

# Relatório de Sustentabilidade 2019

*Telefônica* | vivo



# Índice

## 03 Mensagem do Presidente

## 06 Sobre nós

Destaques do ano  
Telefônica Brasil  
Propósito  
Modelo de negócios  
Contexto setorial  
Gestão de riscos  
Governança corporativa  
Ética e *compliance*  
Estratégia

## 21 Contribuição ao progresso

Infraestrutura  
Fundação Telefônica Vivo

## 25 Promessa ao cliente

Experiência do cliente e digitalização  
Redes sociais  
Inovação e diversificação  
dos nossos produtos  
Telefônica Open Future

## 33 Confiança digital

Lei Geral de Proteção de Dados  
Comprometidos com a privacidade  
Dialogando

## 38 Gestão de talentos

Diversidade  
Desenvolvimento de pessoas  
Saúde e segurança

## 46 Sustentabilidade na cadeia de fornecedores

Avaliação de riscos  
Monitoramento  
Gestão de Aliados

## 51 Meio ambiente

Mudanças climáticas  
Conscientização da sociedade  
Economia circular e consumo de  
materiais  
Gestão ambiental

## 62 Resultados financeiros

Desempenho por segmento  
DVA

## 65 Sobre o relatório

Materialidade  
Complemento aos itens de  
divulgação GRI  
Sumário de conteúdo da GRI

### Como usar este documento

Mensagem  
do Presidente

#### MENU

Navegue pelo menu superior para  
os capítulos de seu interesse



SETAS



Navegue página a página por  
meio das setas no canto inferior



Home

Clique neste ícone para  
retornar ao índice



Impressão

Utilize este atalho para imprimir  
o conteúdo do PDF

### Créditos

#### Coordenação Geral do Relatório

Área de Sustentabilidade da Telefônica

Conteúdo, design  
e infografia  
usina82

#### Fotos

Banco de imagens Telefônica

# Mensagem do presidente

Estamos no início de uma nova década, na qual a tecnologia está ainda mais presente e transformando o dia a dia das pessoas de forma exponencial. Vivenciamos, atualmente, novas etapas dessa evolução, com a conexão digital acelerada entre pessoas, coisas, negócios e a sociedade como um todo. Queremos, como Vivo, continuar a contribuir com a digitalização do Brasil, de Norte a Sul.

Tanto em áreas urbanas como rurais, a demanda da população é por conectividade de qualidade. E, como empresa líder no País, investimos de maneira consistente no desenvolvimento de uma infraestrutura diferenciada, com foco em tecnologias superiores como fibra, 4G e 4.5G, para oferecer aos nossos 100 milhões de acessos uma experiência única, nas conexões móveis e fixas.

Em 2019, mesmo em um contexto de retomada gradual da economia, elevamos nossos investimentos ao maior patamar da história da Vivo no Brasil. Foram cerca de R\$ 9 bilhões, representando, aproximadamente, 20% de nossa receita. E, ao final de 2020, serão R\$ 26,5 bilhões investidos na economia brasileira, completando nosso plano trienal de investimentos anunciado há dois anos na Bolsa de Nova York (NYSE). Aos acionistas e investidores, apresentamos um resultado financeiro consistente, sustentando uma combinação única de crescimento em receitas, expansão em EBITDA, maior geração de caixa e melhor remuneração aos acionistas. A geração de caixa no ano atingiu um nível recorde de R\$ 8,2 bilhões, 19% acima do ano anterior, mesmo em um ciclo de maiores investimentos.

Em 2020 vamos acelerar ainda mais essa transformação, guiados por um propósito que vai muito além de resultados financeiros, e que definirá a nossa forma de



A Aura, com 20 milhões de interações por mês, e o aplicativo Meu Vivo, com mais de 16 milhões de usuários únicos, são exemplos de como avançamos na interação com nossos clientes, fortalecendo a experiência digital



Impulsionamos a sustentabilidade entre os pilares prioritários dos nossos negócios, com destaque para a conquista de 100% da nossa matriz energética proveniente de fontes limpas e a nossa frota carbono neutro

trabalhar: *Digitalizar para Aproximar*, com conteúdo, entretenimento, tecnologia e educação. Para isso, temos quatro pilares estratégicos que direcionarão nossas ações.

O primeiro deles é o **#TemVivoprattutto**. Aqui, apresentamos as melhores tecnologias de conexão móvel e fixa e a nossa expansão pelo Brasil, que será intensificada ao longo de 2020. No último ano expandimos nossa presença em fibra para 43 novas cidades, superando em muito a expansão realizada em 2018. Ao todo, são 164 municípios e cerca de 11 milhões de lares e empresas cobertos. Em termos de cobertura móvel, passamos a atender 89% da população com a rede 4G, e 66% com o 4,5G, e fomos eleitos como a melhor rede móvel do Brasil, de acordo com os resultados da pesquisa *“P3 Mobile Benchmark Brazil”*.

Adotamos ainda dois modelos de negócio para ampliar nossa capilaridade: o projeto de franchising da Vivo Fibra e concluímos a parceria com a American Tower, que impulsionará a expansão em Minas Gerais nos próximos três anos.


O segundo pilar é **#TemtudonaVivo** e se traduz na visão de que somos uma empresa de tecnologia voltada para todas as necessidades dos nossos clientes, entregando os conteúdos digitais mais desejados do mercado por meio de parcerias com grandes marcas, como NBA, NFL, Amazon Prime Video, Tidal, Spotify, Rappi e Netflix. Mudamos o conceito das nossas lojas, que hoje são verdadeiros pontos tecnológicos com um ambiente consultivo e participativo. Lá, nossos clientes podem encontrar todo tipo de device, como aparelhos, câmeras, sensores, lâmpadas inteligentes, acessórios, e até drones.

Evoluímos ainda em outras frentes e lançamos o Vivo Car, um dispositivo wi-fi que transforma carros em veículos conectados. Já no segmento financeiro, iniciamos um piloto de serviço de empréstimo para nossos clientes, de forma descomplicada, chamado Vivo Money. No mercado corporativo, as empresas também nos escolheram para digitalizar seus negócios, com os melhores serviços em segurança cibernética, *cloud computing*, internet das coisas e *big data*, em parceria com importantes players globais, como Cisco, Dell, Microsoft e Nokia.

Todas as nossas iniciativas estão ligadas ao terceiro pilar, o **#DNAVivo**: *confiável, fácil, eficiente e encantador*. Estamos tornando a Vivo uma referência em atenção ao cliente e, para tanto, buscamos engajar nossos colaboradores em todos os pontos de contato. Queremos entregar uma experiência única e diferenciada em nossas lojas, no *call center* e canais digitais. O Meu Vivo, por exemplo, já conta com mais de 16 milhões de usuários únicos. Uma pesquisa com usuários mostra que 80% deles classificam a interação como próxima e clara, nossa Inteligência Artificial, realiza em torno de 20 milhões de transações mensais, com mais de 90% de precisão, respondendo de forma personalizada sobre serviços, consumo de dados, conta, recarga, e outras dúvidas.

Somos uma empresa inclusiva e queremos que a diversidade seja, cada vez mais, representada na Vivo em gênero, cor, LGBTQ+ e PCDs e também em comportamento, habilidades e atitudes. Buscamos pessoas que tenham paixão pela inovação e desejo de conviver em um ambiente no qual a diferença enriquece e inspira a criatividade e o alcance de resultados sustentáveis.

Sem dúvida nenhuma, a mudança cultural da Vivo anda junto com o processo de transformação digital. Nossos colaboradores passaram a atuar em modelos ágeis de trabalho,



Fortalecidos pelo nosso propósito de “Digitalizar para aproximar”, direcionamos nossa atuação nos quatro pilares estratégicos: Tem Vivo pra Tudo, Tem Tudo na Vivo, DNA Vivo e Vivo Sustentável.

como os Squads, com equipes multidisciplinares focadas na melhoria da experiência do cliente, com utilização de *Design Thinking* e *Agile*. Adotamos o *co-working* com espaços que favorecem um ambiente colaborativo e ampliamos o trabalho remoto para dois dias na semana. Essa mudança de cultura trouxe mais agilidade para os negócios e elevou o grau de satisfação dentro da empresa, refletido em nosso último e-NPS, indicador que mostra a probabilidade de os colaboradores recomendarem a Vivo como um bom lugar para trabalhar, e que atingiu 72,5 pontos em 2019, índice bem elevado para os setores de Tecnologia e Telecom, mundialmente.

Mas não basta apenas estarmos próximos dos clientes e dos colaboradores. Precisamos entender nosso papel de protagonismo no desenvolvimento do País, com resultados além da área financeira e com retorno à sociedade.

Com o **#VivoSustentável**, nosso quarto pilar, devolvemos ações, práticas e iniciativas que promovem o bem-estar da sociedade. Nossa atuação em Sustentabilidade está baseada no equilíbrio econômico, ambiental e social. No econômico, mantemos uma empresa de capital aberto com resultados consistentes e que emprega 33 mil colaboradores diretos em todo o Brasil.

No âmbito social, a Fundação Telefônica Vivo completou 20 anos de atuação em 2019, beneficiando 66 mil educadores em capacitação digital, com impacto em 1,5 milhão de alunos em 745 escolas públicas. Também desenvolveu 162 mil jovens em formação qualificada sobre empreendedorismo social ao criar novas soluções e oportunidades para eles e suas comunidades por meio do pensamento digital. Inovando novamente, no ano passado, a Fundação viabilizou a chegada da “42” em São Paulo, uma iniciativa pioneira na América Latina e de origem europeia, voltada à formação disruptiva de programadores de dados, totalmente gratuita.



Na questão ambiental, 100% da nossa energia passou a ser proveniente de fontes renováveis. Reduzimos em mais de 50% nossas emissões em termos absolutos em 2019, superando os objetivos globais de 2025, e ainda compensamos 100% das emissões diretas restantes. No programa Recicle com a Vivo, fomos pioneiros na logística reversa de eletrônicos. Desde 2006, recolhemos aproximadamente 5 milhões de celulares, carregadores e baterias sem uso, estimulando o descarte ecológico desses materiais. Também atingimos a reciclagem de mais de 62 mil toneladas de resíduos eletrônicos e cabos de nossa operação nos últimos sete anos. Além disso, aparelhos usados e em funcionamento podem ser trocados por novos devices com descontos especiais através do Vivo Renova. E ainda mantivemos a participação na Carteira do ISE 2019 (Índice de Sustentabilidade Empresarial) da B3 pelo 8º ano.

Além disso, continuamos também engajados em iniciativas internacionais como o Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (Organização das Nações Unidas), tão importantes para reforçarmos os nossos compromissos com a sociedade.

Todas essas iniciativas estão e serão ainda mais refletidas em nosso posicionamento de marca, que nasceu para conectar milhões de pessoas em todo o Brasil. Conectamos pelo esporte, como patrocinador da Seleção Brasileira de Futebol, torcendo junto com os brasileiros; pela arte, por meio do apoio a museus, e com o Teatro Vivo; e pela consciência, com a campanha *Tem Hora pra Tudo*, propondo à sociedade uma reflexão sobre o uso consciente da tecnologia. No final do ano passado, lançamos o Vivo Brincar, que de maneira lúdica, traz esse olhar para o universo infantil, incentivando pais e filhos a reequilibrarem a balança entre a tecnologia e o livre brincar.

Ao completar meu primeiro ano como Presidente da Telefônica Brasil gostaria de agradecer a confiança de nossos acionistas, a parceria de nossos fornecedores e, principalmente, a dedicação de todos os nossos colaboradores. Seguiremos, todos os dias, trabalhando para fortalecer nosso propósito, digitalizando e aproximando o maior número de pessoas.

## **Christian Mauad Gebara**

Diretor-Presidente da Telefônica Brasil S.A.



A photograph of two young women with long dark hair, smiling and looking at a smartphone together. They are outdoors at night, with blurred city lights in the background. The woman on the left is wearing a red and black plaid shirt, and the woman on the right is wearing a blue top with a white lace shawl. The number '01' is displayed in a large, white, outlined font on a purple rectangular background in the top left corner.

# 01

## Sobre nós

- Destaques do ano
- Telefônica Brasil
- Propósito
- Modelo de negócios
- Contexto setorial
- Gestão de riscos
- Governança corporativa
- Ética e *compliance*
- Estratégia

# Destaques do ano



- **4,8% de aumento** na receita líquida do Negócio Móvel
- **9,8% de crescimento** na receita de internet banda larga, no Negócio Fixa
- **R\$ 55,7 milhões investidos** na capacitação de colaboradores
- **100% da energia elétrica** consumida nas operações de origem renovável
- **19% de expansão** na geração de fluxo de caixa livre

## Indicadores-chave da Telefônica Brasil

### Financeiros

	2019	2018	2017
Receita líquida (R\$ milhões)	44.268	43.463	43.207
Ebitda (R\$ milhões)	18.134	17.825	14.486
Resultado líquido (R\$ milhões)	5.001	8.928	4.609

### Contribuição ao progresso

	2019	2018	2017
Impacto no PIB brasileiro	1,03%	1,07%	3,62%
Impacto na geração de empregos no país	0,56%	0,63%	0,32%
Pessoas beneficiadas pela Fundação Telefônica Vivo (milhões)	1,5	1,8	1,2

### Promessa ao cliente e confiança digital

	2019	2018	2017
Evolução ano a ano do NPS	+ 2 p.p.	- 1 p.p.	+ 6 p.p.

### Gestão de talentos

	2019	2018	2017
Taxa de rotatividade	19,8%	21,1%	22,0%
Média de horas de treinamento por colaborador	107,4	35,53	53,25
Taxa de frequência de acidentes	0,33	0,53	0,44



## ATUAÇÃO DIANTE DA COVID-19

Em 2020, adotamos uma série de medidas para garantir a estabilidade e segurança na nossa rede e orientar clientes e parceiros com dicas que amenizam os impactos da pandemia do coronavírus no seu dia a dia. **Clique aqui** e acesse nossa página especial com todas essas informações.

### Sustentabilidade na cadeia de fornecedores

	2019	2018	2017
Participação de fornecedores locais	96,9%	97,8%	97,6%
Contratos de fornecedores avaliados no SGA (Sistema de Gestão Ambiental)	178	198	199
Aliados auditados em sustentabilidade	21	21	21

### Meio ambiente

	2019	2018	2017
Intensidade de emissões de gases de efeito estufa por tráfego (tCO <sub>2</sub> e/Pb)	2,8	7,1	13,4
Energia elétrica renovável adquirida consumida nas operações	100%	44%	26%
Total de resíduos reciclados ou enviados para reúso (toneladas)	10.043,1	9.021,9	9.701,5



## Telefônica Brasil

Somos a Telefônica Brasil S.A., detentora da marca Vivo, a maior empresa de telecomunicações do país, com um portfólio de produtos e serviços convergentes para entregar a melhor experiência possível aos nossos quase 100 milhões de clientes.

Nosso propósito é “Digitalizar para aproximar”, o que reforça nosso compromisso de levar conexão de qualidade e inclusão digital para pessoas e empresas em todo o território nacional, pois acreditamos que a conectividade é a porta de entrada para o mundo digital e pode gerar muitas oportunidades para todos.

Além de já cobrirmos 89% da população brasileira com nossa rede 4G, ao longo de 2019 levamos nossa rede 4.5G – internet duas vezes mais rápida que a 4G – para 1,2 mil municípios e a ultra banda larga para 164 cidades, impulsionando o desenvolvimento local e apoiando a digitalização do país. Seguimos também com a liderança absoluta no segmento móvel, no qual temos 74,6 milhões de linhas em operação, o correspondente a 32,9% do total de linhas ativas no Brasil.

Expandir nessa velocidade sem perder o foco na melhor experiência dos clientes é possível graças ao nosso investimento constante em infraestrutura e à qualificação e dedicação de nossas equipes. Somente no último ano, aportamos mais de R\$ 8,8 bilhões para viabilizar essa expansão, sem impacto para a geração de caixa, garantindo crescimento dos negócios e retorno aos nossos acionistas. Mantivemos ainda diversas iniciativas para o treinamento e engajamento dos nossos 32,7 mil colaboradores diretos e 107,7 mil aliados, como chamamos nossos prestadores de serviços e terceirizados.

Somos uma empresa de capital aberto, cujo controlador é o Grupo Telefônica, um dos maiores conglomerados de telecomunicações do mundo, com presença em 14 países da Europa e América Latina.

Com a  
marca Vivo,  
oferecemos  
produtos  
e serviços  
convergentes  
para conectar  
clientes em  
todo o país  
com soluções  
de voz, dados  
e tecnologia da  
informação



No fim de novembro, o grupo anunciou mudanças em sua estrutura global, dando um foco ainda maior aos quatro principais mercados, incluindo Brasil, Espanha, Alemanha e Reino Unido, que juntos representam 80% da receita global.

Outra mudança é a criação de uma nova filial, nomeada Telefônica Tech, para negócios de serviços digitais, tais como *cloud*, cibersegurança e IoT (Internet das Coisas), além de uma subsidiária de infraestrutura, Telefônica Infra, que terá a participação de 50,01% da empresa Telxius – também pertencente ao grupo – como principal asset. O negócio fornecerá serviços em torres, antenas, data centers e fibra, entre outros.



## Nossa Visão

A vida digital é a vida como conhecemos, pois, a tecnologia já faz parte da essência do ser humano. Queremos criar, proteger e impulsionar as possíveis conexões da vida, para que as pessoas escolham aquilo que realmente importa em um mundo de possibilidades infinitas. Queremos ser uma ONLIFE TELCO, uma Telco para as pessoas, uma Telco para sua vida.

## Nossos Valores

Nossos valores nos definem e orientam tudo o que fazemos. Dizem como somos e como queremos ser. Dão forma à nossa atitude:

### Integridade

Nossa integridade implica em atuarmos de acordo com padrões éticos que são inegociáveis.

### Compromisso

A relação que mantemos com cada um de nossos grupos de interesse se fundamenta em um compromisso de atuar sempre de forma responsável e cumprir com o que foi prometido.

### Transparência

Nos comprometemos para que nossos clientes, fornecedores, colaboradores, acionistas e a sociedade em geral tenham informações claras e acessíveis sobre a nossa estratégia e as nossas atividades e que possam, a qualquer momento, fazer consultas sobre as dúvidas ou perguntas.

## Propósito

Nosso propósito nasce da crença de que a **revolução tecnológica deve ser parte da vida de todas e todos**, e não um privilégio de poucos.

Queremos que as oportunidades que o mundo digital oferece sejam universais, contribuindo como uma **força positiva** para a transformação individual, das empresas e da sociedade.

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

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

## Nosso Propósito

**DIGITALIZAR PARA APROXIMAR**

## Pilares Estratégicos

**01**

**TEM VIVO PRA TUDO**

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

**02**

**TEM TUDO NA VIVO**

Garantir que tudo de tecnologia possa ser encontrado na Vivo

**03**

**DNA VIVO**

Digitalizar e aproximar nossos clientes e sociedade só é possível se tivermos essa cultura dentro de casa

**04**

**VIVO SUSTENTÁVEL**

Precisamos ter um olhar consciente para nossos impactos e as consequências da hiperconectividade, para continuarmos sempre relevantes

# Modelo de negócios

## Direcionadores estratégicos

DIGITALIZAR  
PARA  
APRIMORAR

#RECONECTA

DNA VIVO

PLANO DE  
NEGÓCIOS  
RESPONSÁVEIS

## Serviços para consumidores



Voz fixa  
e móvel



4G



Ultra banda  
larga



HDTV



Apps

## Serviços para clientes corporativos



Segurança



Big Data



TI



Cloud



IoT

## Ambiente externo



Economia  
brasileira



Legislação  
brasileira



Compromissos  
internacionais  
(ODS/Pacto global)

Conheça alguns indicadores de 2019 que evidenciam nossos principais insumos e o valor gerado em aspectos financeiros e não financeiros



#### FINANCEIRO

##### INSUMOS

Resultados das operações  
Financiamentos com instituições financeiras

##### GERAÇÃO DE VALOR

Resultado líquido de R\$ 5,0 bilhões  
R\$ 7,0 bilhões distribuídos aos acionistas



#### CLIENTES

##### INSUMOS

94 milhões de acessos aos nossos serviços  
Rede de atendimento digitalizada

##### GERAÇÃO DE VALOR

Recorde histórico no Net Promoter Score: 30 pontos  
+ de 16 milhões de usuários únicos no aplicativo Meu Vivo



#### CULTURA INOVADORA

##### INSUMOS

Pesquisas e estudos sobre as principais tendências do setor  
Equipes organizadas na metodologia ágil  
Ferramentas de big data para análise de grande volume de dados

##### GERAÇÃO DE VALOR

20 milhões de interações/mês da Telefônica Aura  
Serviços digitais para B2B (IoT, Cloud)  
Startups inovadoras apoiadas pelo Wayra



#### SOCIAL

##### INSUMOS

Reputação da marca Vivo (9ª colocação no Brasil – Interbrand)  
1,2 mil fornecedores  
Atuação reconhecida da Fundação Telefônica

##### GERAÇÃO DE VALOR

Contribuição para 1,03% do PIB nacional e para a geração de 522,9 mil empregos  
R\$ 25,7 bilhões gastos com fornecedores  
1,46 milhão de pessoas beneficiadas pela Fundação Telefônica



#### INFRAESTRUTURA

##### INSUMOS

1,6 mil pontos de venda, entre próprios e administrados por revendedores autorizados  
Aproximadamente 14 mil pontos de venda das redes varejistas, além dos canais remotos, como Televidas e Online

##### GERAÇÃO DE VALOR

Ampliação da rede móvel 4G para 3.206 cidades e da rede fixa com fibra ótica para 164



#### COLABORADORES

##### INSUMOS

32,8 mil colaboradores e 107,7 mil aliados  
Programas estruturados de atração, retenção e desenvolvimento

##### GERAÇÃO DE VALOR

Média de 107,4 horas de treinamento por colaborador  
Reconhecimento máximo (categoria Ouro) na 3ª edição do Prêmio WEPS Brasil – Empoderando as Mulheres, da ONU



#### NATURAL

##### INSUMOS

Água e energia para abastecer operações  
Consumo de minerais e ocupação do solo para ampliação da rede  
Uso de faixas do espectro eletromagnético para o 4G

##### GERAÇÃO DE VALOR

100% da matriz energética proveniente de fontes renováveis  
Logística reversa de 966 toneladas de celulares e equipamentos eletrônicos de clientes  
Recertificação do Sistema de Gestão Ambiental na ISO 14001

# Contexto setorial

A economia brasileira seguiu em recuperação em 2019, ainda que em uma velocidade menor do que a projetada inicialmente por analistas de mercado. O crescimento do PIB (Produto Interno Bruto) para o período foi de 1,1%, conforme divulgado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

A recuperação gradual da atividade econômica refletiu-se no aquecimento do consumo de serviços de telecomunicações. Na telefonia móvel, o crescimento está sustentado pelo aumento no parque de clientes pós pagos em função principalmente da migração de clientes pré-pagos e upselling de serviços além da venda acelerada de aparelhos e acessórios. No mercado fixo, a estratégia com foco no crescimento dos serviços de fibra tem suportado o crescimento no segmento de banda larga, ajudando a compensar a queda acentuada em telefonia de voz fixa e TV por assinatura.

Para 2020, as perspectivas são positivas, tanto pela aceleração da atividade econômica, quanto pela evolução, no ambiente regulatório, de dois temas com grande impacto no setor. Um deles é a aprovação do PLC 79 (Projeto de Lei da Câmara nº 79, de 2017), que modifica a LGT (Lei Geral das Telecomunicações) e permite que as operadoras de telefonia optem pela mudança de regime, deixando de ser concessões e passando a ser autorizações.



## A Vivo no mercado de telecom brasileiro





Sempre com a premissa de manter total transparência em nossas relações, inclusive para assuntos regulatórios, defendemos abertamente que a mudança é necessária, dadas as novas demandas da sociedade. O principal ganho é a possibilidade de as companhias ampliarem seus investimentos em serviços de maior relevância para a sociedade e para os clientes como é a banda larga, reduzindo investimentos em tecnologias obsoletas. Até o fechamento desta publicação, o texto final da nova regulamentação não estava apresentado, de forma que o tema deve se estender ao longo de 2020.

Outra mudança relevante é o Leilão 5G, que visa a implementação de uma infraestrutura de conexão à internet móvel mais veloz, que vai permitir desde a conexão de carros autônomos até cirurgias feitas por médicos à distância. O Ministério da Economia estima que essa nova tecnologia pode agregar R\$ 249 bilhões no PIB do Brasil até 2035, em decorrência do aumento da produtividade.

Acreditamos que temos o papel de liderar o setor nessas discussões e seguiremos imbuídos do nosso compromisso de entregar as melhores soluções de conectividade aos nossos clientes. Todavia, questões específicas que viabilizem financeiramente os investimentos pesados necessários para a expansão dessa tecnologia ainda demandam discussões e alinhamentos. A previsão é que o leilão ocorra no segundo semestre de 2020 ou no primeiro semestre de 2021 e que o 5G chegue às grandes capitais ao final de 2021.

O Leilão 5G é uma das principais mudanças à frente para o setor, abrindo espaço para a construção da infraestrutura para conexão de internet móvel ainda mais veloz



## Gestão de riscos

Contamos com uma Política Corporativa de Gestão de Riscos, alinhada às diretrizes globais do Grupo Telefônica, que normatiza toda a estrutura e os mecanismos de gestão dos riscos inerentes ao nosso negócio.

Nossa forma de atuar permite que identifiquemos todos os fatores, internos e externos, que podem nos afetar. Isso agrega valor à companhia por permitir a adoção de mecanismos que minimizem os riscos aos quais estamos expostos. Para isso, utilizamos instrumentos que nos protegem do impacto associado a esses riscos, como a contratação de seguros, por exemplo, que minimiza possíveis perdas financeiras.

Como nossa operação é grande e complexa, estamos expostos a riscos em muitas frentes distintas, que passam por aspectos como prestação de serviços de fornecedores-chave, consolidação no mercado, contratos de concessão, regulamentações da Anatel, cumprimento das legislações, rápidas mudanças tecnológicas, entre outros.

Para o gerenciamento desses riscos, adotamos uma série de controles internos e procedimentos de mitigação. Esse modelo dá agilidade aos nossos processos e eficiência na alocação de esforços e recursos, na medida em que permite identificar, avaliar, controlar e reportar os fatores que podem impactar nossa atuação.

### Principais riscos aos quais estamos expostos



Para  
saber mais

Clique aqui e conheça melhor os riscos inerentes ao nosso negócio e as práticas de gestão relacionadas ao tema em nosso Formulário de Referência (seções 4 e 5)



NEGÓCIO

Possíveis perdas decorrentes de alterações no ambiente de negócios, no mercado ou no ambiente regulatório.



OPERACIONAIS

Possíveis perdas derivadas de falhas em áreas como atendimento a clientes, processos, gestão de recursos humanos, equipamentos, sistemas e outros fatores que possam interromper nossas atividades.



FINANCEIROS

Possível perda de valor por causa de variáveis financeiras ou de falta de liquidez dos ativos, riscos de crédito comercial e riscos de natureza fiscal.



GLOBAIS

Riscos transversais ao Grupo Telefônica que resultem em perdas por afetarem nossa reputação, marca e capacidade de inovação.

## Governança corporativa

Somos uma companhia de capital aberto com ações listadas na B3 (B3 S.A. - Brasil, Bolsa, Balcão) e na NYSE (The New York Stock Exchange). A governança direciona nossa estratégia de atuação e a aplicação dos Princípios de Negócio Responsável com ética, transparência e respeito às leis e regulamentos aplicáveis ao negócio.

Nosso Conselho de Administração é composto por 12 membros eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. Esse órgão é auxiliado por quatro comitês não estatutários. Uma das novidades de 2019 foi o aumento da representatividade feminina. Com a nomeação de duas mulheres, passamos a ter três executivas no *board* da companhia. Nossa Diretoria Estatutária é composta por três membros, eleitos pelo Conselho de Administração, para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição.

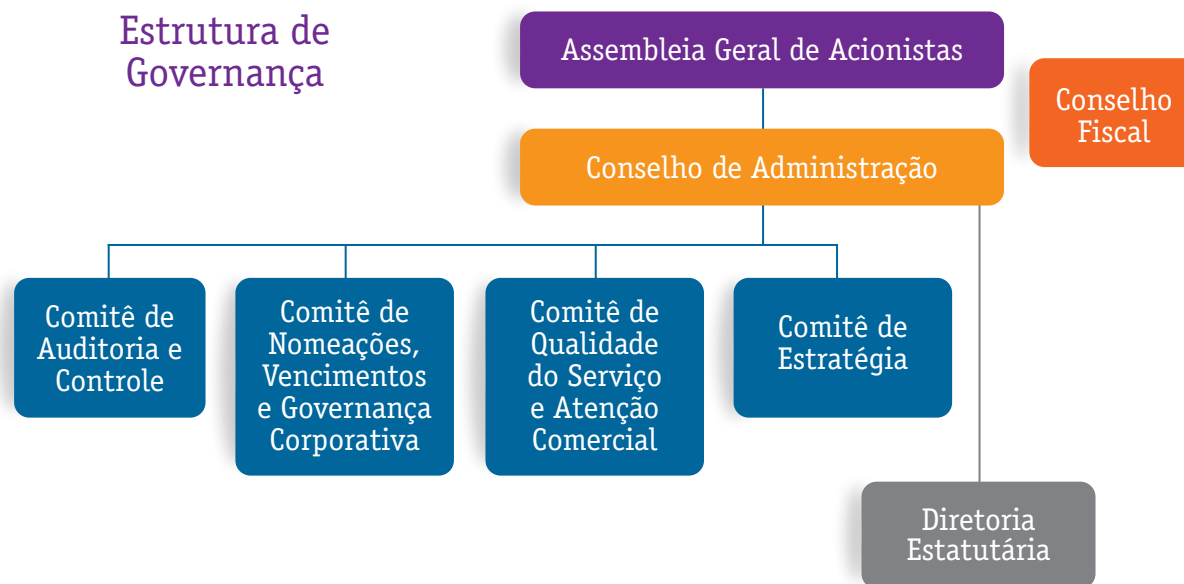
Também possuímos um Conselho Fiscal, de caráter permanente, formado por três membros efetivos e três membros suplentes, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para um mandato de um ano, com a possibilidade de reeleição. Em 2019, o Conselho Fiscal se reuniu nove vezes.



### RECONHECIMENTO DA GOVERNANÇA E GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE

Sempre comprometidos com as melhores práticas de governança corporativa, integramos, pela oitava vez, a carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), em vigor até 1º de janeiro de 2021. Promovido pela B3, o índice reúne as 30 empresas de 15 diferentes setores com destaque em iniciativas socioambientais e de governança corporativa. A avaliação é considerada uma ferramenta para análise comparativa da performance das empresas listadas na B3 sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança.

### Estrutura de Governança



Os princípios de nossa governança corporativa estão contemplados no nosso Estatuto Social e em normativas internas, alinhados aos requisitos legais e à legislação pertinente de mercado de capitais. Entre os objetivos desses princípios, destacam-se:

- maximização do valor da Companhia;
- transparência na prestação de contas, na divulgação de informações relevantes ao mercado e nas relações com os públicos de interesse;
- igualdade no tratamento dos acionistas;
- prestação de contas dos administradores da Companhia aos seus acionistas, garantindo a perenidade dos negócios.



#### Para saber mais

> Clique aqui para saber mais sobre a composição dos órgãos de governança, suas atribuições e os currículos de integrantes no Formulário de Referência da Telefônica Brasil

## Ética e *compliance*

Os Princípios do Negócio Responsável, nosso Código de Ética, definem a companhia que queremos ser e como queremos trabalhar e nos relacionar com nossos *stakeholders*. Os Princípios apresentam o posicionamento da Telefônica em relação a temas como comunicação transparente, diversidade, transparência fiscal, direitos humanos, neutralidade política, confiança do cliente e muitos outros. Eles são válidos para todos os stakeholders com os quais nos relacionamos (colaboradores, clientes, fornecedores, comunidade e acionistas). Na mesma direção, contamos com uma Política Anticorrupção amplamente divulgada por nós, escrita com uma linguagem de fácil compreensão e que proíbe qualquer tipo de suborno.

Na Telefônica Brasil, contamos com um programa de *compliance*, o #VivoDeAcordo que, alinhado aos Princípios de Negócio Responsável, destina-se à disseminação das boas práticas de ética e conduta. O #VivoDeAcordo engloba treinamentos e ações de engajamento relacionados a temas de ética e integridade, observando sempre o mapa de riscos da companhia.

Contamos também com o programa #VivoDeAcordo Multiplique!, que desde 2018 visa a disseminar nossa cultura de *compliance* por meio da atuação dos gestores como facilitadores. Eles recebem apresentações sobre temas de ética e integridade que devem ser replicadas a fim de que tais assuntos sejam inseridos no dia a dia de suas respectivas equipes. Em 2019, o programa atingiu aproximadamente 1.550 líderes, que multiplicaram os treinamentos para mais de 11 mil colaboradores em 139 das 159 cidades onde estamos representados por meio de nossas filiais, atingindo todos os 26 Estados e o Distrito Federal.

Todos os novos colaboradores são apresentados a temas de *compliance* já nos processos de ambientação, chamados de Tô na Vivo, seja presencialmente, para quem está alocado em São Paulo, seja por meio da plataforma WebApp Tô na Vivo para os demais colaboradores em outras localidades. Além disso, assinam o Termo de Compromisso Regulamento de Pessoal e Conduta Profissional e Princípios de Negócio Responsável em que declaram ter ciência e estar de acordo com os Princípios de Negócio Responsável, recebendo cópia eletrônica do documento e comprometendo-se a respeitar e cumpri-lo integralmente.

Realizamos  
anualmente,  
desde 2017,  
o Compliance  
Day, evento em  
que convidamos  
todos os  
colaboradores  
a participar,  
presencialmente  
ou por  
streaming,  
de discussões  
relevantes  
sobre ética e  
integridade



### ENCONTROS REGIONAIS

Todos os anos, visitamos as regionais a fim de engajar as lideranças e equipes locais, conscientizar e fortalecer os principais temas relacionados ao combate à corrupção. Nesses momentos, reforçamos nossos procedimentos relacionados a due diligence, doações e patrocínios, conflito de interesses, canais de integridade e relacionamento com entidades públicas.

Nos anos de 2017 e 2018, os Encontros Regionais foram realizados com foco na capacitação da liderança e, em 2019, ampliamos o treinamento para os demais colaboradores.

Por meio  
dessas  
iniciativas  
contribuímos  
com o ODS:







Os recém contratados têm, ainda, um prazo estabelecido para realizar os treinamentos obrigatórios pela plataforma Success Factors, que abordam temas diversos relacionados a *compliance*, como os Princípios de Negócio Responsável e a lei anticorrupção dos Estados Unidos (Foreign Corrupt Practices Act – FCPA). Também estão disponíveis na plataforma outros cursos, como, por exemplo, sobre a lei anticorrupção do Brasil (Lei 12.846/2013), conflitos de interesses, brindes e entretenimento e concorrencial.

Disponibilizamos também um canal de consultas, chamado “Fale com #VivoDeAcordo”, que pode ser acessado por e-mail ou intranet para sanar as dúvidas sobre dilemas éticos, conflitos de interesses, oferta e recebimento de brindes, presentes, hospitalidades e entretenimento, além de outros esclarecimentos sobre o programa #VivoDeAcordo.

Além disso, qualquer potencial irregularidade, ato contrário à legislação, às normas internas ou desvio de conduta ética deve ser reportado ao Canal de Denúncias oficial, que pode ser acessado pela intranet, e-mail, telefone (0800), carta ou presencialmente por todos os colaboradores com opção de anonimato. Acessível em português, o canal é gerido pela Diretoria de Inspeção, a qual integra a estrutura do Chief Audit Officer que se reporta ao Conselho de Administração por meio do Comitê de Auditoria e Controle. Em 2019, foram recebidas 757 denúncias, todas apuradas de forma criteriosa, sigilosa e detalhada.



### ACESSÍVEIS A TODOS

Para nós, é muito importante que todos conheçam e pratiquem essas diretrizes em suas ações e tomadas de decisões, dentro e fora da companhia. **Clique** e conheça na íntegra os **Princípios de Negócio Responsável** e a **Política Anticorrupção**.

## Estratégia

Nossa atuação tem como direcionamento principal o #RECONECTA, programa estratégico global do Grupo Telefônica, lançado em novembro de 2018, que busca o crescimento por meio da relevância que a empresa tem no mercado e junto a seus clientes, sempre guiados pelo compromisso do desenvolvimento sustentável.

Em alinhamento com essas diretrizes globais, como forma de assegurar nosso compromisso em crescer de maneira sustentável no Brasil, contamos, anualmente com o PNR (Plano de Negócios Responsáveis), composto por 54\* indicadores e metas distribuídos em 7 pilares de atuação. Eles são avaliados anualmente pelo nosso Conselho de Administração e demonstram nosso compromisso em construir um negócio cada vez mais responsável, contribuindo continuamente com o alcance dos ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável) e da Agenda 2030. Em 2019, atingimos 94,3%\*\* de cumprimento do PNR frente a 93,4% em 2018.

*\*Devido às alterações na estratégia global, cinco indicadores foram alterados para melhor atender aos objetivos dos pilares “Gestão na Cadeia de Fornecimento” e “Inovação Sustentável”.*

*\*\*O indicador de atingimento pode sofrer alterações, pois foi estimado. O PNR 2019 será concluído em março, com a finalização de 5 indicadores que estão em andamento, e, posteriormente, passará por validação do nosso Conselho de Administração em abril.*



### #RECONECTA é baseado em cinco eixos essenciais

Crescimento da **RELEVÂNCIA** para os clientes a partir de uma excelente experiência digital baseada na simplicidade e personalização da oferta, por meio das plataformas tecnológicas da empresa e da aplicação de inteligência artificial.

1

Crescimento da **RECEITA** focado na monetização de uma proposta de valor atraente que inclua produtos e serviços da Telefônica e de terceiros, sob o modelo de “ecossistema aberto para parceiros”, que nos impulsiona como um dos principais distribuidores de tecnologia, capazes de satisfazer cada cliente de maneira personalizada.

2

Crescimento do retorno graças ao incremento da receita, eficiências geradas pela digitalização, simplificação e gerenciamento com base no **RETORNO** do capital empregado.

3

Tudo isso sem perder nosso compromisso com o **CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL E RESPONSÁVEL** onde atuamos, aumentando o papel proativo da Telefônica em questões regulatórias e garantindo a inclusão digital e o respeito aos direitos digitais dos cidadãos.

4

Por último, a **MOTIVAÇÃO** da equipe de profissionais da Telefônica como elemento essencial, capaz de multiplicar o crescimento.

5



No último ano, uma das inovações que introduzimos foi vincular, pela primeira vez, 20% da remuneração variável dos nossos executivos a metas relacionadas à satisfação dos clientes e à sustentabilidade, previstas no contexto do Plano. Essa evolução contribui para que a sustentabilidade esteja integrada de forma ainda mais efetiva na estratégia e na atuação diária de nossos colaboradores.

De toda a remuneração variável, 15% estiveram vinculados à evolução do NPS (Net Promoter Score), principal índice de satisfação que mede a probabilidade de os consumidores recomendarem nossos serviços. Outros 5% foram relacionados a reputação institucional, avanço nas iniciativas para a redução de emissões dos gases de efeito estufa e cumprimento das metas de diversidade de gênero.



**SUSTENTÁVEL**



## COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS

Somos comprometidos com diversas iniciativas globais e nacionais que promovem o desenvolvimento sustentável. Participamos de três iniciativas da ONU (Organização das Nações Unidas) que convergem nesta direção. Desde 2010, somos signatários do Pacto Global, que visa estimular empresas a adotar políticas de responsabilidade social corporativa. Aderimos também ao compromisso de contribuir com os 17 ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável) e aos Padrões de Conduta para Empresas, documento elaborado pelo movimento Livres & Iguais, da ONU.

Para debater os temas correlatos à diversidade, estamos presentes na Coalizão empresarial para equidade racial e de gênero, Fórum de Empresas e Direitos LGBTQ, Movimento +Mulher 360, Princípios de Empoderamento das Mulheres e Rede Empresarial pela Inclusão Social. Sempre comprometidos com as discussões relacionadas ao meio ambiente, participamos também do Carbon Disclosure Project, que reúne indicadores de emissão de carbono de organizações de todo o mundo; do Programa Brasileiro GHG Protocol, que estimula a cultura corporativa para elaboração e publicação de inventários de emissões de gases do efeito estufa; e do RE100, que reúne companhias do mundo todo comprometidas a atingir 100% de consumo de energia renovável em suas operações.



Também no último ano, desenvolvemos a pesquisa Vivendo o DNA, para entender nossa proposta de valor como companhia e de que forma agimos para transformar positivamente a sociedade, a fim de que possamos sempre evoluir preservando a nossa identidade e cultura corporativa. O trabalho nos levou à identificação do nosso Propósito, que é “Digitalizar para aproximar”. Ele é sustentado em quatro pilares estratégicos: Tem Vivo pra Tudo, Tem Tudo na Vivo, DNA Vivo e Vivo Sustentável.

Fortalecemos e impulsionamos ainda mais a sustentabilidade entre os pilares prioritários de nossa atuação por meio do Vivo Sustentável, para direcionar as iniciativas em busca do equilíbrio econômico, ambiental e social.

## Plano de Negócios Responsáveis<sup>1</sup>

**Clique sobre cada tema** do nosso PNR para saber como desempenhamos frente às metas de 2019 e quais objetivos estabelecemos para 2020



<sup>1</sup>O Plano de Negócios Responsáveis está em processo de revisão para atualizá-lo conforme os desafios futuros para companhia, considerando nossa materialidade, assessments de mercado, compromissos voluntários e nossa estratégia global Telefônica. Nesse sentido, sua estrutura, incluindo pilares, indicadores e metas, poderão sofrer alterações em 2020.





# 02

## Contribuição ao progresso

- Infraestrutura
- Fundação Telefônica Vivo



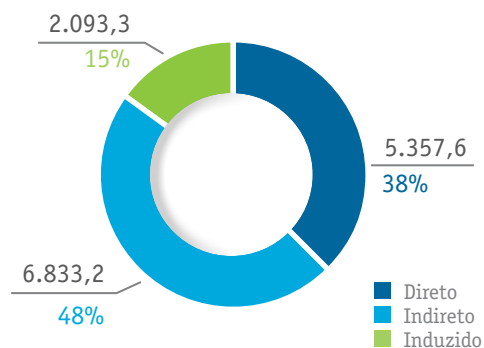
## Contribuição ao progresso

Em linha com nosso propósito, acreditamos que a grande contribuição que podemos dar ao Brasil é ampliar o acesso às informações e oportunidades por meio do nosso portfólio completo de soluções (voz fixa e móvel, banda larga fixa e móvel, ultra banda larga, dados e serviços digitais, TV por assinatura e TI). Para isso, mantivemos em 2019 nosso plano de expansão, com investimentos da ordem de R\$ 8,8 bilhões.

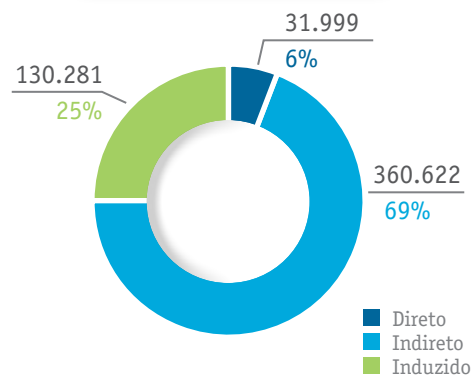
Desde 2015, o Grupo Telefônica mede a relação entre o impacto gerado pelo negócio e as economias locais. A partir do ano passado, o estudo e a metodologia, que eram realizados pela PwC, foram internalizados pela Telefônica Espanha. A pesquisa mostra que contribuímos com 1,03% do PIB nacional. De acordo com o levantamento, geramos 31.999 empregos diretos e 360.622 indiretos no Brasil em 2019.

Impulsionamos  
a geração de  
renda e de  
empregos  
por meio de  
nossos serviços  
e medimos  
esse impacto  
anualmente em  
um levantamento  
global da  
Telefónica  
Espanha

Impacto no PIB  
(milhões de euros)



Impacto na  
geração de empregos

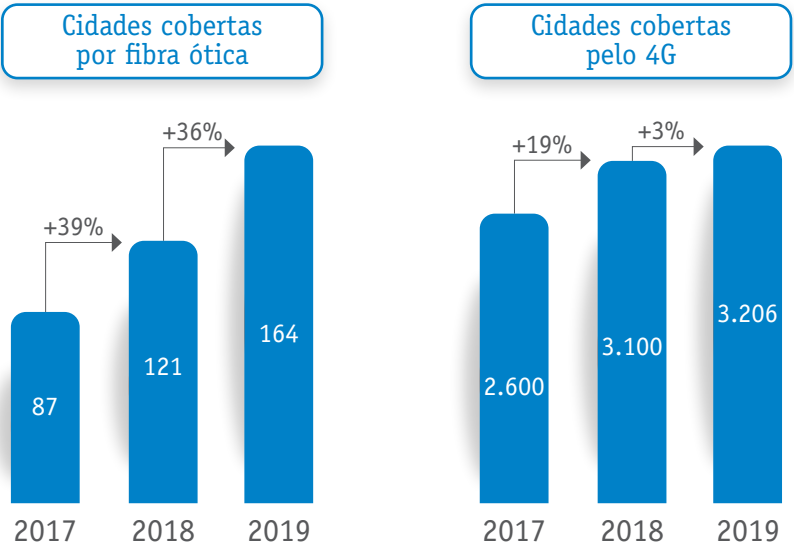


# Infraestrutura

Faz parte do nosso compromisso dar às pessoas a oportunidade de elas se educarem, se comunicarem, terem entretenimento e empreenderem. No último ano, trabalhamos para ampliar ainda mais o número de municípios que contam com nossa cobertura fixa e móvel.

Expandimos nossa rede FTTH (fibra ótica) em 36% na comparação com o ano anterior. Com a presença em 43 novos municípios, fechamos 2019 com a marca de 164 cidades atendidas. Para dar continuidade a essa expansão, dois novos modelos de negócio foram desenvolvidos. Um deles é o “Terra conectado por Vivo Fibra”, modelo de franquias para oferecer internet de qualidade a pequenas operações, pelo qual oferecemos todo o conhecimento técnico na implementação de uma rede de fibra e experiência na comercialização dos produtos e serviços.

Em outra frente, lançamos em Minas Gerais um modelo de parceria, em que o parceiro será responsável pela construção e operação da rede de fibra ótica enquanto nós ficaremos responsáveis por levar a fibra até a casa dos clientes, assim como pela instalação dos equipamentos para os usuários, oferecendo conectividade por meio da marca Vivo Fibra.



O objetivo da parceria é aumentar a capilaridade da nossa rede de fibra e levar internet de ultra velocidade para mais de 40 municípios do Estado, totalizando cerca de 800 mil novas residências atendidas no próximo triênio. Com menor Capex e tempo de lançamento reduzido, este modelo de parceria poderá ser replicado futuramente em outras localidades.

Sempre atentos aos desafios relacionados à otimização de uso de energia e de espaços públicos, firmamos, com a TIM, dois contratos de cessão onerosa: um para a criação de uma rede única na tecnologia 2G e outro no modelo single grid, para 3G e 4G.

O contrato da rede única de segunda geração será implementado em áreas onde ambas as companhias já atuam, de forma que a operadora remanescente fornecerá os serviços na tecnologia para a base das duas empresas. A iniciativa abrange 2,7 mil cidades em todo o país e resultará na desativação de sites sobrepostos, o que reduz custos e otimiza o uso de espectro.

Já o segundo contrato abrange somente cidades com menos de 30 mil habitantes e foi dividido em duas iniciativas. A primeira delas visa criar uma rede única de 4G e 3G nas cidades onde apenas uma operadora está presente, com foco na expansão de cobertura. A outra abordagem, voltada às localidades em que ambas as operadoras já oferecem serviços, tem como objetivo a consolidação de rede.

Por meio dessas iniciativas contribuímos com os ODS:





## Fundação Telefônica Vivo

Cientes da nossa responsabilidade de retribuir à sociedade a confiança que recebemos, contamos, desde 1999, com a Fundação Telefônica Vivo. A instituição segue alinhada ao propósito da Vivo de “Digitalizar para aproximar”, tendo como foco de atuação a educação, criando soluções para educadores e estudantes. As ações da Fundação integram o Vivo Sustentável, iniciativa de responsabilidade social da empresa que atua nos pilares ambiental, social e econômico.

Um dos projetos que temos é o Escolas Conectadas, iniciativa que oferece, desde 2015, cursos on-line e gratuitos de formação continuada para professores da educação básica. Durante o ano de 2019, mais de 28 mil educadores passaram pela formação. Conheça todos os cursos que a plataforma oferece em [www.escolasconectadas.org.br](http://www.escolasconectadas.org.br).

Outra iniciativa que merece ser destacada é o Desafio Inova Escola, premiação lançada em 2019 com objetivo de estimular processos inovadores no âmbito escolar, em prol da construção de uma cultura de inovação na escola. A iniciativa mobilizou 4,4 mil educadores em todo o país e selecionou os cinco projetos mais inovadores. Cada um deles receberá assessoria técnica especializada por seis meses, a fim de apoiar a implementação e avaliação do plano, apoio financeiro de até R\$ 10 mil, além de intercâmbio entre escolas inovadoras brasileiras.

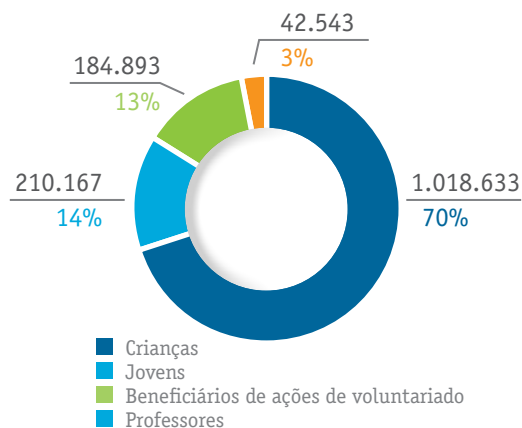


### FAZENDO O BEM

Com o objetivo de unir esforços para promover a cidadania, realizamos, todos os anos, o Dia dos Voluntários Telefônica. Na edição de 2019, batemos recordes com mais de 8,2 mil colaboradores mobilizados em 63 ONGs de 50 cidades no país, beneficiando mais de 47,6 mil pessoas.



1,46 milhão de pessoas  
foram beneficiadas  
pelas ações da Fundação  
Telefônica em 2019



Inauguramos a 42 São Paulo, um conceito pedagógico inovador que permite o desenvolvimento de “human coders”, seres humanos altamente capacitados a resolver problemas por meio da tecnologia e competências relacionais, como solução de problemas, colaboração, trabalho em equipe, etc. Trata-se de um modelo disruptivo: sem sala de aula, sem custo nenhum para o estudante e utilizando a metodologia de *peer to peer*, na qual os participantes são responsáveis pelo seu próprio sucesso e pelo sucesso de seus companheiros em um método 100% baseado em projetos. Para progredir, eles precisam contar com a força do grupo e dar e receber informações, trocando de papéis constantemente. Esse modelo de aprendizagem se apoia na inteligência coletiva e funciona como um espelho do mundo profissional.

#### Para saber mais

A Fundação Telefônica Vivo faz parte de uma rede formada por outras fundações presentes na Europa e na América Latina, todas integrantes do Grupo Telefônica. Para conhecer mais o trabalho, clique aqui



# 03

## Promessa ao cliente

- Experiência do cliente e digitalização
- Redes sociais
- Inovação e diversificação dos nossos produtos
- Telefónica Open Future



## Promessa ao cliente

Os avanços na conectividade e na digitalização da sociedade têm tornado os clientes cada vez mais exigentes e transformado a forma com que se relacionam com as marcas. As transformações tecnológicas são muito dinâmicas, de forma que as empresas necessariamente precisam investir em tecnologia para acompanhar esse movimento e estar atentas às necessidades do consumidor. Afinal, a boa experiência do cliente é o principal critério de decisão de compra ou consumo e assegura nosso diferencial para continuarmos líderes de mercado.

Atentos às necessidades dos consumidores e às transformações na relação que cada um deles tem com as marcas, buscamos sempre oferecer a melhor experiência de compra e atendimento



### MARCAS MAIS VALIOSAS

Figuramos na 9ª colocação do *ranking* das Marcas Brasileiras Mais Valiosas de 2019, da consultoria global Interbrand. Fomos a única empresa de telecom presente entre as top 25, com valor estimado em R\$ 2,53 bilhões. A metodologia, reconhecida internacionalmente, leva em consideração a análise financeira associada ao Papel da Marca, que é a influência no processo de decisão do consumidor, e à Força da Marca, diagnóstico da performance da marca em diversas dimensões.





## Experiência do cliente e digitalização

O programa DNA Vivo é uma das nossas respostas para esse novo cenário. Criado em dezembro de 2017, tem como objetivo transformar e uniformizar a forma como nos relacionamos com o cliente e a cultura de quem faz parte da Vivo, criando um DNA único de excelência de relacionamento e atendimento.

O programa traz princípios claros que norteiam nossas decisões para entregar a melhor experiência em todos os pontos de contato, desde o atendimento em lojas, *call centers*, gerentes de negócios, técnicos que fazem visitas nas casas, até o relacionamento entre os colaboradores que não possuem contato direto com os clientes. Para tornar isso possível, buscamos estabelecer a mesma cultura de atendimento a partir de características comuns que trabalham os atributos de uma marca **confiável, fácil, encantadora e eficiente**.

A tecnologia é aliada para o êxito do DNA Vivo. Para isso, contamos com a Aura, nossa inteligência artificial, que possibilita uma experiência de atendimento inovadora e eficiente. A Aura atua nas necessidades mais recorrentes dos clientes, como consultar saldo de recarga e de internet, ter acesso à segunda via da conta, saber mais detalhes do plano e até mesmo fazer uma recarga.

Em 2019, passamos a oferecer um relacionamento ainda mais customizado e alinhado às melhores práticas de CX ao medir a satisfação dos clientes em mais de 200 pontos de contato de maneira digital, o que chamamos de Termômetros DNA. Trata-se de uma medição ainda mais apurada e precisa, pois consultamos nossos clientes no momento seguinte à experiência conosco. Isso ajuda a identificar a percepção dos clientes, mapear e atuar em possíveis falhas em processos de atendimento como venda ou instalação, além de levar de forma massiva a voz do cliente para toda empresa, colocando-a como prioridade de todos.

Quatro princípios do DNA Vivo que direcionam a forma como atuamos:



**Para saber mais**

> Clique aqui para saber mais sobre a Aura no Relatório de Sustentabilidade 2018

Além disso, mapeamos diversas iniciativas que melhoram a jornada do cliente. Ao longo de 2019, fizemos a imersão em jornadas específicas para identificar as dores de nossos clientes e colaboradores, a partir dos quais geramos planos de ações bem estruturados com acompanhamento.

Todo esse trabalho é refletido no avanço significativo de nosso NPS (Net Promoter Score), indicador composto pela diferença entre promotores e detratores da marca, que passou a ser o indicador oficial utilizado pelo Grupo Telefônica em 2019. Durante o ano, a Telefônica Brasil apresentou crescimento significativo do NPS frente 2018 e índice mais alto entre todos os principais mercados do grupo.





## Anatel e Consumidor.gov.br

Monitoramos as reclamações relacionadas à Vivo recebidas nos órgãos reguladores do mercado, em especial a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) e o Consumidor.gov.br, sob a gestão da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça, disponível publicamente à sociedade e observada também por entidades como Procons, Defensorias e Ministério Público.

Em 2019, registramos um percentual de resposta às reclamações dentro do prazo de cinco dias acima da meta Anatel em todos os meses e mantivemos o índice de reabertura melhor do que o limite previsto pela entidade. No *ranking* nacional do Consumidor.gov.br, mantivemos a liderança em todos os meses dos índices de satisfação e resolatividade do setor, alcançando no acumulado no ano a nota de 4,18 em satisfação e o índice de 92,5% de resolatividade.

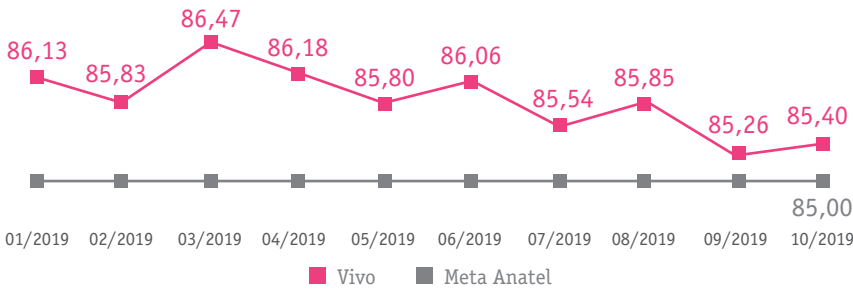


### RECONHECIMENTO INTERNACIONAL

O nosso case CTBots (Centro de Treinamento de Bots) foi reconhecido no CX Innovation Awards 2019, renomado prêmio internacional de experiência do consumidor, na categoria “Inovação no Engajamento da Experiência do Cliente”. Promovido anualmente pela CXPA (Customer Experience Professionals Association), o prêmio reconhece empresas que tenham implementado iniciativas de inovação bem-sucedidas em experiência do cliente, mostrando conquistas significativas e a evolução na área.

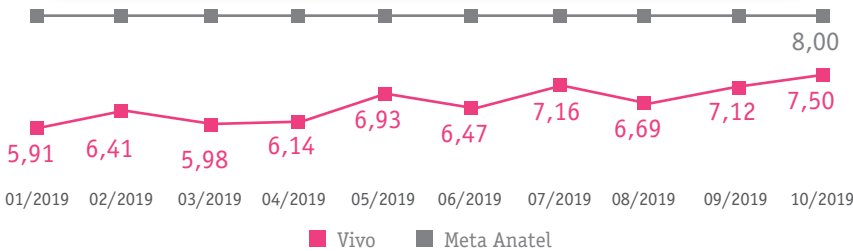
O CTBots é uma área específica de nosso *call center* composta por 20 atendentes que atuam para aperfeiçoar a qualidade do serviço feito pela Aura. Isso significa, na prática, o ser humano treinando os robôs. Cada vez que um cliente faz uma pergunta, a Aura verifica em sua base de conhecimento a melhor resposta para aquele questionamento. O Centro de Treinamento analisa se a Aura entende e esclarece corretamente as dúvidas dos clientes e, em caso negativo, gera os conteúdos para correção e treinamento do *bot*, para que ela acerte nas próximas vezes.

Percentual de reclamações na Anatel respondidas dentro do prazo (em %)\*



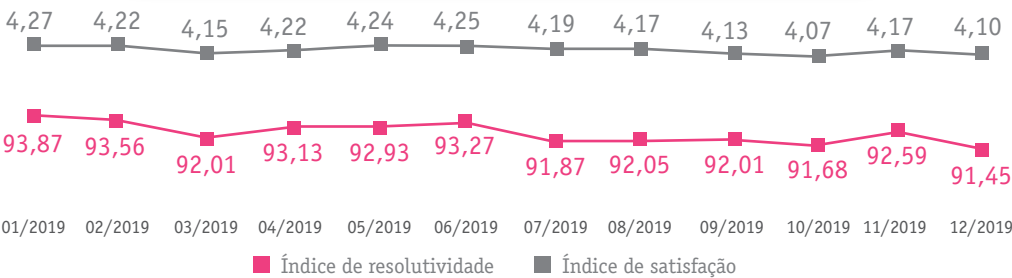
\*Os dados só foram reportados até outubro, pois os indicadores foram modificados pela Anatel em novembro.

Percentual de reabertura de reclamações na Anatel (em %)\*



\*Os dados só foram reportados até outubro, pois os indicadores foram modificados pela Anatel em novembro.

Indicadores de desempenho no Consumidor.gov.br (em %)



## Redes sociais

Seguimos investindo em metodologias e soluções inovadoras que buscam tornar a experiência do cliente cada vez melhor. Um dos nossos grandes desafios é como garantir um bom atendimento independentemente de canal. Estamos atentos ao avanço da tecnologia e das redes sociais e usamos também essas plataformas para o atendimento. Se alguém marcar @Vivo no Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn e Tik Tok, é rapidamente atendido por um colaborador nosso.



### AGENDAMENTO TÉCNICO POR WHATSAPP

Iniciamos, em 2019, o atendimento por WhatsApp. O cliente já consegue interagir conosco para algumas funcionalidades, como o agendamento técnico da Fibra. Ampliaremos esse serviço para toda nossa base de clientes em 2020, incorporando novas funcionalidades.

## Inovação e diversificação dos nossos produtos

Para reforçar nosso compromisso com a inovação, demos início, em 2019, à venda do Vivo Car, serviço inédito no país que transforma carros comuns em veículos conectados, com *hot-spot* Wi-Fi de 40 GB por mês para os ocupantes do carro e informações em tempo real sobre a saúde do veículo, possíveis falhas mecânicas ou elétricas, planejamento de revisões e alertas de segurança. No Vivo Car, o cliente conta com recursos baseados em geolocalização, possibilitando encontrar a posição atual do veículo a qualquer momento.

Também pensando no conforto e nas necessidades dos nossos clientes, outra novidade lançada no ano foi o Home Assist, serviço de assistência residencial para equipamentos eletrônicos e de microinformática. O suporte técnico pode ser acionado para instalação, configuração e orientação com dispositivos eletrônicos na residência, seja para TVs, home theater, câmeras, computadores, impressoras, rede wi-fi, entre outros. Além disso, disponibiliza também serviços de chaveiro e eletricitista aos clientes.

Outro foco importante que demos em 2019 foi a ampliação do nosso portfólio de novos serviços de vídeo e entretenimento para reforçar nosso posicionamento como hub de conteúdo e serviços digitais, entregando ainda mais valor aos consumidores. Somos parceiros de grandes marcas, como NBA, NFL, Amazon Prime Video, Tidal, Rappi, Netflix, FOX+, Discovery Kids On, FOX Sports e WatchESPN.

Atentos às necessidades dos nossos clientes, lançamos também o Vivo Money, serviço em que oferecemos crédito pessoal de R\$ 1 mil a R\$ 30 mil, com taxas de juros a partir de 2,97% ao mês, conforme análise de perfil de crédito do cliente. Em parceria com o Banco Digio e com o Ibi Digital, a iniciativa foi lançada como um projeto piloto, que permite a contratação de crédito pessoal de forma 100% digital, rápida e prática.



### INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL

Contamos com iniciativas que ratificam nosso compromisso permanente com a inovação.

- Hub de Inovação: reuniões mensais realizadas no Vivo Digital Labs em que as áreas apresentam seus projetos de inovação para outras áreas interessadas no tema, de modo a centralizam as iniciativas inovadoras e disruptivas na companhia.
- Iniciativa de Inovação Sustentável: 260 projetos inscritos em todo o Grupo Telefônica, 25 dos quais no Brasil.

Por meio dessas iniciativas contribuimos com o ODS:



## Telefónica Open Future

O Grupo Telefónica tem um programa global de inovação aberta e apoio ao empreendedorismo chamado Telefónica Open Future. O objetivo é conectar disruptores tecnológicos com a companhia para gerar oportunidades de negócio em conjunto. As iniciativas incluem:

### Wayra

Hub de inovação aberta do Grupo Telefónica que busca, investe e escala *startups*. O objetivo é conectar inovadores tecnológicos (empreendedores ou *startups*) com a Telefónica, além de investidores e parceiros para gerar oportunidades de negócios e inovação em conjunto.

Criada em 2011, a Wayra opera em 10 países (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Alemanha, México, Peru, Espanha, Reino Unido e Venezuela), atualmente 500 *startups* fazem parte do portfólio de inovação aberta global da Telefónica e mais de 20% fazem negócios com a companhia. Entre as áreas mais buscadas no país estão empresas de inteligência artificial, IoT (Internet das Coisas), *data analytics* avançada, cibersegurança e *fintechs*.

A Wayra fechou 2019 com 36 *startups* no portfólio. Desde o início da operação no país, em 2012, 74 empresas receberam um total de R\$ 14 milhões de investimento da Wayra.

Entre as investidas de 2019, destacamos a LinkApi, *startup* que oferece um kit para profissionais de desenvolvimento criarem APIs (Interfaces de Programação de Aplicativos, do inglês Application Programming Interface) e integrações de maneira fácil e rápida, trazendo mais velocidade ao processo da transformação digital.

Outra empresa que entrou para o portfólio da Wayra esse ano foi a Pluginbot, plataforma de gestão de robôs físicos e virtuais em um só lugar para facilitar o uso de inteligência artificial pelas empresas. A ferramenta permite programar a lógica de conversação, criar base de conhecimento e implantação em diversas aplicações como *e-concierge*, autenticação de acesso, *smart order* e atendimento ao cliente no ponto de venda.



Além de investimento, conexões, mentorias e consultoria para os fundadores, a Wayra também faz parcerias para fomentar ainda mais o ecossistema e ampliar as oportunidades de encontrar *startups* para fazer negócios com a Vivo e a Telefónica. O Agro IoT Lab, programa de desenvolvimento de aplicações para o campo com foco em IoT foi um grande exemplo. A iniciativa, realizada no Pulse em parceria com a Wayra, Vivo, Ericsson e Raízen, trouxe para o portfólio da Wayra, a Iotag, empresa especializada em soluções de conectividade por meio da tecnologia de IoT para conectar pessoas a maquinário agrícola para uma gestão mais eficiente.

Outra parceria de destaque de 2019 foi o programa BNDES Garagem em uma parceria da Wayra e Liga Ventures, para apoio às *startups* brasileiras selecionou mais de 70 *startups*, entre as cerca de cinco mil inscritas, para participarem dos módulos de criação e aceleração. Durante todo o projeto foram realizadas mais de 420 mentorias com profissionais do mercado e do BNDES, mais de 300 horas de workshops, mais de 250 reuniões para conexão das *startups* com corporações parceiras e investidores, entre outras atividades. Entre as empresas do módulo de criação, 63% pivotaram seus produtos, 54% abriram CNPJ e 43% começaram a gerar receita.



**Para saber mais**

➤ Clique aqui e acesse o site da Wayra

Por meio dessas iniciativas contribuimos com o ODS:





## Telefônica Innovation Ventures (TIV)

Veículo de *corporate venture* da companhia que investe e faz parcerias estratégicas alinhadas com a estratégia global. Além de investimento direto em *startups* (mais de 90 *startups*, sendo 10 no portfólio atual), o TIV investe por meio de uma rede de fundos de *venture capital* como uma participação minoritária em mercados-chave para a Telefônica. São nove fundos de *venture capital* com foco principalmente na Europa, Estados Unidos, Israel e América Latina.

## Open Future

Parcerias entre Telefônica e instituições público/privada para o ecossistema de aceleração com foco em *startups* locais em estágio de seed. São 43 espaços em nove países da Europa e América Latina. No Brasil, temos três espaços (*crowds*) para a aceleração de projetos relacionados a inovação e tecnologia: Vale Da Eletrônica, em Santa Rita do Sapucaí, Minas Gerais; Rio, no Rio de Janeiro; e Londrina, na cidade do mesmo nome, no Paraná.

## Vivo Discover

Projeto interno lançado em 2019 pela Vivo no Brasil. O programa é responsável por espalhar a cultura de inovação, identificar oportunidades estratégicas nas áreas da empresa, focando em soluções desenvolvidas por *startups*. Funcionários selecionados de diferentes vice-presidências se tornaram os *shapers*, embaixadores da inovação, responsáveis por identificar dores internas e mapear oportunidades para serem solucionadas por *startups* com as melhores soluções para a Vivo, gerando novos negócios e melhorias nas áreas de uma forma inovadora e disruptiva. Eles também possuem o papel de fomentar a cultura de inovação em seus times.

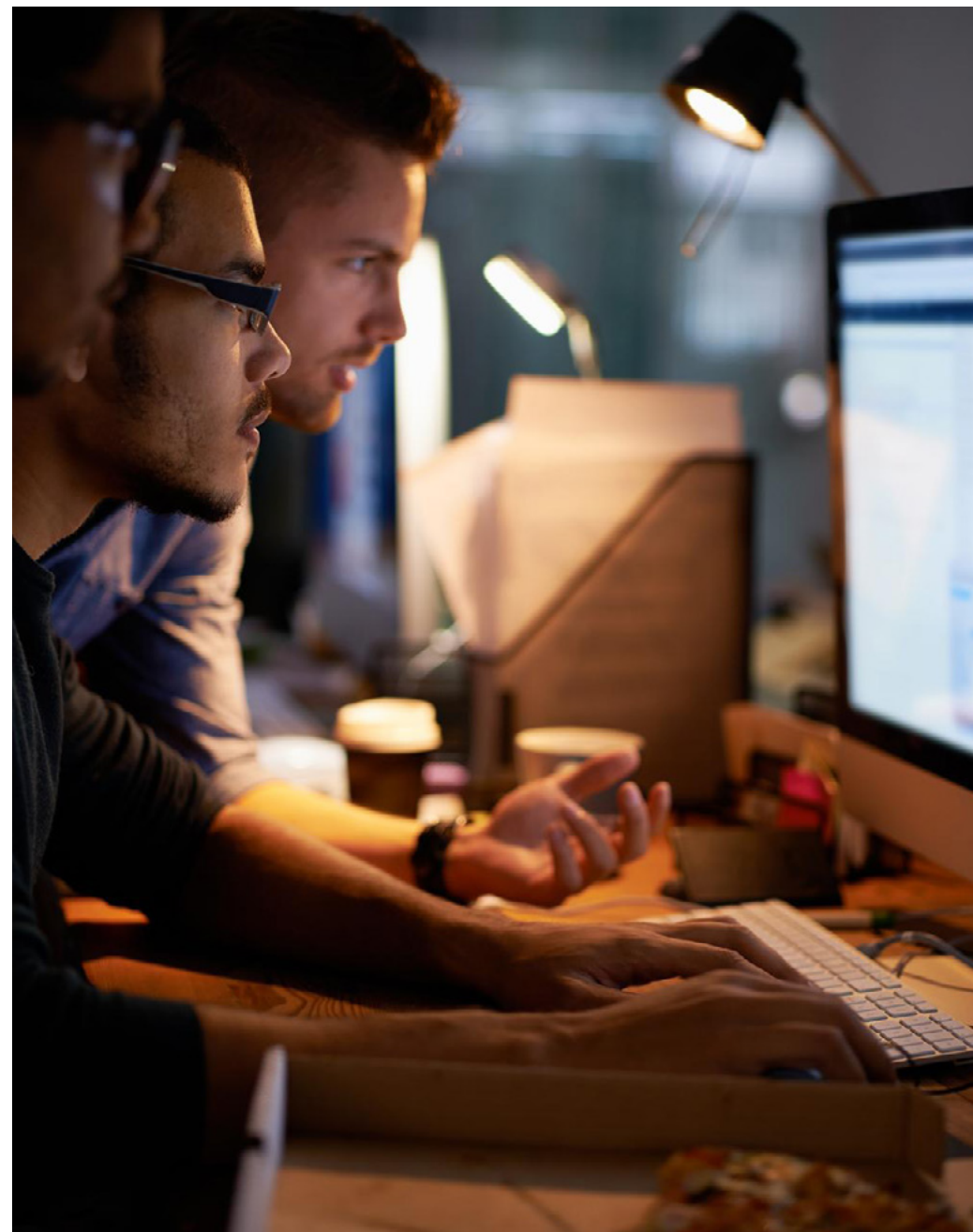


### Para saber mais

> Clique aqui e acesse o site da Telefônica Open Future

Por meio de  
abordagens  
complementares  
de atuação,  
interagimos  
com o  
ecossistema  
de inovação e  
desenvolvemos  
tecnologia no  
Brasil e no  
mundo

Por meio  
dessas  
iniciativas  
contribuímos  
com o ODS:



# 04

## Confiança digital

- Lei Geral de Proteção de Dados
- Comprometidos com a privacidade
- Dialogando





## Confiança digital

Estudos apontam a dimensão dos impactos relacionados aos riscos de segurança da informação. Segundo a consultoria e empresa de pesquisa Gartner, esses riscos incluem não apenas as violações cada vez mais frequentes, como também ameaças mais sofisticadas e o acesso através de vulnerabilidades em sistemas de terceiros, causando perdas financeiras e repercutindo nas empresas de forma sistêmica (**clique aqui e saiba mais**). Além disso, de acordo com o Relatório Global de Riscos 2019 do Fórum Econômico Mundial (WEF, na sigla em inglês), os ataques cibernéticos estão, no mapa global de riscos, entre os de maior probabilidade e impacto, superando a média de todos os demais riscos avaliados na pesquisa do WEF (**clique aqui e saiba mais**).

Diante desse contexto, a Telefônica tem como um dos pilares de seu Plano de Negócios Responsáveis, a Confiança Digital. A mesma diligência com que tratamos nossa segurança digital é estendida aos principais prestadores dos serviços. Temos uma lista extensa, que desenvolvemos com base nos requisitos de segurança da companhia e *frameworks* de mercado (ISO27001 e ISO22301, NIST, PCI/ DSS etc) e protocolos a serem seguidos, especialmente relacionados a sistemas e servidores seguros.

É nosso compromisso proteger todos os dados dos nossos clientes, garantir a confidencialidade, integridade e disponibilidade conforme a Política Global de Segurança do Grupo Telefônica, e privacidade conforme a Política Global de Privacidade, cujas diretrizes abrangem as operações em todos os países nos quais ela atua.

### ANTECIPAR

Antecipar as ameaças antes que ocorram, gerenciando novos riscos, aprendendo as técnicas, táticas e procedimentos dos adversários.

### PREVENIR

Através da transformação de Segurança Digital, apoiar nossos negócios garantindo conformidade regulamentar e privacidade, alinhando de ponta a ponta a digitalização com requisitos de segurança.

### DETECTAR

Detectar qualquer incidente de segurança o mais cedo possível, através de um monitoramento integrado.

### RESPONDER

Ser capaz de controlar e responder aos incidentes de segurança e minimizar impactos.



Em caso de qualquer incidente que viole ou comprometa a segurança das nossas informações, temos uma área de Resposta a Incidentes de Segurança que atua prontamente e conta com um e-mail específico para este tipo de atendimento ([csirt.br@telefonica.com](mailto:csirt.br@telefonica.com)).

Para assegurar a segurança e privacidade dos nossos clientes, contamos uma robusta Estrutura de Segurança Digital, que direciona nossa atuação, a fim de evitarmos vazamentos e ataques cibernéticos. Para mitigarmos esses riscos, inerentes ao nosso negócio, temos uma atuação baseada em quatro pilares: **antecipar, prevenir, detectar e responder**.



## Lei Geral de Proteção de Dados

Estamos sempre atentos às mudanças legislativas que impactam diretamente o setor de telecomunicações. Sancionada em 2018, a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) entrará em vigor em agosto de 2020 e coloca o Brasil no rol de mais de 100 países que possuem legislação específica para proteger a privacidade e o uso de dados.

A LGPD determina regras para o uso de dados coletados, proporcionando mais controle e segurança aos titulares sobre o processamento dos seus dados pessoais. Nossas boas práticas já adotadas nos colocam na direção correta rumo ao atendimento pleno dos requisitos estabelecidos.



### COMPROMISSO COM A CADEIA DE VALOR

Em 2019, realizamos o *workshop* Segurança da Informação e Proteção de Dados, voltado aos nossos principais fornecedores. O objetivo do encontro foi promover um momento de reflexão sobre o panorama mundial de segurança digital, seus desafios e caminhos para diferenciais competitivos.

Mostramos aos 179 participantes as principais causas das violações de dados, como comportamentos inseguros de funcionários, sofisticação de ameaças e vulnerabilidades de terceiros. Além disso, detalhamos as mudanças provenientes da nova Lei Geral de Proteção de Dados, reforçando que o compromisso da Telefônica de zelar pela proteção dos dados de nossos clientes se estende à atuação dos nossos parceiros.

Posteriormente, disponibilizamos um *self assessment* aos participantes com base em nossa lista de requisitos de *due diligence*, como uma oportunidade de diagnóstico comparativo com o segmento e mercado.





## Comprometidos com a privacidade

Nossas iniciativas para minimizar as vulnerabilidades são reconhecidas externamente. Fomos apontados pelo estudo “Quem Defende seus Dados?” como a operadora brasileira que mais se compromete publicamente com a privacidade dos dados de seus usuários de internet, seja na banda larga fixa ou na internet móvel.

No levantamento, realizado anualmente pela InternetLab em parceria com a Electronic Frontier Foundation, obtivemos pontuação máxima nas categorias informação sobre tratamento de dados, entregas de dados, publicação de relatórios de transparência sobre pedidos de dados. Destacamo-nos ainda por termos o Centro de Privacidade, portal que explica para os usuários, de maneira didática e transparente, como os dados são coletados e armazenados.



### Para saber mais

> [Clique aqui para saber mais sobre o estudo “Quem Defende seus Dados?”](#)



### Para saber mais

> [Clique aqui para conhecer nosso Centro de Privacidade](#)



## Dialogando

No último ano, lançamos uma nova versão do Portal Dialogando, nossa plataforma global que tem como objetivo promover a discussão sobre o uso consciente da tecnologia. Nossas pautas são criadas dentro dos pilares de sustentabilidade, inovação, entretenimento, educação, comportamento e segurança, sempre sob o olhar tecnológico e seus impactos, estimulando o diálogo e a reflexão da sociedade.

Todo o conteúdo do portal é produzido por uma equipe de jornalistas, publicitários e pesquisadores que buscam as melhores fontes para a produção do material na área de tecnologia e seus assuntos correlatos. A plataforma conta ainda com a curadoria interna de colaboradores de nossa empresa e de especialistas.

Além de um novo *layout*, mais moderno, intuitivo e fácil de navegar, o Portal agora possui uma nova temporada de vídeos e *podcasts*, com apresentadores e especialistas selecionados. Realizamos sete programas e impactamos mais de 3 mil pessoas em 216 *players* e 725 *downloads*, possibilitando conexões que transformam e melhoram a experiência do usuário. O Dialogando está presente em 12 países nos quais o Grupo Telefônica está presente e registrou mais de 142 mil acessos em 2019, no mundo todo.



### Para saber mais

> Clique aqui e conheça o Portal Dialogando







# 05

## Gestão de talentos

- Diversidade
- Desenvolvimento de pessoas
- Saúde e segurança


# Gestão de talentos

Sabemos da nossa responsabilidade de influenciar no processo de transformação da sociedade e entendemos que, para ser genuína, essa mudança deve ocorrer de dentro para fora. Ao longo dos últimos anos, trabalhamos de maneira muito consistente na disseminação da cultura corporativa da nossa companhia, associando tecnologia e inovação a um ambiente de trabalho respeitoso, diverso e inclusivo.

Nossa atuação está estruturada em linha com os desafios da transformação cultural da sociedade. Nosso posicionamento como marca empregadora deve refletir a forma como enxergamos as questões da sociedade contemporânea e construímos estratégias para atrair e reter talentos, levando em consideração o que almejam os jovens e novos perfis de profissionais.

Implantamos a “metodologia ágil”, que é uma verdadeira transformação na forma de trabalhar, com equipes multidisciplinares formadas em squads e trabalho colaborativo. Com soluções mais eficientes e dinâmicas, a metodologia otimiza os fluxos e melhora a produtividade dos projetos. Registramos mais de 170 iniciativas ágeis, com mais de 1.000 colaboradores envolvidos e vivendo práticas de trabalho diferentes. Formamos mais de 6 mil colaboradores em práticas ágeis e Design Thinking.

Essa nova forma de trabalhar reforça nosso conceito da transformação digital e faz um convite para as pessoas experimentarem novas possibilidades. Nosso entendimento é que os novos perfis não aspiram necessariamente a rápida ascensão vertical. Eles querem circular na empresa, ser desafiados constantemente, participar de projetos novos e ciclos curtos de aprendizado. Nossa forma de atender este público são os squads, que nascem com essa natureza e com foco na solução de objetivos específicos.

Em 2019,   
tivemos,  
em média,  
107,4 horas  
de treinamento  
por colaborador,  
ante 35,5 horas  
no ano anterior.  
O aumento  
se deve,  
principalmente,  
à maximização  
das plataformas  
e ações on-line



Média de horas de treinamento por colaborador efetivo por gênero	2019	2018	2017
Por gênero			
Masculino	150,67	31,43	44,97
Feminino	119,24	41,01	64,29
Por nível funcional			
Cargos diretivos	13,55	12,30	21,70
Cargos de liderança intermediária	44,29	20,12	31,42
Demais cargos	142,98	37,20	55,56
Consolidado	107,40	35,53	53,25

Por meio  
dessas  
iniciativas  
contribuímos  
com o ODS:





Nosso *Digital Labs* também foi concebido com essa formatação. O espaço de 1.500 metros quadrados fica no prédio da Vivo, na Zona Sul de São Paulo, e é ocupado por 230 colaboradores das nossas equipes de transformação digital, que trabalham aplicando a abordagem *design thinking* para acelerar o desenvolvimento de canais digitais.

Atuamos também em outras frentes, sempre sensíveis às novas demandas dos trabalhadores. No nosso programa *Mobility*, ampliamos de uma para duas vezes por semana a possibilidade de os colaboradores de áreas administrativas trabalharem remotamente, como forma de diminuir a necessidade de deslocamentos e, assim, aumentar a qualidade de vida das equipes, com 87% de adesão.

Contamos também com o *Vivo Coworkers*, que elimina as posições fixas de trabalho e amplia a troca entre áreas, e com o programa “Vem de Você”, que prevê dress code flexível para cada colaborador se vestir da forma que se sentir mais confortável. Essas experiências refletem positivamente na motivação e na produtividade das equipes. Um dos resultados é a diminuição de *turnover* de talentos.



PROPOSTA DE VALOR

Além da implantação de um novo modelo de recrutamento e seleção, para atrair e reter os melhores talentos, introduzimos a criação da proposta de valor para o colaborador (EVP – Employee Value Proposition). Após uma pesquisa realizada com um grupo de colaboradores, foi identificada a proposta que eles reconhecem em relação a trabalhar na Vivo. Dessa forma, definimos os quatro pilares que orientam nossa atuação: Conexões Humanas; Empresa Líder em Transformação; Desafios e Desenvolvimento; e Benefícios.

4 diretrizes  
estratégicas  
para nossa  
Gestão de  
Pessoas:



1



Cultura de alta  
performance

2



Atração de talentos

3



Eficiência em processos  
de gestão

4



Melhoria na satisfação dos  
colaboradores



Por meio  
dessas  
iniciativas  
contribuímos  
com o ODS:





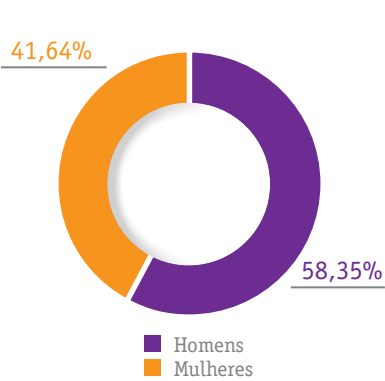
# Diversidade

Avançamos no entendimento dos ganhos que esse jeito colaborativo de trabalhar traz, bem como na importância de disseminar que a diversidade que queremos ter – de gerações, de pensamento, de posicionamento, entre outros – amadurece o ambiente, o diálogo e a atuação da companhia. Hoje, sabemos que tem jeitos diferentes de atingir os resultados e que a soma dos talentos é mais importante que um talento individual.

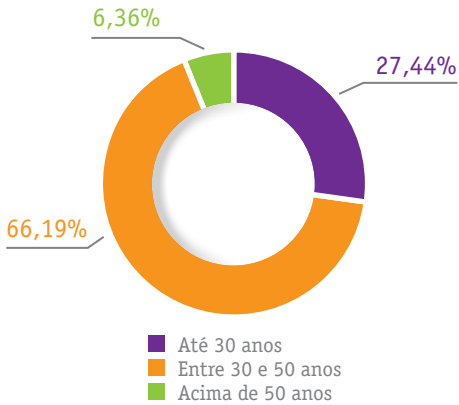
Acreditamos que valorizar a diversidade faz a diferença para a sociedade e também gera mais resultados para a empresa, na medida em que grupos heterogêneos favorecem a produtividade e tornam o ambiente de trabalho cada vez melhor. Esse também é o compromisso global do Grupo Telefônica que, por meio do Conselho de Diversidade Global e de nossa Política Global de Diversidade e Inclusão, procura garantir a igualdade de gênero e o multiculturalismo e a variedade de perfis, idades, habilidades e experiências.

Nosso Programa Vivo Diversidade deu passos importantes ao longo de 2019. Trabalhamos para garantir a participação de diferentes públicos, ampliando a representatividade de mulheres, negros e pardos, pessoas com deficiência e LGBTQ+, em todos os níveis hierárquicos da empresa.

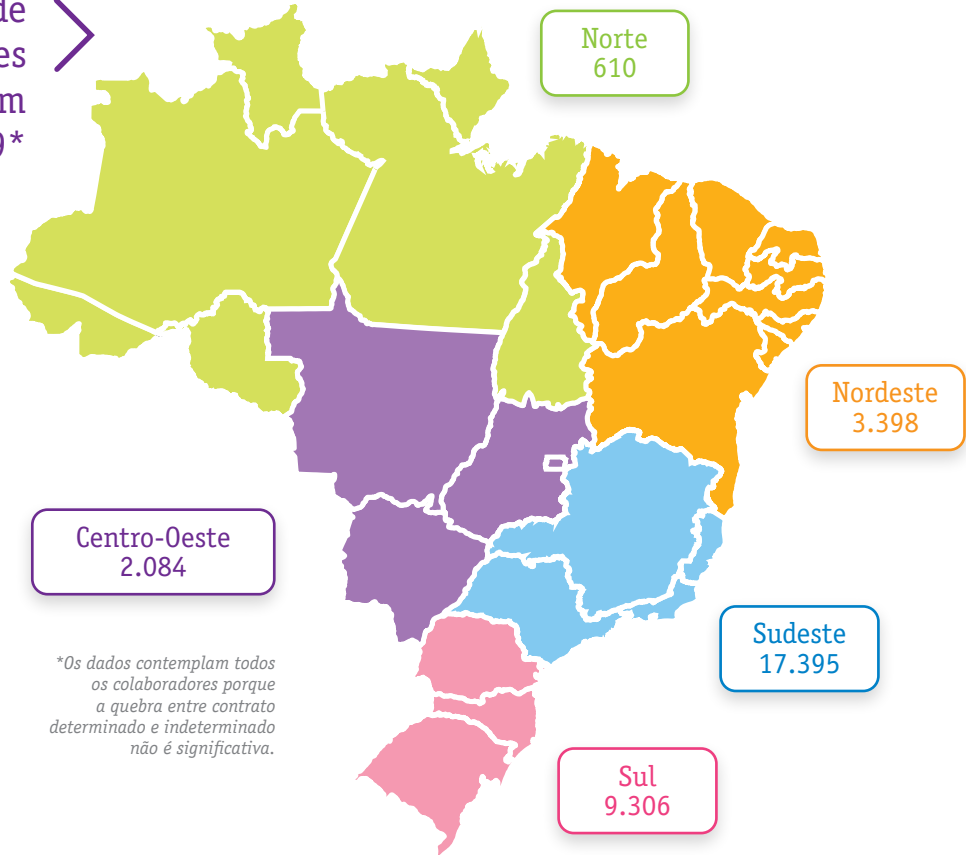
Colaboradores por gênero



Colaboradores por faixa etária



Número de colaboradores por região em 2019\*



Número de colaboradores por nível funcional	2019	2018	2017
Cargos diretivos	111	114	118
Cargos de liderança intermediária	3.395	3.426	3.467
Demais cargos	29.287	29.098	30.037
Total	32.793	32.638	33.622

Na esteira da equidade de gênero, avançamos com nosso programa Mulheres em Áreas Técnicas. Ele amplia a participação feminina nas funções de manutenção, reparo e instalação de novos serviços. Lançado inicialmente em São Paulo, o programa foi expandido para todas as regiões do país.

Fomos a primeira empresa do setor de telecomunicações no Brasil a aderir ao Pacto para Empoderamento da Mulher, da ONU, e ao Movimento Mulher 360. Nosso compromisso é promover a equidade de oportunidades de carreira para mulheres, com metas acompanhadas trimestralmente pelo Conselho Global de Diversidade. Para isso, trabalhamos a sensibilização das lideranças, práticas de recrutamento e seleção e programas de capacitação que proporcionem às mulheres condições e oportunidades reais de desenvolvimento.

Desde 2016, quando passamos a trabalhar o tema, avançamos de 15% para 22,5% o número de mulheres em cargos de liderança e trabalhamos para garantir avanços progressivos em todos os níveis hierárquicos. Para assegurar que o tema seja disseminado, a meta de diversidade passou a influenciar diretamente no pool de bônus dos executivos da empresa, que tem parte do resultado atrelado ao indicador de gênero.

Além de estimular a equidade na operação, ampliamos a participação feminina no nosso Conselho de Administração. Encerramos 2019 com três conselheiras, 25% do total de 12 membros.

Outro eixo de inclusão foi a partir do nosso programa 50+, que estimula a contratação de pessoas acima de 50 anos nas nossas lojas, promovendo a troca de conhecimento entre as gerações. Atualmente, temos 6% dos colaboradores nessa faixa etária.



Estimulamos a diversidade  
entre nossas equipes,  
porque acreditamos que essa  
pluralidade é fundamental  
para fomentar um ambiente de  
trabalho criativo e inovador



#### PRÊMIO WEPS BRASIL

Conquistamos a categoria Ouro na 3ª edição do Prêmio WEPS Brasil – Empoderando as Mulheres. Iniciativa da ONU Mulheres e do Pacto Global, com apoio da União Europeia e OIT (Organização Internacional do Trabalho), o prêmio reconhece as empresas brasileiras com mais esforços para promover a igualdade no ambiente de trabalho, na cadeia de valor e nas comunidades. A conquista reflete nosso compromisso com o tema e a consolidação das nossas iniciativas voltadas a uma cultura inclusiva.

## Desenvolvimento de pessoas

Com relação ao desenvolvimento dos nossos profissionais, ao longo do último ano repaginamos nossos programas de Estágio e Trainee, inspirados no método learn on the job, com a proposta de que os participantes aprendam fazendo. Os programas contam com feedbacks periódicos que permitem aos jovens desenvolverem a maturidade pessoal e profissional. O Programa Trainee Vivo também oferece um MBA em Gestão de Negócios na ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), em horário de trabalho e subsidiado pela organização, e um módulo internacional em Barcelona, na Espanha, para os jovens que mais de destacarem durante os 18 meses de atividades. Além disso, os trainees têm a oportunidade de atuar em projetos estratégicos da organização, participar de encontros com a alta liderança e realizar job rotations em áreas de interface.

Guiados pela transformação digital, aprimoramos a experiência do candidato que deseja ingressar na empresa, investimos em ferramentas de digitalização e inovação em todas as etapas do processo seletivo, desde a fase de recrutamento até a admissão, para dar mais agilidade e assertividade, o que traz ganhos de tempo e recurso.

Para o recrutamento e seleção, passamos a usar a plataforma Gupy, que permite internalizarmos as etapas desse processo, proporcionando mais eficiência e transparência, possibilitando ao candidato acompanhar todas as fases, com respectivos *feedbacks*. A etapa em que formalizamos a oferta de emprego também passou por uma evolução, em parceria com a OvermediaCast. Os aprovados recebem por e-mail ou por SMS um vídeo com nossa proposta e informações sobre os benefícios. O processo de admissão é feito por meio da plataforma Acesso RH, na qual o futuro colaborador preenche suas informações pessoais, tira fotos de seus documentos e os envia diretamente de seu *smartphone* para validação inteligente de dados.

### DNA EM AÇÃO

Durante 2019, mais de 350 gestores – entre vice-presidentes, diretores e gerentes – participaram do programa DNA em Ação, visitando lojas, porta a porta, campo, *call center* e audiências judiciais. Eles tiveram a oportunidade de conhecer e vivenciar mais o atendimento oferecido ao nosso cliente, como parte do processo de aperfeiçoamento do nosso programa DNA Vivo.



### RECONHECIMENTO EXTERNO

Todo o trabalho desenvolvido em Gestão de Pessoas desperta o interesse de quem procura emprego. Ficamos na **13ª colocação do LinkedIn Top Companies 2019**, que elenca as 25 empresas mais desejadas para se trabalhar.

A lista leva em conta fatores como interesse dos talentos pela empresa, engajamento com funcionários, procura por vagas e retenção de funcionários. A análise abrange ações realizadas na rede entre janeiro de 2018 a janeiro de 2019 e inclui apenas empresas com mais de 500 funcionários. Fomos a única empresa de telefonia a marcar presença no *ranking*.



Gupy e OvermediaCast são *startups* investidas pela Wayra, nosso *hub* de inovação aberta. A contratação das soluções para integrarem nossas ferramentas digitais de recrutamento e admissão estão alinhadas ao novo posicionamento da Wayra em ser um ativo essencial para a estratégia de nossa transformação digital, tendo como um de seus objetivos encontrar *startups* que possam fazer negócios conosco, além de outras marcas do Grupo Telefônica pelo mundo, e corporações no mercado.

A transformação e a mudança também foram diagnosticadas no estudo de cultura para entender nossas potencialidades frente a nossa estratégia de longo prazo, por meio de uma pesquisa, respondida por mais de 17 mil colaboradores, além de entrevistas com líderes e focus groups com colaboradores. Também foi reestruturada a Pesquisa de Motivação, mais focada nas necessidades dos colaboradores, cultura da empresa, tendências de mercado e alinhada com nossa estratégia. A pesquisa teve como principal indicador a satisfação das pessoas, o e-NPS (Employee Net Promoter Score). Ele é fundamentado na mesma metodologia que utilizamos para medir a satisfação dos clientes (NPS). A pesquisa de motivação teve 87% de adesão e o e-NPS foi de 72,5.



## GESTÃO NA PALMA DA MÃO

Utilizamos também a tecnologia em processos internos para aprimorarmos a gestão de equipes. Nossos líderes passaram a contar com o People Book, ferramenta que dá acesso a todas as informações dos seus times em Power BI, tais como *turnover*, diversidade, massa salarial, hora extra, programação de férias etc, dando agilidade e eficiência nas tomadas de decisão dos nossos líderes.



Para 2020, teremos um grande projeto, alinhado a uma estratégia global da companhia, chamado de *reskilling*, que é a capacidade que nossos colaboradores têm de adaptar suas habilidades e competências ao novo mundo digital. Começamos o trabalho em 2019 entrevistando todos os vice-presidentes para entender quais são as novas competências para os desafios do futuro do negócio, com oportunidades e *gaps* claros. Como temos pessoas aculturadas e identificadas com a companhia, entendemos que é mais rápido treiná-las em novas ferramentas e conhecimentos.

➤ Ferramentas digitais trazem tecnologia e inteligência artificial nos processos de gestão de pessoas

## Saúde e segurança

Temos uma gestão comprometida com a saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores. Para promover a qualidade de vida dos nossos profissionais e o cumprimento da legislação trabalhista vigente, somente em 2019, investimos R\$ 1,8 milhão em treinamentos e ações de conscientização. Com foco nas equipes de campo, promovemos também o DSS (Diálogo Semanal de Segurança), que busca manter uma cultura de segurança para a adoção de comportamentos seguros.

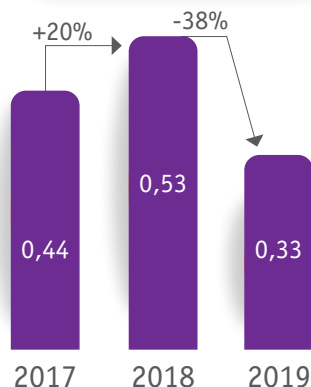
Em 2019, melhoramos nossos indicadores de gravidade e frequência. O resultado é reflexo do aumento de inspeções em campo, maior percentual de treinamentos aplicados, melhoria nas investigações de acidente e, consequentemente, de ações preventivas precisas na prevenção e controle de riscos em cada setor da empresa. Em 2019, não registramos nenhum acidente fatal.



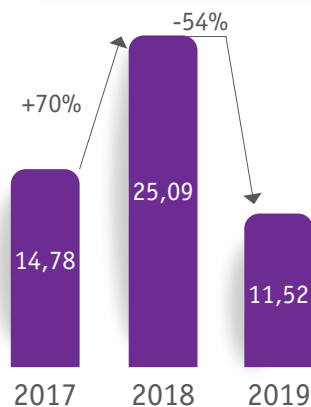
### COMPROMISSO COM OS PARCEIROS

Acompanhamos também o desempenho de Saúde e Segurança dos nossos prestadores de serviços. Mais do que checar o cumprimento das obrigações legais, estimulamos nossos parceiros a adotar as melhores práticas como forma de respeito aos profissionais.

#### Taxa de frequência de acidentes entre colaboradores\*



#### Taxa de gravidade de acidentes entre colaboradores\*



\*As taxas de saúde e segurança apresentam valores diferentes dos valores do reporte global por conta da diferença no critério utilizado para a contabilização de horas trabalhadas.



➤ Em 2019, constituímos 58 CIPAs (Comissões Internas de Prevenção de Acidentes), que representaram 81% dos colaboradores



A man and a woman are sitting at a desk in a modern office, looking at a computer monitor. The woman is holding a white mug and smiling. The man is looking at the screen with a focused expression. The background shows a blurred office environment with plants and warm lighting.

# 06

## Sustentabilidade na cadeia de fornecedores

- Avaliação de riscos
- Monitoramento
- Gestão de Aliados



# Sustentabilidade na cadeia de fornecedores

Temos como compromisso promover o desenvolvimento sustentável em toda a nossa cadeia de valor. Para isso ser possível, sabemos da importância de estarmos próximos dos nossos fornecedores e apoiá-los na busca pela redução de riscos socioambientais e na adoção de boas práticas de gestão e de sustentabilidade.

Desde 2016, contamos com uma Política de Sustentabilidade para a Cadeia de Fornecimento, baseada nos nossos Princípios de Negócio Responsável, mas com foco no compromisso assumido por nós com a Gestão Responsável da Cadeia de Fornecimento. A Política direciona a atuação de todos os nossos parceiros e contém os Princípios e os Critérios Mínimos de Negócio Responsável que nossos fornecedores devem seguir.

Todos os nossos parceiros que participam do processo de compras, ao se cadastrarem na plataforma de compras, aceitam os termos e condições dispostos nas cláusulas anticorrupção e nos Princípios de Negócio Responsável, bem como prestam as declarações constantes do Certificado Anticorrupção e aceitam a nossa Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores. Além disso, nos processos de contratação, adotamos cláusulas contratuais para nossos parceiros se comprometerem a atuar em total conformidade com a legislação vigente, seja nos aspectos trabalhistas, ambiental, tributários e relativos a direitos humanos.

Em 2019,  
contratamos  
1.247  
fornecedores,  
96,9% deles  
locais. Este  
investimento  
ultrapassa os  
R\$ 25,7 bilhões  
e, com isso,  
contribuímos  
para fomentar  
a economia  
brasileira



Volume de negócios com fornecedores*	2019	2018	2017
Número de fornecedores contratados no ano	1.247	1.301	1.690
Fornecedores locais (%)	96,85	97,77	97,63
Total de gastos com fornecedores (R\$ bilhões)**	25,71	23,50	24,98
Gastos com fornecedores locais (%)***	99,09	99,65	99,62

\* As informações diferem do reporte global, pois consideram apenas a empresa Telefônica Brasil S.A.  
\*\* O gasto com os fornecedores refere-se aos valores adjudicados em todos os anos com orçamento em 2019.  
\*\*\* São considerados locais os fornecedores localizados no Brasil.

No fim de 2019, nossa Política e nossa Normativa Interna passaram por um processo de revisão, liderado pelo Grupo Telefônica com a participação das demais áreas de Sustentabilidade nas operações de outros países, incluindo o Brasil. Esse trabalho resultou em uma nova versão dos documentos, aprovados pelo Conselho de Administração do Grupo Telefônica no fim de janeiro de 2020. A nova versão é alinhada à nova Política Global de Direitos Humanos e aos Princípios de Inteligência Artificial, bem como foco na responsabilidade das subcontratadas e na responsabilidade dos próprios fornecedores em relação à gestão de riscos e impactos socioambientais em suas próprias cadeias.



### BAIXO CARBONO COMO DIFERENCIAÇÃO

O Grupo Telefônica estabeleceu, em 2019, a Instrução de Compras de Baixo Carbono para considerar na contratação os custos em energia do fornecedor. Isso representa um critério de diferenciação nas concorrências para os fornecedores mais eficientes no consumo desse recurso e, em consequência, emitir menos CO<sub>2</sub>e. Para 2020, temos a expectativa de implantar o Programa de Desenvolvimento de Fornecedores em Sustentabilidade, que incluirá, entre outros aspectos, critérios sociais de pré-homologação dos nossos parceiros.



#### Para saber mais

> Clique aqui e conheça nossa Política de Sustentabilidade para a Cadeia de Fornecimento

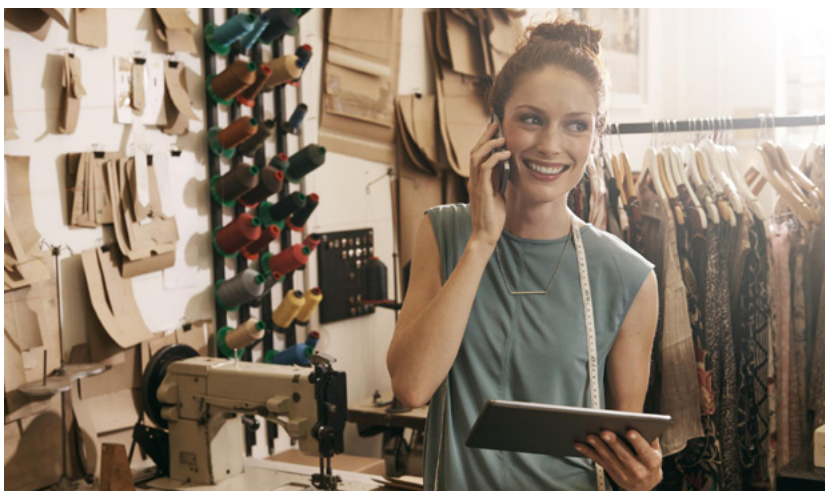
## Avaliação de riscos

Adotamos também um modelo global de gestão de compras e avaliação de riscos, que considera aspectos como produção eficiente, cultura da sustentabilidade e produtos sustentáveis. Desta forma, além de influenciarmos positivamente a cadeia de suprimentos, minimizamos os riscos aos quais nossas operações estão expostas.

Em 2019, realizamos uma revisão de nossa Matriz de Risco de Fornecedores. Elencamos nessa nova visão um conjunto de riscos sociais importantes, incluindo aqueles relacionados a práticas ilegais de trabalho e saúde e segurança ocupacional. Foram mapeadas quatro categorias com maior criticidade.

Definimos ainda um plano de ação para a mitigação desses riscos. Uma das medidas a ser adotada já em 2020 será a implantação de um Programa de Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos, que contemplará a integração de um conjunto de controles, auditorias e verificações que contemplam aspectos relacionados a eventuais práticas ilegais de trabalho.

Em alinhamento com a legislação brasileira, parte das nossas atividades de manutenção nas redes e atendimento aos clientes é terceirizada. Mais do que minimizar os riscos, buscamos disseminar nossos valores e garantir a completa aderência e engajamento dos prestadores de serviço ao nosso programa DNA Vivo, que uniformiza o atendimento para assegurar uma boa experiência aos clientes.



### Categorias de fornecedores com maior criticidade

1º

Canais de  
venda

2º

Manutenção de  
redes e instalação  
de equipamentos

3º

Segurança  
patrimonial, vigilância  
e transporte de  
valores

4º

Obras e  
construções



## Monitoramento

Para assegurarmos o cumprimento integral de todas as exigências estabelecidas para parceiros, uma das nossas frentes de atuação é por meio do monitoramento da cadeia, que envolve mecanismos internos e parcerias com plataformas independentes.

Para acompanhar o desempenho socioambiental dos nossos fornecedores, contamos com a plataforma Ecovadis, metodologia presente em mais de 150 países que atribui uma nota a cada empresa cadastrada em seus sistemas, permitindo a evolução do monitoramento da nossa cadeia de fornecimento. Estimulamos que nossos parceiros preencham o formulário e passem pelo processo de avaliação. Em 2019, foram 30 respondentes, ante 109 no ano anterior.

Nossos principais parceiros também são auditados pelo JAC (Joint Audit Committee), coalizão da qual o Grupo Telefônica participa que envolve as maiores empresas de telecom do mundo para avaliar o *compliance* de suas cadeias de fornecimento compartilhadas. Em 2019, 303 fornecedores foram auditados, sendo um deles no Brasil.

### Requisitos mínimos contemplados em nosso Marco Normativo de Segurança

- Política Global de Segurança;
- Normativa Global de Segurança;
- Regulamentos Globais de Segurança (Gestão de Incidentes, Segurança Cibernética, Continuidade de Negócios, Segurança para Infraestrutura, Desenvolvimento Seguro, Controle de Acesso, Gestão de Mudanças, Cadeia de Suprimentos, Segurança das Pessoas, Segurança Física, Segurança de Rede e Comunicações, Gestão de Ativos);
- Procedimentos Locais de Segurança.



➤ Adotamos plataformas reconhecidas no Brasil e no exterior para monitorar o desempenho socioambiental dos fornecedores

Por meio dessas iniciativas contribuimos com o ODS:



Internamente, contamos com auditorias para avaliar a aderência dos fornecedores a aspectos-chave. Na área ambiental, os parceiros são avaliados quanto aos impactos que podem causar em aspectos como emissões, resíduos, armazenamento de produtos perigosos e prontidão para lidar com emergências ambientais. Dessa forma, conseguimos priorizar os fornecedores em relação ao impacto ambiental potencial e ajudá-los, caso sejam classificados como críticos, com avaliações e planos de melhoria. No fim de 2019, 83 fornecedores eram definidos como críticos.

No campo social, o aspecto crítico é a gestão de dados com confiabilidade e privacidade. Aqueles que têm relação com esse tema são engajados a partir do marco de segurança (saiba mais na página 35).

## Gestão de Aliados

Os 107,7 mil colaboradores dos nossos parceiros estratégicos devem seguir rigorosamente nossos padrões de excelência. Para isso, contamos com a área de Gestão de Aliados, responsável pelo acompanhamento e verificação dos cumprimentos legais, normas de segurança e aplicação dos Princípios de Negócios Responsáveis pelos prestadores de serviços.

A área lidera também a realização de inspeções *in loco* e/ou documentais, com periodicidade mensal, de todas as empresas aliadas com as quais possuímos contratos vigentes. Contamos ainda com um Comitê de Aliados, cuja função é apresentar o status do cumprimento contratual dos aliados no que diz respeito aos itens acompanhados por nós.

Número de aliados por tipo	2019	2018	2017
Call center	30.574	37.741	46.042
Dealers	27.041	27.075	24.732
Outros	16.391	17.514	17.208
Profissionais de saúde	63	115	124
Redes	33.675	39.566	37.411
<b>Total</b>	<b>107.744</b>	<b>122.011</b>	<b>125.517</b>







# 07

## Meio ambiente

- Mudanças climáticas
- Conscientização da sociedade
- Economia circular e consumo de materiais
- Gestão ambiental



## Mudanças climáticas

Estamos sempre em busca de oportunidades que tornem nossa operação mais sustentável e reduzam nosso impacto no meio ambiente como forma de contribuição a uma economia de baixo carbono. Para acompanhar as metas traçadas nos objetivos de mudanças climáticas, por exemplo, contamos com Planos de Energias Renováveis e Programas de Eficiência Energética. Avancamos bastante em ambos os eixos ao longo de 2019.

Conseguimos converter 100% do nosso consumo de energia para fontes renováveis, por meio de uma combinação de aquisição de energia renovável no mercado livre, implantação de projetos em geração distribuída e compra de certificados (I-RECs). Como parte de nosso plano para a gestão de riscos de mudanças climáticas, essa estratégia diversificada é fundamental para regionalizar fontes de geração e garantir a confiabilidade do fornecimento de energia. Avancamos, ainda, no uso eficiente da energia que precisamos, implantando medidas de automação, otimização e modernização de equipamentos e eliminando redundância na rede.

Nossas práticas transparentes relacionadas às emissões de gases efeito estufa nos posicionam como uma das empresas que compõem a carteira do IC02 (Índice Carbono Eficiente), da B3

Por meio dessas iniciativas contribuímos com os ODS:





Com a aquisição de energia renovável, reduzimos em mais de 50% nossas emissões em termos absolutos em 2019, superando os objetivos globais de 2025. Além de possuímos uma frota carbono neutro, passamos a compensar 100% das emissões diretas restantes, incluindo os gases dos Protocolos de Quioto e Montreal, com a compra de créditos de carbono.

Assim, contribuímos para o projeto REDD+ Jari, que promove o manejo sustentável de recursos florestais em comunidades agroextrativistas em mais de 900 mil hectares nos estados do Pará e Amapá. Ao promover o bem-estar e a capacitação das comunidades, elas tornam-se mantenedoras da Floresta Amazônica, evitando assim as emissões provenientes do desmatamento.

Além do projeto REDD+ Jari, contribuímos também para o projeto de geração de energia eólica (VTRM Renewable Energy), que possui impactos sociais e ambientais positivos na região Nordeste. O projeto possui foco nas necessidades das comunidades locais, por meio da construção coletiva ajudando a transformar as realidades e a colaborar para um legado no território. Diante de uma matriz brasileira de energia elétrica diversificada, a energia eólica vem se

Somos  
carbono  
neutro,  
compensamos  
100% de  
nossas  
emissões  
diretas



## RISCOS CLIMÁTICOS

Monitoramos os riscos relacionados às mudanças do clima segundo mapeamento dos principais riscos relacionados à nossa gestão de sustentabilidade. Os principais riscos listados são:

- A inundação de sites técnicos em ambientes com aumento de chuvas;
- A falta de abastecimento em sites que necessitam de água para refrigeração;
- A maior necessidade de refrigeração e aumento do consumo energético;
- A redução de vida útil de equipamentos e infraestrutura;
- Maiores riscos de incêndio;
- Problemas na transmissão de sinal devido ao aumento de chuvas;
- Cortes no fornecimento de energia elétrica;
- Aumento no risco de saúde e segurança dos trabalhadores nos sites técnicos;
- A impossibilidade de acesso a sites remotos por aumento de chuvas e problemas com acessos e estradas.

destacando e o avanço desse mercado contribui para o combate ao aquecimento global. Só em 2018, a fonte evitou a emissão de 21 milhões de tCO<sub>2</sub>e, de acordo com a Associação Brasileira de Energia Eólica (ABEEólica).

Lançamos também um sistema de agendamento para a utilização de carros compartilhados por diferentes áreas da empresa, diminuindo o total de veículos em circulação e garantindo a otimização da frota. Além disso, realizamos um projeto-piloto com carros elétricos. Com autonomia de 300 quilômetros, os três veículos circularam inicialmente na Grande São Paulo, recarregados em eletropostos disponíveis por meio de uma parceria com uma empresa do setor elétrico. A expectativa é que o projeto seja expandido para outras regiões a partir de 2020. Apenas com a implementação dos três veículos, deixamos de emitir 12 toneladas de CO<sub>2</sub> por ano. Na mesma direção, começamos a testar o uso de bicicletas elétricas para fazer visitas a alguns grupos de clientes. Os resultados poderão ser mensurados ao longo de 2020.

Por meio  
dessas  
iniciativas  
contribuímos  
com o ODS:



Para a gestão do nosso consumo de energia, destacamos o Programa de Eficiência Energética, composto por diversas iniciativas e projetos que contemplam desde automação, otimizações, troca de equipamentos por modelos mais eficientes, desligue de equipamentos obsoletos e compactação de centrais.

Na gestão da nossa infraestrutura, contamos com o Projeto SUSI (Sistema Unificado de Suporte à Infraestrutura), que permite monitorar nossos equipamentos remotamente, enviando as equipes técnicas somente em casos em que sua presença se faz necessária. A tecnologia proporciona agilidade e a vantagem de fazer correções antecipadas. Com isso, a plataforma reduz custos e traz ganhos ambientais importantes com a redução de deslocamentos. Além disso, através da implantação da entalpia, promove também a economia de energia, já que é possível aproveitar o ar externo na climatização ambientes internos.

Temos também o projeto de Power Saving Features, que obtém economia de energia durante períodos com baixo tráfego de dados. A redução do consumo é obtida com impacto mínimo no tráfego por meio de células com bloqueio automático em setores com tráfego baixo medido, desde que haja capacidade alternativa suficiente disponível para lidar com o tráfego necessário. Outra frente de atuação são os desligues da rede 2G, desativando frequências de cobertura que não são mais necessárias, como as de 1.800 Mhz e 850 Mhz.



**R\$ 74,5 milhões  
e 120,2 GWh  
de energia  
economizada  
por meio dos  
projetos de  
eficiência  
energética  
em 2019**

#### Ganhos com algumas das iniciativas de eficiência energética em 2019

#### Economia em MWh

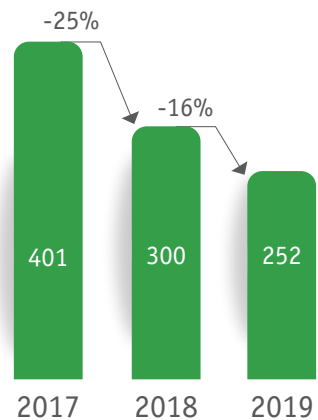
#### Economia em R\$ mil

Projeto SUSI (climatização – entalpia)	7.644	3.438
Ajuste de <i>setpoint</i> de ar condicionado	21.558	10.101
Desligues 2G – frequência 1.800 Mhz (via software)	20.637	12.537
Desligues 2G – frequência 850 Mhz (via software)	980	569
Desligues 2G – frequência 1.800 Mhz (fisicamente nos sites)	16.839	9.739
Desligues 2G – frequência 850 Mhz (fisicamente nos sites)	849	532
Adicional Desligues 2G	3.125	1.791
Power Saving Features	7.508	4.265

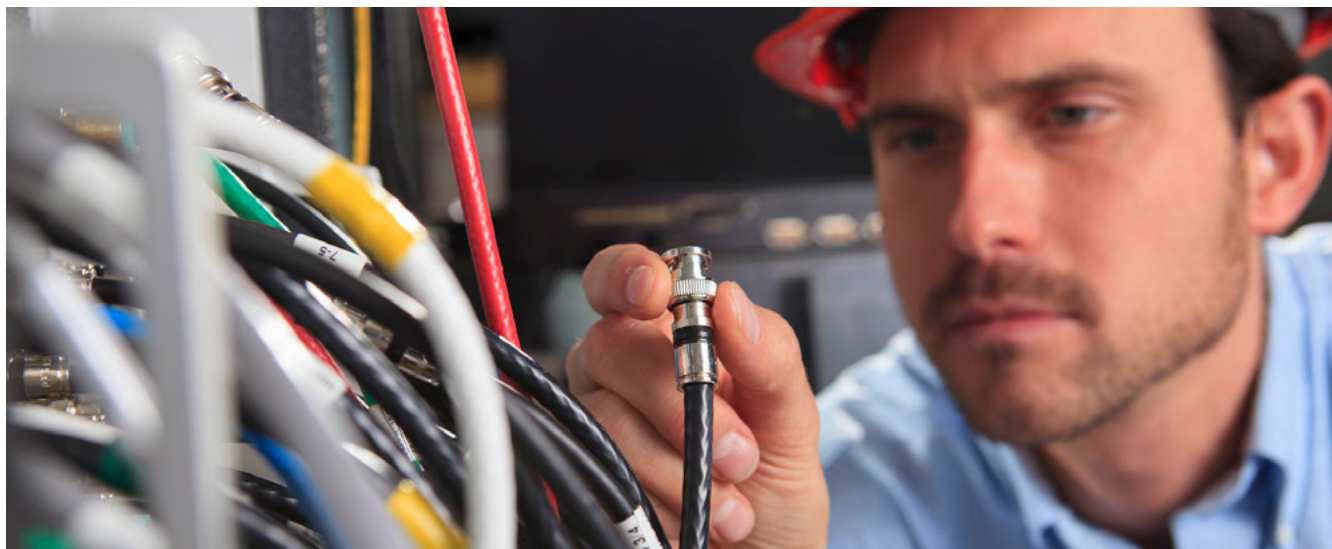
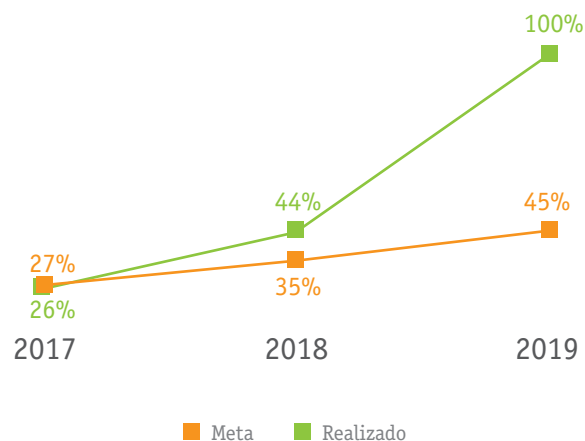




Consumo de energia por  
tráfego (GJ/Pb)



Participação de fontes renováveis  
em nossa matriz energética



Consumo de energia (GJ)

Energia gerada pela queima de combustíveis\*

	2019	2018	2017
Diesel	60.493	64.432,00	64.547,00
Gasolina	145.026	165.309,00	195.702,00
GLP	0	2	0
Etanol	139.388	147.409	151.029
<b>Total</b>	<b>344.907</b>	<b>377.152,00</b>	<b>411.278,00</b>

Energia elétrica adquirida\*\*

	2019	2018	2017
<b>Total</b>	<b>6.625.200</b>	<b>6.505.730</b>	<b>6.406.131</b>
Percentual proveniente do Mercado Livre (renovável)	25,4%	27%	26%
Percentual compensado com certificados I-REC	69,7%	17%	0%
Percentual de geração distribuída	1,8%	0%	0%
Percentual de energia elétrica proveniente de fontes renováveis	100%***	44%	26%
Gastos com energia elétrica (R\$ milhões)	1.080,56	762,7	819,8

\*Adota os fatores de conversão do Balanço Energético Nacional 2019 e abrange a queima de combustíveis na frota e nas operações. Apenas o etanol é considerado de fonte renovável, uma vez que as porcentagens do biocombustível não foram consideradas.

\*\*A Telefônica não adquire outros tipos de energia, nem vende energia.

\*\*\*Do total, 3% são referentes a i-RECs emitidos em março de 2020, após fechamento da auditoria da Espanha (em fevereiro de 2020).

## Metas globais mais audaciosas

Durante 2019, o Grupo Telefónica anunciou os novos objetivos globais na 10ª edição do Workshop de Energia e Mudanças Climáticas, realizado em Sevilha, na Espanha. As metas são bem mais audaciosas e respaldadas na ciência, certificadas pela iniciativa SBTi (Science-based Target Institute), iniciativa que avalia o quanto a empresa precisa reduzir para estar alinhada ao objetivo de redução do aquecimento global.

Uma das mudanças foi de 50% de redução nas emissões diretas e indiretas em termos absolutos até 2025 e 70% até 2030. Além do compromisso de diminuir as emissões na nossa cadeia de fornecedores, temos outra meta relacionada a nossos clientes para que, até 2025, eles deixem de emitir o equivalente a dez vezes as nossas emissões (conheça todas as metas no quadro “Novas metas globais”). A ideia é que o nosso negócio impulse outros setores da economia a se descarbonizar na medida em que nossos serviços, sejam de telefonia ou digitais, evitam deslocamentos e o consumo de energia dos nossos clientes, diminuindo a pegada de carbono deles.

Emissões dos clientes evitadas pela digitalização (mil tCO <sub>2</sub> e)*	2019	2018	2017
Gestão de frotas	16,5	20,1	21,3
Gestão da força de trabalho	0,9	0,9	1,0
Telecomunicações	238,8	99,5	96,8
Áudio/Vídeo conferência	65,9	0,2	0,2
Serviços de <i>cloud</i> e visualização	0,2	0,2	0,2
Internet das Coisas (IoT)	352,2	na	na
<b>Total</b>	<b>674,4</b>	<b>120,9</b>	<b>119,5</b>

\*Em 2019, houve uma ampliação das metodologias e categorias de cálculo, em relação a 2018.

### Novas metas globais

#### Mais eficiência energética

Reduzir em 85% o consumo de energia por unidade de tráfego (MWh/PB) até 2025, na comparação com 2015;

#### Mais energia renovável

Usar 85% da eletricidade de fontes renováveis em 2025 e 100% em 2030;

#### Menos emissões de CO<sub>2</sub>

Diminuir 50% das emissões até 2025 e 70% até 2030, em relação a 2015, e conseguir ser carbono neutro até 2050;

#### Reduzir as emissões de CO<sub>2</sub>

Reduzir as emissões na nossa cadeia em 30% por euro comprado até 2025, em relação a 2016;

#### Multiplicar impactos positivos

Evitar 10 toneladas de CO<sub>2</sub> nos clientes por cada tonelada emitida pela Telefónica até 2025 (*Net Positive*).



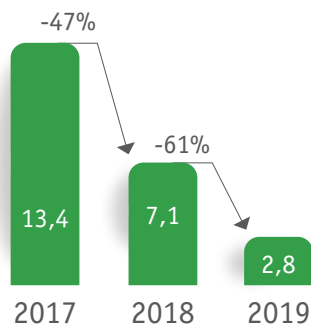
## Inventário de emissões

Como forma de avaliar o nosso impacto e definir estratégias para mitigá-lo, monitoramos, desde 2010, as emissões geradas em nossa operação seguindo as diretrizes do Programa Brasileiro GHG Protocol. Desde 2012, nosso inventário é qualificado com o Selo Ouro – a melhor classificação aplicável na plataforma, que evidencia a assecuração externa dos dados.

Seguindo orientações do Grupo Telefônica, passamos a considerar as emissões de gases do Protocolo de Montreal em nossas emissões de escopo 1. Assim, reforçamos o compromisso em reduzir nosso impacto direto no clima, com a compensação de 100% de todos os gases com potencial de aquecimento global.

O resultado aponta redução de mais de 50% em nossas emissões de escopos 1 e 2, principalmente pelo menor consumo de combustíveis e pela evolução da participação de fontes renováveis para 100% da nossa matriz. Buscamos continuamente reduzir o escopo 3. Um dos nossos aliados neste processo é a digitalização, já que nosso negócio contribui para que os clientes emitam menos na gestão de frotas e de pessoas, seja pelo uso de videoconferências ou de serviços de *cloud*, por exemplo.

### Emissões de escopo 1 e 2 por tráfego (tCO<sub>2</sub>e/Pb)\*



\*Calculado como:  
[Escopo 1 (incluindo gases de Montreal) + Escopo 2 (Market Based)] / Pb)



### ESCOPO 1

Emissões diretas de GEE, provenientes da queima de combustíveis e emissões fugitivas na operação.

**TOTAL:**  
**73.913 tCO<sub>2</sub>e**



### ESCOPO 2

Emissões indiretas de GEE, provenientes do consumo de energia elétrica na operação.

**Location Based:**  
**138.102 tCO<sub>2</sub>e**

**Market Based\*:**  
**4.137 tCO<sub>2</sub>e**



### ESCOPO 3

Outras emissões indiretas de GEE

**TOTAL:**  
**297.403 tCO<sub>2</sub>e**

\*Para alinhamento com o Grupo Telefônica, deixamos 3% de emissões residuais, cujos I-RECs foram liberados somente após a auditoria do Grupo Telefônica de janeiro de 2020. Essa parcela de certificados foi emitida em março, garantindo 100% de energia renovável.



#### Para saber mais

> Clique aqui e acesse nossos inventários no Registro Público de Emissões do Programa Brasileiro GHG Protocol

## Conscientização da sociedade

No último ano, inauguramos nossa primeira loja sustentável no shopping Vila Lobos, em São Paulo (SP), com resultados importantes em termos de ecoeficiência. A unidade segue os conceitos LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), selo criado pela organização americana U.S. Green Building Council, e atende a mais de 80 pontos nas nove categorias da certificação ambiental internacional para atingir o selo Platinum.

A sustentabilidade está presente no mobiliário com certificação ambiental, na redução do consumo de energia elétrica e na sua utilização a partir de fontes renováveis – com a compra de crédito –, além da eliminação completa de copos plásticos.

A redução do consumo de energia prevista é da ordem de 28% quando comparada a uma loja tradicional. Isso foi possível graças à instalação de sistemas de automação para controle da iluminação, calibrados para garantir economia e segurança e recuperação da energia do ar-condicionado com consumo reduzido de água gelada. Todas as lições aprendidas serão colocadas no manual de lojas para incorporarmos os aspectos mais relevantes em outras unidades.



### CAMPANHA SETORIAL

Segundo levantamento do SindiTeleBrasil (Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviços Móvel Celular e Pessoal), todos os meses 76 milhões de clientes de telefone fixo, celular, banda larga e TV por assinatura ainda recebem a fatura impressa. Em média, são 152 milhões de folhas enviadas todos os meses no Brasil.

Para nós, incentivar a adoção da conta digital é um compromisso de longa data. Além de poupar o consumo de papel, energia e água para a emissão e envio da fatura física, a Conta Digital também significa simplificar e melhorar a experiência do cliente com o recebimento da conta. São mais de 25 milhões de clientes com contas enviadas digitalmente. No último ano, expandimos esse posicionamento ao participar da campanha “#FaturaDigital – seja consciente”, organizada pelo SindiTeleBrasil em parceria com as operadoras.



Em todas as nossas lojas, oferecemos aos clientes informação de quais aparelhos oferecem menor impacto ao meio ambiente. Entre os aparelhos que comercializamos em 2019, 68,3% possuem o selo Ecorating, que avalia, com notas de 0 a 5, mais de 100 critérios socioambientais na produção e destinação dos *smartphones*. A avaliação é feita pela ONG Forum for The Future, do Reino Unido.

Também com vistas à conscientização, lançamos os resultados da pegada de carbono de nossos serviços, que estão disponíveis para que nossos clientes calculem sua emissão por utilização. Assim, temos a oportunidade de compartilhar com os usuários a responsabilidade de cuidar do meio ambiente.

Engajamos nossos clientes para o consumo responsável, desde a ambientação das lojas até a disponibilização de informações para que eles identifiquem a pegada de carbono pelo uso dos nossos serviços

Por meio dessas iniciativas contribuimos com o ODS:





# Economia circular e consumo de materiais

No último ciclo, fortalecemos as ações voltadas para a logística reversa de resíduos eletrônicos. Um dos destaques é o programa Recicle com a Vivo – pioneiro em abrangência nacional, existente desde 2006 –, em que oferecemos aos clientes e não clientes a coleta e destinação de celulares, carregadores e baterias que não são mais utilizados.

Em 2019, implementamos uma meta para as lojas no contexto do programa e aprimoramos a comunicação para que as nossas unidades conhecessem melhor o procedimento da destinação, de forma que entendessem o que era feito com os equipamentos depois de recolhidos. O resultado foi um aumento de 25% do recolhimento em relação ao ano anterior, com um total de mais de 113 mil itens recolhidos, o equivalente a 6,6 toneladas. A receita com esses resíduos é doada à Fundação Telefônica e utilizada em um dos projetos de educação.

Já os clientes que querem trocar seu aparelho em bom estado por modelos mais novos podem optar pelo programa Vivo Renova, que oferece descontos nos novos *smartphones* mediante a entrega do usado. Os aparelhos em bom estado são novamente comercializados por uma empresa parceira, após serem recondicionados. Desta forma, oferecemos uma destinação adequada ao equipamento usado e ampliamos o acesso dos clientes às novas tecnologias.

Desde o início  
do Recicle  
com a Vivo,  
já recolhemos  
aproximadamente  
5 milhões de  
equipamentos  
de resíduos  
eletrônicos



No Negócio Fixo, lançamos campanhas para ampliar a recuperação e reciclagem de dispositivos como *modems*, *decoders* e outros aparelhos utilizados para prover internet dos clientes. Uma delas foi o Projeto de Coleta em Prédios Administrativos, que recebeu equipamentos nos escritórios de São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Salvador e Fortaleza. Os materiais coletados foram enviados ao Centro de Reparos, em São Paulo (SP), para tratativa de reaproveitamento ou para empresas de reciclagem daqueles equipamentos sem condições de reparo, dando a correta destinação dos materiais. Houve também um processo adicional ao de coleta regular existente, em que passamos a propor ao cliente a possibilidade dele próprio levar os equipamentos até nossas lojas e revendas após abertura de chamado em *call center* ou via *web*. Assim, incentivamos que mais equipamentos sejam recondicionados voltando para o uso, tendo como objetivo uma economia cada vez mais circular.

Equipamentos de clientes destinados a logística reversa	2019		2018	
	Peso (toneladas)	Quantidade de itens	Peso (toneladas)	Quantidade de itens
Recicle com a Vivo	6,64	113.140	5,0	89.921*
Vivo Renova	16,70	114.489	11,9	84.227
Telefonia fixa – reciclagem	523,09	1.394.905	438,03	1.168.089
Telefonia fixa – recuperação	419,58	1.016.878	527,96	1.408.229
<b>Total</b>	<b>966,01</b>	<b>2.639.412</b>	<b>982,89</b>	<b>2.750.466</b>

\*Houve mudança de premissa para a contabilização, que passou a incluir todos os itens recebidos nas urnas. Por isso, existe a diferença no valor historicamente reportado.

Um dos focos da nossa atuação em logística reversa é por meio do envio de equipamentos e materiais para reciclagem e reúso. Em 2019, obtivemos um aumento de 13,3% de reciclagem, principalmente pelo maior volume de cabos, metais e RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos) operacionais e de escritório. Em reúso, apesar do aumento da destinação de celulares de clientes, registramos uma queda de 19,2%, devido à redução de *modems*, roteadores e decodificadores, também chamados de RAEE da nossa rede casa-cliente.

Na logística reversa, em 2019, reciclamos mais de 96% dos cabos e sucatas de metais, sendo que a principal destinação foi para reutilização nas indústrias metalúrgica e alimentícia. E quanto a *modems* e decodificadores, recondicionamos mais de 1 milhão de unidades evitando a compra de equipamentos novos.

No ambiente interno, acreditamos que pequenas mudanças de hábitos podem fazer a diferença. Com a implantação do programa de redução de consumo de descartáveis nas áreas administrativas, *call centers* e áreas técnicas, reduzimos o uso de copos descartáveis para consumo de água e café. Isso foi possível graças a campanhas internas de sensibilização para engajarmos nossos colaboradores a substituírem os descartáveis por xícaras, garrafas ou copos de consumo permanente. Também construímos copas nos andares que não possuíam. Adicionalmente, queremos ampliar o escopo do projeto para além de copos plásticos. Para isso, estamos em contato com os restaurantes que atendem nossos prédios para eliminarem a distribuição de materiais que gerem resíduos resíduo.

97% dos resíduos de nossa  
rede são destinados para  
reciclagem ou reúso

Destinação de resíduos por tipo e método (toneladas)	2019	2018	2017
<b>Reciclagem</b>			
Papel e papelão	80,9	37,7	15,3
Cabos e metais	6.478,2	5.713,9	6.339,0
Baterias*	1.238,4	1.104,9	1.590,0
Lâmpadas fluorescentes*	0,5	2,6	3,7
RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos) da operação	1.279,1	1.179,9	757,0
RAEE de clientes	523,1	438,0	528,4
Telefones móveis de clientes	6,6	5,0	8,1
<b>Total</b>	<b>9.606,8</b>	<b>8.482,0</b>	<b>9.241,5</b>
<b>Reúso</b>			
RAEE de clientes	419,6	528,0	449,0
Telefones móveis de clientes	16,7	11,9	11,0
<b>Total</b>	<b>436,3</b>	<b>539,9</b>	<b>460,0</b>
<b>Aterro</b>			
Cabos e metais	299,1	298,6	352,0
Telefones móveis de clientes	0,1	0,1	0,1
<b>Total</b>	<b>299,2</b>	<b>298,7</b>	<b>352,1</b>

\*Apenas baterias e lâmpadas fluorescentes são resíduos perigosos. Os demais resíduos destinados são classificados como não perigosos.



## Gestão ambiental

Para garantir nossa gestão ambiental, contamos com diretrizes e procedimentos que nos auxiliam no cumprimento da legislação ambiental vigente. Em nossas operações, contamos com um SGA (Sistema de Gestão Ambiental) cujo objetivo é aprimorar o controle dos riscos e evitar possíveis passivos ambientais, multas e danos à reputação. O SGA abrange os processos de planejamento, implantação, manutenção, operação e desativação das redes móvel e fixa em 51 municípios onde atuamos, selecionados de acordo com a relevância e criticidade para nossa atuação.

Também a partir do SGA, realizamos um Plano de Auditorias Anual que verificar a eficácia dos controles operacionais, a gestão dos aspectos e impactos da nossa operação e o atendimento aos requisitos legais.

Tivemos em 2019 nossa recertificação da ISO 14001:2015, necessária a cada três anos. Contamos também com alguns aperfeiçoamentos, como KPIs de atendimento legal nos prédios técnicos localizados nos 51 municípios de atuação do SGA, além do monitoramento de mais de 80 fornecedores que tenham impacto crítico relacionado ao meio ambiente.

Por meio  
do SGA, <  
recertificado  
na ISO 14001  
no último ano,  
planejamos e  
gerenciamos  
aspectos  
ambientais da  
nossa operação  
em rede fixa e  
móvel em 51  
municípios







# 08

## Resultados financeiros

- Desempenho por segmento
- DVA



## Resultados financeiros

Mesmo em um cenário de inflação baixa e retomada lenta da atividade econômica brasileira, voltamos a crescer em 2019, principalmente nas receitas de dados e serviços digitais móveis e banda larga de ultravelocidade (FTTH). Essas receitas já respondem por 52,5% do nosso faturamento.

Pela primeira vez na nossa história, tivemos a receita de banda larga fixa maior do que a de voz fixa, o que sinaliza uma mudança importante de comportamento dos consumidores brasileiros. Enquanto a receita de banda larga atingiu R\$ 5,7 bilhões em 2019 a receita com voz ficou em R\$ 5,3 bilhões no período.

Em 2019, a receita líquida móvel total registrou expressivo crescimento de 4,8%, influenciada, principalmente, pelo crescimento de 6,0% da receita de dados e serviços digitais – que representa 74% de toda a receita líquida móvel –, pela migração de clientes para planos pós-pago com maior valor, e pela maior receita de aparelhos, que cresceu 40,7% no ano, alinhada à estratégia de ganhar representatividade nesse mercado, com venda de aparelhos e acessórios, atraindo consumidores de alto valor às lojas físicas e virtual.

No segmento móvel, a receita de dados e serviços digitais aumentou ainda mais sua representatividade e registramos uma sólida migração de clientes para planos pós-pagos



## Desempenho por segmento

A receita de banda larga cresceu 9,8% no ano, impulsionada pela receita de FTTH, que já representa 36% de toda a receita do segmento e cresceu 45,8% quando comparado ao igual período do ano anterior. A evolução reflete nossa estratégia de aumentar a base e a migração de clientes para velocidades mais altas, expandindo os acessos em fibra, que apresentaram crescimento de 30,8% no ano, com 2,5 milhões de acessos. A estratégia impacta diretamente o ARPU (receita média por cliente, do inglês Average Revenue Per User) de banda larga, que cresceu 13,2% em relação ao ano anterior, além do acelerado processo de expansão da rede de Fibra para 43 novas cidades.

A receita de TV por assinatura apresentou queda de 5,3% no ano, e redução de 15,8% nos acessos – provocada pela estratégia da Companhia de cessar a comercialização de DTH. Por outro lado, no IPTV (TV por fibra), cuja receita expandiu 32,1% comparada a 2018, a evolução de acessos foi positiva, com crescimento de 23,4% no ano, refletindo no ARPU de TV, com alta de 4,3% no período.

No segmento B2B, fizemos um trabalho consistente que nos proporcionou voltar a crescer. A Receita de Dados Corporativos e TI apresentou alta de 9,9% no período, beneficiada pelo forte desempenho das receitas de novos serviços, como dados, *cloud computing*, outros serviços de TI e vendas de equipamentos, impulsionando o segmento B2B como um dos principais parceiros no processo de transformação digital das empresas. Vale destacar que, neste contexto, nos tornamos um dos principais revendedores da Microsoft no Brasil.

No ano de 2019, a empresa registrou lucro líquido contábil de R\$ 5,0 bilhões, uma redução de 44,0% em relação a 2018, devido, principalmente, ao efeito positivo, em 2018, relacionado a decisões transitadas em julgado no STJ (Superior Tribunal de Justiça) reconhecendo o direito de exclusão do ICMS da base de cálculo das contribuições ao PIS e COFINS.

Nossa empresa tem forte e sustentável geração de caixa e uma sólida estrutura de capital. Além disso apresentamos no ano uma combinação única de crescimento em receita, EBITDA e fluxo de caixa, ao mesmo tempo em que seguimos investindo em patamares elevados. Tudo isso é feito mantendo sólido retorno aos nossos acionistas. Em 2019, deliberamos o crédito de juros sobre capital próprio e dividendos no valor bruto de R\$ 7 bilhões, reafirmando, mais uma vez, nosso compromisso com a maximização do retorno ao acionista.

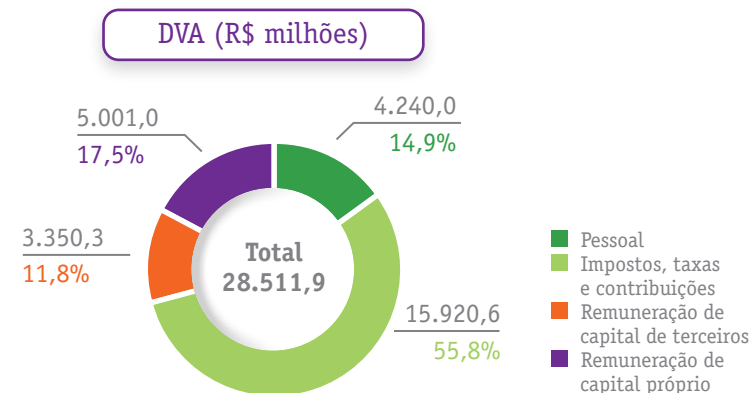


**R\$ 7  
bilhões**

**pagos aos  
acionistas a  
título de juros  
sobre o capital  
próprio e  
dividendos em  
2019**

## DVA

Totalizou R\$ 28,5 bilhões de valor adicionado em 2019, ante R\$ 36,7 bilhões no ano anterior, uma queda de 22,3%. Do total, 55,8% foram direcionados ao pagamento de impostos, taxas e contribuições.





# 09

## Sobre o relatório

- Materialidade
- Complemento aos itens de divulgação GRI
- Sumário de conteúdo da GRI



# Sobre o relatório

Nosso Relatório de Sustentabilidade é uma importante ferramenta de prestação de contas à sociedade e disponibilização a todos os nossos *stakeholders* de informações relevantes relacionadas à nossa estratégia, gestão das operações e impactos econômicos, sociais e ambientais. Elaborado anualmente desde 2004, esse documento atende ao GRI Standards, padrão global mais adotado nesse tipo de publicação pelas empresas, e segue o *framework* do Relato Integrado, com foco na nossa capacidade de gerar valor em seis tipos de capitais (financeiro, manufaturado, natural, humano, intelectual e social e de relacionamento).

Como signatários do Pacto Global da ONU (Organizações das Nações Unidas), apresentamos este Relatório também como informe do avanço na promoção dos 10 Princípios e destacamos ao longo do conteúdo nossa atuação alinhada aos 17 ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável), propostos pela organização com o objetivo de engajar governos e empresas para a construção de uma agenda em prol do desenvolvimento sustentável.



## FICHA TÉCNICA

**Período relatado:** 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2019

**Confiabilidade:** informações auditadas, assim como nos anos anteriores (neste ciclo, pela PwC)

Canal para dúvidas, comentários e sugestões:  
**[sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com)**





# Materialidade

O conteúdo do Relatório de Sustentabilidade é estruturado a partir da nossa Matriz de Materialidade, que reúne as principais temáticas de sustentabilidade que afetam nossa estratégia e a tomada de decisão de nossos stakeholders. Para a definição dos temas materiais, realizamos um processo de consulta com nossos públicos em 2018, considerando ainda o Plano de Negócios Responsáveis e o Painel de Stakeholders, promovido mundialmente pelo Grupo Telefônica. Foram considerados para as análises e engajamentos naquele ano prestadores de serviço, clientes, parceiros comerciais, executivos, pares de mercado, investidores e acionistas, governo, instituições financeiras, colaboradores, imprensa e mídia.

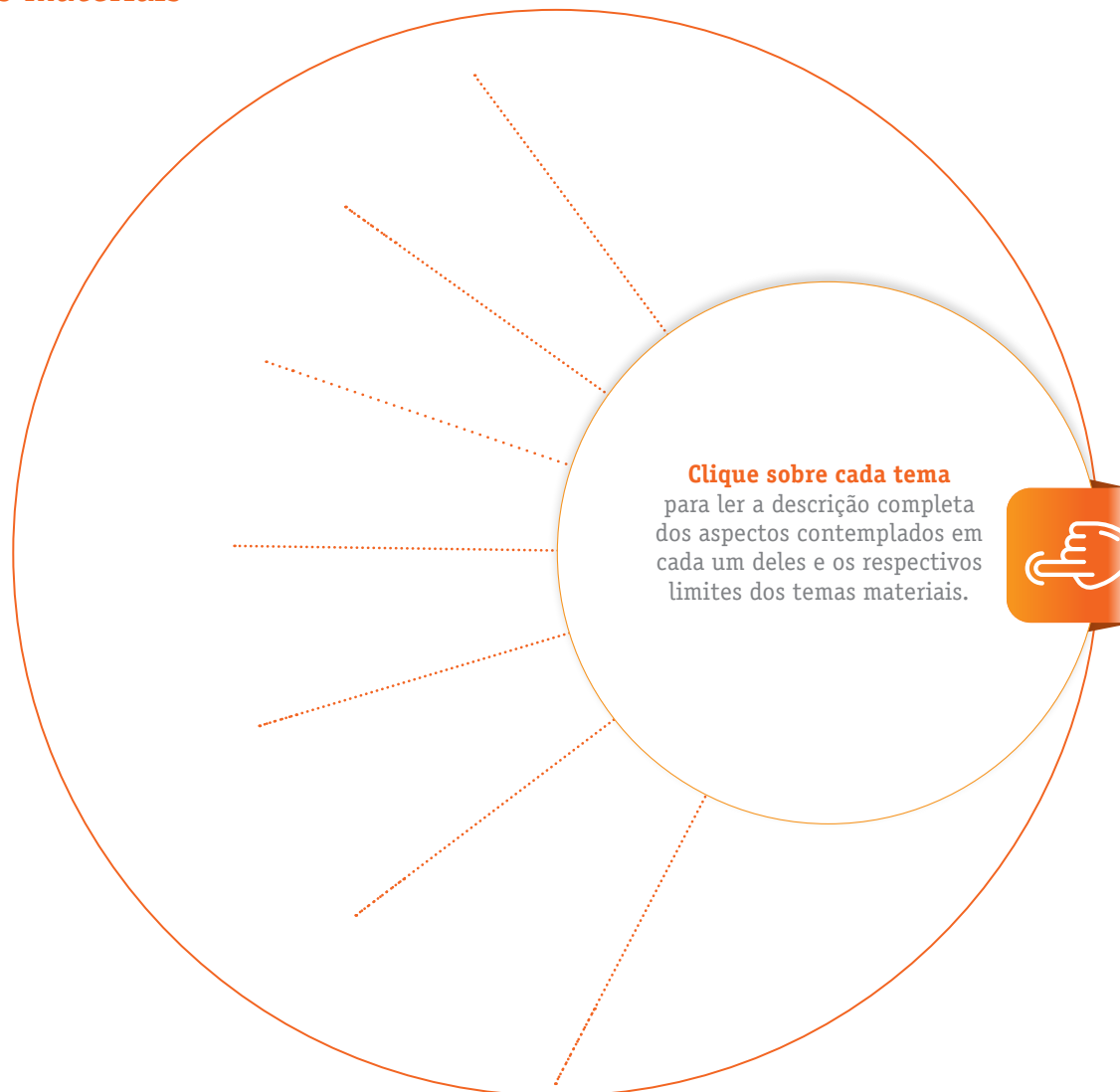
Como resultado, sete temas foram identificados como prioritários: Meio Ambiente, Promessa ao Cliente, Ética, Gestão de Talentos, Confiança Digital, Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores e Contribuição ao Progresso. Para 2020, prevemos a realização de um novo processo de revisão e atualização da nossa matriz.



## Para saber mais

- > Clique aqui para saber mais sobre o processo de elaboração da matriz de materialidade e a aderência desse estudo aos princípios da GRI no Relatório de Sustentabilidade 2018 da Telefônica Brasil (páginas 8 a 10)

## Nossos temas materiais



## Complemento aos itens de divulgação GRI

### 102-3 | Localização da sede

Nossa sede está localizada na cidade de São Paulo.

### 102-8 | Informações sobre empregados e outros trabalhadores

Número de trabalhadores por gênero	2019		2018	
	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino
<b>Por contrato de trabalho*</b>				
Colaboradores efetivos	19.137	13.656	19.055	13.583
Estagiários	7	5	16	11
Aprendizes	95	154	142	237
<b>Por jornada de trabalho</b>				
Integral	16.632	8.738	16.365	8.491
Parcial	2.505	4.918	2.690	5.092

*\*Todos os colaboradores efetivos têm contrato de trabalho por tempo indeterminado. Os estagiários e aprendizes correspondem aos colaboradores com contrato de trabalho por prazo determinado (temporário).*

### 102-13 | Participação em associações

Participamos ativamente de reuniões e debates nas seguintes entidades: Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial); Abta (Associação Brasileira de TV por Assinatura); Amcham (Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos); Asiet (Associação Interamericana de Empresas de Telecomunicações); Brasscom (Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação); CEBEDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável); Ibrac (Instituto Brasileiro de Estudos de Concorrência, Consumo e Comércio Internacional); SindiTelebrasil (Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e do Serviço Móvel e Pessoal); Telcomp (Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas); Telebrasil (Associação Brasileira de Telecomunicações).

### 102-10 | Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores

Não houve mudanças significativas no ano.

### 102-41 | Acordos de negociação coletiva

No último ano, 99,9% dos empregados estiveram cobertos por acordos ou convenções coletivas, totalizando 32.790 pessoas.

### 102-45 | Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas

A lista completa das entidades incluídas nas Demonstrações financeiras pode ser encontrada na página 67, Item 2, d, no documento: <http://ri.telefonica.com.br/pt/documentos/1813-DFP-2018.pdf>. As informações de governança, ambientais e sociais reportadas neste Relatório representam 98,3% do escopo das demonstrações financeiras.

### 102-48 | Reformulação de informações

Eventuais reapresentações de dados, que diferem daqueles reportados em anos anteriores, estão indicadas nas respectivas ocorrências.

### 102-51 | Data do último relatório

O último relatório publicado antes deste foi divulgado em 30/04/2019.

### 102-54 | Declaração de relato em conformidade com Standards GRI

Este relatório foi elaborado de acordo com o GRI Standards: opção Essencial.



102-56 | Verificação externa

A asseguaração do Relatório de Sustentabilidade é coordenada globalmente pelo Grupo Telefônica e o orçamento destinado a esse processo é aprovado no âmbito do Comitê de Auditoria da companhia, envolvendo integrantes da estrutura de governança.

205-1 | Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção

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

205-2 | Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos anticorrupção

Os treinamentos em ética e integridade da Telefônica, que abrangem, entre outros, o tema de corrupção, possuem abordagem diversificada. Todos os colaboradores, quando contratados, passam por treinamento on-line. Além disso, as lideranças são formadas e qualificam suas equipes periodicamente pelo #VivoDeAcordoMultiplique. Ainda, os encontros regionais periódicos envolvem equipes em cada localidade. Essa diversificação na abordagem tem como objetivo treinar 100% dos colaboradores em temas de ética e integridade.

302-4 | Redução do consumo de energia

Em 2019, o Projeto SUSI levou à uma economia de 27.517 GJ. Já o Power Saving Feactures economizou 27.029 GJ.

401-1 | Contratações e rotatividade de empregados

Para o reporte do item de divulgação GRI 401-1 foram considerados apenas colaboradores efetivos, sob o regime CLT. Dessa forma, não são considerados estagiários, aprendizes, terceiros e conselheiros.

Rotatividade em 2019*	Número de contratações	Taxa de contratação**	Número de desligamentos	Taxa de rotatividade***
Por gênero				
Masculino	3.423	17,9	3.404	17,8
Feminino	3.088	22,6	3.045	22,5
Por faixa etária				
Até 30 anos de idade	3.209	35,7	2.576	32,1
Entre 30 e 50 anos	3.124	14,4	3.632	15,6
Mais de 50 anos de idade	178	8,5	241	10,0
Por região				
Norte	159	26,1	147	25,1
Centro-Oeste	382	18,3	634	20,7
Nordeste	527	15,5	480	17,1
Sudeste	3.217	18,5	2.472	16,4
Sul	2.226	23,9	2.716	26,6

\*Os números referem-se às empresas da Telefônica Brasil: Telefônica Brasil S.A. e Terra Networks Brasil S.A.  
\*\*Calculada como o número de contratações sobre o headcount no fim do período.  
\*\*\*Calculada como (total de contratações + total de desligamentos)/2 sobre o headcount no fim do período.

303-1 | Captação de água por fonte

Consumo de água em 2019 (mil m³)	
Abastecimento externo (faturas)	1.174,0
Caminhões-pipa	2,5
Captação subterrânea (poço)	16,2
Total	1.192,7

## 403-2 | Tipos de lesões, taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho

Para o reporte do item de divulgação GRI 403-2 foram considerados todos os colaboradores da Telefônica Brasil, Telefônica Terra Networks Brasil e Fundação Telefônica. As taxas de saúde e segurança apresentam valores diferentes dos valores do reporte global por conta da diferença no critério utilizado para a contabilização de horas trabalhadas.

Taxa de frequência de acidentes*	2019
<b>Por gênero</b>	
Masculino	0,48
Feminino	0,12
<b>Por região</b>	
Norte e Centro-Oeste	0,62
Nordeste	0,46
Sudeste	0,31
São Paulo	0,19
Sul	0,40
<b>Consolidado</b>	<b>0,33</b>

\*Número de acidentes laborais típicos sobre o total de horas trabalhadas vezes 200.000. As horas trabalhadas levam em conta o total efetivo de carga horária.

Taxa de gravidade de acidentes*	2019
<b>Por gênero</b>	
Masculino	18,64
Feminino	1,67
<b>Por região</b>	
Norte e Centro-Oeste	13,42
Nordeste	8,46
Sudeste	11,41
São Paulo	10,34
Sul	13,64
<b>Consolidado</b>	<b>11,52</b>

\*Total de dias perdidos por acidentes dividido pelo total de horas trabalhadas vezes 200.000.

Taxa de absenteísmo*	2019
<b>Por gênero</b>	
Masculino	0,04
Feminino	0,06
<b>Por região</b>	
Norte e Centro-Oeste	0,06
Nordeste	0,08
Sudeste	0,04
São Paulo	0,03
Sul	0,06
<b>Consolidado</b>	<b>0,05</b>

\*Número de dias perdidos por qualquer enfermidade ou acidente, com mais de um dia de atestado, excluindo licença maternidade, dividido pelo total de dias trabalhados.

## 405-2 | Proporção do salário-base e da remuneração das mulheres em relação aos homens

Proporção dos valores pagos às mulheres em relação aos homens em 2019 por nível funcional	Salário-médio	Remuneração*
Cargos diretivos	86%	85%
Cargos de liderança intermediária	101%	104%
Demais cargos	82%	83%

\*A remuneração inclui salário, PPR/bônus e remuneração variável.



#### 405-1 | Diversidade nos órgãos de governança e no quadro de empregados

Composição dos níveis funcionais por gênero em 2019	Masculino	Feminino
Cargos diretivos	77%	23%
Cargos de liderança intermediária	70%	30%
Demais cargos	57%	43%

Composição dos níveis funcionais por faixa etária em 2019	Até 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Mais de 50 anos
Cargos diretivos	0%	77%	23%
Cargos de liderança intermediária	5%	86%	9%
Demais cargos	30%	64%	6%

Diversidade nos órgãos de governança (Conselhos de Administração e Fiscal) em 2019	
<b>Por gênero</b>	
Masculino	80%
Feminino	20%
<b>Por faixa etária</b>	
Entre 30 e 50 anos	13%
Mais de 50 anos de idade	87%

#### 417-3 | Casos de não conformidade em relação a comunicações de marketing

Não recebemos nenhuma multa, penalidade ou advertência do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) em 2019. Tivemos apenas uma representação, que foi arquivada por decisão unânime. No último ano, atuamos em 170 processos judiciais de consumidores que envolvem discussão sobre comunicações de marketing e publicidade (propaganda enganosa). Desses, 48 já se encontram encerrados. O valor total envolvido nas demandas judiciais ainda em andamento é de R\$ 1,3 milhão. Em relação ao Contencioso Especial, no mesmo período tivemos 9 demandas envolvendo o tema de propaganda enganosa. Desses, dois já estão encerrados.

#### 418-1 | Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados do cliente

Em 2019, a Telefônica Brasil teve 13 processos judiciais com queixa comprovada, ou seja, sem êxito para a Companhia, relacionados a divulgação de dados e disponibilização de fatura a terceiros.

#### 409-1 | Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo

Não foi registrado em 2019 nenhum caso de trabalho análogo ao escravo envolvendo a companhia, aliados ou fornecedores. A Telefônica, no entanto, está recorrendo em uma ação judicial movida pelo Ministério Público do Trabalho relacionada a um caso ocorrido em 2014, uma vez que não existe nenhuma relação direta entre a Telefônica e a empresa acusada da prática. A Telefônica não compactua com nenhuma prática de trabalho ilegal e atua constantemente para promover as melhores práticas de gestão e sustentabilidade na cadeia de fornecedores. A empresa mantém um sólido processo de *due diligence* e de monitoramento ao escolher e manter um relacionamento com fornecedores e promove a sustentabilidade e a responsabilidade social, buscando o compromisso com sua Política de Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos e com seus Princípios de Negócio Responsável – código de conduta, que ocorre no momento de contratação. A Telefônica também atua de maneira preventiva diante de riscos legais socioambientais associados às atividades dos fornecedores. Além disso, entende seu compromisso de influenciar positivamente seus parceiros e realiza anualmente o Workshop de Fornecedores e oferece formação e capacitação para que esses possam se desenvolver. Seu Sistema de Gestão Ambiental (SGA), certificado segundo a norma NBR ISO 14.001/2015, também monitora os fornecedores que atuam na gestão da infraestrutura de redes. Em todas as áreas são realizadas auditorias *in loco* para verificar o cumprimento contratual relativamente à observância da legislação trabalhista, previdenciária e de segurança do trabalho por parte desses fornecedores, em que os principais impactos verificados são: saúde e segurança, meio ambiente, ética, trabalho análogo ao escravo e infantil e recursos humanos.

## Sumário de conteúdo da GRI

Standard GRI	Item de divulgação	Página	Omissões	Pacto Global
<b>GRI 101   Fundamentos 2016</b>				
<b>Conteúdo geral</b>				
GRI 102   Conteúdo geral 2016	<b>Perfil organizacional</b>			
	102-1   Nome da organização	8	-	-
	102-2   Atividades, marcas, produtos e serviços	8	-	-
	102-3   Localização da sede	10	-	-
	102-4   Localização das operações	68	-	-
	102-5   Propriedade e forma jurídica	15	-	-
	102-6   Mercados atendidos	8,10	-	-
	102-7   Porte da organização	7	-	-
	102-8   Informações sobre empregados e outros trabalhadores	41 e 68	-	6
	102-9   Cadeia de fornecedores	47 e 50	-	-
	102-10   Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	68	-	-
	102-11   Princípio ou abordagem da precaução	61	-	-
	102-12   Iniciativas externas	19	-	-
	102-13   Participação em associações	68	-	-
	<b>Estratégia</b>			
	102-14   Declaração do decisor mais graduado da organização	3,4 e 5	-	-
	<b>Ética e integridade</b>			
	102-16   Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	9 e 16	-	10
	102-17   Mecanismos de aconselhamento e preocupações éticas	17	-	10
	<b>Governança</b>			
	102-18   Estrutura de governança	15	-	-



Standard GRI	Item de divulgação	Página	Omissões	Pacto Global
GRI 102   Conteúdo geral 2016	<b>Engajamento de <i>stakeholders</i></b>			
	102-40   Lista dos grupos de <i>stakeholders</i>	67	-	-
	102-41   Acordos de negociação coletiva	68	-	3
	102-42   Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	67	-	-
	102-43   Abordagem para o engajamento dos <i>stakeholders</i>	67	-	-
	102-44   Principais tópicos e preocupações levantados	67	-	-
	<b>Práticas de relato</b>			
	102-45   Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	68	-	-
	102-46   Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	67	-	-
	102-47   Lista de tópicos materiais	67	-	-
	102-48   Reformulação de informações	68	-	-
	102-49   Alterações no relato	67	-	-
	102-50   Período coberto pelo relatório	66	-	-
	102-51   Data do último relatório	68	-	-
	102-52   Ciclo de emissão de relatórios	66	-	-
	102-53   Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	66	-	-
	102-54   Declaração de relato em conformidade com Standards GRI	68	-	-
	102-55   Sumário do conteúdo da GRI	72, 73, 74, 75 e 76	-	-
	102-56   Verificação externa	66, 69, 77 e 78	-	-
<b>Tema material   Ética</b>				
GRI 103   Abordagem de gestão 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu limite	16 e 17	-	-
	103-2   Abordagem de gestão e seus componentes	16 e 17	-	-
	103-3   Avaliação da forma de gestão	16 e 17	-	-
GRI 205   Combate à corrupção 2016	205-1   Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	69	-	10
	205-2   Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos anticorrupção	16 e 17	-	10

Standard GRI	Item de divulgação	Página	Omissões	Pacto Global
<b>Tema material   Contribuição ao progresso</b>				
GRI 103   Abordagem de gestão 2016 <sup>1</sup>	103-1   Explicação do tópico material e seu limite	22, 23 e 24	-	-
	103-2   Abordagem de gestão e seus componentes	22, 23 e 24	-	-
	103-3   Avaliação da forma de gestão	22, 23 e 24	-	-
GRI 201   Desempenho econômico 2016	201-1   Valor econômico direto gerado e distribuído	64	-	-
GRI 203   Impactos econômicos indiretos 2016	203-1   Investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos	23	-	-
	203-2   Impactos econômicos indiretos significativos	22	-	-
<b>Tema material   Promessa ao cliente</b>				
GRI 103   Abordagem de gestão 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu limite	26, 27, 28, 29, 30, 31 e 32	-	-
	103-2   Abordagem de gestão e seus componentes	26, 27, 28, 29, 30, 31 e 32	-	-
	103-3   Avaliação da forma de gestão	26, 27, 28, 29, 30, 31 e 32	-	-
GRI 417   Marketing e rotulagem 2016	417-3   Casos de não conformidade em relação a comunicações de marketing	71	-	-
<b>Tema material   Confiança digital</b>				
GRI 103   Abordagem de gestão 2016	103-1   Explicação do tópico material e seu limite	34, 35, 36 e 37	-	-
	103-2   Abordagem de gestão e seus componentes	34, 35, 36 e 37	-	-
	103-3   Avaliação da forma de gestão	34, 35, 36 e 37	-	-
GRI 418   Privacidade do cliente 2016	418-1   Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados do cliente	71	Outros casos relativos à privacidade do cliente não estão contemplados neste Relatório de Sustentabilidade devido a questões de confidencialidade.	-

<sup>1</sup> A abordagem de gestão refere-se a todos os tópicos GRI no tema "Contribuição ao progresso".



Standard GRI	Item de divulgação	Página	Omissões	Pacto Global
<b>Tema material   Gestão de talentos</b>				
GRI 103   Abordagem de gestão 2016 <sup>2</sup>	103-1   Explicação do tópico material e seu limite	39, 40, 41, 42, 43, 44 e 45	-	-
	103-2   Abordagem de gestão e seus componentes	39, 40, 41, 42, 43, 44 e 45	-	-
	103-3   Avaliação da forma de gestão	39, 40, 41, 42, 43, 44 e 45	-	-
GRI 401   Emprego 2016	401-1   Contratações e rotatividade de empregados	69	-	6
GRI 403   Saúde e segurança no trabalho 2016	403-1   Representação dos trabalhadores em comitês formais de saúde e segurança	45	-	-
	403-2   Tipos de lesões, taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho	45 e 70	-	-
GRI 404   Treinamento e educação 2016	404-1   Média anual de horas de treinamento por empregado	39	-	6
GRI 405   Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1   Diversidade nos órgãos de governança e no quadro de empregados	41 e 42	-	6
	405-2   Proporção do salário-base e da remuneração das mulheres em relação aos homens	70	-	6
<b>Tema material   Sustentabilidade na cadeia de fornecedores</b>				
GRI 103   Abordagem de gestão 2016 <sup>3</sup>	103-1   Explicação do tópico material e seu limite	47, 48, 49 e 50	-	-
	103-2   Abordagem de gestão e seus componentes	47, 48, 49 e 50	-	-
	103-3   Avaliação da forma de gestão	47, 48, 49 e 50	-	-
GRI 204   Práticas de compras 2016	204-1   Proporção de gastos com fornecedores locais	47	-	-
GRI 308   Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1   Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios ambientais	47 e 48	-	8
	308-2   Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas	49 e 50	-	8
GRI 409   Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1   Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	71	-	4
GRI 414   Avaliação social de fornecedores 2016	414-1   Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios sociais	47 e 48	-	2
	414-2   Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas	49 e 50	-	2

<sup>2</sup> A abordagem de gestão refere-se a todos os tópicos GRI no tema "Gestão de talentos".

<sup>3</sup> A abordagem de gestão refere-se a todos os tópicos GRI no tema "Sustentabilidade na cadeia de fornecedores".

Standard GRI	Item de divulgação	Página	Omissões	Pacto Global
Tema material   Meio ambiente				
GRI 103   Abordagem de gestão 2016 <sup>4</sup>	103-1   Explicação do tópico material e seu limite	52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60 e 61	-	-
	103-2   Abordagem de gestão e seus componentes	52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60 e 61	-	-
	103-3   Avaliação da forma de gestão	52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60 e 61	-	-
GRI 301   Materiais 2016	301-3   Produtos e seus materiais de embalagem recuperados	59	-	8
GRI 302   Energia 2016	302-1   Consumo de energia dentro da organização	55	-	7 e 8
	302-3   Intensidade energética	55	-	8
	302-4   Redução do consumo de energia	54 e 69	-	8 e 9
GRI 305   Emissões 2016	305-1   Emissões diretas (escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	57	-	7 e 8
	305-2   Emissões indiretas (escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE)	57	-	7 e 8
	305-3   Outras emissões indiretas (escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	57	-	7 e 8
	305-4   Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	57	-	8
GRI 306   Efluentes e resíduos 2016	306-2   Resíduos por tipo e método de disposição	60	-	8

<sup>4</sup> A abordagem de gestão refere-se a todos os tópicos GRI no tema “Meio ambiente”.

# Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019

**Aos Administradores e Acionistas  
Telefônica Brasil S.A.  
São Paulo - SP**

## Introdução

Fomos contratados pela Telefônica Brasil S.A. (“Telefônica” ou “Companhia”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre a compilação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019 da Telefônica, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2019.

## Responsabilidades da administração da Companhia

A administração da Companhia é responsável pela elaboração e adequada apresentação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019, de acordo com os critérios da Global Reporting Initiative (GRI-STANDARDS) e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

## Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01 – “Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social”, emitido pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC, com base na NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information, emitida pelo IAASB - International Auditing and Assurance Standards Board. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, de independência e demais responsabilidades dessas normas, inclusive, quanto a aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos jurídicos e regulatórios aplicáveis.

Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 e a ISAE 3000 consiste, principalmente, em indagações à administração e a outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como na aplicação de procedimentos analíticos para obter evidência que 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, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e apresentação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:



**(a)** O planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019 da Companhia;

**(b)** O entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores mediante 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 de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019;

**(d)** O confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ou os registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aplicação de procedimentos quanto a aderência às diretrizes e aos critérios da Global Reporting Initiative (GRI-STANDARDS) aplicáveis na elaboração das informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019.

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

## Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre as informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança razoável de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho com o objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações de sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019. 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. Além disso, não realizamos nenhum trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

A preparação e apresentação de indicadores de sustentabilidade seguiu os critérios da GRI-STANDARDS e, portanto, não possuem o objetivo de assegurar

o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados (GRI-STANDARDS).

## Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações sustentabilidade contidas no Relatório de Sustentabilidade 2019 da Telefônica Brasil S.A. não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI-STANDARDS).

São Paulo, 29 de maio de 2020

**PricewaterhouseCoopers**  
Auditores Independentes  
CRC 2SP000160/0-5

**Eliane Kihara**  
Contadora CRC 1SP212496/0-5

