Seminário O Voluntariado e a Sociedade em Rede

Realizado em 5 de junho de 2012 no Espaço SulAmérica, no Rio de Janeiro, esse seminário debateu as tendências do voluntariado com o uso das tecnologias. Além de 200 participantes na plateia – que, graças ao formato arena, puderam participar mais ativamente do evento –, mais 300 pessoas assistiram à transmissão ao vivo. O seminário foi um Trending Topic no Twitter (Twitter: #voluntariado), com mais de 3.000 menções, 951 usuários, alcance de 698.293 usuários e potencial de 6 milhões de pessoas impactadas.

Vacaciones Solidarias

Esse projeto global tem como objetivo estabelecer e fortalecer o vínculo entre os colaboradores do Grupo e a ação social priorizada por ele. Nessa experiência vivencial, os participantes dedicam duas semanas das suas férias à realização de trabalhos voluntários em organizações que combatem o trabalho infantil na América Latina e já são parceiras da Fundação Telefônica na área da Infância.

Em 2012, cinco voluntários foram para o Chile, Equador, Colômbia, Panamá e Guatemala.

Campanhas

Campanhas Emergenciais – Em situações emergenciais, os voluntários do Grupo Telefônica organizam-se para levar assistência a vítimas

de lugares atingidos por catástrofes naturais ou em carência de mantimentos básicos. Em 2011 a Telefônica Vivo se mobilizou para atender às vítimas do desastre ocasionado pelas chuvas no Rio de Janeiro no início daquele ano. Já em 2012, em três campanhas diferentes, voluntários arrecadaram alimentos e produtos de higiene para municípios de Minas Gerais, do Acre e para a cidade de Manaus.

Campanha de Natal – Em 2012, 28 cidades mobilizaram-se para organizar suas campanhas de Natal, por meio da doação de alimentos, brinquedos, roupas e material de higiene. Além de arrecadarem doações, os colaboradores visitaram instituições beneficentes e desenvolveram atividades lúdicas com crianças em creches e hospitais. Em todo o Brasil, 1.814 voluntários participaram das diferentes ações e mais de 3.100 pessoas foram beneficiadas.

3

campanhas foram realizadas em 2012 para levar assistência emergencial a moradores de Manaus e de municípios de Minas Gerais e do Acre

Prêmio Global Volunteer Program

O programa Voluntários Telefônica recebeu em 12 de dezembro de 2012 o prêmio de Melhor Programa de Voluntariado Corporativo Global. A premiação ocorreu durante a 22ª Conferência Mundial de Voluntariado do IAVE, sigla em inglês para Associação Internacional de Esforços Voluntários, em Londres.

Fundada em 1970, a IAVE tem como objetivo promover, fortalecer e reconhecer o desenvolvimento do voluntariado no mundo. É a organização mais importante desse ramo no âmbito mundial.

Incentivo à cultura, ao esporte e às tecnologias

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)



Campus Party Brasil

A 5ª edição brasileira do maior evento de tecnologia, inovação e entretenimento eletrônico contou novamente com o patrocínio oficial da companhia. Realizado dos dias 6 a 12 de fevereiro, no Centro de Exposições Anhembi, em São Paulo, o evento teve a participação de 7,5 mil campuseiros, vindos de diversas cidades do País e do mundo, dos quais 5,5 mil se hospedaram dentro do Parque Anhembi e presenciaram uma série de palestras, debates, concursos, atrações e convidados especiais.

Ainda em 2012, a Telefônica Vivo levou a Campus Party para um dos maiores e mais promissores polos de tecnologia e inovação do Brasil, a cidade de Recife. Essa edição especial do evento foi realizada pela primeira vez no País fora de São Paulo.

Foram realizadas, entre os dias 26 e 30 de julho, 180 atividades com a participação de cerca de 2 mil participantes na Arena e mais de

60 mil pessoas no espaço aberto ao público. Os campuseiros contaram com capacidade de conexão de 5 Gbps, por meio de rede dedicada de fibra ótica. Além disso, puderam participar de concursos voltados ao incentivo ao empreendedorismo e à inovação, o Hackathon Telefônica Vivo e o Wayra Contest.

Vivo Open Air

Considerado o maior cinema a céu aberto do mundo, o Vivo Open Air é um evento capaz de conectar pessoas em torno das sessões de cinema, das festas com DJs, shows e dos seus ambientes descolados e tecnológicos. Ele busca se renovar a cada edição, através de novas tendências em mídias, interatividade e conectividade.

Em 2012, o Vivo Open Air passou pelas cidades de São Paulo (de 15 de abril a 6 de maio), Rio de Janeiro (17 de outubro a 4 de novembro) e Recife (28 de novembro a 9 de dezembro), reunindo mais de 80 mil pessoas.

7,5 mil
campuseiros marcaram
presença na Campus
Party de São Paulo

Dimensão social

**120**

projetos culturais,
aproximadamente,
receberam o apoio da
Fundação Telefônica
em 2012

Call Parade

Realizada entre os dias 20 de maio e 24 de junho de 2012, a Vivo Call Parade fez parte de uma série de ações realizadas em São Paulo, na ocasião da adoção da marca Vivo pelos serviços da Telefônica Brasil. Os modelos monocromáticos dos telefones públicos, conhecidos como orelhões, deram lugar às coloridas obras criadas por artistas, artesãos e designers escolhidos democraticamente por meio de concursos nas redes sociais.

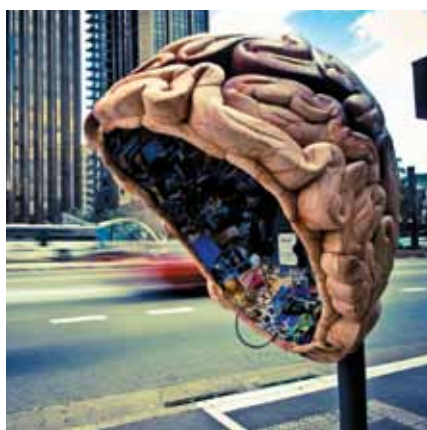
Cultura

Apoiamos projetos inovadores que tragam conhecimento, diversidade, empreendedorismo, criatividade e sejam capazes de conectar ideias e pessoas em novas experiências. Acreditamos no poder dos patrocínios para incentivar iniciativas que contribuam para transformar a realidade, além de reforçar relacionamentos já existentes e construir novos. Estimulamos ações que tenham, prioritariamente, continuidade (consistência no

tempo), abrangência (virtual ou geográfica) e relevância (impacto). Em 2012, apoiamos cerca de 120 projetos que refletiram nossos valores e impulsionaram o desenvolvimento sociocultural do Brasil.

Vivo EnCena

Em 2012, foi dada continuidade ao programa cultural para as artes cênicas Vivo EnCena, que estimula ações de criação, circulação e formação, através da conexão de projetos e intercâmbio de pessoas por todo o País. Presente em 19 estados, por meio de projetos patrocinados por meio de incentivos fiscais e parcerias público-privadas, o projeto visa transformar ações locais em possibilidades mais amplas.



5 milhões

de pessoas foram impactadas em 2012 com os projetos de esporte da Fundação Telefônica

Esporte

A relação da nossa empresa com o esporte é muito extensa. Além de patrocinarmos a Seleção Brasileira de Futebol, o time de vôlei Vivo Minas e a equipe de basquete Vivo Franca, também promovemos o desenvolvimento social de jovens e crianças por meio da prática de esportes. Com a Lei de Incentivo ao Esporte, encontramos uma maneira de democratizar o acesso da população à prática do esporte. Assim, incentivamos projetos para o desenvolvimento de futuros atletas. Por

meio desses projetos, a Telefônica Vivo foi reconhecida pelo Ministério do Esporte como "Empresa Amiga do Esporte" por três anos consecutivos.

Só em 2012, foram R\$ 7 milhões em dedução em Imposto de Renda, mais de 170 mil crianças e adolescentes beneficiados, 15.250 professores profissionalizados, 96 municípios atendidos em todo o Brasil e 5 milhões de pessoas impactadas com os projetos. Os principais deles são destacados a seguir.

→ **Caravana do Esporte** – Desde fevereiro de 2012, esse projeto itinerante, que conta com a ex-jogadora de vôlei Ana Moser como madrinha, percorre municípios com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) para habilitar professores à prática esportiva, com técnica de ensino do esporte. O objetivo, a partir daí, é que o legado seja transferido a pessoas de todas as idades.

→ **Lance Livre Heliópolis e Diadema** – A ex-jogadora de basquete Marta Sobral é a madrinha do projeto que, desde fevereiro de 2012, ensina a prática do basquetebol a crianças de 6 a 15 anos, moradoras do bairro de Heliópolis (125 mil habitantes), em São Paulo. Os jovens precisam estar matriculados na rede pública de ensino e têm aulas duas vezes por semana, no contraturno escolar. Os alunos do projeto recebem refeição no local e acompanhamento educacional. Os pais aprendem noções de nutrição alimentar e têm aulas de educação sexual.

→ **Núcleo de Formação Esportiva Educacional ano II** – Também desde fevereiro de 2012, a ex-jogadora de basquete Janeth Arcain é madrinha do projeto que consiste em ensinar a prática do basquetebol a crianças de 7 a 17 anos e descobrir novos talentos. A iniciativa atende alunos do Sesi Mauá, Sesi Santo André, Ginásio de Esporte Cubatão e Ginásio de Esporte Pindamonhangaba.

→ **Núcleo Grande São Paulo ano III** – Promove a prática do basquetebol como um complemento para crianças e jovens entre 7 e 15 anos, regularmente matriculados na rede de ensino de Diadema, no estado de São Paulo. A iniciativa teve início em fevereiro de 2012 e conta com a ex-jogadora de basquete Magic Paula como madrinha.

→ **Centro Telefônica Vivo de Basquetebol** – As cidades paulistas de Santos, Guarulhos, São Caetano do Sul, São José dos Campos, Botucatu, Bauru, Ribeirão Preto, Presidente Prudente, Marília, Paulínia, Araraquara e Catanduva contam com o Centro Telefônica Vivo de Basquetebol, projeto amadrinhado pela ex-jogadora Hortência que tem o objetivo de descobrir novos talentos na prática do basquetebol.



→ **Eu Vivo o Esporte – Craíbas/AL** – Essa iniciativa atende cerca de 300 jovens, desde setembro de 2011, promovendo atividades para desenvolvimento social e intelectual por meio da prática de esportes como vôlei, basquete e futebol combinada à participação em oficinas e aulas de cinema/vídeo, leitura, informática e educação sexual.

O projeto Eu Vivo Esporte é realizado em parceria com a Fundação Teotônio Vilela, o Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente, a Prefeitura Municipal de Craíbas e o governo de Alagoas. A iniciativa também conta com professores capacitados com metodologia desenvolvida pelo Minas Tênis Clube.

Engajamento de stakeholders

O compromisso que temos com os nossos públicos se traduz em informações inovadoras e transparentes, acessíveis a clientes, acionistas, colaboradores, fornecedores, governos, entidades setoriais e industriais e organizações não governamentais

O diálogo com nossos grupos de relacionamento nos ajuda a mitigar riscos, identificar novas oportunidades de negócio e melhorar nossos resultados econômicos. O resultado em longo prazo dessas relações estabelecidas sob a transparência e a responsabilidade é uma das fontes para a análise de materialidade de nossa companhia.

Entre nossos grupos de relacionamento, estão todas as pessoas, associações e instituições que afetam as atividades da Telefônica Vivo ou são afetadas por ela. Entre eles, distinguimos nossos acionistas e nossos fornecedores, assim como instituições setoriais, governamentais e não governamentais.

Público de Relacionamento	Metodologia de diálogo
Clientes	Através dos canais de diálogo de venda e dos serviços de atendimento ao cliente, pesquisas de satisfação, assim como direcionamentos de marketing e estudos de mercado, foros de debate e áreas de encontro, a fim de conhecer a experiência de consumo com nossos produtos e serviços.
Colaboradores	Por meio de pesquisas de clima e satisfação; dos nossos canais de comunicação interna, que permitem a interação de nossos colaboradores; de encontros de diálogo sobre temas relevantes da companhia, incluindo sustentabilidade e ética; de encontros e cafés da manhã entre executivos e colaboradores.
Acionistas	Mediante reuniões frequentes, tanto individuais como coletivas, com investidores institucionais e analistas setoriais, assim como com canais online, para conhecer os temas mais relevantes a esse público e dar resposta a suas perguntas, de forma que possamos estabelecer canais diretos de comunicação.
Fornecedores	Através de uma pesquisa bienal de satisfação de fornecedores e das avaliações de qualidade dos sistemas das distintas empresas de telecomunicações.
Organizações setoriais e industriais	Participamos ativamente de foros e associações que debatem temas particulares de sustentabilidade, os quais afetam o nosso setor, com o objetivo de melhorar as medições, padronizar indicadores e compartilhar melhores práticas, como é o caso do Sinditelebrasil e dos grupos temáticos do Centro de Estudos em Sustentabilidade – GVces (Empresas pelo Clima, GHGProtocol Brasil, Inovação na Cadeia de Valor). Atuamos proximamente a estudos que envolvem temas de sustentabilidade e colaboramos com a elaboração de políticas públicas, tanto no que tange à indústria em geral, como em nível setorial.
Organizações governamentais	O diálogo é articulado principalmente por zonas geográficas, agrupando os diferentes interlocutores de acordo com o âmbito de atuação: locais, regionais, nacionais e globais. Dentro de cada campo de atuação, mantemos um diálogo fluido com os responsáveis pelos serviços de telecomunicações, de inovação, de consumo, educativas, sociais, reguladoras, econômicas, etc.
Organizações não governamentais e fundações	Acordos de colaboração e diálogo contínuo. São os principais demandadores de produtos e serviços desenvolvidos pela Telefônica Vivo para pessoas com alguma deficiência. Firmamos parcerias e associações com organizações que trabalham na promoção do desenvolvimento sustentável e fazemos parte de grupos de discussão para troca de boas práticas entre empresas e organizações. O Instituto Akatu e o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) são alguns dos nossos parceiros.

Balanço_

Nossos principais reconhecimentos

A gestão da Telefônica Vivo, em seus mais variados aspectos, foi reconhecida em vários prêmios e distinções ao longo de 2012, alguns dos quais são apresentados a seguir.

- Melhor do setor de telecomunicações na 39ª edição do anuário Melhores e Maiores, promovido pela revista *Exame*.
- Prêmio "Folha Top of Mind" como "Operadora Mais Lembrada no Brasil", concedido pelo jornal *Folha de S.Paulo*.
- Destaque no ranking "As Empresas Mais Admiradas do Brasil" no setor telefonia fixa e móvel, promovido pela revista *Carta Capital*.
- Melhor do setor de telecomunicações na premiação do Anuário Melhores do Brasil, elaborado pelo jornal *Brasil Econômico*.
- Prêmio "As Empresas de Maior Prestígio do Brasil", na categoria telecomunicações, oferecido pela revista *Época Negócios 100*.
- Prêmio "As Empresas Mais Admiradas" na categoria Telecomunicações, oferecido pelo jornal *Diário Comércio, Indústria & Serviços*.
- 7º lugar no ranking das Melhores Empresas para se Trabalhar de TI e Telecom, em pesquisa realizada pelo Instituto Great Place to Work e publicada pela revista *Computerworld*.
- Participação no ranking "Melhores Empresas para se Trabalhar no Brasil 2012", divulgado pelo Instituto Great Place to Work em conjunto com a revista *Época*.
- Destaque no prêmio "As 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar" promovido pela Fundação Instituto de Administração (FIA) em parceria com as revistas *Você S/A* e *Exame*.
- Reconhecimento da Ouvidoria Telefônica Vivo entre as 10 melhores ouvidorias do País, prêmio idealizado pela Associação Brasileira de Ouvidores (ABO) e Associação Brasileira das Relações Empresa-Cliente (ABRAREC), com realização da revista *Consumidor Moderno*.
- Vencedora na categoria Governança Corporativa pelo prêmio "As Melhores da Dinheiro", oferecido pela revista *IstoÉ Dinheiro*.
- Vencedora na categoria "Inovação em Mega Datacenter" na premiação DatacenterDynamics Awards 2012, oferecida pelo DatacenterDynamics.
- Reconhecida pelo 3º ano consecutivo como "Empresa amiga do esporte", pelo Ministério do Esporte.
- Programa Vivo EnCena, homenageado por sua importância no apoio a espetáculos teatrais na cidade de São Paulo, na 1ª edição do Prêmio Aplauso Brasil de Teatro, organizado pelo portal Aplauso Brasil.

Balanço

Indicadores-chave

Percepção dos stakeholders

	2012	2011	2010
Satisfação dos colaboradores (%)*	86	86	81
Satisfação do cliente**	7,40	7,37	6,67

Indicadores operacionais Telefônica Vivo

Impacto econômico (em milhões de R\$)

Receita líquida	33,931	29,129	30,966
Investimento em Infra-estruturas (Capex)	6,117	5,741	4,930
Investimento em inovação tecnológica***	3,653	3,158	3,964
Impostos	15,933	12,679	10,228
Volume de compras contratado	18,205	17,844	15,733

Clientes

Número total de acessos de clientes (em mil)	91,128	86,864	75,920
Número de reclamações por milhão de clientes (fixa)	1,13	1,34	1,37
Número de reclamações por milhão de clientes (móvel)****	0,25	0,20	0,22

Colaboradores

Número total de colaboradores	19.481	21.338	20.187
Horas de formação por colaborador*	20	19	26
Número de mulheres em cargo de direção	39	38	30

Fornecedores

Número de fornecedores contratados	3.363	3.990	3.733
------------------------------------	-------	-------	-------

Sociedade

Investimento social - Fundação Telefônica (R\$ milhões)	41.418	35.704	24.877
Beneficiados diretos da Fundação Telefônica*****	1.390.626	688.603	609.459

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

** Informações se referem exclusivamente à operação fixa.

*** Valores incluem atividades de pesquisa e desenvolvimento, assim como de inovação tecnológica.

**** Em 2012, o mercado móvel sofreu grande impacto com as suspensões das vendas no 2º semestre. Nesse período, o mercado de telefonia móvel apresentou crescimento e a Telefônica Vivo manteve o melhor desempenho (1º no Ranking IDA) comparado aos principais players.

***** O número de beneficiados diretos pela Fundação Telefônica teve um aumento expressivo devido à ampliação de sua atuação a outras regiões do País.

Balanço

Realizações 2012

Pilar 2012	Diretriz	Cumprimento
Focada no cliente	Comunicar à empresa que ela deve manter seu foco no cliente, garantindo que:	
	a marca comercial Vivo seja a preferida pelos consumidores;	A marca comercial Vivo bateu recordes de preferência em relação aos concorrentes, tanto em produtos móveis quanto fixos, que agora estão também sob a marca Vivo.
	nossa empresa estabeleça um relacionamento personalizado e maior fidelização com nossos clientes;	Melhoramos o relacionamento com o cliente, resolvendo quase 80% dos motivos das ligações na primeira chamada ao Call Center, e demos atenção especial ao atendimento dos clientes Premium.
Captura do crescimento	Que o crescimento do nosso mercado capturado ocorra de maneira estratégica e rentável:	
	aumentando a convergência das ofertas aos nossos clientes;	Estimulamos a convergência da oferta lançando produtos fixos nas outras regiões, além de São Paulo.
	capturando o valor criado em todos os mercados;	Customizamos as ofertas de maneira regional, para atender aos diferentes públicos e capturar o crescimento de todas as regiões do Brasil.
	fazendo com que a internet e a inovação sejam as alavancas para o nosso crescimento.	Apostamos e colhemos crescimento dos pacotes de dados, da internet e da conexão dos nossos clientes.
Melhor plataforma	Para garantir o crescimento da operação, necessitamos de:	
	qualidade e cobertura das redes móvel e fixa, assegurando a qualidade do serviço ao cliente;	Crescemos nossa rede 3G para mais de 3.000 municípios, mais do que a soma da cobertura de todas as concorrentes, e também investimos em qualidade das redes fixa e móvel.
	manutenção da confiabilidade e da performance dos nossos sistemas.	Nossos sistemas mantiveram-se online e com performance acima da média.
Mais eficiente	E com isso garantindo o nosso crescimento, de maneira eficiente e com retenção de talentos:	
	promovendo o equilíbrio entre crescimento e rentabilidade, sempre buscando sustentabilidade do nosso negócio;	Tivemos uma excelente relação de eficiência entre receitas e gastos, provando que sabemos administrar em qualquer cenário e fizemos sacrifícios necessários para entregar o resultado ao grupo e ao acionista.
	incentivando nossos clientes a interagir com a Vivo pelos canais de atendimento e comércio digital;	Reformulamos a Loja online da Vivo, atendendo 30% dos nossos clientes online.
	assegurando que os nossos colaboradores tenham um alto nível de satisfação e se orgulhem de trabalhar na Telefônica Vivo.	Mantivemos um excelente clima interno, com 86% de respostas positivas na pesquisa de clima e compromisso.

Diretrizes 2013

Prioridades Estratégicas	Diretrizes
Massificar a INTERNET e ser referência em inovação	Investir na evolução de nossa rede de banda larga, permitindo maior cobertura e velocidades, com foco no crescimento do 3G/4G Plus e fibra, aprimorando as ofertas de conectividade, expandindo os serviços digitais e inovadores para impulsionar o crescimento de receitas hoje e a longo prazo.
Impulsionar a CONVERGÊNCIA de serviços e processos	Conectar cada vez mais pessoas, baseado na qualidade e na possibilidade de oferecer nossos serviços fixos e móveis com uma visão única do cliente, reforçando nosso posicionamento, através de ofertas inovadoras e lançamento de planos compartilhados, como fator de fidelização e rentabilização dos clientes.
Buscar SIMPLICIDADE, agilidade e eficiência	Aumentar a eficiência através da transformação de nosso modelo operacional e na otimização da alocação de recursos, buscando a simplicidade que nos tornará mais ágeis. Promover o equilíbrio entre crescimento e rentabilidade, sempre buscando a sustentabilidade do nosso negócio.
Buscar a excelência em QUALIDADE	Manutenção da cultura de qualidade, com práticas rígidas de governança e seguimento de planos de melhorias, expandindo a satisfação dos clientes e o reconhecimento de marca.
Alavancar a força de uma CULTURA ÚNICA e ser a referência no mercado brasileiro	Criar uma cultura de excelência, centrada no cliente e na qualidade, orientada para a inovação e agilidade.

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes relacionado com informações sobre sustentabilidade e responsabilidade social

Aos Acionistas, Conselheiros e Diretores da
Telefônica Brasil S.A.
São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pela administração da **Telefônica Brasil S.A.** para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre a compilação das informações relacionadas com Relatório Anual de Sustentabilidade 2012 da **Telefônica Brasil S.A.**, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2012.

Responsabilidades da administração da Companhia

A administração da Telefônica Brasil S.A. é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012 de acordo com os critérios princípios e indicadores estabelecidos no guia de referência G3 da *Global Reporting Initiative (GRI)* e princípios da norma *AA1000 AccountAbility Principles Standards 2008*, emitida pela AccountAbility (*Institute of Social and Ethical Accountability*) e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01/12, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 – Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC), que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, aplicáveis às informações não históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Companhia e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidência que nos possibilite concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o leve a acreditar que as informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e apresentação das informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012 e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas onde distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012 da Telefônica Brasil S.A.;
- (b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- (c) a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012; e
- (d) o confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações contábeis e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aderência às diretrizes e critérios da estrutura de elaboração AA1000 emitida pelo *AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability)* aplicável na elaboração das informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012.

Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados no trabalho de asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados no trabalho de asseguração que tem por objetivo emitir uma opinião sobre as informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em trabalho de asseguração que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho com objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em relação a projeções futuras e metas.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2012 não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as diretrizes, princípios e indicadores estabelecidos no guia de referência G3 da *Global Reporting Initiative (GRI)* e princípios da norma *AA1000 AccountAbility Principles Standards 2008*, emitida pela AccountAbility (*Institute of Social and Ethical Accountability*).

São Paulo, 08 de julho de 2013.

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

Alexandre Hoeppers

Contador CRC – SC021011/O-3-T-PR-S-SP

