

# Relatório Anual de Sustentabilidade 2014\_



# Índice

4 Apresentação

4 Sobre o relatório

6 Indicadores  
Telefônica Vivo

7 Realizações 2014  
e diretrizes 2015

9 Cartas da  
Presidência

12 A Telefônica  
Vivo

16 Governança corporativa  
19 Contribuição à sociedade

22 Modelo de  
sustentabilidade

25 Interação com  
grupos de interesse

26 Gestão  
responsável

30 Colaboradores  
36 Cadeia de suprimentos

38 Relacionamento  
com nossos clientes

41 Atendimento ao Cliente  
42 Serviços digitais  
43 Situações de emergência

44 Compromisso  
com o meio  
ambiente

48 Desempenho ambiental

52 Anexos

54 Prêmios e reconhecimentos  
55 Sumário GRI  
60 Carta de asseguração  
63 Expediente



# Apresentação

[GRI G4-28; G4-31; G4-32; G4-33]

A Telefônica Vivo divulga o seu *Relatório Anual de Sustentabilidade*, elaborado com base na metodologia da Global Reporting Initiative (GRI G4), com a finalidade de prestar contas das atividades no Brasil em 2014, apresentar os principais destaques do ano aos públicos com os quais se relaciona e servir como ferramenta de gestão da sustentabilidade.

A publicação é resultado da parceria e do envolvimento de diversas áreas da Companhia. As informações e os dados aqui presentes referem-se em grande parte à Telefônica Vivo por sua relevância dentro do Grupo. Os dados foram fornecidos pelas áreas internas e revisados pela Ernst & Young.

Para esclarecer eventuais dúvidas e encaminhar comentários sobre as práticas aqui relatadas, o leitor poderá entrar em contato pelo e-mail [sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com).

## Sobre o relatório

De acordo com os parâmetros estabelecidos pela G4 para a opção essencial, com relação à priorização dos conteúdos, a Companhia utilizou a matriz de materialidade, que elenca os principais temas estratégicos e prioritários para a empresa e para seus *stakeholders*, e os indicadores publicados. Também foram realizadas entrevistas com profissionais de áreas-chave da empresa.

Este relatório contempla 34 itens de conteúdo geral (informações sobre estratégia e análise, perfil organizacional, aspectos materiais identificados e limites, engajamento de *stakeholders*, perfil do relatório, governança e ética e integridade). Foram reportados também 34 indicadores de desempenho econômico, social e ambiental, além das formas de gestão dos aspectos materiais. O período considerado para esta publicação compreende de 1.º de janeiro a 31 de dezembro de 2014.



## Matriz de materialidade

[GRI G4-17; G4-18; G4-19; G4-20; G4-21; G4-24; G4-25; G4-26; G4-27]

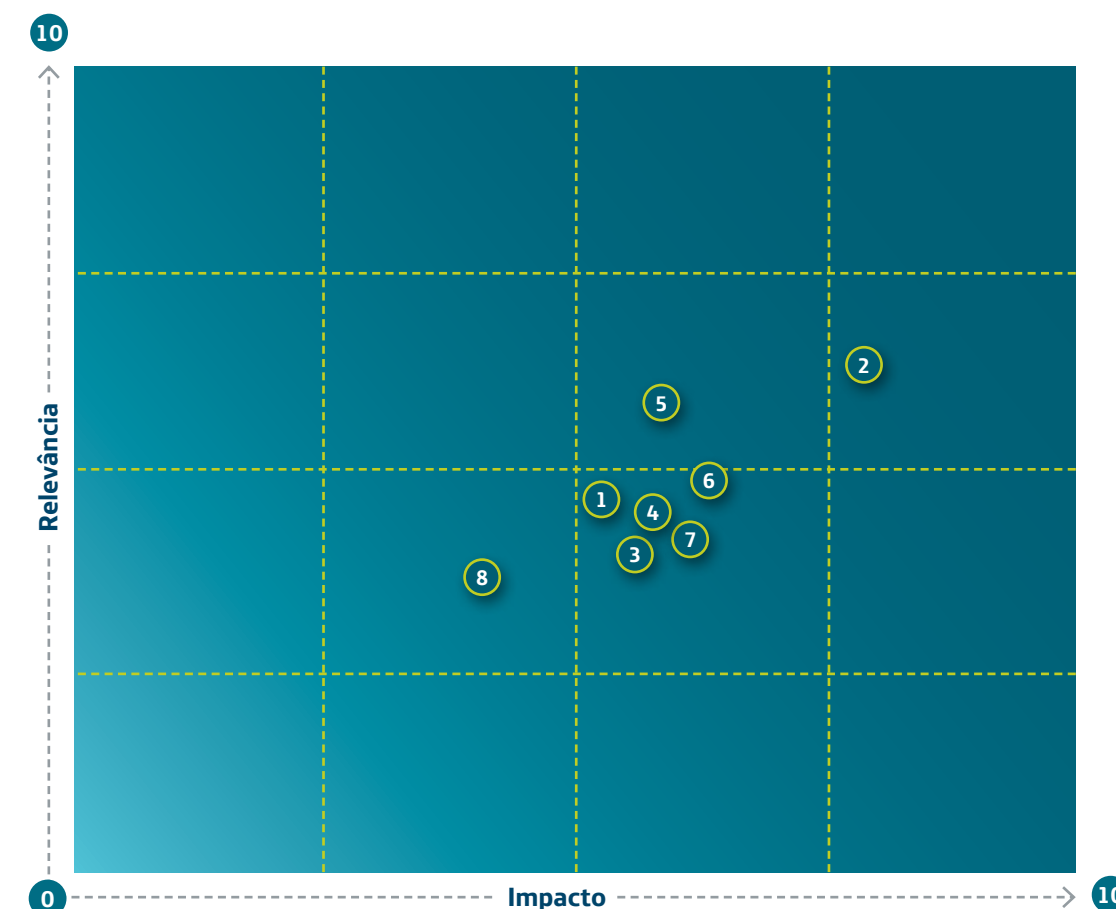
A Telefônica Vivo realiza anualmente o processo de materialidade, que permite identificar as questões mais relevantes para o negócio e para os *stakeholders*, que impactam direta ou indiretamente a estratégia da empresa. O processo permite o estabelecimento de prioridades, metas e linhas de atuação mais eficazes.

Para a identificação dos temas materiais, houve um alinhamento entre a matriz, na Espanha, e todos os países em que a Telefônica atua. Dessa forma, a avaliação do ponto de vista da empresa em cada um dos temas é a mesma em qualquer parte do mundo – assim como a estratégia e a filosofia de negócios. Ainda assim, o processo de materialidade respeitou as características específicas de cada região, identificadas por meio de

uma pesquisa realizada pela GSMA, que tinha como objetivo entender quais as principais necessidades da sociedade.

A iniciativa permitiu que cada país desenhasse sua própria matriz, considerando demandas regionais de clientes, acionistas, fornecedores, colaboradores, governo, formadores de opinião, meios de comunicação, organizações não governamentais e entidades setoriais.

Em 2014, os temas mais relevantes identificados para o Brasil estão representados na matriz a seguir. Dessa forma, o nosso relatório apresenta com mais profundidade informações relacionadas aos temas de alta relevância, indicados na lista e na imagem abaixo.



### Temas materiais

- |                     |   |
|---------------------|---|
| 1. Inclusão digital | 5. Sustentabilidade na cadeia de fornecedores |
| 2. Privacidade      | 6. Clientes                                   |
| 3. Colaboradores    | 7. Governança                                 |
| 4. Meio ambiente    | 8. Impacto nas comunidades                    |

# Indicadores

## Telefônica Vivo

Impacto econômico (R\$ milhões)	2014	2013	2012
Receita líquida	35.000	34.722	33.920
Investimento em infraestrutura (Capex)	9.140	6.033	6.117
Investimento em inovação tecnológica	6.215	4.150	3.653
Impostos*	14.1	15.2	16.5
Volume de compras adjudicado	21.691	19.645	18.205

\*Os números foram reapresentados levando em consideração apenas a operação da Telefônica Brasil.

Clientes	2014	2013	2012
Número total de acessos de clientes (mil)*	95.375	92.547	91.116
Satisfação do cliente (fixa)	6,65	6,98	7,40
Satisfação do cliente (móvel – pré-pago)	7,31	7,63	7,97
Satisfação do cliente (móvel – contrato)	7,07	7,16	7,65
Número de reclamações por milhão de clientes (fixa)	1,36	1,44	1,13
Número de reclamações por milhão de clientes (móvel)	0,31	0,33	0,25
Taxa de reclamações resolvidas em até 5 dias (fixa) (%) **	81,852	88,958	90,046
Taxa de reclamações resolvidas em até 5 dias (móvel) (%)	87,367	86,924	89,382

\*Dados oficiais da Anatel. \*\*Taxa de reclamações resolvidas em até 5 dias (fixa) leva em conta dados de chamadas fixas locais, chamadas fixas de longa distância e TV por assinatura. A partir de agosto de 2013, os dados de chamadas fixas de longa distância deixaram de ser requeridos pela Anatel e, portanto, não foram incluídos no indicador.

Colaboradores	2014	2013	2012
Número total de colaboradores	18.419	18.532	19.481
Horas de formação por colaborador	10	8	20
Número de mulheres em cargo de direção	33	36	39
Satisfação dos colaboradores (%)	86	82	86

Fornecedores	2014	2013	2012
Número de fornecedores contratados	2.067	2.877	3.363

Sociedade	2014	2013	2012
Investimento social pela Fundação Telefônica Vivo (R\$ milhões)*	40.873	42.597	41.418
Beneficiados diretos da Fundação Telefônica Vivo	358.425	470.558	1.390.626

# Realizações 2014

## e diretrizes 2015

Prioridades estratégicas	Diretrizes	Realizações 2014
Potencializar a liderança móvel	Manter a Vivo como a líder absoluta no mercado móvel através de uma rede diferenciada que sustente o aumento da demanda e o diferencial de qualidade	No setor móvel, a Vivo é líder absoluta em número de clientes (com 28,6% de <i>market share</i> ), entre os clientes de maior valor (com 41,8% de <i>market share</i> em pós-pago) e no crescimento de receita líquida média por usuário (Arpu), cerca de 47% acima da média do mercado. No ano, a liderança da empresa se consolidou no 4G, com a cobertura de 140 municípios
Transformar a operação fixa	Transformar a Vivo em uma “Fiber Co”, entregando os melhores serviços fixos, com eficiência	Em 2014, a empresa atingiu 61% do <i>share</i> de adições líquidas de banda larga em velocidades acima de 34 Mbps no estado de São Paulo. O número de residências aptas à conexão por fibra ótica ultrapassou 4 milhões no ano e a base de acessos atingiu 375 mil no quarto trimestre
Transformar a experiência do cliente	Proporcionar uma experiência positiva em todas as etapas do ciclo de vida do cliente, ajustando o nível de serviço às suas necessidades	A Vivo continuou a entregar uma qualidade diferenciada e percebida pelos clientes com o maior índice de satisfação na indústria (0,08 ponto acima do segundo colocado). Houve redução na taxa de contato de clientes com reclamações em 14%, com resolução de 81% dos problemas no primeiro contato (FCR)
Capturar oportunidade digital	Reforçar a liderança no mundo digital, incrementando relevância na “vida digital” dos clientes	Na internet móvel, a Vivo manteve um alto índice de crescimento no ano e avançou 32,2% na comparação anual. A receita de Serviços de Valor Agregado (SVA) evoluiu 42,6% em 2014, relativamente ao ano anterior, impulsionada por serviços como Plataforma de Educação, Vivo Segurança, Vivo Sync e Vivo Som de Chamada. No mercado de M2M (Máquina a Máquina), a base de acessos manteve forte crescimento, atingindo a marca de 3,5 milhões de clientes em dezembro, um aumento de 48,7% quando comparado ao ano anterior
Buscar simplicidade, agilidade e eficiência	Garantir mais eficiência por meio da simplificação e da redução de custos, além da manutenção de nossa disciplina financeira, priorizando investimentos em projetos de crescimento que gerem mais valor	Mais uma vez, a Vivo alcançou a liderança em rentabilidade, com a melhor margem de mercado (31,5%) e com custos controlados abaixo da inflação (2,1% <i>versus</i> 6,4% de IPCA). A empresa investiu R\$ 9,1 bilhões em 2014 com foco na expansão da cobertura de fibra ótica e da tecnologia de quarta geração, além da infraestrutura de transmissão e capacidade do 3G. O valor incluiu o pagamento da compra da licença e limpeza do espectro de 700 MHz
Alavancar a força de uma cultura única e marca líder	Promover o desenvolvimento de uma cultura única e integrada, estabelecendo uma forma comum de pensamento, orientando as atitudes e os comportamentos dos grupos, criando sintonia e satisfação	Em um movimento inédito na Telefônica Vivo, a companhia lançou uma campanha que compartilhou a estratégia de forma massiva a todos os colaboradores, em busca da transformação de nossa empresa, sob o mote “Eu acredito, e você?” A Vivo atingiu nível de 86% de favorabilidade no Índice de Satisfação dos Colaboradores (ICC), quatro pontos percentuais acima da pesquisa realizada em 2013



Diretrizes 2015

Prioridades estratégicas	Diretrizes
Manter uma liderança incontestável no negócio móvel e em convergência	Continuaremos diferenciando nossa oferta móvel por meio de qualidade na rede de dados e de serviços digitais inovadores; partiremos de ações de <i>cross-sell</i> – vendendo o serviço móvel da companhia para clientes da GVT, e vice-versa – para evoluirmos ofertas convergentes (4-Play) com benefícios para os clientes; expandiremos a marca Vivo para consolidar os atributos da GVT; e fortaleceremos nossa rede de canais para oferecer a melhor experiência ao cliente, tanto <i>online</i> como nas nossas lojas
Alcançar uma posição nacional de liderança no mercado 3P	Ofereceremos em nível nacional um portfólio 3P competitivo, que será alavancado por meio de uma melhor oferta de Pay TV (100% HD e com serviços interativos); fortaleceremos nosso modelo operacional, garantindo as melhores práticas, modelos segmentados e soluções tecnológicas para simplificar processos e melhorar a experiência do cliente; e, por fim, expandiremos nossa rede de banda larga de alta velocidade ( <i>ultrabroadband</i> ) de forma otimizada, utilizando a tecnologia mais apropriada para cada segmento de mercado, dentro e fora de São Paulo
Consolidar a posição nacional no mercado empresarial	Alavancaremos a rede da GVT fora de São Paulo para crescer no segmento corporativo; aproveitaremos a expansão da rede de banda larga de alta velocidade em São Paulo para ganhar competitividade no mercado de PMEs; e maximizaremos receita por meio de <i>cross-sell</i> de serviços móveis e digitais
Foco no cliente como peça fundamental da proposta de valor	Para sustentar nosso posicionamento <i>premium</i> , implantaremos um modelo segmentado para atendimento ao cliente, um programa de qualidade ponta a ponta e um modelo otimizado para operações de campo e alavancaremos taticamente os sistemas de IT da GVT para melhorar a experiência dos clientes na área da concessão
Buscar constantemente a excelência em custos e a otimização do Capex	Alavancaremos a complementaridade das redes da Telefônica Vivo e da GVT para otimizar a nossa infraestrutura e capturaremos valor por meio de iniciativas de eficiência e escala em compras, logística, administração e outras áreas
Estabelecer uma cultura baseada em alta <i>performance</i>	Com uma cultura única, foco no cliente, disciplina financeira e foco no desempenho e aproveitando de forma efetiva a escala global e o <i>know-how</i> do Grupo Telefônica



Cartas da Presidência

[GRI G4-1; G4-12; G4-15; G4-DMA; G4-EC9]

CARTA DO PRESIDENTE EXECUTIVO E CEO DA TELEFÔNICA S.A.



Prezados amigos,

Tenho o prazer de me dirigir a vocês para apresentar mais uma vez o *Relatório Anual de Sustentabilidade* da Telefônica. Este relatório, que é publicado há mais de dez anos, responde ao nosso compromisso de oferecer informações e transparência aos diversos grupos de interesse com os quais a empresa se relaciona.

Com a publicação deste documento, a Telefônica também antecipa o cumprimento da norma 2014/95 da União Europeia no que diz respeito à “divulgação de informações financeiras e em questões de diversidade por parte de algumas grandes empresas e certos grupos”, que, em breve, deverá ser adotada pelos estados-membros.

A estratégia de sustentabilidade que a Telefônica segue nos permite aproveitar as oportunidades que as novas tecnologias nos oferecem com o objetivo de reduzir o gargalo digital e realizar uma gestão eficaz do impacto inerente ao desenvolvimento econômico, ambiental e social da nossa companhia. Na Telefônica, temos certeza de que a tecnologia deve estar disponível para todas as pessoas para que elas possam SER MAIS. Por isso, queremos contribuir para que, com a nossa inovação tecnológica, promovamos o desenvolvimento da sociedade, a acessibilidade e a prote-

ção do ambiente e, ao mesmo tempo, geremos produtos e serviços mais sustentáveis para os nossos clientes.

Neste relatório, são apresentados os avanços e os desafios da Telefônica nas três dimensões básicas da sustentabilidade: econômica, social e ambiental. No que diz respeito ao impacto econômico, eu gostaria de destacar a inovação tecnológica dos nossos produtos e serviços sustentáveis, que vão dos produtos *green* às cidades inteligentes. Com relação à nossa cadeia de fornecimento, a Telefônica continua a apoiar os fornecedores locais. Em 2014, 85% das nossas compras foram feitas com eles.

A Telefônica, por meio da sua Política de Privacidade, aprovada pelo Conselho de Administração, define os procedimentos que as empresas do Grupo devem seguir para proteger a privacidade de todos aqueles que nos confiam suas informações. Quanto ao impacto social, enfatiza o nosso compromisso com a segurança e a saúde no trabalho dos nossos colaboradores. Um grande número de empresas espanholas do Grupo Telefônica recebeu a certificação de segurança e saúde de acordo com a norma OHSAS 18001. Por outro lado, permitam-me destacar o nosso forte compromisso com a educação digital, uma alavanca fundamental para o desenvolvimento das pessoas e das sociedades como um todo.

Além disso, diversas iniciativas estão em andamento, como a Talentum e a Telefônica Futuro Aberto, que promovem o emprego de jovens, através do qual 9.047 jovens com menos de 30 anos foram incorporados à nossa companhia.

Com relação ao uso adequado da internet, na Movistar, lançamos o portal interativo Família Digital, que reúne as melhores práticas e permite a troca de experiências entre pais e professores. Paralelamente, colocamos em prática alguns projetos de inovação sustentável, tais como o Desafio Ability, desenvolvido pela Telefônica Futuro Aberto com o objetivo de promover a inovação na acessibilidade. Finalmente, no que diz respeito ao meio ambiente, há anos a Telefônica trabalha para reduzir o impacto da nossa atividade e, ao mesmo tempo, buscamos soluções para os desafios ambientais a partir da tecnologia digital. Dessa forma, graças aos nossos objetivos de energia e emissão, conseguimos reduzir em mais de 100 mil toneladas a emissão de CO2 à atmosfera, por meio de projetos de eficiência, ao longo dos últimos quatro anos. Os serviços M2M e as Cidades Inteligentes, em que crescemos 40% no ano passado, já estão apresentando resultados tangíveis de melhoria ambiental para outros setores.

A Telefônica considera muito importante oferecer aos grupos de interesse que se relacionam com a nossa companhia informações completas sobre a evolução das questões mais importantes, por meio das nossas políticas de sustentabilidade e de acordo com os critérios de publicações-padrão, tais como o GRI e o Pacto Global das Nações Unidas.

Tudo isso permitiu que, em 2014, a nossa companhia fosse a empresa de telecomunicações mais admirada na Europa e a terceira no mundo, de acordo com a revista *Fortune*, ficasse entre as cinco principais empresas de telecomunicações líderes no Carbon Disclosure Project e continuasse a ser uma das companhias mais bem avaliadas pelos analistas especializados, fazendo parte do Índice Dow Jones de Sustentabilidade, FTSE4Good, Sustainalytics e MSCI, entre outros.

Por outro lado, eu gostaria de lembrá-los que, atualmente, a Telefônica é um ator importante dentro do ecossistema digital e reafirma o seu forte compromisso com a sustentabilidade como uma parte fundamental do nosso negócio.

Gostaria de terminar agradecendo o apoio, a colaboração e o diálogo contínuo com os grupos de interesse, que, com suas opiniões e sugestões, ajudaram a construir, ano após ano, uma empresa mais sustentável.

Muito obrigado,

**Cesar Alierta**  
Presidente Executivo

## CARTA DO PRESIDENTE DA TELEFÔNICA BRASIL



O ano de 2014 trouxe resultados muito significativos para a Telefônica Brasil e pode ser definido como o ano em que plantamos as bases para a construção de uma nova empresa. No segundo semestre, iniciamos o processo de aquisição da GVT, concluído em maio de 2015, juntando a empresa líder em telefonia móvel com a empresa líder em ultrabanda larga.

A junção de duas fortalezas criou a maior e mais rentável operadora de telecomunicações e TV por assinatura do Brasil, com mais o maior volume de clientes (mais de 103 milhões de acessos no final de 2014), de receitas e com a maior rentabilidade do setor.

Operamos como uma única companhia desde o primeiro momento da integração graças a um ágil processo que permitiu unir o que há de melhor nas duas empresas e levá-la a patamares ainda maiores de excelência, performance e engajamento dos funcionários.

A complementaridade é a marca da união com a GVT. Vamos priorizar as melhores práticas, com foco na melhoria constante da qualidade, e o oferecimento da melhor experiência ao cliente no uso dos serviços, além de buscar sinergias, expandir serviços e tornar a empresa ainda mais digital.

Foi em 2014 também que concluímos um ciclo de investimentos, iniciado em 2011, que totalizou R\$ 27 bilhões. Estes recursos permitiram ter a maior e mais sólida infraestrutura móvel do país e uma rede invejável de fibra ótica. Com essa base, trabalhamos para consolidar a Telefônica Vivo como a primeira telco digital do Brasil.

Nossos produtos incluem TV por assinatura, voz e banda larga fixa e móvel e estamos prontos para aprimorar nossas ofertas comerciais por meio de pacotes triple ou quadruple play. Resta-nos agora dar ainda mais ênfase aos aplicativos que tornam a vida das pessoas mais fácil, quer no trabalho ou no lazer. O mundo vive uma revolução tecnológica. Reafirmamos, portanto, nosso foco em inovação, com um portfólio incomparável de soluções digitais em áreas como saúde, educação, segurança, máquina a máquina (M2M) e vídeo.

Também nos focamos em melhorar a vida nas cidades, com soluções que ajudem a mobilidade e a segurança. Em 2014, concluímos, com a participação de empresas parceiras, a transformação de Águas de São Pedro, município do interior de São Paulo, na primeira Cidade Digital e Inteligente do país.

No aspecto ambiental, atuamos de forma responsável na utilização dos recursos naturais e na redução dos impactos negativos de nossas operações. Como exemplo, temos serviços como a Conta Online e o Sistema de Venda Sustentável, que dispensam o uso de papéis.

No âmbito social, os trabalhos liderados pela Fundação Telefônica Vivo continuam fazendo a diferença na vida de crianças e jovens e contribuindo para o desenvolvimento das comunidades. No projeto Escolas Rurais Conectadas, 6.773 escolas situadas no campo já têm conexão de terceira geração (3G). O projeto segue firme em 2015.

O desempenho positivo nas diversas frentes de atuação da empresa possibilitou a inclusão, pelo terceiro ano consecutivo, da Telefônica Vivo na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBOvespa, uma conquista que reflete o compromisso com a sustentabilidade. Outro compromisso é com os princípios do Pacto Global (ONU), do qual somos signatários desde 2010.

Há muitos desafios e metas postas, por isso, gostaria de agradecer o apoio e a confiança depositados na Telefônica Vivo por nossos colaboradores, clientes, acionistas, fornecedores, instituições financeiras e demais entidades. Começamos uma nova fase empresarial, com uma companhia bem posicionada, dinâmica e ágil.

A todos, boa leitura!

**Amos Genish**  
Presidente da Telefônica Brasil



# A Telefônica Vivo



[GRI G4-4; G4-5; G4-6; G4-7; G4-8; G4-9; G4-13; G4-23; G4-DMA; G4-EC1]  
A Telefônica Vivo é a maior operação do Grupo Telefônica, um dos mais importantes conglomerados de telecomunicações, informação e entretenimento do mundo, com presença em mais de 20 países e mais de 120 mil colaboradores.

Começamos nossas atividades no Brasil em 1998, onde fixamos sede em São Paulo, e desde então temos construído uma história sólida e de grandes realizações. Atualmente, somos quase 20 mil pessoas e estamos presentes em mais de 3.700 cidades, totalizando mais de 95 milhões de clientes.

Para atender a uma demanda crescente por tecnologia, temos trabalhado para tornar a Companhia uma telco digital. Com um portfólio amplo, oferecemos serviços de banda larga fixa e móvel, voz, ultrabanda larga, TV e TI. Além disso, temos buscado oferecer soluções práticas e atuais para nossos clientes e passamos a desenvolver serviços e produtos nas áreas de e-health, vídeo, M2M, publicidade móvel e pagamento pelo celular, entre outros.

Com o objetivo de continuar expandindo as operações e a presença geográfica, em 2014 iniciamos o processo de aquisição da Global Village Telecom (GVT), uma empresa de telecomunicações com grande crescimento no Brasil que oferece serviços de banda larga de alta velocidade, telefonia fixa e TV. Acreditamos que esse processo reforçará nossa posição de empresa líder no segmento no Brasil.

Líder no mercado

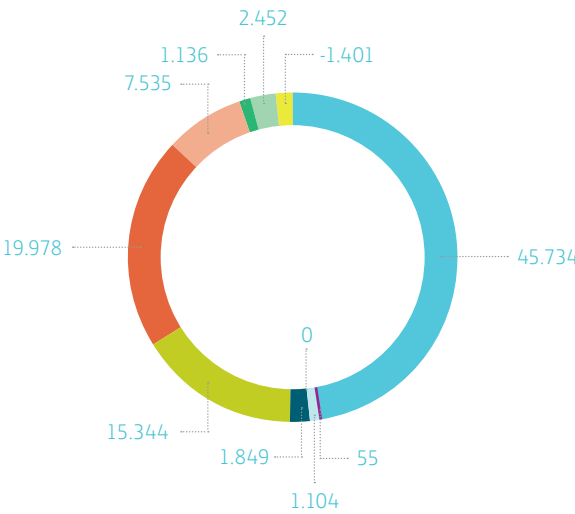
Somos uma empresa líder de telecomunicação móvel no Brasil, com uma participação de mercado de 28,5% e forte presença no segmento de serviços móveis pós-pagos. Além disso, mantemos uma posição de destaque no setor de telecomunicações de telefonia fixa, em termos de participação de mercado, no estado de São Paulo, onde iniciamos como provedores de telefonia fixa, de acordo com o contrato de concessão. Em 2014, alcançamos quase 60% de participação de mercado nos serviços de banda larga de alta velocidade, com velocidades superiores a 34 Mbps em São Paulo.

No ano, nossa receita líquida operacional foi de R\$ 35 bilhões, representando um aumento de 0,8% em relação a 2013. Nossa receita de serviços móveis foi de mais de R\$ 22 bilhões, um crescimento de 3,8%, e a de serviços de telefonia fixa foi de mais de R\$ 11 bilhões, registrando uma redução de 3,9% em relação ao ano anterior.

Valor econômico direto gerado e distribuído

Fluxo de Caixa em 2014

R\$ milhões



- Clientes
- Ativo permanente
- Outros
- Credores financeiros
- Colaboradores
- Administrações públicas
- Fornecedores
- Fornecedores Capex
- Credores financeiros
- Acionistas
- Investimento financeiro

GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE

Fomos reconhecidos mais uma vez pelo Guia Exame de Sustentabilidade, elaborado pela Editora Abril, em parceria com a Fundação Getulio Vargas, como uma das empresas com as melhores práticas sustentáveis no Brasil



VISÃO

Abrir caminhos para seguir transformando possibilidades em realidade e, desse modo, criar valor aos clientes, empregados, sociedade, acionistas e sócios.

VALORES

Os valores estão representados em todas as nossas ações e são divididos em:



Compromisso

RESPONSABILIDADE, INTEGRIDADE, HONRADEZ, TRANSPARÊNCIA E CONFIABILIDADE

Impulsionar o desenvolvimento das comunidades em que atua com um comportamento empresarial ético. Impulsionar o investimento de seus acionistas com o compromisso de crescimento e resultados. Oferecer compromisso global de seus produtos e serviços para corporações multinacionais.

Visão

PREVER, ANTECIPAR, ANTECEDER, LUCIDEZ E AUDÁCIA

Ser referência no setor das telecomunicações e entender a realidade e a diversidade das regiões onde opera. Ser plenamente capaz de vislumbrar o futuro de seu segmento e conseguir antecipar, mediante inovação e tecnologia, as transformações do panorama competitivo do setor.

Fortaleza

SOLIDEZ, POTÊNCIA, LIDERANÇA, ESTABILIDADE E SOLVÊNCIA

A nossa história de sucesso e crescimento constante reflete em experiência, profissionalismo e conhecimento global e local da indústria. A dimensão e o alcance internacional da corporação a capacitam como empresa sólida e de expansão segura.

Talento

CONHECIMENTO, DIVERSIDADE, CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E EXPERIÊNCIA

Possuir as melhores competências técnicas e intelectuais e uma excelente equipe que reflete a diversidade e a amplitude de seus conhecimentos. Desse modo, somos capazes de transformar sua visão em soluções e inovações úteis para os mercados em que atuamos.



# Governança corporativa

[GRI G4-34]

Nossa estratégia de atuação é focada no bom desempenho dos nossos negócios, na valorização da empresa e no retorno aos nossos acionistas, investidores e públicos de interesse em geral. Dessa forma, pautamos nossas ações e nossos relacionamentos na sustentabilidade e em valores como transparência, responsabilidade, eficiência, inovação e confiança.

Somos uma empresa de capital aberto e integramos, pelo terceiro ano consecutivo, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBovespa, uma conquista que reflete o nosso compromisso com a sustentabilidade. Em 2014, na BM&FBovespa, negociamos ações ordinárias (ON) e preferenciais (PN), que encerraram o ano cotadas a R\$ 39,89 e R\$ 46,85, apresentando, respectivamente, desvalorização de 0,3% e valorização de 4,5%, em relação à queda anual de 2,9% do Índice Bovespa. O volume médio diário das ações ON e PN foi de R\$ 934,1 mil e R\$ 48.833,4 mil, respectivamente. Adicionalmente, também negociamos ADRs na Bolsa de Valores de Nova York (Nyse), que finalizaram o ano cotadas a US\$ 17,68, retraindo 8% no período, perante uma evolução do Índice Dow Jones de 7,5% no período. O volume médio diário de ADRs foi de US\$ 36.216,9 mil.

### ESTRUTURA

Nossa estrutura de governança é bastante sólida e composta de Assembleia Geral de Acionistas, Conselho de Administração, Diretoria e Conselho Fiscal. Além disso, ainda contamos com três comitês de assessoramento ao Conselho de Administração: o Comitê de Auditoria e Controle, o Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa e o Comitê de Qualidade do Serviço e Atenção Comercial. Cada um dos órgãos tem funções definidas pelo Estatuto Social da Telefônica ou por seu respectivo regulamento.

A remuneração dos membros do conselho é fixa e está alinhada à nossa estratégia e às práticas de mercado. Já os diretores recebem, além da remuneração fixa, benefícios e remuneração variável – dividida em duas partes: incentivos de curto prazo, relacionados ao programa anual de bônus e atrelado aos resultados de negócio (financeiros, operacionais e de qualidade) e às metas individuais; e incentivos de longo prazo, que envolvem opções de compra de ações de acordo com condições preestabelecidas.

### SAIBA MAIS

em nosso Formulário de Referência, disponível em [www.telefonica.com.br/ri](http://www.telefonica.com.br/ri).

## ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA

⇒ **Conselho de Administração:** formado por, no mínimo, 5 e, no máximo, 17 membros, com mandatos de três anos, sendo permitida a reeleição. O órgão se reúne uma vez a cada três meses e, sempre que necessário, mediante convocação do presidente, para acompanhar o desempenho da Companhia, com o apoio dos comitês de assessoramento e deliberando sobre temas relevantes para o negócio. Atualmente, o conselho é composto de 12 membros, todos acionistas, sendo um deles eleito pelo voto separado das ações preferenciais e os demais eleitos pelo voto geral das ações ordinárias. Além de atender aos requisitos legais para serem elegíveis ao conselho, os membros possuem as competências exigidas pelo modelo de recursos humanos da matriz e ampla experiência de mercado ou na Companhia. Até 2014, o presidente da Telefônica acumulava a função de presidente do Conselho de Administração.

⇒ **Diretoria:** composta de, no mínimo, 4 e, no máximo, 15 membros e é responsável pela condução dos negócios, seguindo as diretrizes definidas pelo Conselho de Administração. Atualmente, a Diretoria da Companhia é composta de 4 membros;

⇒ **Conselho Fiscal:** de caráter permanente, é formado por 3 membros efetivos e 3 suplentes.



### Composição do Conselho de Administração em 31/12/2014

Nome	Cargo eletivo ocupado
Antonio Carlos Valente da Silva	Presidente do conselho
Santiago Fernández Valbuena	Vice-presidente do conselho
Antonio Gonçalves de Oliveira	Conselheiro*
Eduardo Navarro de Carvalho	Conselheiro
Francisco Javier de Paz Mancho	Conselheiro*
Jose Fernando de Almansa Moreno-Barreda	Conselheiro*
Luis Javier Bastida Ibarguen	Conselheiro*
Luiz Fernando Furlan	Conselheiro*
Narcis Serra	Conselheiro*
Paulo Cesar Pereira Teixeira	Conselheiro
Roberto Oliveira de Lima	Conselheiro*
Luciano Carvalho Ventura	Conselheiro*

\*Membro independente.

### GESTÃO DE RISCOS [GRI G4-14]

Mantemos uma postura preventiva em relação à gestão de riscos, considerando os impactos econômicos, estratégicos, operacionais, sociais e ambientais de nossas operações. Dessa forma, buscamos promover a melhoria contínua no desempenho dos negócios e do ambiente de controle, por meio de políticas e procedimentos para identificação, monitoramento e mitigação dos riscos aos quais estamos expostos.

Em linha com o modelo de gestão integral de riscos da matriz, foram definidas quatro categorias principais de riscos: negócio, financeiros, operacionais e globais, que contemplam, entre outros, riscos reputacionais de cumprimento a normas e leis, de recursos humanos, fraudes, comunicação e

outros que apoiam nossas equipes a capturar, tratar e mitigar eventuais descumprimento dos Princípios de Atuação, Código de Ética e demais aspectos capazes de impactar a marca e a imagem institucional (veja mais em Princípios de Atuação).

Essa gestão de riscos é consolidada e aplicada de forma linear em todas as operadoras da Telefônica Vivo, com divulgação a todos os prestadores de serviços especializados que têm contato direto com nossos clientes. Por isso, também capacitamos nossos parceiros estratégicos, a fim de garantir o seguimento dos Princípios de Atuação, e estabelecemos, de forma transparente, os fluxos de aprovação e o levantamento da informação em matéria de riscos.

## INVESTIMENTO SOCIAL

A Fonditel é a entidade gestora de fundos de pensões da Telefônica na Espanha e tem o compromisso de incluir critérios sociais, ambientais e de governança corporativa em suas decisões de investimento. Em 2014, o investimento socialmente responsável (ISR) alcançou o montante de R\$ 27,6 milhões, o que representa 2,52% do patrimônio. Desse total, 44,6% estão investidos em empresas e fundos de caráter ambiental, como energia renovável e água.

A entidade considera o desempenho dos investimentos do fundo em relação a princípios e diretrizes como Princípios para o Investimento Responsável (PRI), Pacto Global, Diretrizes para Empresas Multinacionais, princípios sobre a boa governança da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e Declaração Tripartite de Princípios sobre Empresas Multinacionais e Política Social, da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

No Brasil, estamos alinhados ao Regulamento para a Arrecadação de Receitas do Fundo de Fiscalização (Fistel), que custeia as despesas do governo federal na fiscalização das telecomunicações, bem como no desenvolvimento de novos meios e aperfeiçoamento de técnicas para essa atividade. Neste caso, a contribuição é dividida em duas taxas: a de Fiscalização de Instalação (TFI), paga quando recebemos o certificado de licença para o funcionamento das estações; e a de Fiscalização de Funcionamento (TFF), que é recolhida anualmente.

## ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS [GRI G4-16]

Estabelecemos uma relação de confiança e transparência com os nossos públicos e, por isso, mantemos o diálogo constante, a fim de trocar experiências, receber *feedbacks* e aprimorar continuamente nossos relacionamentos. Para isso, disponibilizamos uma série de informações e canais de contato por meio do site institucional e, ainda, contamos com veículos e metodologias de diálogo específicas para cada público, de modo a garantir comunicação mais efetiva.

⇒ **Clientes:** atuamos por meio de canais de diálogo de venda e dos serviços de atendimento ao cliente, pesquisas de satisfação, direcionamentos de *marketing* e estudos de mercado, fóruns de debate e áreas de encontro.

⇒ **Colaboradores:** realizamos pesquisas de clima e de satisfação, além de disponibilizar canais de comunicação interna, que permitem a interação de nossos colaboradores. Além disso, ainda são realizados encontros de diálogo sobre temas relevantes da Companhia, incluindo sustentabilidade e ética, e encontros e cafés da manhã entre executivos e colaboradores.

⇒ **Acionistas:** por meio de reuniões frequentes, individuais e coletivas, com investidores institucionais e analistas setoriais, assim como com canais *online*, conseguimos conhecer os temas mais relevantes para esse público e dar respostas às suas perguntas, estabelecendo canais diretos de comunicação. O nosso principal objetivo é melhorar constantemente a qualidade das informações divulgadas ao mercado e reduzir as incertezas de investidores por meio da adoção de políticas internas e boas práticas de governança corporativa.

⇒ **Fornecedores:** realizamos uma pesquisa bial de satisfação de fornecedores e aplicamos avaliações de qualidade dos sistemas das distintas empresas de telecomunicações.

⇒ **Organizações setoriais e industriais:** para melhorar as medições, padronizar indicadores e compartilhar melhores práticas, participamos de fóruns e associações que debatem temas particulares de sustentabilidade que afetam o nosso setor, como o Sinditelebrasil e os grupos temáticos do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas – GVCes (Empresas pelo Clima, GHG Protocol Brasil, Inovação na Cadeia de Valor).

⇒ **Organizações governamentais:** neste caso, o diálogo é articulado principalmente por regiões, 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 constante com os responsáveis pelos serviços de telecomunicações, de inovação, de consumo, educativos, sociais, reguladores, econômicos etc.

⇒ **Organizações não governamentais e fundações:** atuamos por meio de parcerias e associações com organizações que trabalham na promoção do desenvolvimento sustentável. Também fazemos parte de grupos de discussão para troca de boas práticas entre empresas e organizações. Safernet, WWF, Unesco, Unicef e OIT são alguns exemplos de parcerias.

# Contribuição à sociedade [G4-DMA; G4-EC8]



Acreditamos que, mais do que conectar pessoas, os nossos serviços e produtos devem garantir qualidade de vida com educação, segurança, mobilidade, saúde e bem-estar. Por isso, atuamos por meio de projetos que reduzam os impactos sociais, ambientais e econômicos de nossas operações e asseguremos uma postura ética com nossos públicos de relacionamento. Nesse contexto, apoiamos, por meio da Fundação Telefônica Vivo, projetos e ações sociais que promovam a inclusão digital e estimulem o voluntariado.

## FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO: MUITO ALÉM DA COMUNICAÇÃO

A Fundação Telefônica Vivo foi criada para melhorar a qualidade de vida de crianças e jovens, por meio daquilo que o Grupo Telefônica tem maior domínio: a tecnologia. Com iniciativas de cunho nacional, a organização atua, ainda, por meio de uma rede global, formada pelas Fundações Telefônicas de 15 países.

Em 2014, a fundação comemorou 15 anos de atuação no Brasil, acreditando que a tecnologia contribui para a democratização do acesso ao conhecimento. No ano, o investimento em projetos sociais totalizou mais de R\$ 41 milhões, beneficiando 358 mil pessoas diretamente.

As ações se baseavam em três eixos de trabalho: atuar, mobilizar e inspirar. Em 2015, no entanto, a fundação reviu a sua estratégia de atuação para os próximos anos, agora focada nas três competências mais relevantes para o jovem do século XXI, que devem orientar as mais de 20 ações realizadas:

⇒ **Empreendedorismo** – promover a atitude empreendedora e a proatividade.

⇒ **Letramento Digital** – trabalhar a programação, a colaboração, a criatividade e o uso da tecnologia.

⇒ **Cidadania** – incentivar o pensamento em comunidade.

## Escolas Rurais Conectadas

O projeto Escolas Rurais Conectadas (ERC) tem origem em um compromisso assumido com a Anatel de levar conectividade para 22 mil estabelecimentos de ensino até dezembro de 2017, e atua em duas grandes frentes. Uma é a conexão, quando atendemos às especificações técnicas para promover a conectividade e instalamos os *modems*. Outra é o conteúdo, quando a fundação disponibiliza formação *online* para os professores para que estes possam extrair o melhor da tecnologia. Temos o compromisso de levar essa ferramenta de capacitação ao alcance de mais de 10 mil professores entre os cursos ofertados – ao todo, 60 acontecem simultaneamente. Em 2014, 800 professores, de 571 escolas, foram formados para uso de tecnologia.

Nas zonas rurais, apenas 19% das escolas possuem laboratório de informática e 6% têm acesso à internet, de acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). Para reverter essa situação e expandir o projeto das ERC, a Fundação Telefônica Vivo criou o primeiro laboratório tecnológico ligado ao programa, no município de Viamão (RS). A ideia é que os alunos tenham acesso à internet para realizar pesquisa, armazenar documentos ou usar redes sociais para aprender. O sucesso e a repercussão levaram a prefeitura da cidade a ampliar o projeto para toda a rede de ensino.





Escolas Rurais Conectadas – Em números

	2013	2014
Escolas conectadas	100	6.773
Professores beneficiados	513	800
Alunos beneficiados	11.799	18.400
Municípios atendidos	88	1.111
Horas de treinamento online para professores	20h (ATN)	10h (ATN – formação online) e 40h* (VTC – especial) + 30h (ATN – especial)

\*Especial Minas Gerais e Pernambuco: cursos Cálculo Mental e Ler, Recontar e Reescrever. Dessa maneira, foram 40 horas destinadas para cada curso. (Victor Civita/VTC).  
\*Especial Minas Gerais e Pernambuco: curso Inclusão Digital, com 30 horas de formação. (ATN).

**Programaê**  
Fruto de parceria entre a Fundação Lemann e a Fundação Telefônica Vivo, o Programaê é um movimento que busca aproximar a programação ao cotidiano dos jovens e das crianças no Brasil, por meio de ferramentas *online* e gratuitas. No portal, docentes e discentes podem acessar cursos destinados a diferentes idades e níveis de conhecimento. .

**SAIBA MAIS**  
<http://www.programae.org.br>

**Plataforma de Desenvolvimento de Empreendedores e Empreendimentos**  
O objetivo da plataforma é empoderar jovens de zonas rurais e comunidades de periferia para que gerem e implementem novas soluções para resolver os problemas de suas comunidades. O projeto é realizado nas cidades de São Paulo (SP), Santarém (PA) e Santa Cruz Cabralia (BA).

Para isso, o programa utiliza a tecnologia como principal meio e é dividido em três frentes: Formação de Jovens, Apoio a Empreendimentos e Fortalecimento do Ecossistema. Em 2014, 79 soluções foram apresentadas. Destas, 15 foram selecionadas para serem encubadas em 2015.

**Voluntariado**  
Realizado globalmente, o Dia dos Voluntários engaja funcionários de todas as empresas do Grupo Telefônica a participar de projetos distintos em diversas comunidades do país. Em 2014, no Brasil, contamos com a participação de 4.872 colaboradores inscritos, para atender 43 ONGs, em 39 cidades.

Adicionalmente, desde 2012 a Companhia atua por meio do Voluntariado Digital, que consiste em iniciativas que utilizam tecnologias e podem ser realizadas a distância. Para isso, foi desenvolvida uma plataforma, lançada em 2014, que permite que os colaboradores tenham acesso às demandas de entidades sociais cadastradas e possam contribuir para elas.

1.240 jovens empreendedores participaram do projeto

Mais de 25 mil pessoas em todo o país foram beneficiadas com o programa de voluntariado

Ao todo, 1.240 ações sociais foram realizadas por meio do Voluntariado Digital



Telefônica Vivo na Campus Party Brasil e na Campus Party Recife

Principal patrocinadora do evento desde a primeira edição e responsável por toda a infraestrutura de telecomunicações, que levou conexão de 10 GB para a Campus Party Recife e 40 GB para a Campus Party Brasil, na capital paulistana, a Companhia planejou a sua atuação com base em três pilares: empreendedorismo e inovação, sustentabilidade e experiência comercial, para as duas edições anuais do evento.

Com foco em empreendedorismo e inovação, a empresa criou concursos para premiar os melhores projetos de tecnologia. Utilizando o conceito "Internet of Things", ou Internet das Coisas, os projetos foram criados ao longo dos dois eventos a partir da distribuição de *kit* de desenvolvimento. Ao todo, mais de 165 desenvolvedores se inscreveram, sendo que 60 foram selecionados.

Destacaram-se nove aplicativos criados a fim de promover o conceito de Internet das Coisas – sendo seis na categoria principal e três na categoria Firefox OS. Além disso, houve mais dois premiados na categoria de Segurança da Informação e um vencedor do desafio da Wayra, aceleradora de *startups* do Grupo Telefônica. Os requisitos para a escolha dos vencedores foram sustentabilidade, criatividade e usabilidade.

No quesito sustentabilidade, a empresa marcou presença instalando na arena o Site Sustentável (antena de baixíssimo impacto visual que utiliza energia mais limpa e transmite sinal de 3G e 4G) e realizando uma ação do seu programa Reciclar Conecta, que premiou os campuseiros que levaram seus celulares antigos para reciclagem com brindes diversos. Foram recolhidos mais de 1.400 celulares nas ações realizadas em São Paulo e no Recife, e todos os aparelhos foram devidamente destinados para reciclagem. A área de Sustentabilidade da Telefônica Vivo também fez a curadoria das palestras Green Tech em ambas as edições e foram abordados temas como: Cidades Inteligentes, App Cidadãos, acessibilidade digital, gestão de resíduos e paperless.

A experiência comercial se deu com a demonstração de diversos serviços digitais e inovadores da Telefônica Vivo de forma interativa, como Vivo Música, Zoom, Nuvem do Jornaleiro, Vivo Sync e outros.

PATROCÍNIOS E APOIOS

Por meio de patrocínios comerciais, buscamos contribuir para a construção da marca e reforçar nossos atributos, a fim de posicionar a Companhia como protagonista em projetos que estejam totalmente alinhados à estratégia do negócio.

- ⇒ **Vivo Encena:** a Companhia mais uma vez contou com a iniciativa, que estimula o intercâmbio de projetos de artes cênicas, em que o teatro é pensado além do espetáculo, sendo estabelecida uma rede de ações de formação de plateia, inclusão cultural e desenvolvimento profissional. No ano, foram dez espetáculos.
- ⇒ **Eu Vivo Música:** *shows* abertos e gratuitos para mais de 135 mil pessoas em importantes praças de Belém, Brasília, São Luís e Florianópolis.
- ⇒ **Exposição Salvador Dalí:** buscando incentivar a democratização da cultura, patrocinamos a exposição, que teve curadoria de Montse Aguer, diretora do Centro de Estudos Dalinianos da Fundação Gala-Dalí, e foi organizada para convidar o público a mergulhar em um universo onírico, simbólico e fantasioso. Foram apresentadas 24 pinturas, 135 trabalhos entre desenhos e gravuras, 40 documentos, 15 fotografias e quatro filmes.
- ⇒ **Museus:** no período, apoiamos a Fundação Clóvis Salgado, localizada em Belo Horizonte, e o Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo.
- ⇒ **Campus Party:** além do evento de São Paulo, considerado o maior encontro tecnológico do mundo, patrocinamos a edição do evento no Recife, no segundo semestre.

PATROCÍNIO ESPORTIVO

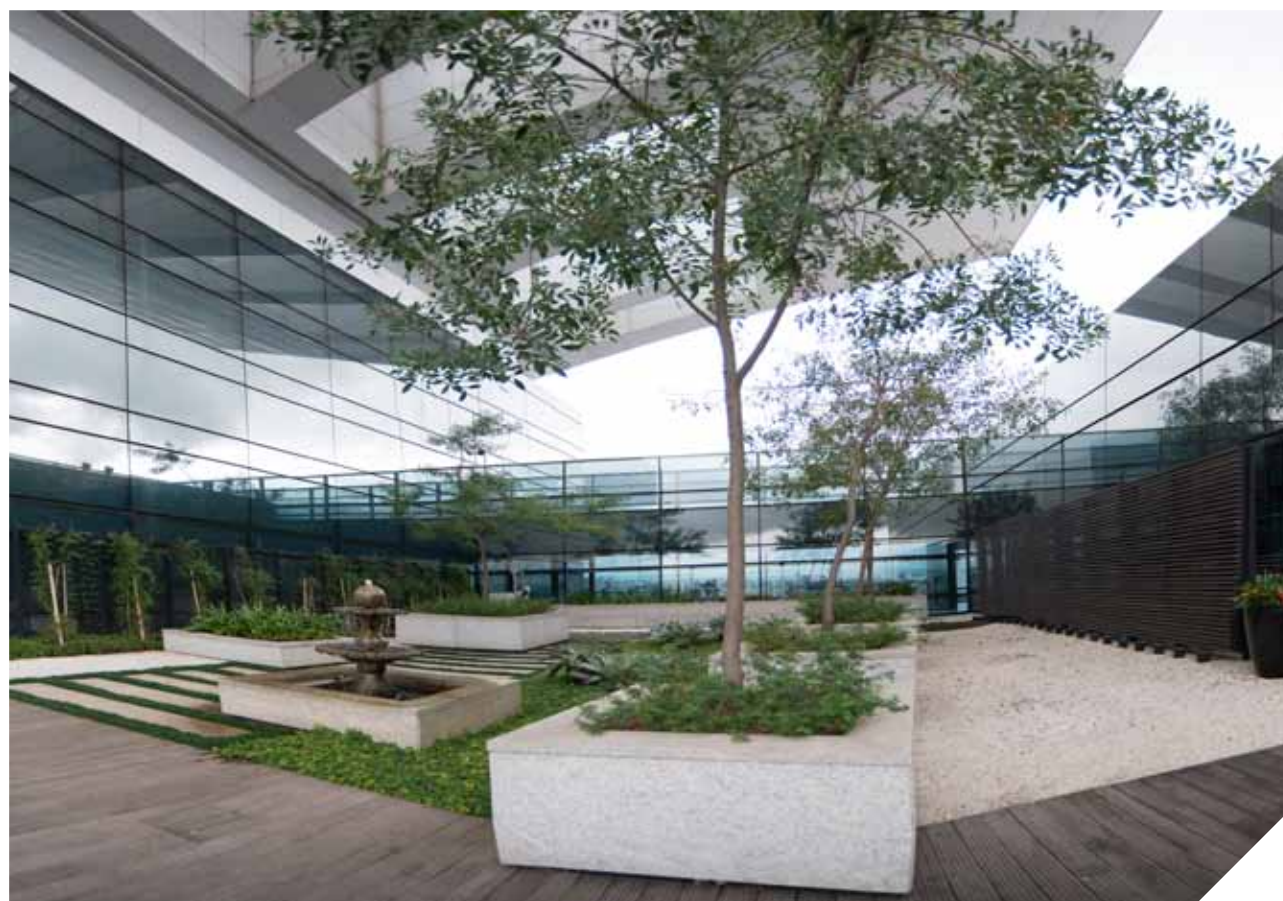
A Telefônica Brasil, por meio de sua marca comercial Vivo, reforçou o patrocínio à Seleção Brasileira, tornando-se a terceira marca mais lembrada entre os patrocinadores da seleção. A empresa registrou mais de 23 milhões de visualizações dos filmes *Felipão na Loja* e *Me Liga #tamoconectado*. Adicionalmente, como forma de potencializar o vínculo da Companhia com o futebol, ela patrocinou, por meio de leis de incentivo, torneios de futebol amador pelo país.



# Modelo de sustentabilidade







Entendemos que, além de oferecer produtos e serviços que facilitem o dia a dia da sociedade em geral, devemos contribuir para o desenvolvimento social e econômico do país, bem como promover para a população bem-estar, comunicação, acessibilidade e proteção do meio ambiente.

Para alcançar esse objetivo, praticamos a gestão responsável de nossas atividades, em sintonia com valores como equilíbrio, transparência, responsabilidade, eficiência e inovação. Além disso, temos incorporado a sustentabilidade nos processos de governança corporativa, de modo que o planejamento para os próximos anos seja pautado em análises de comunidades do entorno e materialidade, entre outros.

Assim, nossas diretrizes se alinham aos objetivos, aos processos e à estratégia de negócio da empresa. Nosso modelo de atuação está pautado em três níveis de compromisso, cobrindo toda a cadeia de valor da empresa:

- ⇒ **Conformidade e gestão de risco** – trabalhamos para antecipar as tendências e mudanças legislativas que possam impactar diretamente o nosso negócio.
- ⇒ **Produtividade e responsabilidade** – buscamos melhorar a nossa produtividade por meio da incorporação de critérios de sustentabilidade em todos os nossos processos, como operação, recursos humanos, compras, comércio e inovação. Nesse contexto, trabalhamos para responder às expectativas dos nossos clientes e assegurar a melhoria da qualidade dos nossos produtos e serviços. Além disso, a fim de gerar mais valor aos produtos, aos serviços e ao negócio, focamos a gestão de talentos, a eficiência energética, a gestão ambiental dos nossos processos e instalações e a gestão responsável de nossa cadeia de fornecimento. Temos como objetivo manter uma postura ética, transparente e íntegra em todas as nossas atividades.
- ⇒ **Sustentabilidade como uma alavanca para o crescimento** – atuamos por meio de produtos, serviços e ações com foco social e ambiental. Afinal, o nosso público (governos, multinacionais, clientes e colaboradores) espera de nós uma atuação responsável.

# Interação com grupos de interesse

## RELACIONAMENTO REGULATÓRIO E INSTITUCIONAL

O aumento da demanda por serviços de telecomunicações fez com que os órgãos reguladores e os órgãos de defesa do consumidor voltassem os seus olhares ao setor a fim de garantir os interesses dos clientes. Entendemos a importância do relacionamento próximo e constante com esses grupos e as entidades governamentais e, por isso, buscamos estabelecer canais de contato com ambos os públicos. [G4-S05]

Em 2014, atendendo às regras da Resolução n.º 623/2013 da Anatel e para garantir um diálogo constante com os usuários do nosso serviço, implementamos os Conselhos de Usuários. Trata-se de grupos regionais formados por usuários e por associações de entidades de defesa do consumidor com o intuito de orientar, analisar e avaliar a qualidade dos serviços e do atendimento da empresa. Dessa forma, é estabelecido um canal de comunicação entre a Companhia e a sociedade civil, com a possibilidade de identificar oportunidades e obter aprimoramento contínuo do serviço.

No ano, as atividades regulatórias e institucionais tiveram foco em movimentos de mercado e questões com impactos estruturais para o setor e seus atores. Dentre as principais tratativas, destacaram-se o acordo de fornecimento de serviços móveis nas redes 2G e 3G firmado com a Nextel; a aprovação e publicação da Lei do Marco Civil da Internet; o início das tratativas para revisão do contrato de concessão do STFC; e o leilão e a assinatura dos termos da radiofrequência de 700 MHz, que complementar a oferta de serviços de banda larga móvel de quarta geração ou Long Term Evolution (LTE) e a aprovação para transferência do controle acionário da GVT.

Já na esfera das normativas, algumas regras aprovadas em anos anteriores passaram a vigorar ou seguiram sendo aplicadas em 2014. Além disso, foram aprovados o Regulamento Geral dos Direitos do Consumidor (RGC), o Regulamento de Telefones de Uso Público (TUPs) e o regulamento conjunto entre a Anatel e a Aneel para o compartilhamento de pontos de fixação em postes. Outros temas, como as negociações relativas ao Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) e o processo de revisão dos contratos de concessão do serviço de telefonia fixa, devem ser tratados ao longo de 2015.

## RELAÇÃO SUSTENTÁVEL COM ACIONISTAS E INVESTIDORES

Com o objetivo de melhorar a qualidade das informações divulgadas ao mercado e reduzir incertezas por meio da adoção de políticas internas e boas práticas de governança corporativa, mantemos um diálogo constante com acionistas e

## CONSELHOS DE USUÁRIOS

A empresa possui cinco conselhos, formados em cada uma das regiões do Brasil, com até 12 membros – seis usuários dos serviços e seis representantes de entidades de defesa do consumidor. Toda a infraestrutura para a realização das reuniões é de responsabilidade da Telefônica Vivo. Em 2014 foram realizadas 23 reuniões e abordados temas como qualidade de sinal (móvel), quantidade de reclamações e causas, bloqueio de internet após término dos créditos e Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC).

## Reconhecimento

Em 2014, recebemos destaque entre os vencedores no Institutional Investor Latam, publicado pela revista Institutional Investor, considerada uma das publicações financeiras mais conceituadas do mercado. Ganhamos o segundo lugar nas categorias Melhor Programa de Relações com Investidores e Melhor Profissional de Relações com Investidores, pelos analistas de sell-side do setor de Tecnologia, Mídia e Telecomunicações. [G4-2.10]

investidores, pautado pela transparência, pela maximização de valor e pela ética.

Para isso, contamos com uma equipe de Relações com Investidores que realiza a mediação com acionistas e investidores por meio de reuniões e *conference calls*, em que apresenta estratégias, desempenhos e resultados dos diferentes negócios de atuação. Em 2014, foram realizadas mais de 290 reuniões, incluindo conferências, road shows, contatos diretos e atendimento telefônico.

Também divulgamos informações e documento relevantes no site de acionistas e investidores.

**SAIBA MAIS**  
em [www.telefonica.com.br/ri](http://www.telefonica.com.br/ri).



# Gestão responsável





[G4-DMA; GRI G4-56; G4-HR12; G4-LA16; G4-SO4; G4-SO5]

Em um mercado cada vez mais competitivo, precisamos tomar decisões assertivas e atuar com integridade, profissionalismo e ética. Nesse contexto, pautamos nossos relacionamentos e nossas atividades em nossos Princípios de Atuação, que contam com diretrizes que permitem a construção de relações de confiança. Entre os temas abordados pelos Princípios de Atuação estão o respeito aos direitos humanos, o combate à corrupção e a proibição de doações a partidos políticos ou pessoas e entidades relacionadas a eles.

Muito mais que um código de ética, esses princípios, que se aplicam a todos os nossos colaboradores, nos ajudam a agir com integridade e profissionalismo, além de pautar processos de tomada de decisões, compras e contratações. Por isso, trabalhamos para que sejam colocados em prática no cotidiano da Companhia e que sejam compartilhados com nosso público externo.

Em 2014, demos continuidade a uma campanha de comunicação cujo principal objetivo era conscientizar os colaboradores sobre a importância da aplicação de princípios éticos no dia a dia e divulgar o curso *online* dos Princípios de Atuação, disponível no Portal a+, plataforma de capacitação e desenvolvimento acessível a toda a Companhia. Ao todo, 47% dos colaboradores concluíram o curso.

Não admitimos que nossos colaboradores ou fornecedores se envolvam em casos de fraude e não aceitamos qualquer tipo de discriminação no ambiente de trabalho. Para assegurar a conformidade a essas normas, contamos com um canal de denúncias anônimas na intranet. Quando uma ocorrência é apurada e confirmada, o colaborador envolvido é demitido e o fornecedor, descredenciado. Além disso, exigimos o ressarcimento dos valores e comunicamos o evento ao diretor executivo responsável pela área envolvida, ao presidente da Telefônica Vivo, ao Comitê de Auditoria e às áreas de Auditoria e Recursos Humanos, podendo ainda ser envolvida a equipe jurídica.

SAIBA MAIS

sobre os Princípios de Atuação, acesse o site institucional da Telefônica Vivo.

Ao longo do ano, foram registradas 195 denúncias, que, somadas a outras 18 pendentes de 2013, totalizaram 213 relatos internos encaminhados para análise. Desse total, concluímos a apuração de 199 delas, das quais 71 eram procedentes (36%) e 47, improcedentes (24%). Outros 81 relatos foram desconsiderados por falta de dados que permitissem sua investigação.

Princípios de Atuação

Integridade, honestidade e respeito às leis e aos direitos humanos refletem nossos atos, comportamentos e práticas

GESTÃO DOS DIREITOS HUMANOS

A gestão dos direitos humanos é realizada de forma alinhada às diretrizes estabelecidas pela matriz, na Espanha. Desde 2002, aderimos ao Pacto Global e assumimos o respeito aos direitos humanos como um compromisso, além de inserir o tema entre os pilares de nossos Princípios de Atuação.

Nossa estratégia é fundamentada em cinco pilares:

- **Nossa Gente:** em respeito aos nossos colaboradores, desenvolvemos e implantamos elevados padrões e procedimentos para um clima organizacional saudável e seguro.
- **Nossa Tecnologia:** como parte de um grupo que é líder global de tecnologia, acreditamos na importância da nossa atuação para a promoção dos direitos humanos.
- **Nossos Parceiros Comerciais:** entendemos que o respeito que mantemos pelos direitos humanos deve ser estendido aos nossos parceiros comerciais. Por isso, acompanhamos o desempenho de nossos aliados e parceiros comerciais com base em rígidos critérios sociais e ambientais. Essa prática visa mitigar os riscos relacionados às práticas laborais e permite que possamos nos desenvolver ao lado das empresas que trabalham conosco.
- **Nosso Papel na Sociedade:** nosso conhecimento sobre as tecnologias de informação e comunicação pode contribuir para solucionar problemas sociais e atender às necessidades específicas de cada região.
- **Nosso Papel para a Mudança:** somos comprometidos em promover transformações sociais necessárias para a construção de uma sociedade justa e igualitária. Por isso, exploramos as oportunidades de aliança com grupos de interesse para a promoção de mudanças nas comunidades em que atuamos.

COMITÊ DE PRINCÍPIOS DE ATUAÇÃO

Os riscos referentes a essas normas são acompanhados pelo Comitê de Princípios de Atuação, que se reúne trimestralmente para garantir que as diretrizes estejam adequadas às exigências legais e às melhores práticas empresariais.

Formado por representantes das áreas de Comunicação Corporativa, Relações Institucionais, Recursos Humanos, Auditoria, Relações com Investidores, Jurídico e Secretaria da Presidência, o comitê é considerado um importante órgão de governança corporativa para a Companhia.

O comitê foi instituído em março de 2014 como o fórum oficial de decisões e gestão interna do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBovespa, sendo responsável pelo monitoramento dos indicadores de sustentabilidade e por garantir a sua incorporação nos processos estratégicos da Companhia.

Crianças e adolescentes

Entusiastas das novas tecnologias, cerca de 81% das crianças e dos adolescentes de 8 a 18 anos usam telefone celular diariamente. Destes, 55% o usam para acessar a internet (93% no caso dos usuários de *smartphone*) e 21% acessam mais de seis vezes ao dia.

Entendemos que, assim como qualquer outra ferramenta, os serviços e produtos oferecidos por nós implicam riscos associados a uso inadequado, falta de conhecimento ou abusos por parte de pessoas mal-intencionadas.

Diante desse cenário, a indústria se tornou o principal interessado em fomentar um ambiente seguro para que esse público possa tirar o máximo proveito da tecnologia. Por isso, as iniciativas de autorregulamentação e a colaboração de todos os agentes do mercado – operadoras fixas e móveis, fornecedores de conteúdos e de acesso à internet, fabricantes de terminais e de videogames etc. –, bem como dos governos, órgãos regulamentadores, entidades educacionais e outras partes envolvidas, tornaram-se imprescindíveis.

Para garantirmos que essas crianças e adolescentes possam acessar um ambiente seguro, na Telefônica Vivo assumimos os seguintes compromissos:

- ⇒ inovar em produtos e serviços para proporcionar um ambiente mais seguro
- ⇒ facilitar mecanismos simples de comunicação de denúncias sobre conteúdos inadequados na internet
- ⇒ oferecer ferramentas de controle parental
- ⇒ melhorar os procedimentos de eliminação de conteúdos de abusos de menores na internet
- ⇒ colaborar com os corpos e forças de segurança do estado
- ⇒ promover a colaboração na indústria para conseguir o envolvimento das diferentes partes da cadeia de valor
- ⇒ implementar nos serviços configurações de privacidade adequadas para a idade do usuário

⇒ fomentar a educação e a sensibilização em torno do uso responsável das novas tecnologias

Acessibilidade [G4-EC8]

Nos últimos anos, a Telefônica Vivo tem trabalhado para promover o acesso à banda larga em todos os níveis sociais e em todas as localidades do Brasil, mesmo naquelas mais longínquas dos grandes centros urbanos. A empresa desenvolve soluções para garantir que os produtos e serviços também atendam às necessidades de clientes portadores de deficiência. Desde 2010, todos os nossos telefones públicos são equipados com dispositivo sonoro para deficientes visuais, que informa a quantidade de crédito no cartão telefônico, por exemplo.

Outro item que merece destaque é o Torpedo Recado, que transforma as mensagens de voz recebidas na caixa postal em textos no formato SMS. Contamos ainda com planos de serviços exclusivos, como o Vivo Mais Mensagens, que é um serviço voltado especialmente para pessoas com deficiência auditiva que permite que o cliente se comunique por meio de mensagens de texto pelo celular, com tarifas promocionais.

Além desses planos específicos, oferecemos ainda outros que possuem franquias de internet e tarifas para os diversos perfis de uso de dados. Assim, conseguimos atender os nossos clientes com necessidades especiais, independentemente de qual seja a deficiência.

Adicionalmente, na Central de Atendimento ao Cliente dispomos de um número exclusivo para deficientes visuais e para deficientes auditivos – com atendimento via SMS, gratuito, 24 horas por dia. Em relação à acessibilidade na internet, a empresa adota em seus sites o padrão WCAG 2.0 (Web Contents Accessibility Guidelines) e, além disso, o site institucional [www.telefonica.com.br](http://www.telefonica.com.br) conta com WebLibras, um sistema de tradução automático dos textos do site para Língua Brasileira de Sinais (Libras) desenvolvido pelo Prodeaf, *startup* pernambucana que foi acelerada pelo Wayra.

O Teatro Vivo, por exemplo, foi pioneiro na América Latina em oferecer audiodescrição nos espetáculos apresentados e tradução das falas dos espetáculos em Libras, além de ter sua estrutura totalmente acessível para cadeirantes.

# Colaboradores

[G4-DMA; GRI G4-10; G4-LA1; G4-LA2; LA-9]



Investimos constantemente na gestão, atração e retenção de talentos, prezando sempre pela qualidade do ambiente de trabalho e pelo bem-estar de nossos colaboradores. Atualmente, mais de 18 mil colaboradores se dividem entre as diversas áreas da empresa, da operação à liderança.

Parte da nossa cultura em relação aos colaboradores é a valorização da pluralidade, com o oferecimento de oportunidades para que todos possam crescer e desenvolver habilidades pessoais e profissionais, independentemente de crença, idade, gênero, orientação sexual e etnia.

A remuneração total contempla o salário-base e um pacote de benefícios, que vão de planos de saúde a planos de previdência privada, passando por Programa de Participação nos Resultados (PPR), auxílio-babá e seguro de vida, entre outros. Além disso, todos os colaboradores ganham um *smartphone* e uma linha de celular quando entram na empresa, com internet ilimitada e isenção de custo para o uso de aplicativos Vivo. Os colaboradores também têm direito a diversas ofertas ao longo do ano e condições especiais na aquisição de banda larga e TV por assinatura.

Número de colaboradores	
Colaboradores	2014
Número total de colaboradores	18.419
Tipos de contrato	2014
Colaboradores com jornada reduzida	2.544
Colaboradores com convênio negociado	16.986

Taxa de rotatividade	
Rotatividade	2014
Taxa de rotatividade (%)	58,8
Taxa de rotatividade voluntária (%)	6,3

\*Esse indicador passou a ser monitorado somente a partir de 2014.

## Composição dos grupos responsáveis pela governança e discriminação de empregados por categoria funcional [G4-LA12]

Homens por idade	2014
< 30	3.387
30 – 34 anos	2.090
35 – 44 anos	2.971
45 – 54 anos	1.270
> 54 anos	194
Mulheres por idade	2014
< 30	3.962
30 - 34 anos	1.879
35 - 44 anos	2.029
45 - 54 anos	560
> 54 anos	77
Estrutura de colaboradores	2014
Número total de gerentes	119
Número de mulheres em cargo de gerência	33
Gênero	2014
Número de mulheres	8.507
% mulheres	46,2

## GESTÃO DO PROCESSO DE ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE PROFISSIONAIS

Desde 2012, definimos diretrizes para garantir uma atuação estratégica para a seleção de pessoas com os mesmos valores nos quais pautamos a nossa atuação. O modelo adotado, que contempla um sistema único de gestão, valoriza o cumprimento de metas e resultados, trazendo possibilidades iguais de crescimento pessoal e desenvolvimento profissional para todos os funcionários. Em 2014, 3.135 profissionais foram promovidos e 925 foram contemplados no processo de revisão salarial.

Em caso de surgimento de novas vagas de trabalho na Telefônica Vivo, elas são divulgadas primeiramente aos colaboradores, de forma transparente e estruturada, para garantir a igualdade de oportunidade dentro da Companhia. Essa iniciativa faz parte do programa de recrutamento interno Novos Caminhos. Todo novo colaborador recebe as informações necessárias para que se sinta parte da equipe e conheça os nossos propósitos e o nosso compromisso, por meio do Programa de Ambientação. Com um método descontraído, a ação permite, ainda, o acesso dos novos funcionários a informações referentes à nossa história e à nossa atuação no Brasil e no mundo.

**Desenvolvimento de talentos**  
Em 2014, além dos programas de treinamento e de retenção, desenvolvemos um novo modelo de educação que visa ao desenvolvimento de competências e habilidades por meio de programas corporativos e customizados para cada diretoria executiva, fortalecendo sua liderança e favorecendo a condução dos negócios de maneira alinhada aos nossos valores e a estratégia organizacional.

Treinamento	2014
Gastos totais com treinamento (euro)	3.369
Número de horas de treinamento	176.563

Adicionalmente, em 2014 trabalhamos com o programa Formação de Multiplicadores, em que desenvolvemos os profissionais para que eles possam disseminar conteúdos por meio de cursos como: Tendência de Inovação, Inteligência de Mercado, Marketing Pessoal e Equipes de Alta Performance. Em 2014, formamos 136 multiplicadores e oferecemos mais de 70 cursos, envolvendo mais de mil colaboradores.

O sucesso do programa de multiplicadores, em conjunto com o novo modelo de educação, resultou no aumento de 21% no total de horas de capacitação, em comparação aos dados de 2013. Em 2014 tivemos uma média de 15 mil horas de treinamentos por mês. [G4-LA9]

## PROGRAMA TALENTUM

Lançado em 2013, o programa tem como objetivo identificar e valorizar os jovens talentos com potencial de crescimento, formando profissionais para atuarem como futuros executivos e propiciando reflexão e questionamentos necessários para os desafios do negócio, que fomentam a transformação e a inovação da empresa.

Para isso, a iniciativa se divide em duas frentes: estágio e *trainee*. Esse formato dissemina nossa imagem como marca empregadora, uma empresa que se renova e acredita no potencial transformador dos jovens.

O sucesso dos programas, somado ao portfólio de ações para jovens talentos, propicia que todos os anos sejamos considerados uma das melhores empresas para o jovem iniciar a carreira.

No ano, outros programas de desenvolvimento de talentos também se destacaram. São eles:

⇒ **Identidade:** programa de diagnóstico, desenvolvimento e reforço da cultura organizacional decorrente da fusão das duas operações (fixo e móvel). Após fase de análise organizacional, em 2014 iniciamos nossa agenda de desenvolvimento, mobilizando 1.085 executivos em *workshops* presenciais e levando o tema para mais de 17 mil colaboradores (incluindo lojas e *call center*). No período, também trabalhamos a gestão da execução, com a criação do Comitê de Gestão de Mudança e Equipe Técnica, para patrocínio e monitoramento das ações de mudança sugeridas.

⇒ **Desafiando a Liderança:** com o objetivo de estabelecer uma nova fronteira em liderança e cultura organizacional para consolidação de resultados superiores, em 2014 focamos o programa no público diretivo, contando com a participação de 90% de nossos diretores.



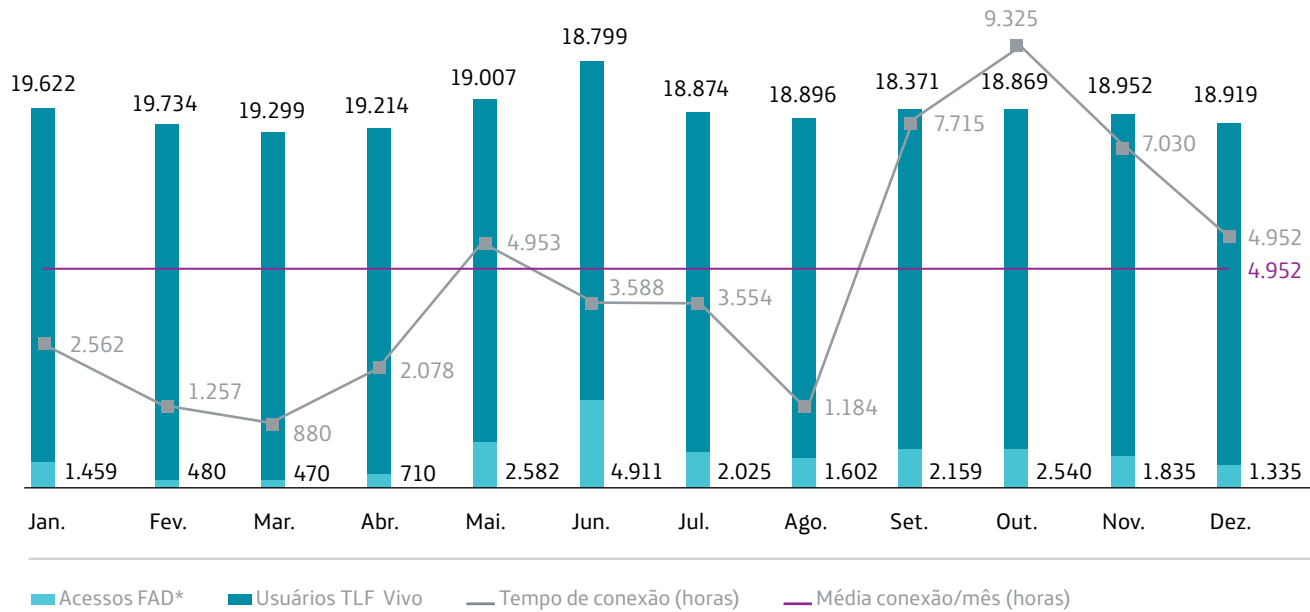
- ⇒ **Universidade Telefônica:** centro de formação de executivos e colaboradores do Grupo Telefônica localizado em Barcelona (Espanha), direcionado para o negócio e a estratégia da organização. Contou com a participação de 81 colaboradores brasileiros, em nove cursos, em 2014.
- ⇒ **Coaching:** desenvolve habilidades e comportamentos necessários para os executivos atingirem o desempenho desejado, atendendo aos requisitos nacionais e globais. A iniciativa acelera o processo de transição para novos desafios e cria conexão entre missão pessoal e objetivos organizacionais. Entre 2013 e 2014, 31 executivos realizaram sessões de *coaching*.
- ⇒ **Programa Becas:** com o objetivo de promover relações interculturais e cooperação nos âmbitos educativo e científico entre a Espanha e países da comunidade ibero-americana, o programa oferece bolsas de estudo para a realização de uma pós-graduação por meio de parceria com a Fundação Carolina (localizada na Espanha). Em 2014, tivemos três participantes brasileiros.
- ⇒ **Managing the Digital Telco:** pós-graduação focada em Gestão de Telco Digital em parceria com a Universidade Catalunha, Espanha. Em 2014, sete brasileiros participaram desse programa.
- ⇒ **Programa Rotação Internacional:** nove brasileiros participaram do programa em 2014, que proporciona uma vivência internacional ao colaborador, que trabalha em um projeto de uma das empresas do Grupo Telefônica na América Latina ou Europa, contribuindo para acelerar o desenvolvimento e aplicar conhecimentos em outras áreas e localidades.

- ⇒ **Management Review:** com o objetivo de estabelecer planos de sucessão e ações de desenvolvimento, o programa avaliou 104 diretores e identificou 146 sucessores em 2014.
- ⇒ **Programa Reconheça:** o programa permite que os colaboradores valorizem seus colegas de trabalho de forma simples, descontraída e virtual. Alinhado ao modelo global, o programa permite a cada colaborador reconhecer, com medalhas virtuais, até seis pessoas que de alguma forma representam em seu trabalho diário uma das três atitudes de nosso programa estratégico (Be More). Participam todos os colaboradores efetivos e estagiários, incluindo lojas e *call center*. Em 2014, houve um alinhamento com o modelo global, o desenvolvimento de conceito e o mote criativo, o plano de comunicação, a operacionalização e o repasse de resultados. Em 2014, 7.919 colaboradores foram reconhecidos e 22.085 medalhas foram enviadas.
- ⇒ **Programa Vivo para o Cliente:** o programa visa sensibilizar os colaboradores e facilitar a mudança de atitude individual por meio de uma vivência real com os canais de atendimento ao cliente, com o compartilhamento de experiências para promover melhorias na empresa.
- ⇒ **Campanha Eu Acredito:** “Fazemos as melhores escolhas, acelerados por uma agenda de transformação, movidos por um único propósito, para uma vida mais simples, por um mundo digital. Porque acreditamos na transformação”. Esse foi o principal conceito da campanha Eu Acredito para disseminar por toda a empresa a nossa estratégia e o nosso posicionamento.

- ⇒ **Ofertas comerciais:** desenvolvimento de campanha e *hotsite* integrado à loja *online* para viabilizar ofertas diferenciadas aos colaboradores, possibilitando que nossos colaboradores tenham acesso a tecnologias cada vez mais avançadas. As campanhas são sazonais, de acordo com as datas comemorativas (campanha de Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia das Crianças, Natal etc.) e tem duração de 1 mês, em média. Em 2014, tivemos cerca de 4.600 aparelhos vendidos.
- ⇒ **Eu Transformo a Experiência do Cliente:** campanha para o público interno com intuito de divulgar e alavancar nosso Índice de Satisfação de Clientes, promovendo a transformação da empresa por meio da atitude dos colaboradores com foco no cliente, melhorando cada vez mais a experiência com nossos produtos e serviços.

- ⇒ **Portal a+:** plataforma global de educação a distância que pode ser acessada por todos os colaboradores, inclusive fora do ambiente de trabalho. Além do Catálogo Corporativo, com mais de cem cursos, o canal oferece mais sete ambientes de autodesenvolvimento, nos temas: Idiomas, Finanças, Técnica, Comercial, Liderança, Voluntariado e Escola de Professores.

Evolução de utilização do Portal a+



CLIMA

A Pesquisa de Clima e Compromisso é a ferramenta fundamental para o recebimento de *feedback* sobre as ações realizadas durante o ano. Consideramos os resultados observados importantes direcionadores para que possamos desenvolver melhorias nas práticas de gestão de pessoas e, ainda, na atuação da Companhia de modo geral.

Em 2014, nossa pesquisa contou com a adesão recorde de 92% dos colaboradores, com um Índice de Clima e Compromisso (ICC) de 86%, o que representa uma variação positiva de 4% em relação ao ano anterior.

92% dos colaboradores responderam à pesquisa de Clima e Compromisso





Destaques da pesquisa de clima	Clima dezembro de 2013 (%)	Termômetro julho de 2014 (%)	Clima dezembro de 2014 (%)
Percebo que a empresa é consciente de sua responsabilidade social	95	96	96
Tenho oportunidade de participar do programa de voluntariado da empresa	95	94	96
Tenho orgulho de trabalhar na minha empresa	92	94	95
Recomendaria a nossa empresa como um bom lugar para se trabalhar a uma pessoa muito próxima a mim	90	93	94
Recomendaria os produtos da nossa empresa para uma pessoa próxima a mim	92	93	94
Conheço os produtos e serviços básicos que minha empresa oferece aos clientes	93	94	94
Considero meu trabalho interessante e desafiador	91	92	93
Considero que esta empresa atua de forma ética e responsável	91	92	93
Em geral, estou satisfeito em trabalhar nesta empresa	89	91	92
Estou motivado para contribuir com meu trabalho e esforço para o êxito da minha empresa	88	90	92

Reputação Interna Telefônica Vivo

	Clima dezembro 2013 (%)	Clima dezembro 2014 (%)
Telefônica tem uma boa reputação	79	84
Telefônica é uma empresa da qual tenho uma boa impressão	87	92
Telefônica é uma empresa na qual confio	87	91
Telefônica é uma empresa que admiro e respeito	89	92



**SAÚDE E SEGURANÇA** [G4-DMA; GRI G4-LA5; G4-LA-6; G4-PR1]  
Para garantir um cuidado especial com a saúde dos nossos colaboradores, mantemos uma Gerência de Promoção à Saúde em todo o território nacional, que apoia todos os programas e iniciativas voltados à promoção da qualidade de vida e do bem-estar. São eles:

- ⇒ **Bem Perto Nutrição:** com o auxílio de nutricionistas, busca orientar, acompanhar e estimular os colaboradores a adquirir o hábito de uma alimentação balanceada. Em 2014, o programa registrou 2.065 atendimentos.
- ⇒ **Bem Perto Nascer Bem:** o programa oferece informações durante todo o período de gestação, além da orientação de enfermeiros, médicos, psicólogos e nutricionistas, que monitoram fatores de risco e tornam o atendimento mais personalizado. Em 2014, 389 mães estavam inscritas e 127 casais participaram de cursos direcionados.
- ⇒ **Bem Perto Amigo:** assistência psicológica em situações traumáticas ou de conflitos emocionais e familiares, além de ações de serviço social, orientação jurídica e consultoria financeira. Em 2014, foram realizados 1.603 atendimentos.
- ⇒ **Programa Horário Flexível e Gestão do Tempo:** tornamos o relógio um aliado para garantir, ainda mais, o bem-estar e a qualidade de vida. Nas áreas que não trabalham em regime de escala, os colaboradores têm a possibilidade de iniciar suas atividades entre 7h e 11h, cumprindo a jornada de 8 horas de acordo com seu horário de entrada. Apesar da flexibilidade, definimos limites: de segunda a quinta-feira, o expediente administrativo termina, no máximo, às 20 horas, com desligamento das luzes nos principais prédios administrativos; às sextas-feiras, o encerramento das atividades ocorre às 16 horas – as horas faltantes são contabilizadas em banco e compensadas posteriormente. Algumas áreas e regiões já contam com o sistema de *home office* e de *day off* no dia do aniversário do colaborador.

RECONHECIMENTO

O programa Bem Perto foi vencedor do segundo Prêmio Global de Segurança do Trabalho (Global Healthy Workplace Award). A nossa empresa era a única companhia brasileira na premiação, que contou com 33 participantes.

Além de promover a saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores, buscamos garantir um ambiente de trabalho com segurança. Formamos as Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas) e realizamos inspeções de segurança e estudos técnicos dos locais de trabalho, como medições de ruído, iluminação, ergonomia etc.

Adicionalmente, oferecemos treinamentos específicos para trabalho em altura, em ambientes confinados e para a utilização correta de ferramentas e equipamentos de proteção individual e coletiva.

Ainda nesse contexto, preocupados com a exposição de clientes e colaboradores a campos eletromagnéticos, todas as estações rádio-base em operação foram instaladas de acordo com os critérios da Comissão Internacional de Proteção (ICNIRP), órgão consultivo da Organização Mundial da Saúde (OMS). Em 2014, 4.686 laudos foram realizados nessas áreas.

SEMANA INTERNA DE PREVENÇÃO A ACIDENTES DE TRABALHO (SIPAT)

Durante uma semana, trabalhamos com os nossos colaboradores temas voltados à segurança, à saúde e ao bem-estar por meio de palestras, teatros e outras atividades lúdicas.

Acidentes, doenças ocupacionais e dias perdidos

	2013	2014
Acidentes de trabalho com afastamento	23	16
Dias perdidos com acidentes de trabalho com afastamento	202*	231
Número total de dias perdidos por qualquer tipo de incapacidade	70.410	52.457
Doenças ocupacionais	75	0
Óbitos	0	1**

\*O valor relatado em 2013 foi revisto, por considerar horas de afastamento, e não dias.  
\*\* O colaborador sofreu um acidente de trânsito durante o deslocamento a serviço da Companhia.

# Cadeia de suprimentos

[G4-DMA; EC9; G4-HR5; G4-HR-6; G4-LA14]



Para garantir o constante desenvolvimento sustentável da nossa cadeia de suprimentos, adotamos um conjunto de iniciativas importantes, incentivando a adoção de uma postura alinhada à nossa estratégia de atuação e aos nossos compromissos.

A nossa Política de Responsabilidade na Cadeia de Suprimento está em linha com os Princípios de Atuação e se faz presente em todo o processo de relacionamento com nossos fornecedores. Dessa forma, priorizamos nossas ações, trabalhando nas áreas de maior impacto na sustentabilidade na cadeia de suprimento, um fator que faz a diferença.

Para assegurar que todos os nossos fornecedores sigam nossas diretrizes, disponibilizamos cursos *online* e ferramentas de monitoramento que vão desde a análise prévia da contratação de serviços especializados até a elaboração de planos de ação para resolução de problemas.

Em linha com nossa estratégia de responsabilidade sobre direitos humanos, não admitimos, por exemplo, a utilização de trabalho infantil, forçado ou análogo ao escravo e, ainda, exigimos o cumprimento da legislação trabalhista. Para garantir a conformidade a esses temas, estabelecemos uma relação próxima e aberta com os nossos fornecedores e fazemos verificações constantes, por meio de inspeções regulares. Em 2014, uma empresa contratada globalmente realizou auditorias em nove fornecedores, escolhidos por serem fornecedores globais ou por sua relevância e risco.

Além disso, para garantir assertividade na contratação, contamos com um modelo global de gestão de compras, composto de quatro pilares: gestão de riscos, produção eficiente, cultura da sustentabilidade e produtos sustentáveis.

## MINERAIS DE ZONAS DE CONFLITO

Os processos de extração e tratamento de minerais em alguns casos representam um grave problema, já que impactam negativamente o meio ambiente e ferem os direitos humanos, principalmente no caso dos minerais provenientes de zonas de conflito na África e do estanho na Indonésia. Esse tipo de material é o principal componente dos terminais móveis e está presente também em outros produtos tecnológicos.

Conscientes do nosso papel como agentes na promoção da solução desse problema, trabalhamos para fomentar a responsabilidade e a transparência na cadeia de fornecimento, de forma a poder garantir a rastreabilidade dos minerais utilizados.

Integramos algumas das principais iniciativas setoriais, orientadas para reduzir o impacto e a reparar esse tipo de situação ligada aos minerais. Adicionalmente, como sociedade listada na Bolsa de Nova York, cumprimos a Seção 1.502 da Reforma Dodd-Frank de Wall Street e a Lei de Proteção do Consumidor e seguimos as diretrizes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) estabelecidas em seu “*Guia de devida diligência para cadeias de fornecimento responsáveis por minerais provenientes de áreas afetadas por conflitos e de alto risco*”, promovendo a sua aplicação entre os fornecedores que trabalham com minérios.

Adotamos uma política específica e mantemos uma estrutura de gestão interna para acompanhar os problemas relacionados à cadeia de fornecimento. Também buscamos introduzir critérios de sustentabilidade sobre esse aspecto em nosso processo de compras, como parte da gestão sustentável da cadeia de fornecimento para buscar a devida diligência.

A Telefônica não tem relações comerciais diretas com fundições ou refinarias, mas trabalhamos ativamente para incluir critérios de sustentabilidade em toda a cadeia de valor.

## Parcerias

Para promover o fornecimento responsável de minerais, desenvolvemos, em parceria com nossos fornecedores, uma série de programas cujo objetivo é garantir a rastreabilidade dos minerais utilizados, desde o momento da extração até o produto final, assim como iniciativas que promovem a transparência da cadeia de fornecimento. Entre os parceiros estão a Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) e o Global e-Sustainability Initiative (GeSI) Extractives Working Group.

## Programa Aliados [G4-DMA; G4-SO10]

Consideramos aliados todos os empregados de empresas contratadas que desempenham atividades ligadas diretamente à prestação de serviço aos nossos clientes. Entendendo a importância desse público, desde 2008 o Grupo Telefônica atua por meio de um programa destinado a garantir o cumprimento de padrões sociais, ambientais e trabalhistas por seus fornecedores, além de aprimorar aspectos de seleção, formação, compensação e satisfação dos profissionais das empresas parceiras.

Dentre os principais pilares do Programa Aliados, estão:

- “ **Preparação:** compartilhar as melhores práticas entre as contratadas, a fim de criar sinergia entre as áreas de recursos humanos das empresas.
- “ **Desenvolvimento:** desenvolver ações de capacitação da rede e de *help desk*.
- “ **Comprometimento:** disseminar a cultura organizacional da Companhia por meio de *workshops* para líderes das contratadas e do Programa Portas Abertas, criando ações de melhoria no atendimento prestado aos clientes.

O programa é considerado uma importante ferramenta para garantir que os critérios legais sejam cumpridos e considera questões como: regularidade da documentação da empresa contratada, registro de empregados e recolhimento previdenciário e do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço.



# Relacionamento com nossos clientes





No Brasil, o setor de telecomunicações se apresenta como um dos mais importantes vetores da economia, participando com 5% do Produto Interno Bruto (PIB). Atualmente, de acordo com dados da Anatel, o Brasil atingiu um número recorde de usuários dos serviços de telecomunicações, com um total de acessos de 369,2 milhões. O crescimento foi alavancado pela elevação no número de usuários de banda larga fixa e móvel, que acompanhou a expansão das redes e a disseminação das tecnologias de fibra e 4G.

Esse aumento da demanda pressiona a Companhia a desenvolver novas soluções e garantir qualidade aos serviços, bem como o grau de satisfação dos clientes. E, para nós, satisfazer nossos clientes vai além de atender a reclamações.

Acreditamos que é preciso estabelecer meios de comunicação para que as necessidades sejam compreendidas, as demandas sejam atendidas e o relacionamento se torne constante. Para isso, mantemos uma equipe de Qualidade que atua transversalmente com as demais áreas da Companhia, com o intuito de trabalhar na identificação de problemas desde a causa até a solução. Dessa forma, é possível gerar *insights* para melhoria de processos.

Com a qualidade em foco, em 2014 foram investidos R\$ 9,1 bilhões, principalmente para melhorar a experiência

# Atendimento ao cliente [G4-DMA; G4-PR5]

Em 2014, avançamos na integração do atendimento fixo e móvel, com o objetivo de simplificar a gestão e melhorar a experiência dos clientes. Com um modelo de atendimento que prevê uma visão mais focada no cliente, pretendemos alcançar um grau maior de satisfação, com maior agilidade e maior índice de resolutividade nas suas solicitações.

Ainda nesse contexto, estamos trabalhando na melhoria e expansão dos canais de contato, enriquecendo conteúdos e funcionalidades disponíveis em canais como Meu Vivo (web e aplicativos), SMS, chat e URA, buscando estar à frente em tecnologias digitais de acesso.

Com relação à qualidade, em 2014 atuamos fortemente na transformação da experiência do cliente, o que resultou na redução da taxa de contato e no aumento da resolutividade no primeiro contato. No ano, também alcançamos a liderança no índice de atendimentos solucionados dentro do setor de telecomunicações no *ranking* divulgado pela Fundação Procon-SP Capital, alcançando 90,9% – (as reclamações eram referentes às operações da Telefônica Vivo de telefonia fixa, banda larga fixa e telefonia móvel).

## CPI das telecomunicações

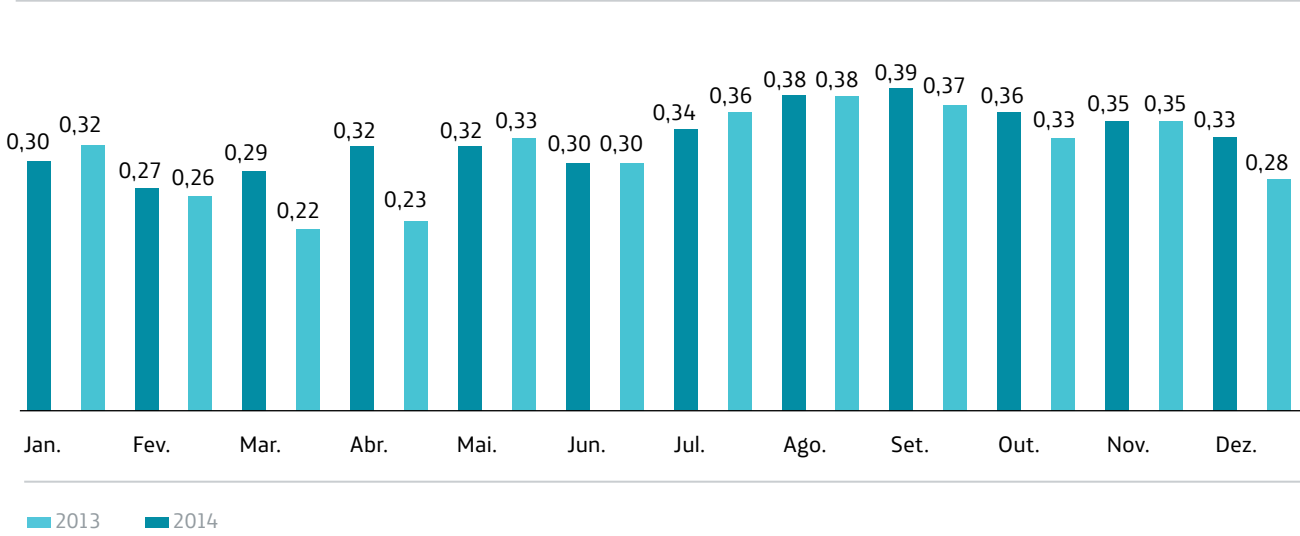
Em 2014, foi protocolado um requerimento para abertura de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) sobre a telefonia móvel. O que deveria configurar uma CPI, no entanto, se tornou um grupo de trabalho para discutir e endereçar questões relativas à qualidade e à cobertura. Além do levantamento das questões de qualidade e cobertura em esfera federal, houve a criação de uma série de CPIs estaduais e municipais. Grande parte dessas comissões se encerrou em 2014, em sua maioria com assinatura de termos de compromisso para a melhoria dos serviços por parte das prestadoras.

do cliente por meio da diferenciação da nossa rede e dos serviços. No ano, consolidamos nossa liderança nacional de serviços de banda larga móvel com a maior rede 4G. Hoje, 27% do nosso tráfego total de dados nas cinco maiores capitais do país ocorre via rede 4G.

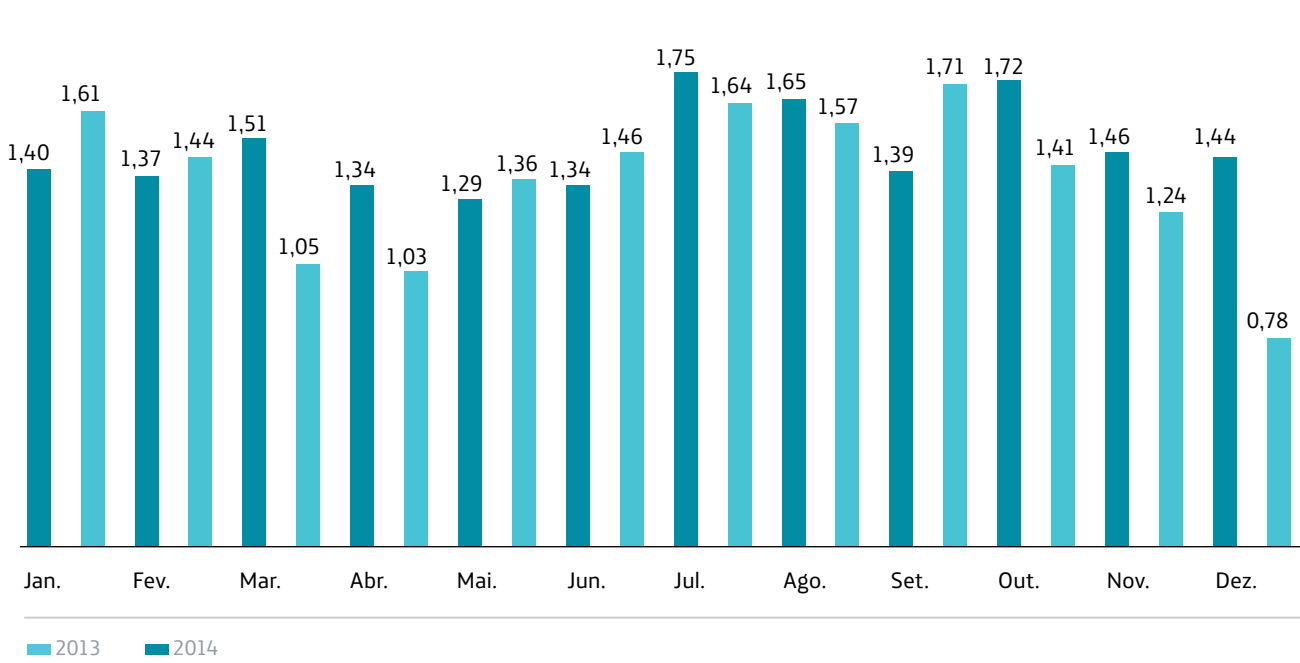
De acordo com o índice de *performance* em atendimento ao cliente da Anatel, somos a operadora móvel de maior qualidade no Brasil e líder em satisfação de clientes móveis, atingindo uma satisfação média de 7,19, comparada a um índice de 6,75 para a média de nossos competidores.

No que se refere à média reclamações, observamos uma redução em 2014 em relação a 2013, tanto na telefonia móvel quanto na telefonia fixa.

Média de reclamações por milhão de clientes (móvel)



Média de reclamações por milhão de clientes (fixo)

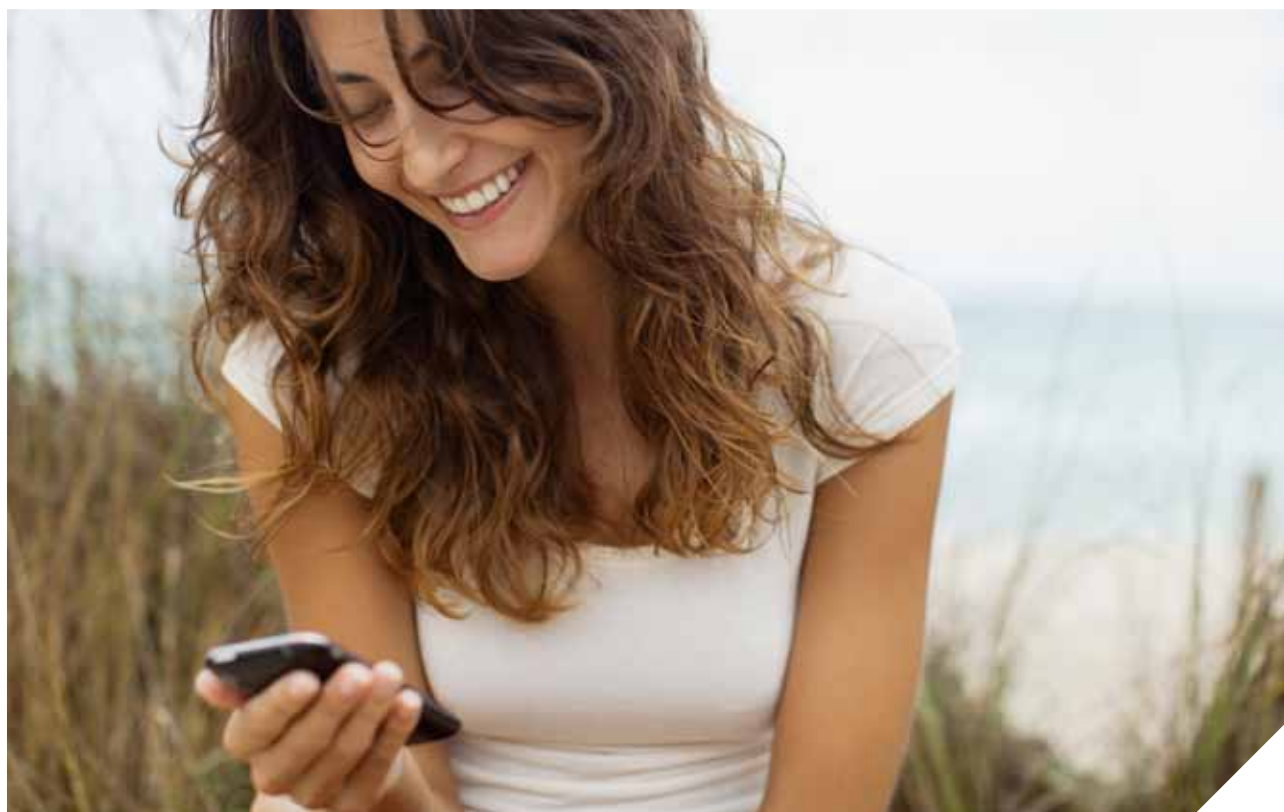


### Ouvidoria

Com o objetivo de melhorar a experiência dos clientes com os nossos serviços e construir relacionamentos duradouros, além de identificar as causas das solicitações e as oportunidades de melhorias nos processos internos, atendemos na Ouvidoria os clientes que já buscaram uma solução em nossa Central de Relacionamento, mas que ainda não ficaram totalmente satisfeitos. Em 2014, nossa Ouvidoria registrou 595.604 solicitações e solucionou, em parceria com as áreas envolvidas, 87% dos casos em até 5 dias úteis.

Solicitações recebidas na Ouvidoria*	2013	2014
Solicitações gerais	564.067	595.604
Quantidade de ppm (partes por milhão)	22,6	22,7
% de solução em até 5 dias úteis	89%	87%

# Serviços *digitais*



Trabalhamos para promover a melhor experiência no uso de serviços e produtos de nossos clientes. Queremos fidelizar esse público e fazer com que eles tenham interesse em nosso portfólio em geral e, por isso, buscamos gerar facilidades e lançar novidades tecnológicas constantemente.

## VIVO PLAY

O serviço de vídeo on demand da Vivo TV Fibra recebeu, em 2014, algumas novas funcionalidades, que ampliam o conceito de TV *everywhere*. Dentre as novidades, passou a oferecer acesso aos conteúdos por meio de computador, *smartphone* e *tablet*, o que permite que o assinante possa assistir, sem custo adicional, à programação ao vivo de canais, a qualquer momento e em qualquer *gadget*.

Além disso, no ano, outras duas novidades nesse mesmo segmento foram lançadas: o Decodificador Wi-Fi e o Gravador Multiroom com gravação remota. O primeiro é um equipamento que, ao dispensar cabos e fios para conexão, permite ver TV, inclusive em HD, em qualquer lugar da casa ao alcance do sinal Wi-Fi, com muito mais comodidade e tranquilidade.

Já o Gravador Multiroom com gravação remota, além de funcionalidades já disponíveis, como gravar simultaneamente três programas diferentes, pode agora ser acionado remo-

tamente, por *smartphones* IOS e Android. O cliente assiste ao conteúdo gravado em qualquer ponto da casa, quantas vezes desejar, sempre iniciando do ponto em que parou. O mesmo aplicativo permite ainda usar o *smartphone* como controle remoto e fazer lembretes da programação.

## App recarga

Nova opção para clientes pré-pagos e controle, o aplicativo Recarga Vivo possibilita a reposição de créditos em apenas 40 segundos, com segurança e agilidade. Além da velocidade, o app conta com diferenciais como leitor para preenchimento automático de dados do cartão de crédito e histórico de recargas.

## Vivo Filhos Online

Para garantir a segurança de crianças que acessam celulares, *tablets* e computadores, criamos o Vivo Filhos Online, um serviço de controle que protege a navegação. Disponível para os três dispositivos, permite que os pais bloqueiem conteúdos impróprios na internet, monitorem os vídeos acessados no YouTube, saibam com quem seus filhos conversam no Facebook e em programas de mensagens instantâneas e gerenciem o tempo que eles navegam na internet. Entre as novas funcionalidades está o sistema de localização, que permite saber a posição e localização de uma pessoa em tempo real e ainda possibilita a programação de alertas.

## Zuum

Criado em 2013, o serviço Zuum consiste em uma conta corrente pré-paga pelo celular em que o usuário pode enviar e receber dinheiro, recarregar seus créditos a partir de qualquer celular Vivo, pagar contas e comprar em estabelecimentos que aceitam a rede Mastercard (com o cartão de crédito vinculado). Atualmente, o Zuum está disponível para qualquer operadora através do aplicativo. Presente em São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador e Aracaju, o aplicativo conta com 400 mil clientes registrados.

## PRIVACIDADE [G4-DMA; G4-PR8]

O mercado de segurança da informação passa por um momento de transformação, com as ações preventivas ganhando cada vez mais espaço. Entendemos a responsabilidade que temos na gestão e proteção das informações dos nossos clientes. Por isso, anualmente nossos colaboradores são envolvidos em campanhas internas sobre o comportamento responsável em relação à segurança das informações, inclusive com treinamentos presenciais para funcionários administrativos, lojas próprias e fornecedores.

O site Segurança Corporativa é outro instrumento importante, que facilita o acesso dos nossos colaboradores às informações referentes ao tema, como coordenação de segurança, segurança patrimonial, conteúdo das campanhas internas de conscientização e dicas de segurança. Mantemos ainda diretrizes e requisitos de segurança da informação, que abordam os nossos padrões de segurança, para os fornecedores da Telefônica Vivo, com quem também realizamos ações periódicas de conformidade.

Adicionalmente, desenvolvemos ou complementamos soluções para garantir a segurança de dados e a privacidade. Em 2014, por exemplo, lançamos o CyberSecurity, serviço de inteligência que prioriza a prevenção por meio de estudo, detecção e análise de ameaças cibernéticas.

O CyberSecurity é eficaz na detecção e antecipação de medidas para enfrentar a ação de hackers, aplicativos móveis suspeitos, violação de controles de segurança e roubo de credenciais, entre outras ameaças à segurança das informações nas empresas.

## INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

### Parceria com universidades

A Telefônica Vivo e o Centro Universitário da FEI inauguraram, em 2014, no *campus* São Bernardo do Campo, um centro de pesquisas destinado ao desenvolvimento de tecnologias digitais. O espaço foi equipado com computadores, aparelhos celulares, sensores, componentes de *hardware* e *kits* de Internet das Coisas, que foram desenvolvidos pela empresa.

O objetivo é incentivar os estudantes da graduação, da pós-graduação e da iniciação científica a desenvolver projetos sobre Internet das Coisas, usabilidade de aplicativos, plataforma Firefox OS, interfaces adaptativas e estudos sobre perfis de usuários.

### Wayra

Iniciativa global do Grupo Telefônica, a Wayra conta com 12 academias, em 11 países. A aceleradora recebeu, em suas convocatórias, mais de 20 mil propostas, tornando-a uma das maiores plataformas de identificação de talento dentre as empresas do setor. Em pouco mais de dois anos de seu lançamento, já investiu em mais de 300 jovens empresas.

Ao todo, 48 *startups* já passaram pela Wayra Brasil, sendo que 65% já foram graduadas e 35% encontram-se em processo de aceleração. Os investimentos nessas empresas já chegam a R\$ 3,5 milhões. [G4-EC8]

# Situações de emergência

A boa gestão de nossas redes é condição fundamental para que clientes e órgãos públicos e de defesa civil se mantenham conectados. Por isso, trabalhamos para oferecer o melhor atendimento mesmo em situações de emergência decorrentes de acidentes, desastres naturais ou ações de vandalismo contra nossa infraestrutura.

Nossos centros de gerenciamento de rede, em São Paulo, Brasília e Minas Gerais, monitoram os parâmetros operacionais de transmissão da rede IP, da rede de banda larga, das plataformas de serviços e da rede de acesso e infraestrutura. Eles são capazes de identificar anormalidades por meio do sistema de monitoramento de falhas e sinalização.

Dessa forma, mantemos uma rede preparada para solucionar problemas e permitir a continuidade do serviço para os nossos clientes, mesmo em caso de interrupções na rede. Adicionalmente, desenvolvemos planos de contingência para possíveis catástrofes naturais, interrupções de fornecimento de energia e falhas de segurança.



Compromisso com  
o meio ambiente



Acreditamos que a gestão eficiente de recursos escassos como água e energia elétrica é de extrema importância para reduzir custos, garantir um desenvolvimento sustentável e, ainda, gerar valor aos nossos *stakeholders*. Desde 2009, adotamos uma política ambiental aprovada globalmente, na qual assumimos os compromissos de:

- ⇒ garantir o cumprimento das leis vigentes;
- ⇒ reduzir os impactos negativos de nossa operação;
- ⇒ usar de maneira responsável os recursos naturais;
- ⇒ ajudar a combater mudanças climáticas;
- ⇒ contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade;
- ⇒ comunicar nossos princípios a todos os fornecedores, aliados, parceiros de negócio e todas as partes interessadas.

#### SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL

Para assegurar conformidade com a Política Ambiental e com as legislações vigentes, iniciamos a implantação do Sistema de Gestão Ambiental nas redes fixa e móvel de **50 municípios prioritários**. Sua implementação garantirá a melhor gestão de nossas operações, reduzindo o impacto ambiental e controlando todas as legislações ambientais vigentes, em nível federal, estadual e municipal.

#### Impacto visual

Atuamos com tecnologias de menor impacto ambiental, social e econômico. De implantação mais rápida e visualmente mais agradável, o Site Sustentável utiliza a infraestrutura de postes de iluminação pública e elimina a necessidade de construir grandes antenas, já que os equipamentos são acomodados em caixas subterrâneas. A tecnologia é 100% nacional e, além de consumir menos energia e emitir menos gases poluentes, atende à demanda de estações para a implantação do sistema 4G.

Por meio de uma parceria com os fornecedores de antena, incorporamos estruturas de camuflagem que minimizem o impacto visual das antenas instaladas no topo dos grandes edifícios das áreas urbanas, considerando a arquitetura de cada prédio.

Outra iniciativa para garantir menos impacto ambiental e visual é o compartilhamento da rede, otimizando algumas estruturas de transmissão com outras operadoras de telefonia. O objetivo é promover, de maneira colaborativa, a eficiência energética e evitar a instalação de mais antenas nos centros urbanos.

Em 2014, destacam-se, ainda, as iniciativas de infraestrutura para a Copa do Mundo, que contou com a instalação e o aumento da capacidade das redes 2G, 3G e 4G para cobertura dentro dos 12 estádios.



Nosso data center de Tamboré é o primeiro da América Latina a receber a certificação internacional Leadership in Energy and Environmental Design (LEED).

#### CONSTRUÇÕES SUSTENTÁVEIS

Investimos em infraestruturas que minimizam os impactos ambientais gerados na fase de construção e, também, na operação dos edifícios. Um exemplo disso é o nosso principal *data center*, em Tamboré, e o edifício-sede da Companhia, o Eco Berrini.

Em Tamboré, mantemos o primeiro *data center* da América Latina a receber a certificação internacional Leadership in Energy and Environmental Design (LEED). A empresa conquistou a certificação ambiental de construção de edificações em virtude da utilização de madeiras certificadas, sistemas de captação de água de chuva, telhas brancas, que reduzem o consumo de energia, e pisos claros na área de estacionamento, que reduzem a absorção do calor. Além disso, o local conta com um bicicletário com 25 vagas e vestiários masculino e feminino, como solução para os problemas de mobilidade urbana.

Os investimentos feitos garantem uma redução de 40% no consumo de energia, se comparado a um *data center* comum. Em 2014, os equipamentos de ar condicionado foram programados para trabalhar em rede, o que garantiu ainda mais eficiência térmica e menos consumo de energia.

No ano de 2014, esse *data center* conquistou a certificação Tier Operational Sustainability Gold, ou seja, o grau máximo de certificação para uma operação do gênero. O título transforma a unidade no primeiro *data center* Tier III da América Latina e sexto no mundo, com uma das pontuações mais altas já alcançadas: 99,36. A certificação foi concedida pelo Uptime Institute, órgão internacionalmente reconhecido no setor.

Tal certificação confere e classifica o grau de excelência da operação nas instalações críticas de um *data center*, avaliando sua sustentabilidade e confiabilidade. Assim, define e verifica os comportamentos e riscos que impactam a capacidade do *data center* de atender aos níveis de disponibilidades esperados para a infraestrutura no longo prazo.

Já o Eco Berrini permite uma economia de 30% de energia e 40% de água, se comparado a infraestruturas tradicionais. Isso porque a edificação conta com sistema de tratamento e aproveitamento de águas pluviais para irrigação e abastecimento de vasos sanitários e de torres de resfriamento do sistema de ar condicionado. A sede também utiliza lâmpadas reguladas de acordo com a luz natural, e a madeira usada na construção possui certificação de origem Forest Stewardship Council (FSC). Esse prédio recebeu a certificação LEED Platinum, a mais rigorosa em construção sustentável.

#### Smart Cities: Águas de São Pedro

Em abril de 2014, a Telefônica Vivo iniciou o ambicioso projeto de transformar Águas de São Pedro, cidade turística de 3.004 habitantes, a 180 km da capital paulista, na primeira cidade 100% digital do país. A modernização da infraestrutura de telecom do município, que substituiu as antigas centrais telefônicas e seus cabos de cobre por fibra ótica, permitiu uma revolução local, tornando-a uma cidade inteligente. Em conjunto com parceiros privados, como a Huawei e a Ericsson, e o poder público, a Companhia levou novos serviços e possibilidades de conexão para a população, em saúde, educação, meio ambiente, mobilidade, segurança e gestão municipal. Um exemplo é a solução para gestão de vigilância sanitária, que possibilita que agentes sejam conectados por *tablets* com aplicativos que os permitem localizar focos de dengue e outras situações de risco à saúde. Ainda, disponibiliza aplicativos para a população, que, por meio de seus aparelhos, pode supervisionar possíveis situações de risco. Outro exemplo, com foco na educação, foi a doação de 410 equipamentos (*netbooks* e *tablets*) para todos os alunos das escolas. A ideia é permitir o uso de mecanismos digitais, como livros, conteúdos interativos, vídeos, revistas, jornais e notícias no geral. Já no quesito mobilidade, pode-se afirmar que tudo está conectado na cidade, que possui, ao todo, 300 vagas de estacionamento no centro com sensores, 15 câmeras que funcionam 24 horas por dia e um sistema de iluminação pública inteligente que conta com 24 luminárias.



# Desempenho *ambiental*



Para dar respaldo ao tema ambiental, identificado na matriz de materialidade, e garantir o cumprimento de normas reguladoras do setor, acompanhamos os indicadores relacionados a resíduos, emissões, energia e mudanças climáticas de modo a aperfeiçoar a gestão e aprimorar a *performance* de nosso desempenho ambiental. Além disso, investimos constantemente em iniciativas e programas que buscam garantir o desenvolvimento sustentável da Companhia. [\[G4-DMA\]](#)

Em 2014, o total de investimentos e gastos com proteção ambiental foi de R\$ 16.912.541, sendo que R\$ 1.446.084 foram utilizados na medição de campos eletromagnéticos; R\$ 50.939, com auditorias ambientais; R\$ 716.654, com estudos de impacto ambiental, obtenção de licenças ambientais e autorizações; R\$ 567.832, com custos de manutenção e de gestão ambiental; e R\$ 14.131.032, com medidas de impacto visual. [\[G4-EN31\]](#)

## RESÍDUOS [\[G4-DMA\]](#)

Em 2014, foram utilizadas 109 toneladas de papel branco com certificação Forest Stewardship Council (FSC) em nossas lojas próprias e prédios administrativos. Para reduzir cada vez mais seu uso tanto em nossas operações como por nossos clientes, adotamos diversas medidas.

## Conta Online

Estimulamos os nossos clientes a aderir ao programa Conta Online, que oferece acesso virtual a faturas, histórico de contas, agenda e outras informações. Mensalmente, o assinante recebe o aviso de fechamento da conta por SMS, e-mail ou pelo Meu Vivo, via *tablet*, computador ou *smartphone*.

Desde o início da iniciativa, em 2011, 3.641.102 clientes aderiram à Conta Online. Em dezembro de 2014, foram emitidas 18,7 milhões de faturas eletrônicas para clientes de serviços móveis e cerca de 8 milhões para clientes da operação fixa. [\[G4-EN2, EN23\]](#)

## Venda Sustentável

Desde 2013, contamos com o Sistema de Venda Sustentável para o atendimento de clientes, substituindo o uso de papéis por *tablets*. A assinatura no ato da compra é feita diretamente nos aparelhos, e o contrato é enviado ao *e-mail* do cliente. A solução substitui a necessidade de impressão, *scanner* e guarda física. Além de contribuir para a redução de resíduos, o novo sistema simplifica o processo e minimiza custos com gestão de documentos. Ao fim de 2014, 313 lojas próprias da Vivo já contavam com a tecnologia. Em todo o ano, 459 mil contratos foram assinados com esse modelo, proporcionando aos clientes uma experiência tecnológica diferenciada e atendimento mais rápido, prático e seguro.

## Programa Reciclar Conecta

O Reciclar Conecta é nosso programa de reciclagem de celulares, baterias e acessórios, vigente desde 2006. Presente em lojas próprias e revendas em todo o país, já alcançou 3,4 mil pontos de coleta. Os aparelhos celulares, que são compostos de materiais como ouro, prata e cobre, passam por triagem, em que são separados e destinados de diversas formas. O plástico é triturado e reinserido no mercado, já a bateria tem um processo de reciclagem específico e outros componentes são enviados para a Bélgica, onde é realizada a separação dos materiais por meio de um alto-forno. Em 2014, atingimos 1 milhão de aparelhos e 3,4 milhões de itens coletados.

Os equipamentos elétricos e eletrônicos utilizados nos escritórios e nas lojas próprias são, ainda, encaminhados para venda, doação ou, em caso de obsolescência, descarte dos produtos.

Em 2014, 11 prédios administrativos contaram com a ação Reciclar Conecta. Em três dias, foram coletados 1.662 aparelhos celulares e 1.144 acessórios entre os colaboradores.

## Reutilização de materiais

Por meio de uma parceria com uma empresa especializada, reutilizamos diversos objetos eletrônicos de nossas operações, como cabos, antenas, computadores dos escritórios e outros materiais, que são recolhidos e vendidos na forma de sucata. No ano, foram processadas 6.119,45 toneladas de materiais. [\[G4-EN2, EN23\]](#)

## Programa Coleta Seletiva

O programa tem como objetivo garantir o descarte adequado dos resíduos gerados nos prédios administrativos e conscientizar colaboradores sobre a importância dessa prática em seu dia a dia. Ao todo, cerca de 15 mil funcionários já foram envolvidos, em 17 edifícios localizados em todo o país. [\[G4-EN23\]](#)

## Vivo Renova

A ação, até então pioneira no Brasil, visa à troca de aparelhos usados de clientes por desconto na compra de *smartphones*. Por meio de uma parceria com uma empresa norte-americana, os produtos entregues são recuperados e inseridos novamente no mercado. Em dezembro de 2014, cerca de 8 mil celulares haviam sido coletados.

## ÁGUA

Por meio de campanhas e ações, buscamos conscientizar nossos clientes e colaboradores sobre a redução do consumo de água. Em 2014, com o programa interno Cada Gota Conta, foram desenvolvidas iniciativas de engajamento em peças de intranet e SMS para colaboradores.

Em nossos prédios, também foram instaladas torneiras automáticas com controle de vazão e limpeza a seco. No Eco Berrini, por exemplo, possuímos um sistema de reutilização de água para banheiros e irrigação. A água da pia é coletada, tratada, misturada com a água da chuva e reutilizada em vasos sanitários e jardinagem.

## ENERGIA E EMISSÕES [\[G4-DMA\]](#)

Atualmente, o processo que mais consome energia na Telefônica Vivo é o de alimentação dos equipamentos e das redes de comunicação, que representa aproximadamente 80% das nossas emissões de gases de efeito estufa (GEE). Tendo em vista a redução dessas emissões, assumimos um compromisso global para diminuir a liberação de GEE na atmosfera, de forma direta e indireta, em 20% até 2020.

Assim, desenvolvemos medidas específicas para melhorar a eficiência energética da rede, como diminuir o consumo de combustíveis fósseis em geradores, substituindo-os por fontes de energia mais eficientes e limpas; utilizar veículos de menor impacto ambiental em nossa frota; e potencializar a geração de energias renováveis.

Segundo dados da Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE), somos a empresa com maior número de unidades consumidoras de energia limpa. O consumo total de energia referente ao ano de 2014 foi de 1.559.018,21 MWh, 7,87% maior que o registrado no ano anterior, em decorrência da instalação de novas infraestruturas de rede. Desse total, 26% é proveniente de energia limpa. [\[G4-EN3\]](#)

Energia	
	MWh
Consumo de energia nas operações	1.470.330
Consumo de energia nas oficinas	88.688
Compra de energia renovável	399.439
Geração de energia renovável para consumo próprio	11

77%  
foi o total da redução de emissões diretas em 2014

50  
tanques de combustível foram readequados em 2014

1.250  
lâmpadas fluorescentes foram substituídas por tecnologia LED

Quando, em 2012, ampliamos o abastecimento por meio de energia elétrica do mercado livre para 130 edifícios técnicos, também negociamos um novo contrato de longo prazo para a compra de energia entre 2016 e 2020, com previsão de fornecimento de 52 MW por mês. Melhoramos a rastreabilidade de nosso consumo móvel e concluímos que a energia consumida no mercado livre corresponde a 30% do consumo total (fixa + móvel).

A fim de garantir maior eficiência na gestão das emissões, elaboramos o inventário de emissões de GEE, de acordo com o modelo Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Os dados foram verificados pela empresa Aenor e atende às normas da ABNT, o que garante a veracidade das informações e a adequação ao GHG Protocol. Por esse motivo, recebemos pelo segundo ano consecutivo o selo Ouro, cedido pelo Programa Brasileiro do GHG Protocol.

Em 2014, houve uma redução de emissões diretas de 77%, porém as emissões indiretas aumentaram 52%, principalmente pelo aumento do fator de emissão de energia do Sistema Interligado Nacional. [\[GRI G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN19\]](#)

Inventário		2013	2014
Escopo 1	tCO <sub>2</sub> e	24.146,70	9.885,98
Escopo 2	tCO <sub>2</sub> e	138.795,18	211.220,98
Escopo 3	tCO <sub>2</sub> e	4.733,66	7.507,20

Em 2014, desativamos a tecnologia CDMA em alguns prédios, uma economia de 370.022 kWh/ano.

Iluminação LED eficiente

Em 2014, um total de 1.250 lâmpadas fluorescentes foi substituído por tecnologia LED. Com isso, o consumo de energia foi reduzido em 12.083,46 kWh, nos meses de novembro e dezembro.

Contêiner nacional

Realizamos a migração de equipamentos de gabinetes indoor, como rádios, para gabinetes outdoor, com a desvinculação da infraestrutura do contêiner. Dessa forma, possibilitamos o desligamento do ar-condicionado, a retirada e venda do contêiner e a redução da área ocupada no site. Assim, economizamos energia e reduzimos os gases de efeito estufa.

Estações de celulares “inteligentes”

Foi concluída em agosto de 2014 a implantação do projeto de eficiência e sustentabilidade energética envolvendo as estações celulares da rede GSM. Trata-se de um recurso de software implantado nessas estações, tornando-as “inteligentes” em relação à energia necessária para a irradiação do sinal nas antenas. O sistema reconhece períodos de



baixo tráfego de voz e dados (de madrugada, por exemplo) e diminui automaticamente a energia necessária. Conforme o tráfego aumenta, a energia liberada também aumenta, acompanhando a demanda do dia. Com esse recurso, conhecido como Feature Power Saving, temos uma redução de 8% no consumo dos equipamentos de rádio nas estações envolvidas, com uma economia de R\$ 7 MM ou 16 GWh ao ano, o equivalente ao consumo de 5.300 casas populares.

Tanques de combustível

Em 2014, contamos com depósitos de combustível para grupos geradores (fontes principais ou auxiliares de energia) e desenvolvemos um projeto para substituir e adequar tanques de armazenamento. No ano, realizamos adequações de mais de 50 tanques, o que correspondeu a um investimento de R\$ 7 milhões.

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

O Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden) e a Telefônica Brasil firmaram uma parceria em 2013 para evitar problemas causados pelo efeito estufa e garantir o monitoramento e a emissão de alertas de deslizamentos de encostas e de inundações. Até o fim de 2014, 2.208 pluviômetros com chip 3G (1.500 deles utilizando a nossa rede de dados) haviam sido instalados em escolas, edifícios do governo federal e estações rádio-base da Companhia, localizados em áreas de risco de 856 municípios do país.

Por meio das tecnologias Machine to Machine (M2M) Vivo Clima e 3G/GPRS, os dados sobre as chuvas em áreas de risco são reportados ao Cemaden em tempo real.

Em 2014, foram emitidos, entre moderado, alto e muito alto, 1.030 alertas de movimentos de massa, 588 alertas de inundação e 168 alertas de enxurradas.

- ⇒ Também possuímos diretrizes ambientais institucionais relacionadas às mudanças climáticas:
- ⇒ impulsionar a economia de baixo carbono;
- ⇒ prover serviços para eficiência energética;
- ⇒ oferecer soluções de tecnologia da informação e comunicação para clientes (produtos e serviços);
- ⇒ incluir a variável energética e de carbono no custo total do produto/serviço (TCO);
- ⇒ realizar o monitoramento operacional visando à redução dos impactos socioambientais e estimulando parceiros e fornecedores;
- ⇒ desenvolver projetos de eficiência energética, dando preferência à energia limpa.



Anexos



# Prêmios e *reconhecimentos*

Prêmio	Categoria	Instituição
Marca de Quem Decide	Marca preferida na categoria Telefonia Móvel	<i>Jornal do Comércio</i> e Qualidata
Top of Mind Ribeirão Preto	Pela quarta vez consecutiva na categoria Telefonia Fixa	<i>Jornal Tribuna</i> Ribeirão e Revista <i>Recall</i>
Prêmio Global de Segurança do Trabalho	Programa Bem Perto foi vencedor do segundo Prêmio Global de Segurança do Trabalho, em Shangai, na China	
Executivo de Valor	Presidente recebeu o prêmio na categoria Telecomunicações	
Melhor empresa para começar a carreira	4.ª posição	<i>Você S/A</i>
Tela Viva Móvel	Vencedora com os projetos Vivo Saudável com Drauzio Varella (Bem-estar), Vivo Filhos Online (Comunidade/Rede social), Vivo Música by Napster (Música) e Vivo Alerta Saúde (Bem-estar).	Converge Comunicações
Top of Mind Rio Grande do Sul	Categoria Operadora de Telefonia Celular	<i>Revista Amanhã</i>
Melhores e Maiores	Categoria Telecomunicações	<i>Revista Exame</i>
100 Melhores Empresas para Trabalhar	Categoria Tecnologia da Informação	Great Place to Work (GPTW), em parceria com a IT Mídia
130 Melhores Empresas Para Trabalhar	11.º lugar na lista	Great Place to Work (GPTW) e revista <i>Época</i>
Anuário Telecom	Duas categorias: Operadoras de Serviços Móveis e Internet e Acesso	Fórum Editorial
Recall de Marcas	Categoria Telefonia	
Top Marcas	Categoria Telefonia Móvel	Revista <i>Espírito Santo Brasil</i>
As Melhores da Dinheiro	Categoria Telecom	Editora Três
Marca de Confiança	Categoria Operadora de Telefonia	Revista Seleções e Ibope Inteligência
Top de Sustentabilidade	Reconhecimento dos projetos: Site Sustentável; Reciclar Conecta; Pescando com Redes 3G; e Voluntariado Digital	Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil
Melhor Empresa Para Trabalhar	Setor de Telecomunicações	Revista <i>Você S/A – Exame</i>
35 Melhores na Gestão de Pessoas	2.º lugar entre as 35, na categoria Empresas com mais de 16 mil colaboradores	Valor Carreira
Top of Mind	Categorias Móvel e Internet Banda Larga	Revista <i>RDM</i>
Anuário de Inovação em Comunicação	Categoria Operadoras de Serviços de Telecom, com o projeto Águas de São Pedro	
Guia Exame de Sustentabilidade		Editora Abril
Empresas Mais Admiradas no Brasil	Categorias Operadora de Telefonia Fixa e Operadora de Telefonia Móvel	<i>Carta Capital</i>
Marcas de Valor	Categoria Telefonia	Rede Gazeta
Prêmio Profissional RH	Reconhecimento de Sandra Lima, diretora executiva de Recursos Humanos da Telefônica Vivo, como a Profissional do Ano 2014, na categoria Telecomunicações	Revista <i>Você RH</i> , da editora Abril
Prêmio Líderes & Vencedores	Fundação Telefônica Vivo foi premiada pelo projeto Escola Rural 100% Conectada	Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul e Federasul
Empresário Amigo do Esporte	A Telefônica Vivo recebeu três premiações: 1.º lugar – Prêmio Amigo do Esporte no Estado – Alagoas/ 3.º lugar – Prêmio Amigo do Esporte no Estado – Minas Gerais/ 3.º lugar – Prêmio Amigo do Esporte Educacional – Nacional	Ministério do Esporte

# Sumário *GRI* [GRI G4-32]

CONTEÚDOS PADRÃO GERAL		
Conteúdos padrão gerais	Seção/Página/Resposta	Verificação externa
Estratégia e análise		
G4-1	9, 10, 11 e 12	Sim - 62
Perfil organizacional		
G4-3	Telefonica Brasil S.A.	Sim - 62
G4-4	14	Sim - 62
G4-5	14	Sim - 62
G4-6	14	Sim - 62
G4-7	14	Sim - 62
G4-8	14	Sim - 62
G4-9	14	Sim - 62
G4-10 UNGC¹	30	Sim - 62
G4-11 UNGC¹	100% dos colaboradores da Telefonica Brasil são cobertos por acordos de negociação coletiva.	Sim - 62
G4-12	9	Sim - 62
G4-13	14	Sim - 62
G4-14	17	Sim - 62
G4-15	9	Sim - 62
G4-16	18	Sim - 62
Aspectos materiais identificados e limites		
G4-17	5	Sim - 62
G4-18	5	Sim - 62
G4-19	5	Sim - 62
G4-20	5	Sim - 62
G4-21	5	Sim - 62
G4-22	Eventuais mudanças significativas com relação aos dados reportados nos anos anteriores e alterações em base de cálculos ou nas técnicas de medição dos indicadores estão apontadas ao longo do texto e das tabelas do relatório.	Sim - 62
G4-23	14	Sim - 62
Engajamento de stakeholders		
G4-24	5	Sim - 62
G4-25	5	Sim - 62
G4-26	5	Sim - 62
G4-27	5	Sim - 62



CONTEÚDOS PADRÃO GERAL		
Conteúdos padrão gerais	Seção/Página/Resposta	Verificação externa
Perfil do relatório		
G4-28	4	Sim - 62
G4-29	2014	Sim - 62
G4-30	Anual	Sim - 62
G4-31	4	Sim - 62
G4-32	4 e 55	Sim - 62
G4-33	4 e 62	Sim - 62
Governança		
G4-34	16 e 17	Sim - 62
Ética e integridade		
G4-56 UNGC¹	28	Sim - 62

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS				
Aspecto	Informações sobre as Forma de Gestão e Indicadores	Seção/Página/Resposta	Omissão	Verificação externa
Categoria econômica				
Desempenho econômico UNGC¹	G4-DMA Forma de gestão	14		Sim - 62
	G4-EC1	14		Sim – 62
Impactos econômicos indiretos	G4-DMA Forma de gestão	19		Sim – 62
	G4-EC8	19, 29 e 43		Sim - 62
Práticas de compras	G4-DMA Forma de gestão	36		Sim - 62
	G4-EC9	Em 2014, 85% das nossas compras foram feitas com eles.		Sim - 62
Categoria ambiental UNGC¹				
Materiais UNGC¹	G4-DMA Forma de gestão	48		Sim - 62
	G4-EN2	48		Sim - 62
Energia UNGC¹	G4-DMA Forma de gestão	49		Sim - 62
	G4-EN3	49 e 50		Sim - 62
Biodiversidade UNGC¹	G4-DMA Forma de gestão	-		Sim - 62
	G4-EN12	Não aplicável pelo conjunto de operações da Companhia		Sim -62
Emissões UNGC¹	G4-DMA Forma de gestão	50		Sim - 62
	G4-EN15	50		Sim - 62
	G4-EN16	50		Sim - 62
	G4-EN17	50		Sim - 62
	G4-EN19	50		Sim - 62
Efluentes e resíduos UNGC¹	G4-DMA Forma de gestão	48		Sim - 62
	G4-EN23	48 e 49		Sim - 62
Geral UNGC¹	G4-DMA Forma de gestão	48		Sim - 62
	G4-EN31	48		Sim - 62

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS				
Aspecto	Informações sobre as Forma de Gestão e Indicadores	Seção/Página/Resposta	Omissão	Verificação externa
Categoria social – práticas trabalhistas e trabalho decente UNGC <sup>1</sup>				
Emprego UNGC <sup>1</sup>	G4-DMA Forma de gestão	30		Sim - 62
	G4-LA1	30		Sim - 62
	G4-LA2	30		Sim - 62
Saúde e segurança no trabalho UNGC <sup>1</sup>	G4-DMA Forma de gestão	35		Sim - 62
	G4-LA5	35		Sim - 62
	G4-LA6	35		Sim - 62
Treinamento e educação	G4-DMA Forma de gestão	30		Sim - 62
Treinamento e educação	G4-LA11	Realizamos o Management Review uma vez ao ano, somente com diretores e diretores executivos, para mapear sucessores e medir a <i>performance</i> para pagamento de bônus executivo, mas não é considerada uma avaliação de desempenho. A avaliação de desempenho de todo o quadro funcional está sendo revista.		Sim - 62
Diversidade e igualdade de oportunidades	G4-DMA Forma de gestão	31		Sim - 62
	G4-LA12	31		Sim - 62
Igualdade de remuneração entre mulheres e homens	G4-DMA Forma de gestão	-		Sim - 62
	G4-LA13	Informação confidencial		Informação confidencial
Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas	G4-DMA Forma de gestão	36		Sim - 62
	G4-LA14	36		Sim - 62
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas	G4-DMA Forma de gestão	28		Sim - 62
	G4-LA16	28		Sim - 62
Categoria social – direitos humanos UNGC <sup>1</sup>				
Trabalho infantil UNGC <sup>1</sup>	G4-DMA Forma de gestão	36		Sim - 62
	G4-HR5	36		Sim - 62
Trabalho forçado ou análogo ao escravo UNGC <sup>1</sup>	G4-DMA Forma de gestão	36		Sim - 62
	G4-HR6	36		Sim - 62
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos	G4-DMA Forma de gestão	28		Sim - 62
	G4-HR12	28		Sim - 62

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS				
Aspecto	Informações sobre as Forma de Gestão e Indicadores	Seção/Página/Resposta	Omissão	Verificação externa
Categoria social – sociedade UNGC <sup>1</sup>				
Combate à corrupção UNGC <sup>1</sup>	G4-DMA Forma de gestão	28		Sim - 62
	G4-SO4	28		Sim - 62
	G4-SO5	28		Sim - 62
Políticas públicas UNGC <sup>1</sup>	G4-DMA Forma de gestão	-		Sim - 62
	G4-SO6	Não fazemos contribuições a partidos políticos (Princípios de Atuação)		Sim - 62
Conformidade	G4-DMA Forma de gestão			Sim - 62
	G4-SO8	Os casos considerados significativos são todos aqueles acima de 100 MM. Em 2014, houve multas envolvendo 44 processos, no valor de R\$ 1.134.067.757,02		Sim - 62
Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade	G4-DMA Forma de gestão	37		Sim - 62
	G4-SO10	37		Sim - 62
Categoria social – responsabilidade pelo produto				
Saúde e segurança do cliente	G4-DMA Forma de gestão	35		Sim - 62
	G4-PR1	35		Sim - 62
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA Forma de gestão	41		Sim - 62
	G4-PR5	41		Sim - 62
Privacidade do cliente	G4-DMA Forma de gestão	43		Sim - 62
	G4-PR8	43		Sim - 62
Conformidade	G4-DMA Forma de gestão	-		Sim - 62
	G4-PR9	Os casos considerados significativos são todos aqueles acima de 100 MM. Em 2014, houve a aplicação de duas multas, em dois processos, cujo valor envolvido foi de R\$ 447.981.656,29		Sim - 62

1- United Nations Global Compact



# Carta de Asseguração [GRI G4-33]



**Relatório de asseguração limitada dos Auditores Independentes**

Aos Adiministradores, 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 os indicadores contidos no Relatório Anual de Sustentabilidade 2014 da **Telefônica Brasil S.A.**, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2014.

**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 2014 de acordo com os critérios princípios e indicadores estabelecidos no guia de referência G4 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 verificar as informações constantes do Relatório Anual de Sustentabilidade 2014, 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 2014, 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 2014, 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 2014, 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 2014 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 2014 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 2014;
- (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 2014.

Entendemos que as evidências obtidas em nosso trabalho foram suficientes e apropriadas 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 2014. 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 2014. 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 2014 não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as diretrizes, princípios e indicadores estabelecidos no guia de referência G4 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, 24 de agosto de 2015.

ERNST & YOUNG  
Auditores Independentes S.S.  
CRC-2SP015199/O-6



Cassio Oliveira Barbosa  
Contador CRC-1SP269018/O-7



Héctor Ezequiel Rodríguez Padilla  
Contador CRC-1SP299427/O-9



# Expediente

## **COORDENAÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE**

Diretoria de Sustentabilidade Telefônica Vivo

## **CONSULTORIA GRI, COORDENAÇÃO EDITORIAL E DESIGN**

### **Report Sustentabilidade**

Equipe: Pamela Jabbour (gestão de projetos e relacionamento), Conrado Loiola (edição), Carolina Cenciarelli (redação) e Tatiana Lopes (consultoria GRI), Gustavo Inafuku (diagramação)

## **REVISÃO**

**Assertiva Produções Editoriais**

## **FOTOGRAFIAS**

**Brandroom Telefônica**

**Eduardo Simões**

**Carlos Della Rocca**

Dúvidas e sugestões sobre o relatório:  
[sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com)