



RELATO INTEGRADO 2021





MENSAGEM DO CEO	4
A VIVO EM NÚMEROS	10
SOBRE O RELATÓRIO	15
DIGITALIZAR PARA APROXIMAR	20
Pilares de atuação	23
Mapa de atuação da empresa no país	25
Governança corporativa	26
Gestão de Riscos	32
Governança da Sustentabilidade	36
Modelo de negócio	37
O setor de telecom em 2021	38
Resultados	39
#TemVivoPraTudo	42
Vivo Móvel	44
O 5G	45
Vivo Fibra	50
#TemTudoNaVivo	52
Uma combinação única entre o presencial e o digital	54
Inovação no centro da estratégia	55
Uma plataforma de serviços e produtos	57

#DNAVivoEmTudoQueFazemos	62
Destaques B2C	65
Destaques B2B	66
Relacionamento com fornecedores	67
Segurança digital	71
Privacidade e proteção de dados	74
#DNAVivoEmTudoQueSomos	76
Perfil de nossa equipe	80
Treinamento e desenvolvimento	83
Diversidade	86
Saúde e bem-estar	91
Segurança do trabalho	93
#VivoSustentável	96
Responsabilidade Social Corporativa	101
Uso responsável da tecnologia	104
Patrocínios e investimentos sociais	105
Fundação Telefônica Vivo	107
Voluntariado	108
Meio Ambiente	109
Energia	110
Emissões de gases de efeito estufa	115
SUMÁRIO GRI E ANEXOS	127



Na Vivo, acreditamos que a tecnologia está a serviço do desenvolvimento e da transformação da sociedade. E isso se concretiza em nosso propósito de “Digitalizar para aproximar”, presente nos quatro pilares que sustentam nossos investimentos, nossos relacionamentos e nossas decisões estratégicas:

#TemVivoPraTudo
#TemTudoNaVivo,
#DNAVivo
#VivoSustentável

Esse propósito traduz a nossa crença de que a digitalização aproxima as pessoas de tudo o que importa em suas vidas, e que a conectividade é a porta de entrada para o mundo digital, podendo gerar muitas oportunidades. Queremos que essas oportunidades sejam universais, contribuindo como uma força positiva para a transformação individual, das empresas e da sociedade.

Por isso, investimos constantemente em infraestrutura, serviços e inteligência de dados, liderando avanços tecnológicos e criando soluções para que milhões de brasileiros se aproximem uns dos outros e de tudo o que importa a cada um deles - educação, cultura, entretenimento, saúde, negócios e, acima de tudo, outras pessoas.

Para nós, isso é ser sustentável. E ter esse olhar atento a todos os impactos – positivos e negativos – é um valor inegociável para nossa companhia e para a forma como desenvolvemos nossa estratégia de negócio.

Convidamos você para, ao longo deste relatório, conhecer nossas principais iniciativas e resultados em 2021 e entender como estamos nos preparando para um futuro cada vez mais Vivo e conectado.

102-6





[Mensagem do CEO](#)

[A Vivo em números](#)

[Sobre o relatório](#)

[Digitalizar para Aproximar](#)

[#TemVivoPraTudo](#)

[#TemTudoNaVivo](#)

[#DnaVivoEmTudoQueFazemos](#)

[#DNAVivoEmTudoQueSomos](#)

[#VivoSustentável](#)

[Sumário GRI](#)

02

MENSAGEM DO CEO





DIGITALIZAÇÃO A SERVIÇO DA INCLUSÃO 102-14

O propósito da Vivo de **Digitalizar para Aproximar** vem ganhando mais força desde o seu lançamento, há dois anos. Evoluímos a nossa proposta de estar ao lado dos clientes com as melhores opções de conectividade e soluções digitais, em um momento em que o distanciamento físico foi novamente necessário, em 2021.

Mesmo com os efeitos desafiadores do contexto vivido, continuamos investindo em nossa infraestrutura para prover o que os clientes precisavam para ter ensino a distância, telemedicina, trabalho remoto e entretenimento de qualidade. Tudo isso reiterou nossa vocação para além do universo das telecomunicações e nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável.

Temos a missão de levar conexão móvel e fixa para todas as regiões do país, fomentando a infraestrutura para um futuro cada vez mais digital. Hoje, temos a maior rede de fibra da América Latina, com mais de 19,6 milhões de residências e empresas cobertas e, até o final de 2024, chegaremos a 29 milhões.

Para auxiliar nessa expansão, diversificamos nosso modelo de negócio. Concluímos a formação da FiBrasil, empresa de rede neutra de fibra, em parceria com o grupo canadense de investimento CDPQ, e com a Telefônica Infra – braço de infraestrutura do Grupo Telefônica – que deve acelerar nossa expansão com mais de 6 milhões de domicílios.

A qualidade da nossa rede móvel nos garante a liderança de cobertura, disponível para mais de 98% da população brasileira, em cinco mil cidades. Estamos à frente na oferta da rede 4,5G, cobrindo quase três mil municípios. Ao longo deste ano, nossa infraestrutura móvel vivenciará sua próxima evolução tecnológica com a implantação da rede 5G, cujas licenças para uso foram adquiridas no final de 2021, durante leilão realizado pela Anatel, em regiões chave para a expansão dos negócios.

Evoluímos a nossa proposta de estar ao lado dos clientes





A rede 5G suportará aplicações em ambientes que exigem altíssimas velocidades e latência ultrabaixa, beneficiando tanto os consumidores, com melhor usabilidade de serviços e aplicações, como as empresas, revolucionando o conceito de indústria 4.0, por exemplo, nas linhas de montagem, cidades inteligentes e no campo.

A capilaridade da Vivo se ramificará ainda mais pelo país após a compra de ativos da Oi Móvel, absorvendo cerca de 10 milhões de novos clientes. Eles terão a experiência de usar a melhor rede móvel do país, além de contar com uma oferta integrada com Vivo Fibra e 5G e vantagens como o Vivo Valoriza, programa de benefícios único no mercado. Nossa conectividade móvel e fixa proporciona a melhor experiência digital – tanto no uso de aplicativos e serviços, como no processo de digitalização de uma empresa.

#TemVivoPraTudo

Em 2021, reforçamos nossa atuação como um hub digital, formado pela evolução de um poderoso ecossistema de serviços que traz ainda mais benefícios aos clientes e retorno aos investidores. Nossa base, com quase 99 milhões de acessos, somada ao poder de marca e performance de grande varejista com atuação multicanal, nos credenciam como o principal parceiro comercial de empresas de diferentes segmentos.

Os setores de educação, saúde, financeiro e entretenimento ganham ainda mais destaque em nossa estratégia. Firmamos parceria com a Ânima Educação para o desenvolvimento de uma plataforma digital para impulsionar a empregabilidade por meio de cursos livres e foco em aprendizagem continuada.

Criamos o Vida V, um marketplace de saúde e bem-estar que oferece, entre outras soluções, serviços de telemedicina a consumidores finais e pequenas e médias empresas. No setor financeiro, lançamos o Vivo Money, serviço de crédito pessoal contratado de forma 100% digital e com taxas de juros muito competitivas. Também nos preocupamos com a inclusão financeira da população e criamos o Vivo Pay, nossa conta digital e gratuita, disponível para qualquer pessoa.



Base com quase
99 milhões de acessos

No entretenimento destacamos o Vivo Selfie, portfólio de planos pós-pagos – cuja base segue crescente com quase 50 milhões de acessos – que traz as assinaturas da Globoplay, Disney+, Spotify Premium, Netflix, Telecine, Premiere e Amazon Prime incluídas na oferta. Muitos destes provedores de conteúdo também podem ser adquiridos de forma avulsa por nossos clientes.

Promovemos também a automação residencial, ampliando nosso portfólio para tornar as casas cada vez mais inteligentes e conectadas. O Vivo Shopping, nossa plataforma marketplace, tem como objetivo ser referência em produtos de tecnologia para os domicílios, focada no estilo de vida e sempre em uma abordagem omnichannel. Inovaremos também com o Terra, quarto maior portal de notícias do país, que trará ainda mais conteúdo e projetos em 2022.





Nossa divisão empresarial ganhou reforço global com a chegada da Telefônica Tech – holding de serviços digitais e tecnologia do Grupo Telefônica. **A união oferecerá às empresas brasileiras um portfólio mais robusto de soluções tecnológicas, contemplando iniciativas em Cibersegurança, Cloud, IoT e Big Data.**

Com a relevância da Telefônica Tech, a Vivo avançará com seu portfólio digital: do varejo ao campo, passando pelo pequeno negócio ao mais arrojado projeto de startup. Juntas, as empresas oferecem suporte de profissionais altamente capacitados, processos e plataformas inteligentes e um ambiente dinâmico de alianças e parcerias com os líderes globais em tecnologia.

As startups e os novos negócios ajudam a compor nossa estratégia de hub digital. Investimos na inovação aberta conectando a Vivo ao universo das startups e mirando também projetos com forte potencial para o desenvolvimento conjunto de produtos e ofertas aos nossos clientes.

Destacamos o investimento na Alicerce, uma edtech capaz de ampliar o acesso à educação digital de qualidade para crianças e jovens de todo o Brasil. Ressaltamos também o investimento recente na Gabriel, startup de segurança e monitoramento de imagens, que integra condomínios, casas e estabelecimentos comerciais à sua rede de câmeras inteligentes interconectadas.

Sabemos que a experiência dos clientes é a base para o sucesso de qualquer empresa. Por isso, colocamos o cliente no centro de todas as nossas decisões estratégicas, focando não apenas na qualidade dos serviços prestados, mas também no relacionamento que desenvolvemos em todos os pontos de contato, do presencial ao digital.

O app Vivo soma mais de 80 milhões de acessos por mês, 19 milhões de usuários únicos e já responde por 77% do atendimento; e a Aura, inteligência artificial da Vivo, tem o WhatsApp como maior canal de interações, com 62%.

Medimos de forma recorrente os mais diversos canais com o consumidor. Assim, todas as áreas da empresa aprendem mais sobre o perfil dos nossos clientes, transformando esses insights nas melhores experiências de mercado. Esse processo tem nos permitido avançar ao ponto de sermos referência de Net Promoter Score (NPS).



A experiência
do cliente
é a base para
nosso sucesso

#TemTudoNaVivo





A Vivo também tem um olhar voltado para o futuro e entende a importância de transformações no negócio para continuar crescendo de forma sustentável. Estamos construindo o que chamamos de culturais - Curiosidade, Atitude Digital, Abertura e Fazer Acontecer com Responsabilidade - que serão a nossa bússola para garantir uma cultura de alta performance, que realiza e entrega resultado, sempre com propósito.

Para apoiar a jornada do nosso colaborador, desenvolvemos o Vivo Bem-Estar, um programa que reúne iniciativas saudáveis voltadas ao corpo, à mente e ao ambiente. O retorno ao escritório segue um modelo híbrido que já era adotado pela Vivo muito antes da pandemia. Tudo isso faz parte do:

#DNAVivo

Nossas decisões estão pautadas em um Plano de Negócio Responsável, contribuindo para a Agenda 2030 da ONU e para os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). O nosso pilar **#VivoSustentável**, segue como diretriz fundamental.

Somos uma empresa com 100% de energia renovável e neutra em carbono nas emissões diretas desde 2019. Nosso programa de Geração Distribuída encerrou o ano com 23 usinas instaladas e seguirá seu plano de crescimento, com meta de chegar a 85 usinas a serviço da Vivo até o final de 2022.

Promovemos a economia circular com o movimento “Recicle com a Vivo”, abrangendo, além da coleta de resíduos eletrônicos variados em urnas disponíveis nas lojas de todo o Brasil, o acondicionamento e a reciclagem de modems e decodificadores dos serviços de banda larga e TV.



Decisões pautadas
em nosso Plano de
Negócio Responsável

No âmbito social, 2,7 milhões de pessoas foram beneficiadas por meio das iniciativas da Fundação Telefônica Vivo (FTV) em projetos de educação em escolas públicas e voluntariado. Lançamos, no fim de 2021, o primeiro itinerário de formação técnica e profissional em Ciência de Dados. Voltado aos jovens do ensino médio da escola pública, o curso proporciona a eles oportunidade de planejar melhor a carreira em áreas que estão em evidência e em ascensão no mercado de trabalho. O projeto acontece em parceria com as Secretarias Estaduais de Educação e, na fase piloto, atenderá 19 escolas em três estados: Espírito Santo, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul.

A FTV também foi destaque na premiação World Summit Awards 2021 (WSA), na categoria Aprendizagem e Educação, com **o projeto Escolas Conectadas, plataforma que oferece cursos on-line de formação continuada –(totalmente gratuitos) – para professores da educação básica.** O WSA é uma premiação global com o intuito de selecionar e promover os melhores e mais inovadores conteúdos digitais do mundo, valorizando a relevância em relação ao contexto em que foi criado, bem como a contribuição para a inclusão e acessibilidade digitais.

2,7
MILHÕES
de pessoas
beneficiadas
pelas iniciativas
da Fundação
Telefônica
Vivo (FTV)
em projetos
de educação
em escolas
públicas e
voluntariado.





Nosso programa de estágio foi afirmativo, com 50% das vagas exclusivas para estudantes negros, e ganhamos o troféu Raça Negra, honraria concedida às iniciativas que contribuem para a promoção da igualdade racial na sociedade.

Além de sermos uma empresa certificada pelo GPTW (Great Place to Work), também estamos presentes no Ranking Melhores Empresas para a Mulher Trabalhar GPTW 2021. Fomos reconhecidos com o Prêmio WEPS Brasil 2021 pelo avanço nas ações de equidade de gênero no ambiente profissional. Uma materialização deste compromisso foi a abertura de 100 novas vagas para mulheres no programa Mulheres em Áreas Técnicas, que hoje conta com 293 profissionais.

Em governança, desde 2019, 20% da remuneração variável dos executivos está também vinculada às metas ESG. Conquistamos a certificação ISO 27001, referência internacional para a gestão da Segurança e **estamos listados, pela 10ª vez, na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3).**

Pelo segundo ano consecutivo, integramos o The Sustainability Yearbook 2022, elaborado pela S&P Global, a mesma organização responsável pelo Dow Jones Sustainability Index (DJSI). O anuário, considerado referência para investidores por apresentar as líderes em sustentabilidade no mercado, analisou mais de sete mil companhias participantes. Além disso, mantemos um conselho de administração independente em sua maioria e uma estrutura com os mais elevados critérios de compliance.

Com novos desafios, nossa perspectiva para 2022 é positiva. O foco está em continuarmos firmemente contribuindo com a digitalização do país. Reafirmamos o compromisso em seguir investindo para garantir que nossos clientes tenham acesso aos melhores serviços digitais e excelente conectividade fixa e móvel.

Junto aos nossos colaboradores, seguiremos criando uma empresa com ambiente mais diverso, inclusivo e colaborativo, contribuindo para uma sociedade mais justa, igualitária e socialmente responsável.

Christian Gebara,
presidente executivo da Vivo





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 10 >

03

A VIVO EM NÚMEROS



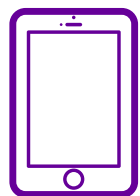


R E S U L T A D O S

RECEITA LÍQUIDA DE

R\$ 44 BILHÕES

Estamos listados no **ÍNDICE DE IC₂ DA B3** entre as melhores empresas em eficiência na gestão de emissões de gases de efeito estufa



49,6 MILHÕES,
de acessos pós-pago,
+4,8 milhões nos
últimos 12 meses



327 cidades
cobertas pelo FTTH
da Vivo no país,
com 19,6 milhões de
casas passadas

EBITDA
RECORRENTE
TOTALIZOU

R\$ 19
BILHÕES
(+ 6,7% a/a)



Maior base de clientes
da história da Vivo,

98,8
MILHÕES

de acessos totais,

+3,7
MILHÕES

em relação a 2020

98%

de cobertura
de **rede**
móvel no
Brasil



4,6 MILHÕES,
de casas conectadas com FTTH a/a

98% de resíduos
eletrônicos
reciclados em
nossas operações





A M B I E N T A L

Estamos listados no **ÍNDICE DE ICO₂ DA B3** entre as melhores empresas em eficiência na gestão de emissões de gases de efeito estufa

98%
de resíduos eletrônicos
reciclados em nossas
operações



Somos uma **EMPRESA 100% CARBONO NEUTRO** a 1º e única do setor no país

Mais de 9 toneladas de produtos eletrônicos coletadas no programa **Recicle com a Vivo**



SERVIÇOS
ECOSMART



LANÇAMENTO DO SELO ECO SMART,

com verificação externa sobre nosso portfólio de produtos e serviços que geram benefícios ambientais para nossos clientes B2B

Nosso programa de Geração Distribuída encerrou o ano com

23

USINAS INSTALADAS

e seguirá seu plano de crescimento, com meta de

85

USINAS ATÉ O FINAL DE 2022

Redução de

19%

em nossas emissões diretas de GEE





G O V E R N A N Ç A

Estamos em 2º lugar no ranking das empresas

LÍDERES EM GOVERNANÇA CORPORATIVA DO ALAS20



20%

das metas dos executivos estão atreladas às metas ESG

33%

de mulheres no conselho*



83%

DE MEMBROS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SÃO INDEPENDENTES*

Estamos listados, pela 10ª vez, na **carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISEB3), ocupando o 3º lugar no ranking geral**

Nosso Plano de Negócios Responsável está alinhado aos ODSs, da ONU

Possuímos Comitês de Qualidade & Sustentabilidade, local e global, que se reportam ao Conselho de Administração, além de um Comitê de Sustentabilidade ligado ao CEO no Brasil

Pelo 2º ano consecutivo, integramos o **THE SUSTAINABILITY YEARBOOK 2022**, elaborado pela S&P Global

*Considerando a composição do conselho atual, a partir de abril/2022.





S O C I A L



29%
DE MULHERES
EM CARGOS
DIRETIVOS

e queremos alcançar
33% até 2024



Parceria com a
Ânima Educação
para a criar uma
plataforma digital
com foco em impulsionar
a empregabilidade por
meio de cursos livres e
foco em aprendizagem
continuada

Cerca de
2,7
MILHÕES
de pessoas
impactadas
pelos projetos
em educação
pública da
Fundação
Telefônica Vivo

Mais de **32 mil**
colaboradores próprios
e 100 mil terceiros
em todo o país

Lançamos o **VIVO MONEY, SERVIÇO DE CRÉDITO**
PESSOAL CONTRATADO DE FORMA 100% DIGITAL
e com taxas de juros muito competitivas

Em 2021, **50% DAS**
VAGAS DE ESTÁGIO
EXCLUSIVAS PARA
CANDIDATOS NEGROS

Em nossa última pesquisa de
motivação, tivemos **87% de**
funcionários recomendam a Vivo
como um bom lugar para trabalhar

Fundação Telefônica Vivo
reconhecida nos prêmios
WORLD SUMMIT
AWARDS 2021 (WSA)
E WISE PARA INOVAÇÃO
EDUCACIONAL





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 15 >

04

SOBRE O RELATÓRIO





102-50, 102-54

Seguindo nossa política de transparência e comprometimento com a agenda global para o desenvolvimento sustentável, apresentamos nosso Relato Integrado (ano base 2021), aprovado pelo Conselho de Administração e pelo CEO da companhia. Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI: opção Essencial, e de acordo com o International Integrated Reporting Framework (IR), conforme publicado pelo International Integrated Reporting Council (IIRC) em [https:// integratedreporting.org/](https://integratedreporting.org/).

Também segue os direcionamento do Task Force on Climate related Financial Disclosures (TCFD), Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e faz correlação com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A publicação também considera os requisitos de disclosure das demais plataformas de transparência das quais participamos, como o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 e o Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Os dados deste documento são referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2021 e abrangem nossas operações no Brasil. As informações aqui reportadas foram submetidas à asseguração independente.

Estamos comprometidos com o desenvolvimento sustentável de nosso negócio





MATERIALIDADE

102-40, 102-42, 102-43, 102-44,
102-46, 102-47

Para identificar os temas considerados de maior relevância para Vivo, em 2021 realizamos uma atualização de nossa materialidade, que teve sua última versão desenvolvida em 2019. Em 2021 utilizamos o conceito de dupla materialidade, que considera o impacto da sustentabilidade sobre a performance financeira de longo prazo da empresa, a sociedade e o meio ambiente.

Em linha com o aumento do interesse de diferentes stakeholders e para apoiar a definição de estratégias de curto, médio e longo prazos da companhia, bem como o seu posicionamento público, a elaboração da **dupla materialidade** seguiu, prioritariamente, as orientações recém disponibilizadas pela GRI e que estabelece 4 passos a serem percorridos para definição dos **temas considerados mais relevantes**:



1

Contexto da organização e identificação das atividades da empresa, grupos de relacionamento e contexto da sustentabilidade

2

Identificação de impactos potenciais (riscos) e reais associados a aspectos ESG

3

Avaliação da significância dos impactos e sua priorização analisando a severidade

4

Definição e priorização dos limites para os temas materiais





Para classificação dos impactos, adotamos as categorias de risco utilizadas pelo Fórum Econômico Mundial e que também tem sido adotado pelo questionário do Dow Jones Sustainability Index (DJSI), sendo: ambiental, social, econômico, geopolítico e tecnológico.

Após a definição dos temas potencialmente materiais para o setor de atuação da Vivo, realizamos a análise de impactos positivos e negativos vinculados a cada aspecto levantado. Para isso, foram consideradas duas vertentes de análise, sendo:

IMPACTO INTERNO

Considerando riscos e oportunidades associados e definindo um nível de criticidade para o negócio (percepção de impacto financeiro)

IMPACTO EXTERNO

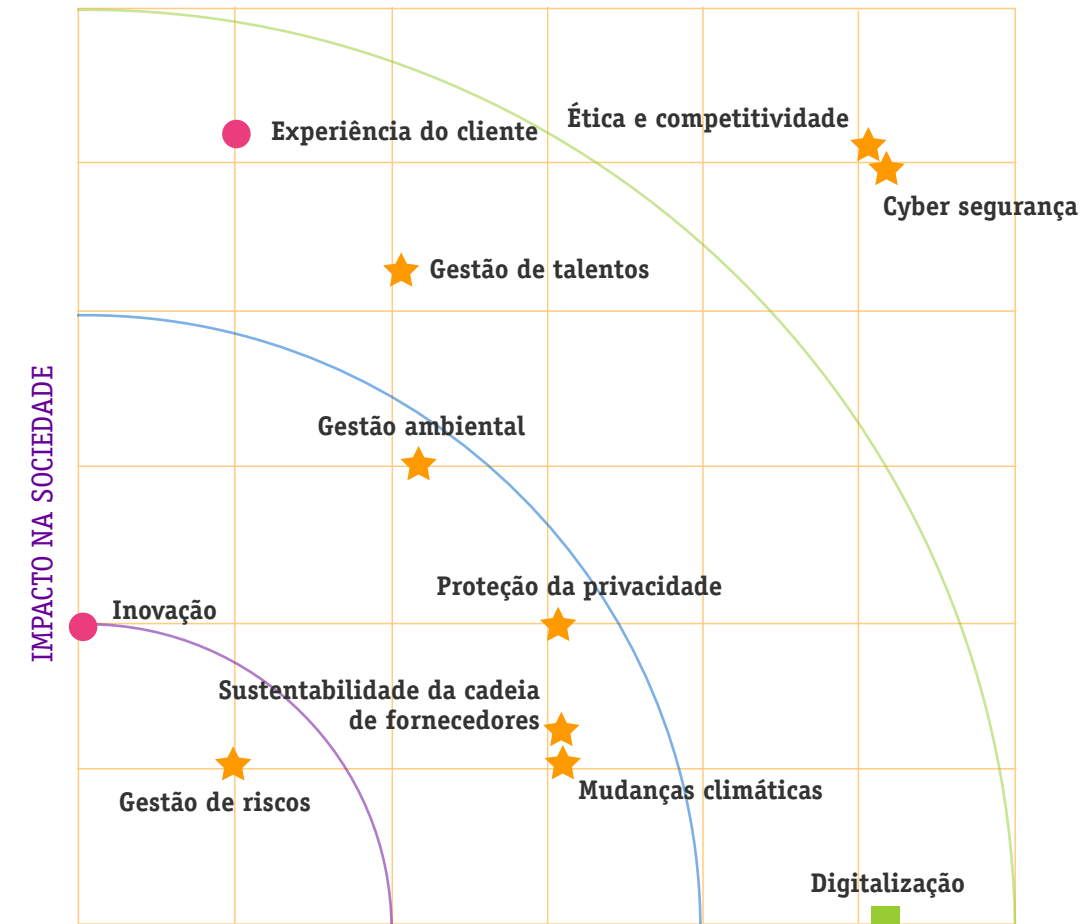
Considerando a influência do tema para a sociedade

A análise de impactos negativos foi realizada pela área de riscos da companhia que utilizou metodologia interna e alinhada globalmente para verificar a influência de cada tema sobre a empresa. Cada tema foi classificado considerando 6 níveis de riscos, sendo: Não Avaliado, Leve, Baixo, Moderado, Alto, Crítico. Já a análise de impactos positivos (oportunidades) foi realizada pela área de planejamento estratégico da companhia, utilizando metodologia interna e alinhada globalmente para verificar a influência de cada tema sobre a empresa. Cada tema foi classificado considerando 4 níveis de oportunidades, sendo: Não avaliado, Baixo, Moderado e Alto.

Para mensurar os temas considerados de maior impacto para a sociedade foi realizada pesquisa on-line com alguns públicos prioritários para a empresa (acionistas, clientes, comunidades, conselheiros, fornecedores, colaboradores, investidores, ONGs e órgão reguladores). A pesquisa aconteceu entre os meses de novembro e dezembro de 2021 com 716 pessoas entre acionistas, clientes, comunidade, membros do conselho de administração, fornecedores, colaboradores, investidores, ONGs e órgão regulador.

Os temas materiais foram agrupados em macrotemas considerados aderentes às práticas de gestão adotadas pela Telefônica Vivo.

DUPLA MATERIALIDADE



- Temas com maior impacto na sociedade
- ★ Temas com maior distribuição entre impacto na sociedade e no negócio
- Temas com maior impacto no negócio





TEMAS MATERIAIS

ASSUNTOS CORRELACIONADOS

GRI

ODS

ÉTICA E COMPETITIVIDADE

Violações aos Princípios de Negócio Responsável

205-1; 205-2

16

Comportamento anticompetitivo

406-1

CYBER SEGURANÇA

Governança em segurança da informação

Infraestrutura e sistema de gestão em TI

--

16

Violações associadas a segurança da informação

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Satisfação do cliente

--

16

Qualidade da rede e dos serviços

17

GESTÃO DE TALENTOS

Atração e retenção

401-1

3

4

Desenvolvimento de capital humano

404-1

5

8

Diversidade e inclusão

405-1; 405-2

10

SUSTENTABILIDADE DA CADEIA DE FORNECEDORES

Conformidade socioambiental

308-1; 308-2; 414-1; 414-2

8

10

Direitos humanos

409-1

12

Gestão de aliados

--

17

TEMAS MATERIAIS

ASSUNTOS CORRELACIONADOS

GRI

ODS

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Estratégia em mudanças climáticas

Riscos físicos e de transição

305-3

13

15

Emissões de escopo 3

INOVAÇÃO

Inovação e novos produtos

--

9

GESTÃO DE RISCOS

Riscos críticos e sistêmicos

--

16

PROTEÇÃO DA PRIVACIDADE

Lei Geral de Proteção de Dados

--

16

Violação de dados de clientes

418-1

DIGITALIZAÇÃO

Regulamentação do setor

1

10

Acesso universal

9

GESTÃO AMBIENTAL

Resíduos

306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5

7

Economia circular

301-3

12

Energia

302-1; 302-3; 302-4

13

Água

303-1

15

Emissões

305-1; 305-2; 305-3; 305-4





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 20 >

05

DIGITALIZAR PARA APROXIMAR

CAPITAL MANUFATURADO | CAPITAL FINANCEIRO





RUMO À TRANSFORMAÇÃO EM ECOSSISTEMA DIGITAL 102-2, 102-5

Ao levar a digitalização a milhões de brasileiros, a Vivo, marca da Telefônica Brasil S.A. e líder nacional no setor de telecomunicações, aproxima pessoas, negócios e sociedade, contribuindo para a construção de um país mais conectado e para transformar a vida de clientes e colaboradores. 102-1

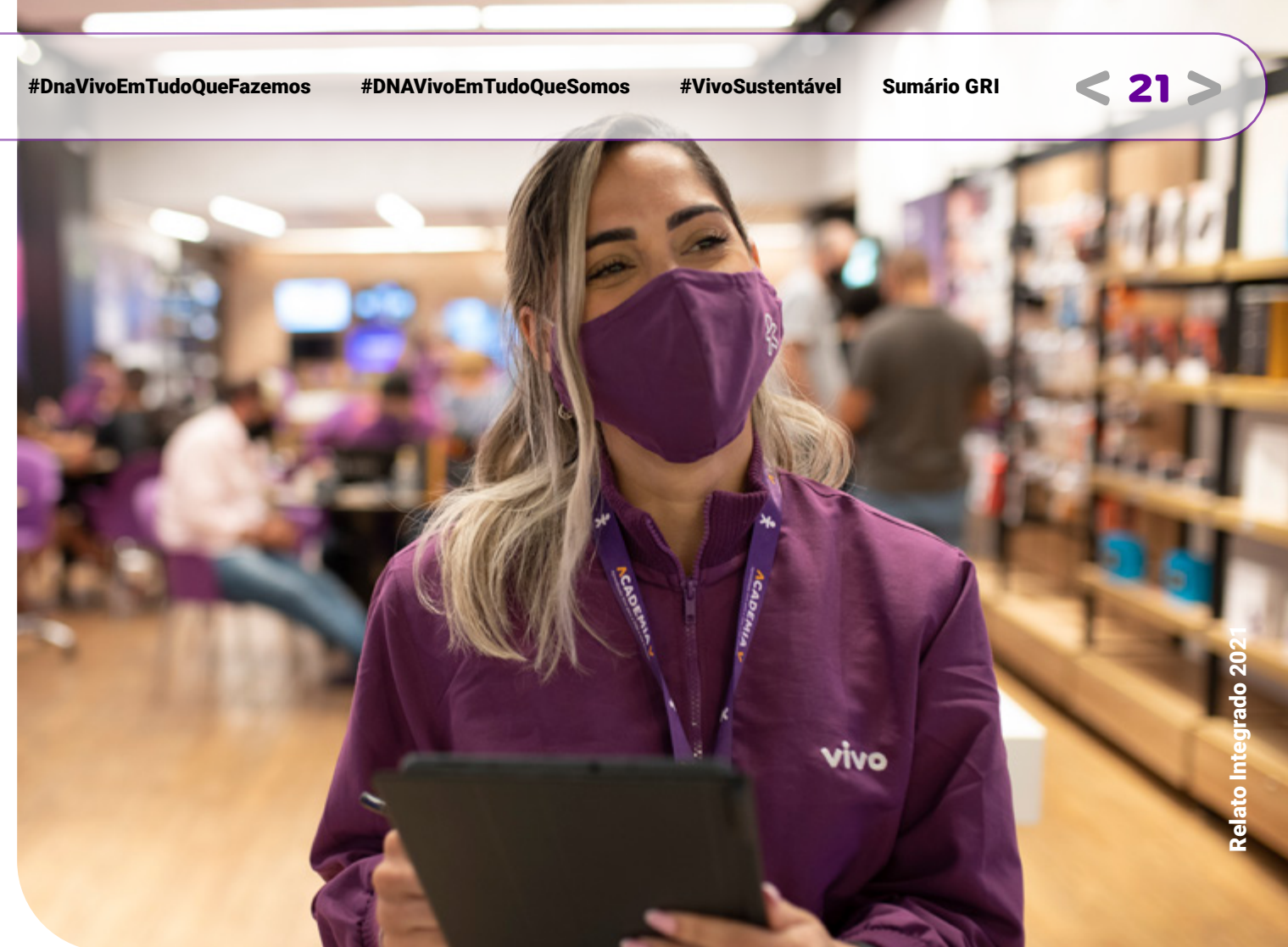
É dessa forma que a operadora, que atua na prestação de serviços de telecomunicações fixa e móvel em todo o território nacional e conta com um portfólio de produtos completo e convergente para clientes B2C e B2B, concretiza em seus quatro pilares de atuação o propósito de **Digitalizar para Aproximar**.

Orientada por esse propósito, que nasceu da crença de que a revolução tecnológica deve ser parte da vida de todas as pessoas, e não um privilégio de poucos, a Vivo vem investindo em produtos diversificados, que vão de

serviços financeiros e residenciais, segurança digital, suporte tecnológico a programas de benefícios, com o objetivo de se tornar um ecossistema digital.

Esse processo, que teve início em 2019, foi acelerado em 2020 durante a pandemia quando, além de fazer grandes investimentos na expansão de fibra ótica, que possibilitou conectar médicos e pacientes, professores e alunos, e levou sinal a regiões com conexão restrita à internet, a Vivo também entrou em novos mercados, aumentando seu portfólio.

Guiada pela constante inovação e alta qualidade daquilo que faz, em 2021 a Vivo continuou no centro de uma transformação digital, diversificando ainda mais seus serviços e produtos, rumo à sua consolidação como um ecossistema digital.



Na Vivo,
somos guiados
pela inovação





DIGITALIZAR O PAÍS, UM COMPROMISSO

Como líder de mercado, a Vivo traz consigo a responsabilidade de fazer a diferença. Por isso investe a maior parte dos recursos em infraestrutura, fazendo o trabalho de base para sustentar todos os avanços tecnológicos que virão pela frente, e permitir que a sociedade, outros negócios e ecossistemas sejam digitais.

SER UM HUB PARA A VIDA DIGITAL DAS PESSOAS

Digitalizar é também tornar a vida das pessoas mais fácil e completa. Por isso, a Vivo vai cada vez mais além da comunicação e do entretenimento, explorando parcerias e temas inovadores como educação, saúde, serviços financeiros, entre outros.

ENTREGAR UMA EXPERIÊNCIA CADA VEZ MAIS DIGITAL





PILARES DE ATUAÇÃO

O propósito que guia as ações da Vivo está presente em cada um de seus pilares de atuação:

#TemVivoPraTudo

Para qualquer conexão de nossos clientes, queremos ser sempre a melhor alternativa. Por isso, é imprescindível ter a maior rede, expandindo nossa capilaridade em fibra, em 4G, 4.5G, 5G, e todas as futuras tecnologias que virão. Para entregar isso, priorizamos uma infraestrutura de TI que suporte esse crescimento, e um olhar contínuo para a inovação e o menor *time to market*, identificando demandas e desenvolvendo produtos e serviços flexíveis e relevantes.

4G
4.5G
5G



Seguimos nos aproximando cada vez mais de parceiros que nos consolidem como um hub de digitalização e distribuição. De smartphones a acessórios, da venda de hardwares e softwares a soluções consultivas especializadas, queremos ser um provedor integrado. Um verdadeiro parceiro tecnológico de nossos clientes em tudo que virá pela frente. Esse é o nosso objetivo em cada ponto de contato, seja físico, seja on-line, seja B2C ou B2B.

#TemTudoNaVivo





#DNAVivo

EM TUDO QUE FAZEMOS

Seguimos perseguindo incansavelmente aquilo que queremos ver em todas as experiências que oferecemos: o DNA Vivo nos relacionando, de maneira confiável, fácil, encantadora e eficiente com nossos clientes. Seguimos trazendo também o digital para o core do nosso relacionamento, aprimorando nossos canais de e-care, o uso da inteligência artificial e conhecendo os clientes de modo mais individualizado. As pessoas esperam experiências excepcionais, portanto, precisamos assumir esse protagonismo, acelerando a forma como reinventamos nossa relação com os clientes olhando para o futuro.

EM TUDO QUE SOMOS

Digitalizar e aproximar nossos clientes e nossa sociedade só é possível se tivermos essa cultura dentro de casa. Por isso, em primeiro lugar, vivemos nosso DNA em tudo que somos. Dedizamos energia para fazer da Vivo uma empresa mais diversa, que preza pelo respeito e empatia, e quer ser cada vez mais inclusiva. Estamos evoluindo de forma relevante em temas como mulheres, raça, PCDs, LGBTI+, geracional (50+), entre outros. Implementamos metodologias ágeis por toda a empresa, buscando nos conectar com as formas mais inovadoras de se trabalhar, sempre focando no equilíbrio e na qualidade de vida das pessoas. Acreditamos que uma boa experiência do colaborador é o melhor caminho para uma boa experiência do cliente.

#VivoSustentável

O propósito de **Digitalizar para Aproximar** também passa por um olhar consciente para nossos impactos sociais e ambientais, para, dessa forma, seguirmos colocando nossa marca a serviço da sociedade e do planeta. Olhamos a nossa volta e sempre lembramos que o mais importante são as coisas que nos tocam, que nos tornam mais humanos.

Para isso, seguimos diminuindo e compensando nossas emissões, tornamos nossa energia elétrica 100% proveniente de fontes renováveis, e fomos pioneiros na logística reversa e destinação adequada de eletrônicos. Por meio da Fundação Telefônica, trabalhamos para

aproximar pessoas da educação. Na cultura e no esporte, nossos patrocínios viabilizam contextos que inspiram e aproximam as pessoas de valores importantes. Lembramos que Tem Hora pra Tudo, que existem momentos nos quais as pessoas deveriam deixar de estar conectadas (de nossos próprios serviços) para se reconectarem consigo mesmas.

[Clique aqui para saber mais sobre quem somos e o que fazemos.](#)





MAPA DE ATUAÇÃO DA EMPRESA NO PAÍS

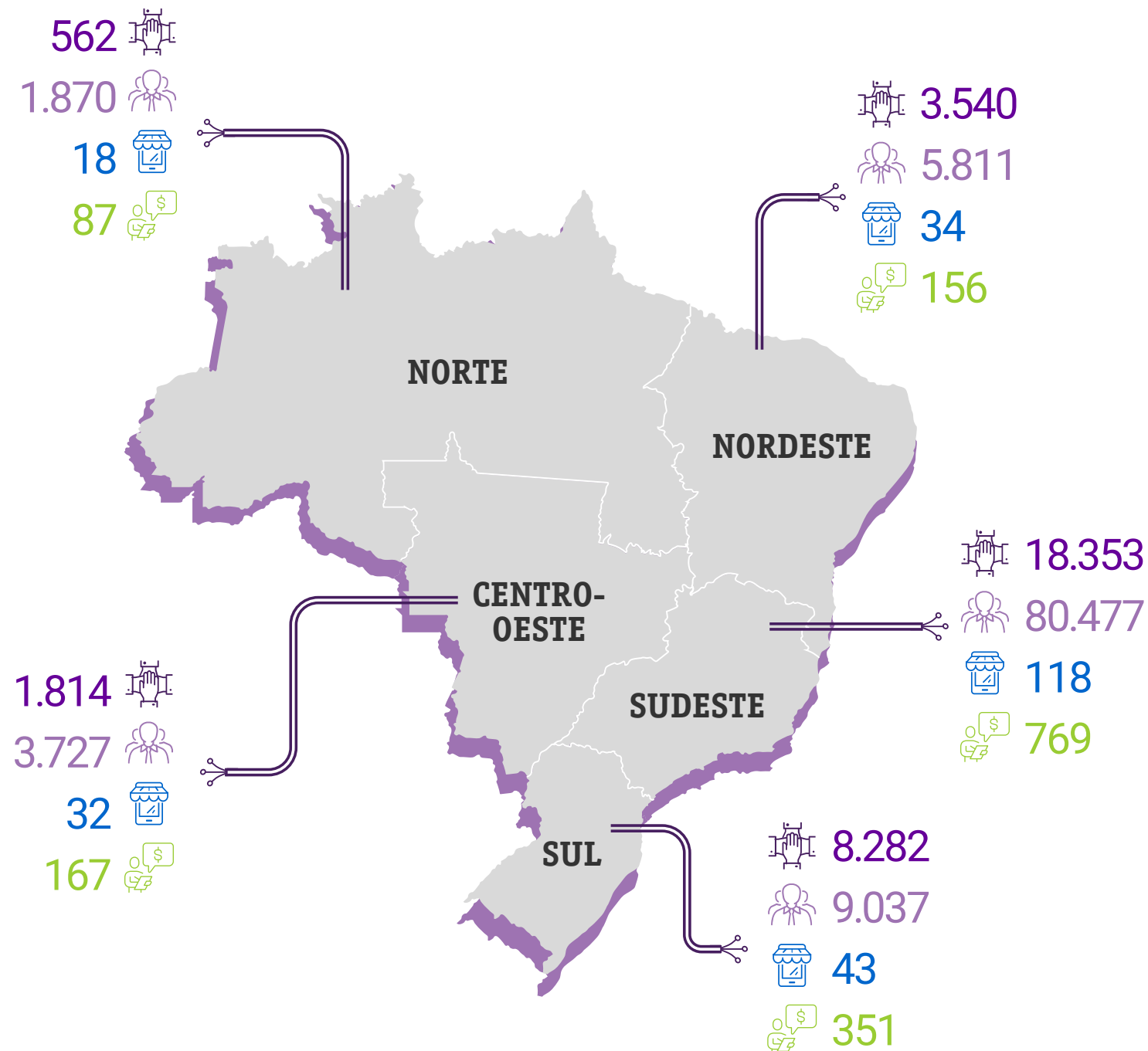
102-3, 102-4, 102-6, 102-7

Com sede em São Paulo, possuímos operações em todo o Brasil. São mais de 32.000 colaboradores e + de 100 mil terceiros que trabalham todos os dias para levar o melhor serviço a todos os nossos clientes no país.



+32 MIL
COLABORADORES

+ DE 100 MIL
TERCEIROS



COLABORADORES
32.551

TERCEIROS
100.922

TOTAIS

LOJAS FÍSICAS
- PRÓPRIAS
245

LOJAS FÍSICAS
- REVENDAS
1.530



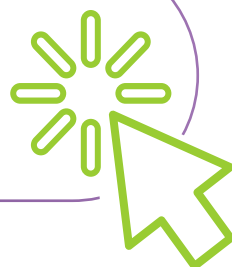


GOVERNANÇA CORPORATIVA 102-5

Somos uma companhia de capital aberto com ações listadas na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão (“B3”) e na Bolsa de Valores de Nova York (“NYSE”). Nossa governança corporativa direciona nossa estratégia de atuação, assim como a aplicação dos Princípios de Negócio Responsável com ética, transparência e respeito aos requisitos legais e à legislação pertinente ao mercado de capitais.

Os princípios de nossa governança corporativa estão contemplados em nosso Estatuto Social e em normativas internas, alinhados aos requisitos legais e à legislação pertinente de mercado de capitais. Entre os principais objetivos desses princípios, destacam-se a maximização do valor da companhia; a transparência na prestação de contas, na divulgação de informações relevantes ao mercado, e nas relações com os públicos de interesse; a igualdade no tratamento dos acionistas; e a prestação de contas dos administradores da companhia aos seus acionistas, garantindo a perenidade dos negócios.

[Clique para conhecer nosso estatuto social e as nossas principais políticas, normas e regulamentos.](#)



A governança corporativa direciona nossa estratégia de atuação



20%
DA REMUNERAÇÃO VARIÁVEL DOS EXECUTIVOS ESTÁ VINCULADA ÀS METAS ESG



83%
DOS MEMBROS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SÃO INDEPENDENTES*

*Considerando a composição do conselho atual, a partir de abril/2022.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA 102-18

Nosso Conselho de Administração é composto por 12 membros, sendo quatro mulheres e 10 conselheiros independentes¹, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. Este órgão é auxiliado por quatro comitês não estatutários, caso instalados.

Nosso Regimento Interno do Conselho de Administração estabelece que, para a manutenção da condição de Conselheiro Independente, este poderá exercer o cargo por no máximo quatro mandatos consecutivos, contados a partir de 19 de junho de 2018. Em 2021, o tempo médio de permanência dos membros no Conselho de Administração foi de 9,4 anos². Nossa estrutura também conta com uma Diretoria Estatutária composta por três membros, eleitos pelo Conselho de Administração, para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição.

A companhia possui ainda 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, sendo permitida a reeleição.

¹ Cada conselheiro realiza uma autodeclaração atestando seu enquadramento em relação aos critérios de independência em Sessão Exclusiva do Conselho de Administração, que por sua vez, se manifesta, como órgão colegiado, com relação a tal enquadramento. Composição definida na assembleia realizada em 26.04.2022, onde houve a alteração dos membros do Conselho de Administração, com prazo de mandato até a AGO a ser realizada no ano de 2025. Composição eleita em abril/2022. Até março, a composição era de 12 conselheiros, sendo três mulheres (25%) e nove conselheiros independentes (75%). Com relação aos critérios de independência, estamos alinhados aos parâmetros fixados pelo Regulamento do Novo Mercado.



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



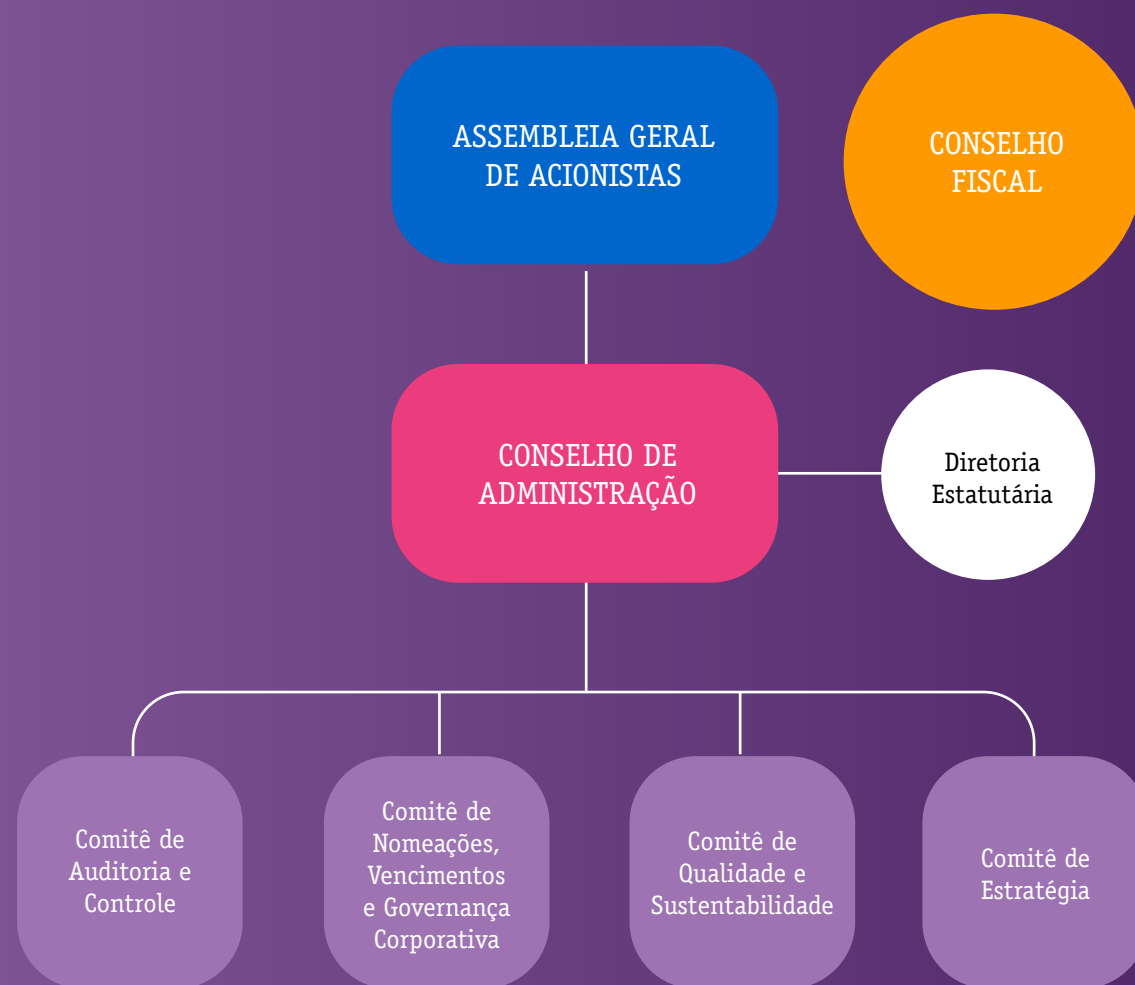


INTEGRANTES DO ÓRGÃO DE GOVERNANÇA* 405-1

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E MEMBROS EFETIVOS DO CONSELHO FISCAL

	NÚMERO DE INTEGRANTES			PERCENTUAL DE INTEGRANTES		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
POR GÊNERO	15	15	15	100%	100%	100%
Homens 	12	11	11	80,0%	73,3%	73,3%
Mulheres 	3	4	4	20,0%	26,7%	26,7%
POR FAIXA ETÁRIA	15	15	15	100%	100%	100%
Abaixo dos 30 anos	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%
De 30 a 50 anos	2	3	2	13,3%	20,0%	13,3%
Acima de 50 anos	13	12	13	86,7%	80,0%	86,7%

*Conselho de administração + fiscal. Em abril de 2022 houve a alteração dos membros do Conselho de Administração. Os dados apresentados na tabela são referentes a dezembro de 2021.





ÉTICA E COMPLIANCE

102-25, 205-1, 205-2, 103-2, 103-3

Nossa companhia atua de forma ética, íntegra e transparente, gerando uma relação de confiança e segurança com todos aqueles com quem nos relacionamos ou estabelecemos negócios - colaboradores, clientes, fornecedores, comunidade e acionistas.

Esta forma de atuar está em nosso DNA Vivo por meio do princípio “Confiável” e em nossa Cultura Digital Colaborativa, inserida em nosso norteador cultural “Fazer Acontecer com Responsabilidade”. Por isso, todos os colaboradores da companhia têm a responsabilidade de agir de acordo com estas premissas e de acordo com os Princípios de Negócio Responsável - nosso Código de Ética, que é revisado periodicamente e aprovado pelo Conselho de Administração.

É exatamente este compromisso que permitiu a Vivo se destacar na norma DSC 10000, evidenciando a excelência do nosso Programa de Compliance – o **#VivoDeAcordo**, responsável por fortalecer nossa cultura pautada na ética, integridade e transparência, e nosso compromisso com o cumprimento das leis aplicáveis aos negócios, principalmente àquelas relacionadas ao combate à corrupção. Isso assegura que tais princípios norteadores da companhia estejam acima dos interesses individuais. O **#VivoDeAcordo** é coordenado pela Diretoria de Compliance, que possui autonomia e independência na execução de suas atividades e tem os seguintes pilares:

#VivoDeAcordo

- Comprometimento total da alta direção.
- Equipe de colaboradores qualificados, responsáveis pelas ações do programa.
- Constante análise e avaliação dos riscos do negócio na perspectiva de compliance anticorrupção e integridade.
- Políticas e normativas internas devidamente comunicadas e acessíveis a todos os colaboradores.
- Comunicações e treinamentos amplos e frequentes em matéria de compliance para todos os atuais e novos colaboradores, com linguagem de fácil compreensão.
- Canal de consultas acessível a todos os colaboradores, para ajudar no esclarecimento de dilemas éticos, reforçar as boas práticas de conduta e solucionar eventuais dúvidas sobre o programa.
- Gestão de terceiros sob a ótica de compliance.
- Ferramentas de integridade para registro de presentes e convites e autodeclaração de situações de conflito de interesses, sejam elas potenciais, aparentes ou reais.





Além disso, a Vivo conta com um canal de denúncias, importante ferramenta que auxilia a companhia no combate à corrupção e às fraudes, utilizado para relatar possíveis casos de desvio de conduta, potenciais irregularidades ou atos que violem uma política, instrução de trabalho, regulamentação, normativa, procedimento e/ou diretrizes da companhia, bem como qualquer legislação vigente. Pode ser acessado, com opção de anonimato, por todos os colaboradores.

Este canal também está disponível para fornecedores e parceiros comerciais que tenham conhecimento de possíveis violações, irregularidades ou descumprimentos de legislação ou diretriz da companhia.

Todas as denúncias são apuradas, garantindo o anonimato do denunciante, e conduzidas de maneira sigilosa pela Diretoria de Inspeção, que faz parte da estrutura da Chief Audit Officer e se reporta ao Conselho de Administração por meio do Comitê de Auditoria e Controle que por sua vez, se reporta ao Conselho de Administração.

CANAL DE DENÚNCIAS



Nosso canal de denúncias está aberto a todos os públicos. Nele recebemos qualquer tipo de relato sobre irregularidade ou descumprimento aos Princípios de Negócio Responsável, políticas, normativas, instruções de trabalho, bem como violações à legislação vigente, bem como violações à legislação vigente, incluindo as irregularidades previstas na Lei nº 12.846/2013.



Atuamos de forma
**ética, íntegra
e transparente**





DENÚNCIAS

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

Entendemos que a comunicação do programa de compliance também é muito importante. Por isso, trabalhamos de forma constante para que todos os nossos colaboradores conheçam e pratiquem nossas diretrizes em suas ações e tomadas de decisões, dentro e fora da companhia.

DENÚNCIAS PROCEDENTES

	2020	2021
Assédio moral/sexual e discriminação	0,4%	0,0%
Conduta inadequada e outros conflitos laborais	54,9%	55,6%
Conflito de interesses	3,4%	1,2%
Fraude	17,3%	14,8%
Descumprimento normativo	11,8%	8,8%
Outros	10,5%	18,4%
Privacidade/segurança da informação	1,7%	1,2%
TOTAL	237	250

102-17, 406-1

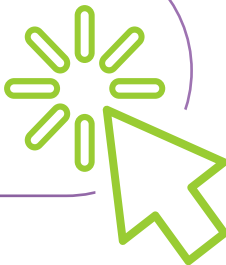
CONTATOS

E-mail: alerta.vivo.br@telefonica.com

Telefone: 0800 650 1515

Correspondência: Diretoria de Inspeção -
Av. Luis Carlos Berrini, 1376 - CEP: 04571-936 - São Paulo - SP

Clique aqui para conhecer mais o
nosso programa [#VivoDeAcordo](#)





A comunicação também é reforçada por meio dos nossos canais internos, que abrangem 100% da companhia. Engajamos e damos conhecimento a cada um dos membros do Conselho de Administração e Diretoria sobre os nossos Princípios de Negócio Responsável e nossa Política Anticorrupção, por meio da assinatura de declaração anual, sendo que, todos os conselheiros e estatutários assinaram o referido documento, totalizando 100% dos membros dos órgãos de governança (dados referentes ao fechamento de 2021).

Além disso, desde 2017 realizamos o Compliance Day, evento que tem como objetivo engajar os colaboradores nos temas de ética e integridade, oportunidade em que convidamos todos a participar de discussões relevantes sobre temas relacionados ao **#VivoDeAcordo**.

Como um dos pilares do nosso programa, o **#VivoDeAcordo** abrange também a realização de diversos treinamentos que abordam, entre outros, temas sobre o combate à corrupção. Todos os colaboradores, quando contratados, passam por treinamentos telepresenciais e on-line. Além disso, são realizados encontros regionais periódicos sobre temas de compliance que envolvem as

equipes em cada localidade. Também são disponibilizados conteúdos para multiplicação do conhecimento sobre compliance a partir da atuação dos líderes da companhia (como o **#VivoDeAcordo** Multiplique). Ainda, de acordo com riscos identificados pela Diretoria de Compliance, são realizados treinamentos específicos junto à diversas áreas de negócio da companhia.

Por fim, mesmo que não façam parte do nosso quadro de colaboradores ou não estejam diretamente subordinados à empresa, a atuação dos terceiros exerce impacto sobre a reputação e a integridade da companhia. Por isso, com o objetivo de assegurar o cumprimento das leis de combate à corrupção aplicáveis, temos iniciativas para garantir que nossas relações comerciais com terceiros atendam estas normas, tais como: negociação de cláusulas contratuais relacionadas ao combate à corrupção, a certificados anticorrupção, à realização e análise de pesquisas reputacionais (due diligence de integridade) de determinados terceiros com os quais nos relacionamos, bem como à análise de situações de possíveis conflitos de interesses. Todas essas medidas buscam transmitir nossos valores e forma de atuação responsável a toda nossa cadeia de valor. **205-1, 205-2**





GESTÃO DE RISCOS

102-11, 102-15, TC-TL-520A.2

A Vivo conta com um Modelo de Gestão de Riscos estruturado para identificar, mensurar e, possivelmente, mitigar os riscos aos quais está exposta.

O modelo é baseado na metodologia COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), que prevê o alinhamento da Gestão de Riscos com a estratégia da companhia, facilitando a priorização e o desenvolvimento de ações coordenadas frente aos riscos identificados.

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

Estabelecemos
controles para
gerenciar todos os
riscos relevantes



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

A área de Gestão de Riscos é responsabilidade da Auditoria Interna. O acompanhamento é realizado pelo Conselho de Administração e pelo Comitê de Auditoria e Controle.



CULTURA DE RISCOS

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

Comunicação: com o objetivo de divulgar, por meio dos canais apropriados, os princípios e valores que devem reger gerenciamento de riscos.

Formação: para promover o conhecimento e o envolvimento nos valores mencionados e no modelo de gestão de risco.





SUPERVISÃO DO SISTEMA DE GESTÃO DE RISCOS

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

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

Os responsáveis pelos riscos participam ativamente na estratégia e nas decisões importantes para mitigá-los e assegurar a governança.

FRENTES DE ATUAÇÃO DA ÁREA DE GESTÃO DE RISCOS

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



NEGÓCIOS

Relacionados ao setor e, especialmente, à estratégia da empresa como adaptação à mentalidade do cliente, inovação tecnológica, concorrência, marco regulatório, privacidade, bem como eventos que afetam a sustentabilidade e a reputação da empresa.



OPERACIONAL

Derivados de eventos causados por inadequação ou falha de rede e sistemas informáticos, segurança, atendimento, recursos humanos, bem como gestão operacional.



FINANCEIRO

Derivados de movimentos adversos do ambiente econômico ou de variáveis financeiras e da incapacidade da empresa de honrar seus compromissos ou de liquidar seus ativos, incluindo questões tributárias.



LEGAL E DE CONFORMIDADE

Riscos relacionados a litígios e conformidade regulatória, incluindo conformidade com a legislação anticorrupção.





RISCOS DE SUSTENTABILIDADE

Estão ligados às questões que afetam direta ou indiretamente nossas operações em relação a temas socioambientais. No quesito ambiental, estão relacionados aos impactos possíveis e inerentes aos sites técnicos. Já os sociais estão ligados, em sua maioria, a questões trabalhistas e responsabilidade com o cliente.

SOCIAIS

- Eventos associados à possível ausência ou falta de controles internos suficientes para garantir um ambiente adequado para combater a corrupção (comportamento ético).
- Eventos associados à falta de transparência em relação aos diferentes grupos de interesse (disponibilização de informações erradas, incompletas, distorcidas e/ou não transparentes).
- Vazamento de informações sigilosas da empresa ou informações de nossos clientes, de forma não autorizada.

AMBIENTAIS

- Manutenção dos sites no aspecto regulatório, cujos planos urbanísticos municipais podem ser atualizados, com impactos no fluxo de renovação das licenças e autorizações.
- Passivos ambientais gerados pelo legado de equipamentos obsoletos, o que poderia causar problemas de poluição de solo, água e ar, em decorrência de vazamentos de combustível e gases controlados.
- O custo da eletricidade e do combustível pode afetar os preços se tiverem novos impostos e taxas ambientais ou eliminação dos subsídios à energia, entre outros problemas ocasionadas por fatores externos, internacionais, entre outros.
- Desastres climáticos e condições extremas: as alterações climáticas (altas temperaturas, inundações, chuvas extremas) têm afetado e podem afetar redes, sistemas e infraestrutura e continuidade de serviço.
- Não atendimento de legislações ambientais aplicáveis às atividades exercidas pelos prestadores de serviços na operação e infraestrutura, o que poderia acarretar danos e corresponsabilidade para a companhia, por exemplo, no aspecto relacionado à gestão de resíduos sólidos.
- Perda da certificação ISO 14001, devido à eventual verificação de não-conformidades operacionais ou legais, o que causaria uma série de consequências negativas diretas e indiretas, além de danos à reputação da companhia.
- Eventos relacionados à regulação ambiental, por novas alterações e exigências com possíveis implicações derivadas do seu cumprimento.

Os responsáveis pelos riscos participam ativamente de forma estratégica nas decisões





RISCOS DE MERCADO

Nossos negócios, nossa situação financeira, o resultado das nossas operações e o preço de mercado de nossas ações podem ser adversamente afetados pelas mudanças nas políticas governamentais, relacionadas ao nosso setor ou à economia, tais como mudanças nas tarifas de telefonia e nas condições competitivas, bem como nos fatores gerais econômicos.

RISCOS GLOBAIS

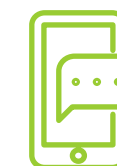
Riscos transversais ao Grupo Telefônica que resultem em perdas por afetarem nossa reputação, marca e capacidade de inovação.

Líderes em reputação no setor

Em 2021, a Vivo permaneceu como líder em reputação do setor de telecomunicações no Brasil pelo Monitor Empresarial de Reputação Corporativa (Merco). No ranking geral, ocupamos a 42ª colocação, à frente de empresas nacionais e internacionais de diferentes setores.

A pesquisa multistakeholder foi realizada no Brasil entre julho e dezembro de 2021 e ouviu 3.865 e 16 fontes de informações entre executivos, público informado, associação de consumidores, catedráticos, analistas financeiros, consumidores, jornalistas.

O prêmio Merco das "100 Empresas com a Melhor Reputação Corporativa" está em sua oitava edição e é referência em países da América Latina e na Espanha.





GOVERNANÇA DA SUSTENTABILIDADE

Dentro da Vivo, a governança estabelece os pilares mais sólidos para que se construa uma estratégia permanente em relação à sustentabilidade do negócio. Desde 2019, atrelamos 20% do bônus individual dos executivos e colaboradores ao cumprimento das metas de ESG relacionadas à temas: experiência do cliente, carbono, reputação e diversidade, que juntos reforçam o compromisso da companhia com as boas práticas de governança e mobilizam a empresa inteira nessa jornada.

A gestão de sustentabilidade está sob a coordenação da vice-presidência de Relações Institucionais e Sustentabilidade, que além do seu reporte direto ao CEO também possui três instâncias de monitoramento e tomada de decisão sobre a agenda ESG da Vivo:

Toda essa estrutura é responsável por direcionar e monitorar o desdobramento do pilar estratégico #VivoSustentável por toda a companhia e sua cadeia de valor, sendo o Plano de Negócio Responsável (PNR) o instrumento estratégico que viabiliza essa gestão.

O PNR estabelece iniciativas e metas de médio e longo prazo com base em seis pilares de atuação que contribuem com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)/Agenda 2030 e demais compromissos legais e voluntários assumidos pela Vivo. Essas metas são revisadas e aprovadas anualmente pelo Conselho de Administração, por meio do reporte do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.

Comitê de Negócio Responsável e Reputação

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

Comitê de Qualidade e Sustentabilidade

Criado em 2004, no ano de 2020 foi incorporada a competência de sustentabilidade. Composto por quatro conselheiros* que se reúnem trimestralmente para assessorar o Conselho de Administração nas temáticas ESG. O CEO da Vivo é o principal sponsor do reporte dos principais avanços e desafios ESG da companhia ao grupo.

Comisión de Sostenibilidad y Calidad

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

* Considerando a composição do conselho atual, a partir de abril/2022. Em 2021, a composição era de 3 conselheiros.

ESTRATÉGIA BASEADA NAS MELHORES PRÁTICAS DE MERCADO

Nossa estratégia ESG tem impulsionado toda a companhia para a geração de impacto positivo e valor de longo prazo para a sociedade e para os negócios.

NOSSA ATUAÇÃO É COMPOSTA POR SEIS PILARES, ONDE MONITORAMOS MAIS DE 60 INDICADORES POR MEIO DO PLANO DE NEGÓCIO RESPONSÁVEL.



EXPERIÊNCIA DO CLIENTE



ÉTICA E TRANSPARÊNCIA



GESTÃO AMBIENTAL E MUDANÇAS CLIMÁTICAS



RESPONSABILIDADE SOCIAL E CORPORATIVA



DIVERSIDADES E TALENTOS



SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DE VALOR





#TEMVIVO PRATUDO

#TEMTUDO NAVIVO

MODELO DE GERAÇÃO DE VALOR

#VIVO SUSTENTÁVEL

#DNAVIVO EM TUDO QUE SOMOS

#DNAVIVO EM TUDO QUE FAZEMOS

RECURSOS

Portfólio de produtos completo.

Capilaridade: fibra, 4G, 4.5G e 5G.

R\$ 0,9 bi investidos no 5G.

Soluções em cloud, cibersegurança, IoT e Big Data.

VALOR GERADO

Móvel: 83,9 milhões clientes.

Fibra: 19,6 milhões de domicílios em 327 cidades.

R\$ 6,2 bilhões de Lucro líquido anual.

R\$ 19 bilhões de EBITDA Recorrente.

IMPACTOS

Liderança no serviço móvel.

Soluções avançadas em velocidade, qualidade e estabilidade.

Inclusão digital para pessoas e empresas em todo o país.

RECURSOS

Ecossistema digital.

Integração de canais presenciais e digitais.

Fomento à inovação com Vivo Discover.

Conta digital com Vivo Pay.

VALOR GERADO

Aproximadamente 1,8 mil lojas, + de 10 mil pontos de venda e + de 300 mil pontos de recarga.

25 startups apoiadas pela Wayra Brasil.

IMPACTOS

Contribuição para a digitalização do país.

Contribui para a inclusão financeira da população.

Apoio ao empreendedorismo através da Wayra Brasil.

RECURSOS

Programa de transformação da experiência do cliente.

DNA Vivo protagonismo do colaborador na jornada no cliente.

1.230 parceiros comerciais e fornecedores.

Governança de Cibersegurança e proteção de dados.

VALOR GERADO

Alto nível de satisfação do cliente.

Lojas no conceito "Lojas Icônicas" e "Casa Conectada".

2.597 auditorias administrativas e 344 auditorias presenciais em fornecedores.

Certificação ISO 27.001, fortalecendo a governança de segurança da informação.

IMPACTOS

Transformação na Jornada do Cliente.

Cultura com Centralidade no Cliente.

Acompanhamento da estratégia de segurança digital pela alta administração.

RECURSOS

+ 32 mil colaboradores próprios e + de 100 mil terceiros.

Programa de diversidade com comitê liderado pelo CEO.

Plataforma para promoção da Saúde e bem-estar de colaboradores.

RECURSOS

Estratégia de Responsabilidade Social Corporativa baseada na ISO 26000.

Sistema de Gestão Ambiental (SGA), certificado na norma ISO 14.001.

Fundação Telefônica Vivo.

23 usinas de energia renovável.

VALOR GERADO

80 pontos no eNPS, indicador de engajamento dos colaboradores.

+ de 3,4 milhões de horas de treinamento para mais de 39 mil pessoas.

R\$ 40,5 milhões investidos em capacitação e treinamento.

VALOR GERADO

1ª empresa da América Latina 100% carbono neutro.

Energia renovável em 100% de nossas operações.

R\$ 64,2 milhões investidos em educação e 2,7 milhões de pessoas beneficiadas.

76% de redução de emissões de escopos 1 e 2 (base 2015.)

IMPACTOS

Definição da nossa "cultura digital colaborativa".

Adesão aos Padrões de Conduta para Empresas e ao Fórum de Empresas e Direitos LGBT+.

Contribuição para a luta contra o racismo e a favor da inclusão social.

IMPACTOS

Ações transversais para temas ASG (Ambiental, Social e Governança).

Desenvolvimento de competências digitais em educadores e estudantes.

Contribuição para Digitalização da Educação.

Redução dos impactos ambientais relacionados ao consumo de energia e às emissões de CO₂.





O SETOR DE TELECOM EM 2021

Apesar da pandemia e das incertezas políticas e econômicas que se mantiveram no Brasil em 2021, o avanço da imunização e a reabertura econômica impactaram positivamente a economia como um todo, incluindo o setor de telecomunicações.

Segundo dados Conexis Brasil Digital, entidade que reúne as empresas de telecomunicações e de conectividade, foram investidos no setor R\$ 25,5 bilhões, de janeiro a setembro de 2021, o que representou um crescimento de 4,8% em comparação com o mesmo período de 2020. Apenas no terceiro trimestre houve um investimento de R\$ 8,4 bilhões em valores nominais, o que representa um aumento de 13,5% em relação ao mesmo período de 2020.

Os reflexos desses investimentos apareceram principalmente na banda larga, fixa e móvel, serviço que mais cresceu período: 11 % em relação aos nove primeiros meses de 2020. Foram ativados 26 milhões de novos acessos, sendo 4 milhões de banda larga fixa e 22,1 milhões de móvel. A telefonia celular cresceu 8,2 % no período.

INVESTIMENTOS EM 5G

A tendência é que esse cenário seja ainda mais positivo em 2022, devido aos investimentos que serão feitos em decorrência do leilão do 5G, que ocorreu em novembro de 2021 e movimentou R\$ 47 bilhões, segundo dados da Anatel.

A nova tecnologia deve estar disponível até julho de 2022 em todas as 27 capitais brasileiras. Até julho de 2029 todos os municípios devem possuir pelo menos uma antena 5G, de acordo com os prazos para a implantação do 5G definidos pela Anatel.

Além desse compromisso, o edital prevê ainda a implantação de fibra ótica na região amazônica, a ampliação da cobertura com padrão mínimo de 4G para aproximadamente 7 mil localidades e em cerca de 36 mil quilômetros de rodovias federais, a implantação do PAIS – Programa Amazônia Integrada e Sustentável, a criação da rede privativa de comunicação da Administração Pública Federal e conexão à internet em escolas públicas de educação básica.



O Brasil teve **40 milhões de contratos de banda larga fixa** em novembro de 2021, segundo a Anatel.

Foram registrados **542,6 MIL TRABALHADORES NO SETOR**, até setembro de 2021, aumento de 8,2% em relação a 2020. Os destaques foram **A INDÚSTRIA, QUE CRESCER 9,9%, E SERVIÇOS COM O AUMENTO DE 15,3%**, segundo a Conexis Brasil.

O NÚMERO DE QUEIXAS DOS CONSUMIDORES EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SETOR DE TELECOM TEVE UMA QUEDA DE 28,4% em novembro de 2021 - no mesmo período de 2020 foram registradas 226.473 reclamações, enquanto no mesmo mês de 2021, as reclamações foram para 162.195, uma **REDUÇÃO DE 64.278 QUEIXAS**, segundo a Anatel.

O faturamento do setor eletroeletrônico, que inclui o mercado de infraestrutura e de celulares, foi de **R\$ 43,896 bilhões em 2021**, de acordo com projeção da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee).





RESULTADOS

102-7, 102-3, 103-3

O ano de 2021 foi marcado por importantes avanços da economia brasileira em busca da recuperação dos níveis pré-pandemia. Foi um ano em que continuamos expandindo nossos serviços de conectividade implantando serviços de fibra ótica (FTTH) em 61 novas cidades e construindo aproximadamente 4,6 milhões de novos home passed¹.

Com isso, hoje estamos presentes com FTTH em 327 cidades e aproximadamente 19,6 milhões de casas passadas no território nacional. O objetivo é chegar a 29 milhões de casas passadas até o final de 2024, o que nos permitirá acelerar o volume de clientes conectados e, consequentemente, capturar o retorno dos investimentos.

Na rede móvel, adicionamos 5.388 milhões de acessos totalizando 83.912 milhões ao final do ano. Com isso, mantivemos a liderança no setor, com market share de 33,1%. Os acessos pós-pago atingiram 49.625 milhões ao final de 2021 e no pré-pago, a base de clientes atingiu 34.287 milhões de acessos – um crescimento anual de 9,6% e 1,8% respectivamente.

¹ Pontos de Acesso. Refere-se à quantidade total de domicílios cobertos por uma determinada rede

Também fizemos importantes investimentos na manutenção e expansão do serviço de voz e internet móvel, responsáveis por parte importante das nossas receitas. Em 2021, continuamos expandindo o 4G atingindo a marca expressiva de 4.381 municípios, sendo 2.855 com tecnologia 4.5G. Além disso, ampliamos a qualidade de sinal em diversas regiões e aplicamos recursos importantes em ações de manutenção. 203-1

Em 2021, investimentos relativos às licenças 5G leiloadas pela Anatel em novembro de 2021 e obrigações atreladas aos espectros adquiridos foram contabilizadas em um montante de R\$ 4 bilhões.

Nosso desempenho financeiro teve como principais alavancas de crescimento os serviços de fibra ótica, como FTTH e IPTV, Dados Corporativos, TIC e outros, e Serviços e Aparelhos móveis. Com isso, nossa Receita Líquida atingiu R\$ 44.032,6 milhões, um crescimento de 2,1% em relação ao ano anterior. O EBITDA recorrente totalizou R\$ 19.007,2 milhões em 2021, um aumento de 6,7% quando comparado a 2020. A margem EBITDA foi de 43,2% apoiado pela expansão das receitas core e iniciativas de eficiência de custo.

	2019	2020	2021
VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO	28.511.887	27.135.145	27.260.658
Receitas	28.511.887	27.135.145	27.260.658
VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO	28.511.887	27.135.145	27.260.658
Custos operacionais			
Salários e benefícios de empregados	4.240.037	4.366.466	4.842.006
Remuneração de capitais a terceiros	3.350.254	3.179.291	3.573.706
Remuneração de capitais próprios	5.001.014	4.770.527	6.229.357
Pagamentos ao governo - impostos, taxas e contribuições	15.920.582	14.818.861	12.615.589
Investimentos na comunidade			
VALOR ECONÔMICO RETIDO	0	0	0

201-1





99 MILHÕES DE ACESSOS TOTAIS

50 mi

ACESSOS PÓS-PAGO MÓVEL,
levando à maior
base de clientes da
história da Vivo

4,6 mi

**CASAS
CONECTADAS
COM FIBRA**
+36,4% a/a, com 253
mil adições liq. no 4T



**CRESCIMENTO
DA BASE DE
CLIENTES**



**GERAÇÃO
DE RECEITA**

RENTABILIDADE



**REMUNERAÇÃO
AOS ACIONISTAS**



+0,8%

**CRESCIMENTO DA
RECEITA FIXA TOTAL**
Receita Core Fixa¹ +13,7%
a/a, Fibra² +31,2% a/a

+3,1%

**AUMENTO DA
RECEITA DE
SERVIÇO MÓVEL**
+3,7% a/a incluindo
aparelhos



Nossa perspectiva para 2022 é positiva. O foco está em continuarmos firmemente contribuindo com a digitalização do país, garantindo que nossos **clientes tenham acesso aos melhores serviços digitais e excelente conectividade fixa e móvel.**

Margem EBITDA: 42,9%

R\$4,9 bi

EBITDA 4T21
+1,2% a/a

R\$2,6 bi

**LUCRO LÍQUIDO
4T21**
+2,0x a/a

R\$ 6,3 bi

**REMUNERAÇÃO
AOS ACIONISTAS
PROPOSTA**
7,7% Dividend yield,
8,4% considerando
Recompra de Ações

R\$ 0,5 bi

**EM RECOMPRA DE
AÇÕES EM 2021**
14 mi ações em
Tesouraria canceladas
em 2022³

¹ Receitas Core Fixa incluem Receitas Fixas Totais excluindo Voz Fixa, xDSL e DTH.

² Fiber-to-the-Home

³ Em fevereiro de 2022, o Conselho de Administração da companhia aprovou o cancelamento das 14 milhões de ações detidas em tesouraria a partir de 31 de dezembro de 2021.





ATUAÇÃO TRIBUTÁRIA RESPONSÁVEL

Na Vivo, agimos com transparência e respeito à lei na gestão dos nossos assuntos tributários. Estamos comprometidos com nossa obrigação de pagar os tributos, respeitando o contexto legal em que estamos inseridos, contribuindo assim para o progresso econômico e social dos locais onde atuamos. Ressaltamos ainda que as operações com partes relacionadas respeitam as normas de preço de transferência e são realizadas com isenção de interesses (*arm's length principle*).

Em relação aos tributos sobre a renda, que incluem o Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), em 2021, nossa alíquota efetiva foi fortemente impactada pela decisão do Supremo Tribunal Federal que declarou a inconstitucionalidade da exigência do IRPJ e da CSLL sobre os juros recebidos em razão da recuperação de tributos recolhidos indevidamente. Com base na decisão, foi reconhecido o direito da Vivo de recuperar valor de R\$ 1,4 bi em IRPJ e CSLL anteriormente cobrados erroneamente pela Receita Federal.

Em 2021, as atividades da Vivo geraram **R\$ 12,6 BILHÕES** em impostos, taxas e contribuições federais, estaduais e municipais.

Se excluirmos o impacto da decisão do STF, que é um evento não recorrente, a nossa alíquota efetiva em 2021 seria 19,1%. A diferença para a alíquota nominal, que é 34%, se deve principalmente à dedutibilidade dos juros sobre capital próprio creditados aos acionistas. A reconciliação da alíquota nominal para a nossa alíquota efetiva está demonstrada na Nota Explicativa nº 8, item f, das Demonstrações Financeiras

	2020	IMPACTO ALÍQUOTA EFETIVA	2021	IMPACTO ALÍQUOTA EFETIVA
	CONSOLIDADO		CONSOLIDADO	
RESULTADO ANTES DOS TRIBUTOS (A)	R\$6.008.234	-	R\$ 5.959.529	-
DESPESA IRPJ E CSLL (B=A*34%)	-R\$ 2.042.800	34%	-R\$ 2.026.240	34%
DIFERENÇAS PERMANENTES (C)	R\$ 805.093	-13,4%	R\$ 2.296.068	-38,5%
• Equivalência patrimonial	R\$ 250	0,0%	R\$ 39.869	-0,7%
• Despesas indedutíveis	-R\$ 84.988	1,4%	-R\$ 87.115	1,5%
• Juros sobre capital próprio	R\$ 894.200	-14,9%	R\$ 929.900	-15,6%
• IRPJ/CSLL juros indébito tributário	R\$ -	0,0%	R\$ 1.407.523	-23,6%
• Outras adições (exclusões)	R\$ 12.330	0,2%	R\$ 44.202	-0,7%
CRÉDITO (DÉBITO) TRIBUTÁRIO (D=B+C)	-R\$ 1.237.707	-	R\$ 269.828	-
ALÍQUOTA EFETIVA DESPESA (EFFECTIVE TAX RATE) (E=D/A)	20,6%	20,6%	- 4,5%	- 4,5%
IRPJ/CSLL pagos (F)*	-R\$ 141.039	-	-R\$ 163.885	-
ALÍQUOTA EFETIVA CAIXA (G=F/A)	2,3%	-	2,7%	-

* Inclui retenções na fonte sofridas sobre aplicações financeiras.





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 42 >

06



#TemVivoPraTudo

CAPITAL MANUFATURADO





203-1, 103-2, 103-3

Queremos ser sempre a melhor alternativa para qualquer conexão de nossos clientes, levando inclusão digital para pessoas e empresas em todo o território nacional. Para cumprir esse compromisso, é imprescindível termos a maior rede, expandindo nossa capilaridade em fibra, em 4G, 4.5G, 5G, e em todas as futuras tecnologias que virão. Essa infraestrutura, que possibilita nossos quase 99 milhões de acessos na operação móvel e fixa, é a base do nosso negócio, que se traduz no pilar **#TemVivoPraTudo**.



4G
4.5G
5G

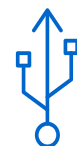
NEGÓCIOS CORE



Móvel



Aparelhos



FTTx



IPTV



Serviços
Digitais

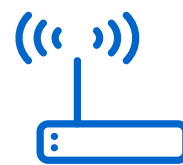


Dados
e TIC

NEGÓCIOS NON-CORE



Voz Fixa



ADSL



DTH

Oferecemos um completo portfólio de produtos, incluindo **serviços de voz (fixos e móveis), dados móveis, banda larga fixa, ultra banda larga, TV por assinatura, tecnologia da informação e serviços digitais** (como serviços financeiros, de nuvem, de entretenimento e segurança).

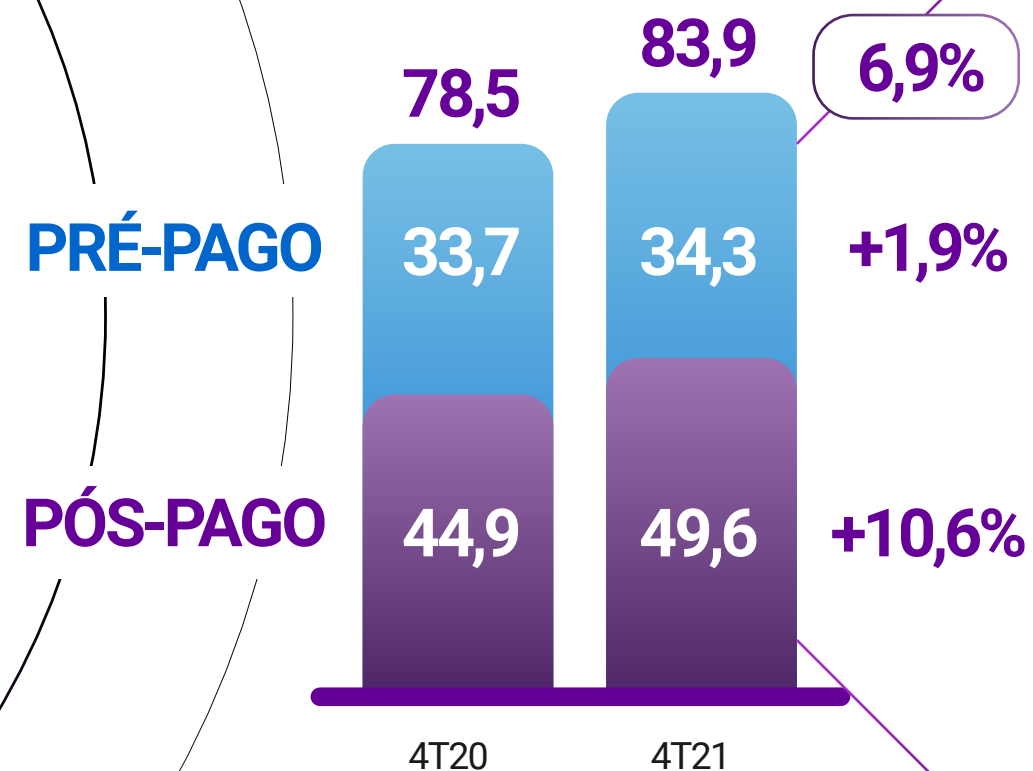




BASE DE ACESSOS MÓVEIS MILHÕES



Recorde histórico



VIVO MÓVEL

Em 2021, seguimos com a liderança absoluta no segmento móvel, com 83,9 milhões de linhas em operação – um número que corresponde a 33% do total de linhas ativas no Brasil. Cobrimos 94% da população com rede 4G e aceleramos o lançamento de cidades com a rede 4.5G em 2.855 cidades, mantendo nossa diferenciação em relação aos principais competidores.

Líder de mercado



MÓVEL:

33,1% de market share

PÓS-PAGO:

37,0% de market share

PRÉ-PAGO:

28,7% de market share





O 5G

Em novembro de 2021 foi realizado o maior leilão de faixas de frequência da história do país. Compramos em todos os lotes disponíveis para a nossa participação e arrematamos 100 mega-hertz da faixa de 3,5GHz, considerada chave para a ampla aplicação do 5G e a mais usada e aprovada no mundo. O investimento em licenças foi de R\$ 0,9 bilhões.

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

O 5G traz capacidade para conectar massivamente um número significativo de aparelhos, com altíssimas velocidades, latência ultrabaixa, maior confiabilidade e disponibilidade. Além disso, no contexto industrial, terá papel preponderante para suportar um universo de aplicações e requerimentos necessários à sua execução.

A partir dele, o segmento de IoT (Internet of Things, ou internet das coisas, em português) poderá avançar de forma muito mais intensa e veloz, conectando mais coisas e pessoas. Como resultado, o volume de novas possibilidades se multiplica exponencialmente, com impacto positivo na economia do país, com destaque aos setores de Tecnologia, Informação e Comunicação, Manufatura, Serviços, Varejo, Agricultura, Mineração.

Estamos usando toda a nossa experiência e liderança de mercado para entregar soluções para as pessoas e as empresas, com todo o potencial que só o 5G permitirá. Assim como os outros vencedores do leilão, a Vivo deverá cumprir contrapartidas sociais, como prover acesso 5G em todas as cidades do país com mais de 30 mil habitantes até 2029. Nos municípios menores, a tecnologia ainda presente de 2G será substituída.

PARA QUE SERVE CADA FAIXA?



FREQUÊNCIAS ADQUIRIDAS PELA VIVO

2,3 GHz
Sudeste, Centro-
-Oeste e Norte

3,5 GHz
Nacional

26 GHz
Nacional





O QUE É A TECNOLOGIA 5G?

É uma rede móvel de 5ª geração que permite conectividade ultrarrápida e com latência muito baixa que beneficia os consumidores, com melhor usabilidade de soluções e também as empresas, revolucionando o conceito de indústria 4.0.



x1000
DE AUMENTO DE
CAPACIDADE



90%
DE ECONOMIA
DE ENERGIA



7 bilhões
DE PESSOAS
CONECTADAS



= 0 latência
(MAIOR RAPIDEZ
DE ACESSO)



7 trilhões
DE COISAS CONECTADAS



10 Gbs
DE VELOCIDADE

COMO O 5G VAI TRANSFORMAR O DIA A DIA DAS PESSOAS?

- **Melhor experiência de vídeo:** downloads de filmes em poucos segundos, além de assistir a transmissões esportivas ao vivo, em qualidade 4K.
- **Melhor qualidade de streaming:** reprodução de conteúdos dos aplicativos de vídeo e música em máxima qualidade e sem interrupções, além de chamadas de vídeo com maior nitidez.
- **Conexão de vários dispositivos:** conexão simples, sem a necessidade de WiFi, melhorando a gestão do tráfego.
- **Melhor experiência de jogos:** maior flexibilidade sem precisar estar em casa para jogar on-line, conectando-se de qualquer lugar.

O QUE EU PRECISO PARA ACESSAR 5G?

- Um smartphone compatível com a tecnologia 5G.
- Ter uma versão atualizada do software instalada nos dispositivos.
- Estar na área de cobertura da rede 5G





COMO O 5G VAI MELHORAR PROCESSOS DE PRODUÇÃO EM INDÚSTRIAS E EMPRESAS?

- Otimização de processos: armazenamento e processamento de grandes volumes de dados, melhorando processos de logística e produção. Além disso, permitirá que vários dispositivos sejam conectados simultaneamente (IoT-Internet das Coisas).
- Avanços na Telemedicina: massificação do atendimento remoto, dando lugar a tratamentos e operações remotas, permitindo maior cobertura em áreas de difícil acesso, gerando economia em custos de transporte, tempo e insumos.
- Veículos automatizados: permitirá que carros e outros veículos sejam guiados de forma coordenada, alterando sua rota e levando auxílio em tempo real.
- Gestão de portos e frotas marítimas: melhor conectividade na infraestrutura de portos e frotas marítimas, permitindo que clientes e fornecedores otimizem suas atividades.





RUMO À INDÚSTRIA 4.0

O Centro Universitário FEI, a Vivo Empresas e a Ericsson anunciaram, em abril de 2021, a criação de um Centro de Soluções 5G para explorar as potencialidades das redes da quinta geração. A iniciativa nasceu como um polo tecnológico e tem a Internet das Coisas (IoT, na sigla em inglês) como segmento âncora das linhas de pesquisa e desenvolvimento.

O projeto direcionará os esforços para todos os setores industriais, com destaque para as áreas de automação, logística e mobilidade urbana – evoluindo conceito de cidades inteligentes –, e setores que demandam uma comunicação massiva de dispositivos, como agronegócio, mineração e diversos processos industriais relacionado à manufatura avançada.

A infraestrutura do novo centro, com sede no campus do Centro Universitário FEI, em São Bernardo do Campo (SP), conta com equipamentos da Ericsson e rede privativa 5G da Vivo, com a utilização da frequência de 3,5 GHz, capaz de explorar a combinação de altíssima velocidade e latência próxima de zero.

Além da conectividade, a Vivo terá um papel fundamental na criação de novas aplicações a partir da experiência em inovação aberta, com dezenas de projetos já desenvolvidos em parceria com startups direcionadas ao desenvolvimento de novos serviços digitais para a indústria.





A OPERAÇÃO EM DETALHES

Valor:

R\$ 5,4 bilhões

Espectro:

43 MHz

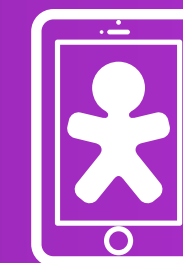
COMPRA DOS ATIVOS MÓVEIS DA OI

Em dezembro de 2020, a oferta apresentada pela Telefônica Brasil em conjunto com a TIM e a Claro foi declarada vencedora do procedimento competitivo de alienação dos ativos da operação de telefonia móvel da Oi.

A proposta apresentada, no valor total de R\$ 16,5 bilhões, foi homologada pelo juízo da Recuperação Judicial como vencedora do leilão, após as manifestações favoráveis do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro e do Administrador Judicial.

A efetivação da aquisição, sujeita a condições aplicáveis a esse tipo de transação, como a anuência da Anatel e do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), foi concretizada no primeiro semestre de 2022.

Financiado 100% com a posição de caixa da Vivo, a aquisição dos ativos da Oi permitirá uma melhora da rede móvel em todo o país, com ganhos de eficiência por meio de uma melhor utilização da rede, aprimoramento da experiência do cliente com mais qualidade na rede móvel e a aceleração do processo de digitalização do país.



Aquisição
permitirá
melhora da
rede móvel
em todo
o país





VIVO FIBRA

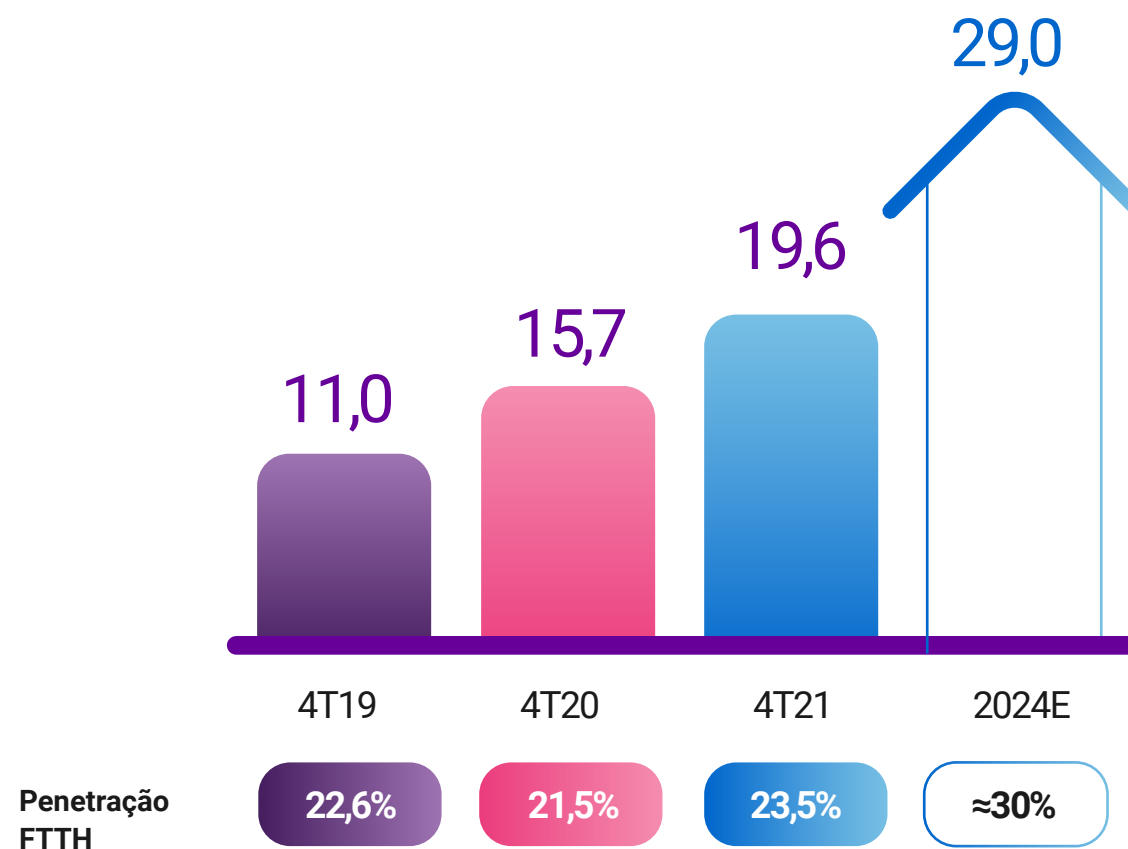
203-1, 103-2, 103-3

Em 2021, a Vivo Fibrã chegou a 327 cidades, conectando 19,6 milhões de domicílios com tecnologia da fibra óptica até a casa do cliente (FTTH – fiber to the home). Para 2024 a meta é chegar a 29 milhões de domicílios.

Para alcançá-la, contará com a FiBrasil (FiBrasil Infraestrutura e Fibrã Ótica S. A), rede de fibra neutra criada pela Telefônica Brasil, Telefônica Infra (braço de infraestrutura do Grupo Telefônica) que em conjunto detêm 50% do capital, e CDPQ (grupo de investimento canadense), também com 50% do capital, em um modelo de governança de controle.

A participação acionária do Grupo Telefônica é dividida igualmente entre a Telefônica Brasil (Vivo) e a Telefônica Infra. A nova empresa conta com uma equipe totalmente independente, liderada por um CEO, corpo diretivo e seus colaboradores.

EVOLUÇÃO DE HOME PASSED MILHÕES



A Vivo atingiu

4,6 milhões

de acessos

FTTH em 2021





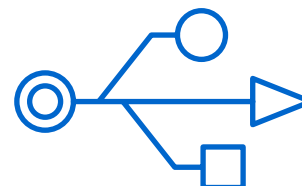
A FiBrasil iniciou suas operações no país em março de 2021 e está presente em 34 cidades (1,6 milhão de domicílios). Ela levará infraestrutura de fibra para seis milhões de residências e empresas nos próximos quatro anos e fornecerá acesso a uma rede neutra de fibra de ultravelocidade em um modelo de atacado para empresas que desejam expandir sua cobertura em todo o Brasil.

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

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



FiBrasil está presente em
34 cidades

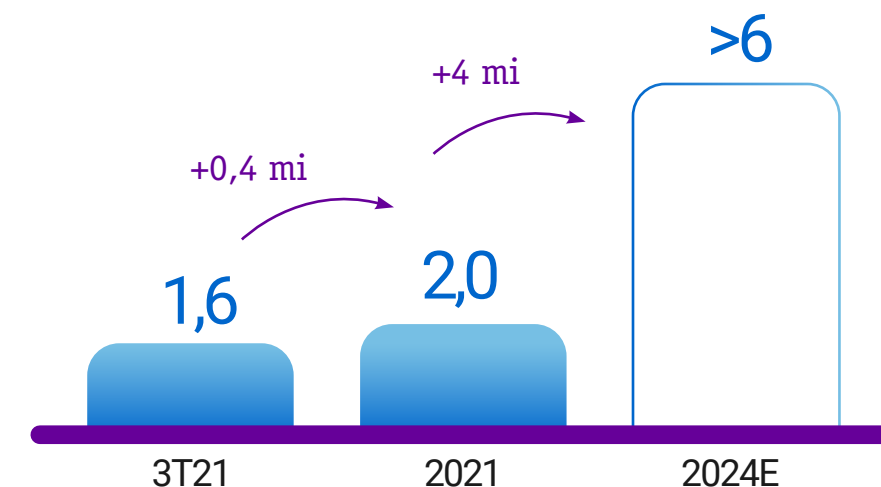


Infraestrutura de fibra para
6 milhões
de residencias e empresas
nos próximos quatro anos

HOME PASSED MILHÕES



FIBRASIL



FiBrasil alcançou
2 MILHÕES

de casas passadas em 2021 e levantou

R\$ 550 MILHÕES

por meio de uma debênture para acelerar o rollout de fibra





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 52 >

07



#TemTudoNaVivo

CAPITAL INTELECTUAL





Somos uma empresa digital preparada para atender todas as necessidades de nossos clientes - sejam eles grandes ou pequenas empresas, usuários da telefonia móvel, da fibra e até aqueles que ainda não são clientes diretos da Vivo. **Geramos impacto positivo e impulsionamos o crescimento e a digitalização do país por meio de nossas soluções e apoiados em uma infraestrutura capaz de conectar pessoas, serviços e intensificar a conexão de qualidade em todos os cantos do Brasil.**

Com isso, queremos ampliar nossas possibilidades de negócio ao mesmo tempo em que contribuímos para promover uma transformação tecnológica que traga mais acesso à educação, à saúde e ao crescimento econômico inclusivo e sustentável.

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

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





UMA COMBINAÇÃO ÚNICA ENTRE O PRESENCIAL E O DIGITAL

PRESENCIAL



+ 1,7 MIL

lojas com modelos que atendem às necessidades de cada local



+ 10 MIL

pontos de venda de redes de varejo



+ 300 MIL

pontos de recarga



+ 3 MIL

vendedores externos (PaP)

DIGITAL

E-COMMERCE:

principal canal de distribuição nos próximos anos, hoje responsável por aproximadamente 20% das vendas

MARKETPLACE:

+ de 10 milhões de visitas em 2021, com lojas que oferecem aos clientes tudo o que precisam em termos de conectividades

HUB DE SERVIÇOS

ENTRETENIMENTO



EDUCAÇÃO & INFORMAÇÃO



SAÚDE & BEM-ESTAR



SERVIÇOS FINANCEIROS



CASA INTELIGENTE



EMPRESAS (HW, SW E SERVIÇOS)





INOVAÇÃO NO CENTRO DA ESTRATÉGIA

Somos líderes no mercado móvel e em fibra no Brasil e buscamos impulsionar cada vez mais nosso processo de inovação no país para abastecer um mercado que traz oportunidades valiosas em telecomunicações e serviços, além de fomentar a transformação tecnológica para a geração de oportunidades e a inclusão digital.

Por meio do Vivo Discover, desde 2019 trabalhamos em conjunto com startups para gerar novos negócios e fomentar a cultura de inovação aberta dentro da companhia, por meio do engajamento dos colaboradores e lideranças. Seu principal pilar é o Programa Vivo Shapers, que desenvolve multiplicadores da inovação e os capacita a buscar startups que tragam novas soluções para os desafios internos da companhia.

Nossa inovação surge também da abertura para todo um ecossistema digital que cresce fora da Vivo. A Wayra, iniciativa de apoio ao empreendedorismo lançada pela Telefônica em 2011, tem um papel relevante como um veículo de inovação aberta no Brasil nos últimos 10 anos. Desde sua criação, a Wayra Brasil já investiu mais de R\$ 25 milhões em 83 startups brasileiras e, atualmente, tem em seu portfólio 33 startups, sendo que 57% delas realizam negócios com a Vivo. Entre as áreas prioritárias estão empresas de educação, saúde, finanças, inteligência artificial (IA), internet das coisas (IoT), 5G, big data, análise avançada de dados (Advanced Analytics), computação em nuvem (Cloud Computing), cibersegurança, entre outras tecnologias.

A Wayra Brasil já
investiu mais de
**R\$ 25
MILHÕES**
em 83 startups
brasileiras



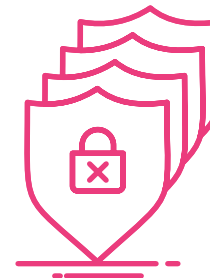


Nossa inovação surge também da abertura para todo um ecossistema digital que cresce fora da Vivo

Em uma década, a Wayra conseguiu gerar negócios diretos entre a Telefônica e mais de 250 startups, propiciando mais de R\$1 bilhão em receita para essas empresas. Todos esses anos de apoio às startups também se converteram em retorno financeiro para a Wayra, que viu seus mais de R\$ 370 milhões em investimentos globais valorizarem cerca de 90%, com um TVPI de 1,90% - métrica utilizada para medir a performance dos fundos de capital de risco.

Investimentos recentes da Wayra Brasil incluem a startup de segurança Gabriel, que desenvolve tecnologias com foco em segurança condominial e monitoramento de imagens baseada em tecnologia de visão computacional e Inteligência Artificial; a Alicerce, uma edtech social com tutoria de alta qualidade a preços acessíveis para crianças e jovens adultos, e a GamerSafer, startup de segurança cibernética que fornece autenticação de usuário e serviços antifraude para jogos on-line. Ainda em 2021, a Wayra investiu na fintech Olivia, uma solução de assistência financeira apoiada em inteligência artificial (IA) e aprendizado de máquina, que foi adquirida pelo Nubank no mesmo ano.

Desde 2018, a Wayra Brasil apoia o BNDES Garagem, iniciativa que contribui com as startups brasileiras com o foco em desenvolver e fomentar o empreendedorismo no Brasil. O programa está sendo executado por um consórcio formado pela Wayra, Artemisia e Liga Ventures. Em 2021, foram selecionadas 45 startups que receberam gratuitamente apoio para alavancar seus negócios. Além disso, no ano anterior, realizamos em conjunto com a Wayra Hispam um programa liderado pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) – o Smart Challenge - Caminho dos Jesuítas – que selecionou e acelerou nove startups do Brasil e de outros países da América Latina, como Argentina, Paraguai e Uruguai, com soluções de base tecnológica voltadas a potencializar o turismo na região. Esta iniciativa, integrou startups de diferentes geografias com soluções para fomentar rotas turísticas em plena pandemia.



Também em 2021, a Wayra Brasil anunciou o desafio de cibersegurança para as startups do setor, com o objetivo de acelerar a conexão entre as soluções antifraudes e as grandes organizações. A iniciativa teve como foco empresas que pudessem apoiar desafios específicos nas áreas de autenticação de imagens e documentos, autenticação para atendimento seguro via WhatsApp, reconhecimento de voz para atendimento em televidas, gestão de plataforma antifraude para revendedores parceiros, gestão em rede e compliance de scripts, além de soluções para detectar configurações maliciosas realizadas nos dispositivos como modems e roteadores.

Clique aqui para saber mais sobre a Wayra e as startups escaladas





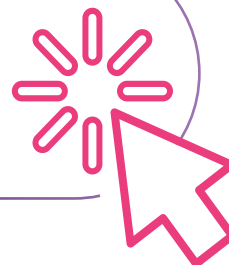
UMA PLATAFORMA DE SERVIÇOS E PRODUTOS

Acelerada nos últimos dois anos, a digitalização de produtos e serviços é uma realidade cada vez mais presente na vida das pessoas. No Brasil, ele se coloca como um dos principais vetores de transformação do país, já que tem o potencial de aumentar – a partir de um processo de melhoria de infraestrutura e de inclusão digital – a penetração de serviços e bens essenciais como saúde, educação, finanças e e-commerce.

Em 2021, a Vivo avançou muito na presença, na potência e na pluralidade do seu portfólio. Na área de saúde, lançamos o **Vida V**, uma plataforma de saúde desenvolvida em parceria com a Teladoc Health, uma das maiores empresas de telemedicina do mundo. O Vida V pode ser contratado por qualquer consumidor – inclusive por aqueles que ainda não são clientes da Vivo – e foi criado para facilitar e ampliar o acesso a consultas médicas por meio da telemedicina. O serviço pode ser contratado pelo site ou app, que também oferecem ferramentas que auxiliam o usuário a desenvolver uma visão integrada da sua saúde e cuidados diários.

A digitalização
de produtos e
serviços é uma
realidade cada vez
mais presente na
vida das pessoas

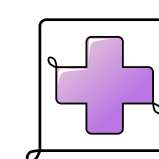
Clique aqui para saber
mais sobre o Vida V



VIDA V



MÉDICOS
QUALIFICADOS



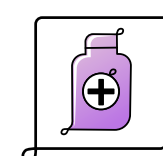
PRONTO
ATENDIMENTO
ADULTO E
PEDIÁTRICO



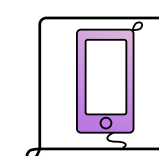
24 HORAS
POR DIA, 7 DIAS
POR SEMANA



SERVIÇO DE ALTA
QUALIDADE COM
CUSTO ACESSÍVEL



DESCONTO EM
MEDICAMENTOS



FÁCIL, RÁPIDO
E DIGITAL





A área de educação é um dos pilares centrais para a estratégia da Vivo. Queremos contribuir para levar conhecimento a cada vez mais pessoas, aproveitando o alcance dos dispositivos móveis como ferramenta de inclusão social para oferecer cursos de qualidade e com valores que cabem no bolso dos brasileiros. Tendo esse propósito em vista, a Vivo e a Ânima Educação, maior e mais inovador ecossistema de educação de qualidade do país, anunciaram em 2021 a formação de uma joint-venture para a criação de uma plataforma digital na área de educação.

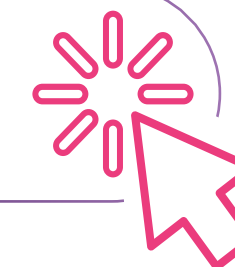
Ambas terão, 50% de participação na nova empresa, que contará com equipe própria e independente e que começa a operar em 2022. Por meio de uma plataforma digital, serão oferecidos cursos rápidos em áreas como ciência de dados, programação e tecnologia da informação. Desenhado para adolescentes e adultos que buscam transição de carreira ou emprego formal, por meio de um processo de aprendizado personalizado, os alunos poderão escolher as disciplinas de acordo com suas ambições pessoais e de trabalho.

A pandemia também acelerou a inclusão financeira da população, mas ainda há uma grande parcela de brasileiros desbancarizados ou pouco bancarizados. Muitos são clientes Vivo, têm proximidade com a nossa marca e fazem recargas de crédito pré-pago todos os meses. Por isso, em 2021 lançamos o **Vivo Pay**, uma conta digital que permite a realização de diversas transações bancárias direto pelo aplicativo, de forma fácil, simples e segura.

O serviço, disponível para qualquer pessoa, contribui para a inclusão financeira da população já que oferece, entre outras funcionalidades, um cartão pré-pago virtual Visa, sem anuidade, para compras on-line; e permite enviar e receber dinheiro e pagar contas via PIX. Além disso, ao utilizar o Vivo Pay, os usuários podem ganhar recompensas em pacotes de dados da Vivo.

Clique aqui para
saber mais sobre

vivo PAY*





Dentro deste mesmo conceito e para ampliar o acesso das pessoas ao crédito, o Vivo Money completou um ano em outubro de 2021. O serviço de crédito pessoal digital está disponível para clientes pós-pago, controle e pré-pago e oferece empréstimos de até R\$ 50 mil com parcelamento de até 36 meses e taxas de juros competitivas. Hoje, já são mais oito mil usuários do produto e mais de R\$ 44 milhões de crédito concedido (até fevereiro de 2022).

Durante todo o ano de 2021, a Vivo buscou reforçar seu protagonismo e posicionamento como um Hub de serviços digitais, oferecendo conteúdo e soluções de utilidades para todos.

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

Somos o 3º maior player do mundo em quantidade de parcerias com serviços over-the-top (OTT) com conteúdo ao vivo ou sob demanda e trabalhamos com diferentes formatos, sempre buscando oferecer a solução mais adequada a cada cliente. Com ofertas individuais dos serviços ou empacotados com os nossos planos de conectividade já são 1,2 milhões de assinaturas de OTTs. Além disso, com o Vivo Play proporcionamos uma experiência integrada, agregando diversos parceiros para levar sempre o melhor do conteúdo aos nossos clientes.

Clique aqui para
saber mais sobre

vivo MONEY*



ENTRETENIMENTO

Parceria com os melhores OTTs
complementando a jornada do
cliente da móvel e fixa

~1,2 mi

Assinatura de clientes

+79% a/a

NETFLIX

Disney+

TIDAL



Spotify

HBOmax

prime video

globoplay

Vivo Shopping – O Marketplace da Vivo

Reforçando nossa estratégia de #TemTudoNaVivo, possuímos o Vivo Shopping, cuja ideia central é oferecer aos clientes a possibilidade de encontrar na Vivo tudo de que precisam em termos de conectividade, utensílios tecnológicos, domésticos e de estilo de vida, em sinergia com o ecossistema Vivo. A atuação one stop shop fornece condições diferenciadas e benefícios exclusivos para a base de clientes, combinando ofertas e serviços já fornecidos pela Vivo como um diferencial competitivo.

Ações promocionais para as principais datas do varejo

Semana do Consumidor, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Férias escolares, Black Friday e Natal.

Ações conjuntas com o ecossistema Vivo

Ofertas no Vivo Valoriza, Vivo TV, Live Commerce Vivo, Gigaback com Vivo Pay e cupons dedicados para a base de clientes Vivo



Receita: 16 milhões

Pedidos: 23 mil

Visitas totais:
+13,7 milhões

Categorias vendidas:
mais de 30

Produtos cadastrados:
+ de 50 mil

Parceiros (lojistas):
aproximadamente 100





VIVO PETS

Todas nossas lojas de rua e 95% das lojas nos shoppings são pet friendly, ou seja, nossos clientes podem visitar o estabelecimento acompanhados de seu bichinho de estimação. E agora, o Vivo Pets também está implementando em mais de 180 lojas o Espaço Pets, com totens que oferecem facilidades como água filtrada, saco descartável e até lenço umedecido. Além disso, algumas de nossas lojas físicas e nossa loja on-line oferecem um alimentador inteligente wi-fi, no qual é possível programar os horários e as quantidades das porções de ração.



O Shopping Vivo, nossa plataforma marketplace, também possui uma categoria especial para os pets. Em parceria com a Cobasi, oferecemos produtos de higiene e cuidados, acessórios, produtos para transporte seguro do seu animal e uma seção de produtos inteligentes. Para quem está pensando em adotar um pet, a plataforma de adoção e parcerias com ONGs continua ativa no Vivo Valoriza.

PET FRIENDLY





VIVO PLAY

A frente de Entretenimento da Vivo é hoje um dos pilares da proposta de valor para nosso cliente, pois é através dela que facilitamos a sua experiência, oferecendo ampla variedade de assinaturas de conteúdo com parcerias estratégicas junto dos maiores players de streaming do mundo e integrando ainda o consumo em um só lugar, através do Vivo Play App.

Somos o 3º maior player do mundo em quantidade de parcerias com serviços over-the-top (OTT)¹, com conteúdo ao vivo ou sob demanda, e trabalhamos com diferentes formatos, sempre buscando oferecer a solução mais adequada a cada cliente. Com ofertas individuais dos serviços, empacotados com os nossos planos de conectividade ou através da nossa plataforma, já são mais de 100 mil novas assinaturas mensalmente.

Além disso, com o Vivo Play, proporcionamos uma experiência integrada, agregando diversos parceiros para levar sempre o melhor do conteúdo aos nossos clientes.

¹ Fonte: OMDIA² Serviço de mídia que faz distribuição de conteúdos pela internet





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 62 >

08

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

CAPITAL INTELECTUAL | CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO





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

Há cinco anos definimos nosso programa de transformação da experiência do cliente em quatro princípios de atuação: “ser confiável”, “ser eficiente”, “ser fácil e “ser encantador”. Desde então, esses valores guiam nossa atuação e apoiam o programa **#DNAVivoEmTudoQueFazemos**.

O DNA Vivo, nosso programa de customer experience (CX) tem sido a principal força motriz de transformação da experiência dos nossos clientes e de uma cultura de centralidade no consumidor. Premiado em 2021 pela Customer Centricity World Series Awards 2021 como uma das três melhores estratégias de CX do mundo, o programa permeia toda a companhia, sendo o protagonismo de cada colaborador a chave para transformar a experiência dos clientes nos diversos momentos da sua jornada. Guiado pelos quatro princípios, o programa DNA Vivo se ancora em dois principais pilares:

FORMAÇÃO DA JORNADA DO CLIENTE



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

CULTURA COM CENTRALIDADE NO CLIENTE



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

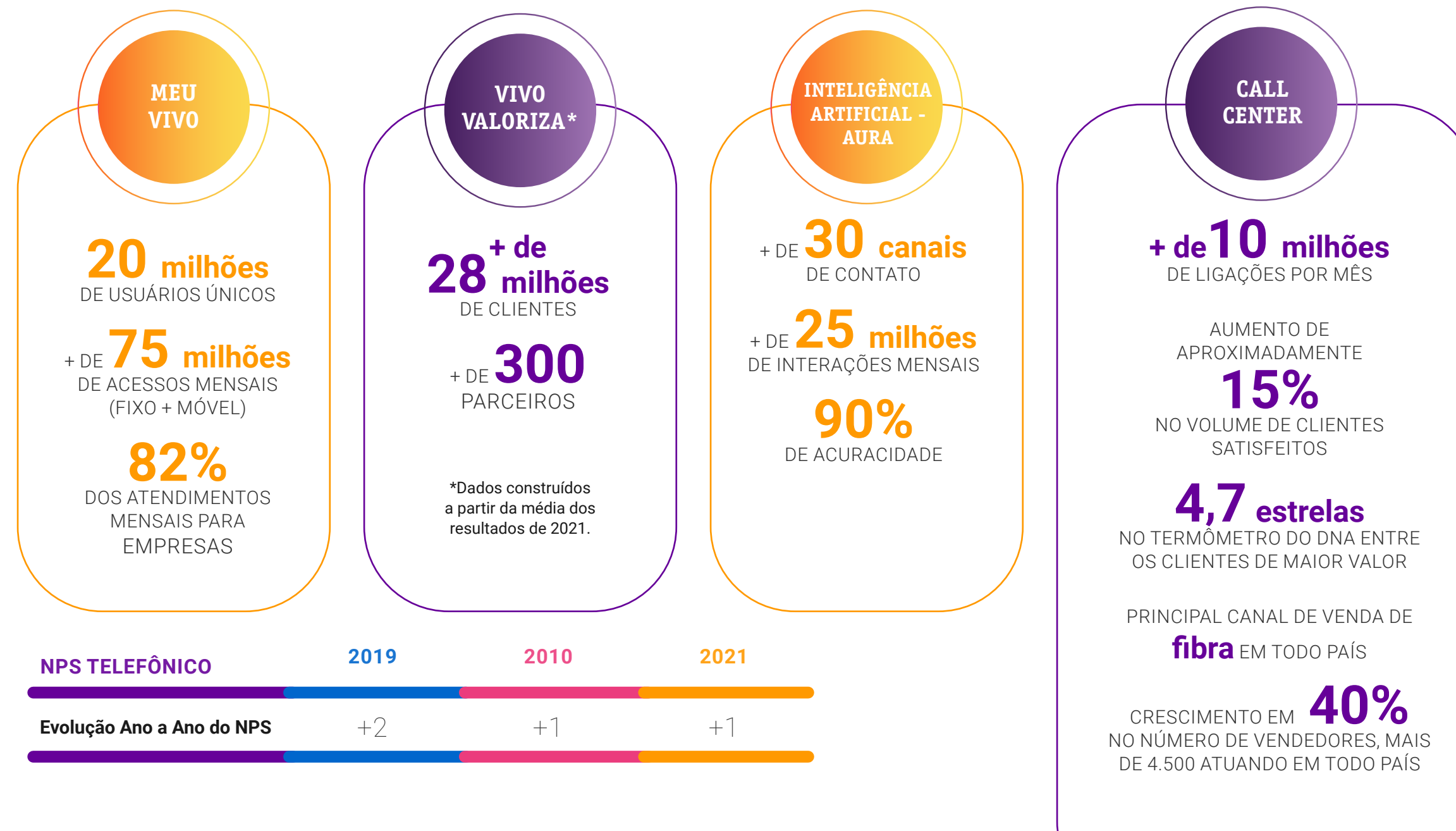




É possível ver esforços de todas essas frentes traduzidos no crescimento global da satisfação dos clientes, pelo indicador de recomendação (NPS – Net Promoter Score) que apresenta crescimento constante ao longo dos últimos anos.

Possuímos termômetros de satisfação do cliente em quase todos os pontos de contato, medição que nos ajuda a atuar melhor. O app Vivo já representa mais de 80% do relacionamento que temos com nossos 20 milhões de usuários únicos. O Vivo Valoriza, programa de benefícios que conta com centenas de parceiros, é o quarto item mais acessado do aplicativo, com 28 milhões de clientes. Temos 30 milhões de interações por mês na Aura (nossa inteligência artificial), das quais 18 milhões pelo WhatsApp. Já o **Vivo Prime**, novo canal que funciona 100% via WhatsApp, foi o responsável por mais de 30 mil vendas de maneira personalizada.

RELACIONAMENTO DIGITAL





DESTAQUES B2C

VIVO AO VIVO



Em 2021, a Vivo ampliou sua atuação no Varejo On-line, adotando o conceito live commerce, ou compras ao vivo, com descontos e condições promocionais durante a transmissão de cada live. O **Vivo ao Vivo** oferece produtos das principais marcas do mercado, via Vivo Shopping – plataforma Marketplace da empresa.

As transmissões são conduzidas por um especialista em tecnologia, que explica detalhes dos produtos, além de oferecer diversas dicas de usabilidade para auxiliar o público a escolher as melhores opções de aparelhos disponíveis em cada transmissão.

Cada live tem uma média
de **1.200 interações**

O foco é esse se torne
o principal canal de
distribuição da companhia

APP VIVO



Após uma reformulação, que teve início pouco antes da pandemia, o aplicativo passou a atender a todos os clientes com a mesma experiência de navegação. Como parte desse processo, em 2022 o canal Meu Vivo passou a se chamar **app Vivo**, marcando o início de uma nova fase mais simples e personalizada. O app Vivo será a porta de entrada de nosso ecossistema de negócios, tornando-se o ponto central no relacionamento com nossos clientes.

Carrega as principais
informações em até
2 segundos

Faz ofertas 100%
personalizadas

VIVO EM CASA



Por meio do canal é possível acessar todos os serviços e produtos da companhia de forma 100% remota, dando total flexibilidade ao cliente. O Vivo em Casa também permite realizar os procedimentos presentes nas lojas físicas da Vivo, por meio de um catálogo on-line, optando por retirar os produtos diretamente nas lojas com o sistema drive-thru ou recebê-los diretamente no endereço escolhido.

Seguindo esta iniciativa, melhoramos o posicionamento das cerca de 1.800 lojas no Google, expandindo ainda mais o atendimento remoto, possibilitando que o cliente seja atendido da forma que melhor desejar, seja remota ou presencialmente.

LOJAS FÍSICAS



Em 2021, a Vivo aumentou sua presença em pontos de experiência, com 85 lojas físicas e mais de cinco mil novos pontos de venda de chips e recarga, chegando a mais de 265 mil Pontos de Vendas (PDVs) e aproximadamente 1800 lojas em todo o país. Também investimos na modernização daquelas já existentes, reformando mais de 145 lojas em 2021.

Hoje, as unidades possuem exposição e demonstração do portfólio de produtos como smartphones, smartwatches, acessórios, dispositivos para casa conectada, equipamentos de áudio, acessórios gamers, dentre outros. Além disso, também podem ser realizadas contratações dos serviços da Vivo de telefonia móvel e fixa com TV por assinatura, Banda Larga e Vivo Fibra.

Entre as novas lojas que chegaram aos consumidores em 2021, duas são no formato Lojas Icônicas, com projeto arquitetônico e conceitos únicos que proporcionam uma experiência diferenciada a todos os visitantes. O espaço Casa Conectada, por exemplo, reproduz uma sala de estar e convida à degustação de dispositivos como assistentes virtuais, lâmpadas, câmeras e sensores inteligentes, dos serviços da Vivo TV, e a experiência de jogar on-line e utilizar a internet de ultravelocidade com a Vivo Fibra. As lojas contam ainda com o Vivo Guru, o consultor da companhia que oferece, de forma gratuita, atendimento especializado em tecnologia para os consumidores.





DESTAQUES B2B

No segmento B2B focamos no propósito das empresas, sejam elas pequenos negócios ou grandes corporações. Dessa forma, reestruturamos nosso canal de vendas em 2021 para ter mais proximidade, presença e entendimento do negócio de cada cliente.

Ampliamos o **Vivo One**, nosso novo segmento de clientes dedicado à parte das médias empresas, com gerentes de negócio Vivo dedicados a atender uma carteira fixa de clientes, gerando muito mais proximidade na relação. O atendimento às empresas é feito de forma digital e remota, em um moderno modelo “inside sales”.

No topo da pirâmide, criamos o **Corporate V**, segmento dedicado a atender as 50 maiores empresas do Brasil, garantindo a elas uma estrutura dedicada e proporcional a relevância que possuem.

E temos agora uma equipe de **Serviços Digitais** que passou atuar de forma especializada, por segmento de clientes, tornando nossa atuação muito mais consultiva, acelerando a transformação digital das empresas brasileiras.

Além disso, lembrando sempre que empresas são feitas de pessoas, lançamos em 2021 o **Vivo in Company**, uma equipe de consultores Vivo que passa dois meses disponível para atender aos colaboradores das empresas clientes do B2B, nas suas necessidades como pessoa física, tanto para solucionar temas relativos aos produtos Vivo que eles já possuem, quanto para fazer novas aquisições.

Desde o início do projeto, já impactamos mais de 150 mil colaboradores e mais de 60 empresas



eSIM NO MEU VIVO EMPRESAS

Em agosto de 2021, a Vivo lançou no Meu Vivo Empresas, de forma inovadora, a migração 100% digital do chip tradicional para o eSIM. Até o momento, já foram realizadas mais de 9mil migrações. O canal seguirá evoluindo para que os clientes possam adquirir o serviços de mobilidade para empresas, já ativos com eSIM, dispensando o uso do chip tradicional.

A tendência do mercado de tecnologia aponta que cada vez mais os aparelhos nascerão com a opção desta tecnologia. Com este processo de ativação junto com a mudança de aquisição das linhas sem envio de chip físico, reduziremos drasticamente a utilização de plástico das embalagens, Vivo Chip e também a emissão de carbono no deslocamento desses materiais.





RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

102-9



Os produtos e serviços que oferecemos aos clientes são o resultado de uma relação mutuamente proveitosa com nossos parceiros comerciais e fornecedores. Devemos garantir que estas relações sejam equilibradas, de confiança e gerem um compromisso com a qualidade, a inovação e a satisfação do cliente final.

O princípio de atuação da nossa política também tem o objetivo de auxiliar nos momentos de conflitos de interesses, buscando sempre a igualdade e a imparcialidade para todos os fornecedores e aliados, de forma a honrar as responsabilidades legais da Vivo e da prestadora.

Para assegurar uma atuação de acordo com nossos Princípios de Negócio Responsável, temos iniciativas para garantir que nossas relações comerciais atendam às normas de conformidade, tais como:

- Pesquisas reputacionais implantadas durante o processo de contratação, de acordo com critérios internos, que incluem a verificação de violação às legislações anticorrupção, processos administrativos e judiciais, e da existência de programas de integridade implementados.
- Inserção de cláusulas específicas sobre o tema de ética e anticorrupção nos contratos em negociação com terceiros.
- Ações de engajamento e comunicações com relação aos princípios e às diretrizes que norteiam os Princípios de Negócio Responsável – nosso código de ética.
- Controles e processos relacionados ao cumprimento das normas anticorrupção durante o cadastro nos processos de compras da empresa.





UMA CADEIA VIVA

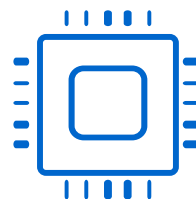
Nossa cadeia de suprimentos engloba os mais diversos segmentos, como Telecomunicações, Call Center, Transporte, Mobiliário, Energia Elétrica e Treinamentos, abrangendo, principalmente, empresas brasileiras.

A Vivo possui uma classificação de todos os produtos e serviços que adquire. Os mais estratégicos são gerenciados globalmente e, para cada um deles, é atribuído um risco e um valor mínimo para contratação de um Seguro de Responsabilidade Civil. Esses riscos variam de acordo com volume financeiro e impacto no modelo de negócios da companhia. Entre os principais fatores de risco identificados estão:



CONFIABILIDADE

Temos fornecedores-chave de equipamentos e serviços, especialmente equipamentos de redes de telecomunicações e aparelhos, para a execução e desenvolvimento de nossos negócios. No caso de falhas no fornecimento, podemos enfrentar problemas com a continuidade de nossas atividades comerciais.



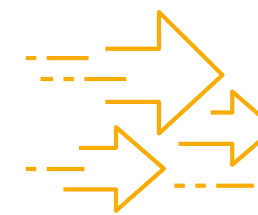
INSUMOS

O alto crescimento dos mercados de dados em geral e de banda larga em particular pode resultar no fornecimento limitado de equipamentos essenciais à prestação de tais serviços. Restrições quanto ao número e a localização geográfica de fabricantes estrangeiros representam riscos como vulnerabilidade a flutuações cambiais nos casos de insumos importados e pagos em moedas estrangeiras.



QUESTÕES TRABALHISTAS

Estamos expostos de forma subsidiária a passivos contingentes em decorrência do fato de nossa estrutura incluir a contratação de prestadores de serviços terceirizados. Esses passivos podem envolver a discussão sobre a ausência de recolhimento fundiários e previdenciários, indenizações por acidente ou doença do trabalho, diferenças salariais, horas extras, periculosidade, equiparação entre outros.



CONCORRÊNCIA

Fusões e aquisições podem modificar a dinâmica do mercado, criar pressões competitivas, forçar os pequenos concorrentes a encontrar parceiros e impactar nossa situação financeira, além de exigir que ajustemos operações, estratégias de comercialização e portfólio de produto.





Identificamos nas áreas de Infraestrutura de Rede e Dispositivos fornecedores críticos devido à alta concentração de valor, motivados principalmente pelo produto, tecnologia e planta existente. Em 2021, 10 fornecedores desses segmentos representavam 47% do orçamento do ano.

Dentro do cenário de terceirização da Vivo, é necessário um ambiente de controle planejado para prevenir os riscos do processo. Para o gerenciamento desses riscos, adotamos controles internos e procedimentos de mitigação.

Com esse modelo, temos mais agilidade e eficiência em nossos processos, pois ele permite identificar, avaliar, controlar e reportar os fatores que podem impactar nossa atuação. A área de Gestão de Aliados é responsável pelo acompanhamento dos cumprimentos legais, pela aplicação dos Princípios de Atuação de Negócios Sustentáveis e pela monitoria do risco do fornecedor.

O processo de gestão de fornecedores também envolve auditorias presenciais nos principais fornecedores de risco. Essas auditorias têm como objetivo de autenticar as conclusões do processo documental, além de buscar identificações adicionais de questões que não possam ser detectadas através do processo de monitoria, como assédio moral e trabalho escravo. [103-2](#), [103-3](#)

Em 2021, foram realizadas 2.597 auditorias administrativas e 344 auditorias presenciais, sendo elas: aspectos laborais, saúde e segurança no trabalho, meio ambiente, segurança e privacidade, e auditorias globais.

O cálculo da análise de riscos e identificação de fornecedores críticos em Sustentabilidade utiliza as seguintes análises:

- **Risco de Aspectos:** são aplicados pesos de avaliação relacionados a condições de trabalho, saúde e segurança, meio ambiente, direitos humanos, minerais em zona de conflito, privacidade e promessa ao cliente.
- **Risco segundo a procedência do produto ou serviço:** valoração do nível de risco por cada subgrupo, segundo a possível procedência do produto ou serviço (e seus componentes).
- **Risco segundo o impacto sobre a empresa:** contempla o possível impacto na reputação da companhia em caso dos riscos analisados se materializarem.

NÚMERO DE FORNECEDORES ALIADOS POR TIPO

	2019	2020	2021
Call centers	29	29	27
Profissionais de saúde	5	4	4
Rede	168	161	151
Outros	1.045	1.035	1.048
TOTAL	1.247	1.229	1.230

102-9

DADOS SOBRE FORNECEDORES

	2019	2020	2021
Total de fornecedores	1.247	1.229	1.230
Total de fornecedores críticos identificados	10	10	10
Total de fornecedores críticos considerando alto risco para sustentabilidade	250	236	198
Total de gastos com fornecedores (R\$ bi)	25,5	24,7	27,4
Total de gastos com fornecedores considerados críticos (R\$ bi)	11,0	11,5	12,8

102-9





ASSESSMENT DE RISCOS NA CADEIA DE SUPRIMENTOS E AÇÕES CORRETIVAS

Trabalhamos com auditorias presenciais em aliados e em fornecedores críticos relacionados à gestão de Privacidade e Segurança das informações. Estimulamos nossos fornecedores a inserirem suas informações relativas à gestão de temas críticos socioambientais na plataforma EcoVadis, que reúne reportes e avaliações realizados pelas próprias empresas que formam nossa cadeia.

Caso o desempenho socioambiental for considerado abaixo do esperado, ele é classificado como de alto risco. Nesse caso, realizamos um bloqueio preventivo desse fornecedor em nossa plataforma de compras de maneira reter novas concessões de contrato ou convocação para concorrências.



Para que seja feito o desbloqueio, o fornecedor deve se comprometer formalmente com o desenvolvimento de um plano de ação de melhoria nos temas e indicadores em que ficaram abaixo do mínimo determinado, além de responder novamente a plataforma de autoavaliação do EcoVadis para que então se atinja a meta definida segundo o plano alinhado com a área de Negócio Responsável.

Além disso, seguindo o Grupo Telefônica, na Vivo implantamos o projeto Marco Polo, que constitui uma maior integração com nossos fornecedores críticos e seus fabricantes. Isso permite trabalhamos juntos para garantir padrões alinhados à nossa estratégia e compromisso com a sustentabilidade. Eles nos fornecem os componentes estratégicos para Banda Larga (xDSL, Fibra, LTE (blackbox), Repetidor WIFI), Video (IPTV, DTH) e para Rede Móvel (LTE (Blackbox), FWT, Modem WIFI 4G).





SEGURANÇA DIGITAL

TC-TL-230A.2

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

A estrutura hierárquica da Diretoria de Segurança Digital no Brasil é composta por um Chief Security Officer (CSO) e um Chief Information Security Officer (CISO), onde o CISO é o principal responsável por assuntos relacionados a segurança da informação e cybersegurança na organização.

A jornada de Segurança Digital da Vivo é dirigida por um Plano Diretor de longo prazo. A proteção de nosso ambiente de tecnologia e informações é baseada em três princípios-chaves, onde a abordagem é focada na gestão proativa dos riscos:

DISPONIBILIDADE

Proteger ativos digitais de forma resiliente, garantir a satisfação do cliente, mitigar riscos de descontinuidade, através da manutenção de planos de continuidade e recuperação de desastres com testes semestrais para ativos críticos.

INTEGRIDADE

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

CONFIDENCIALIDADE

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

Também realizamos a Governança do Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios (SGCN), com a elaboração de Análise de impacto e planos de continuidade de negócio (PGC, PGI, PRD e PCO), que são testados conforme o PTT - Plano de Teste do ciclo, minimamente a cada seis meses.

Estamos comprometidos com a segurança das informações e a confidencialidade dos dados. Seguimos uma série de processos e diretrizes com base nos requisitos de segurança da companhia e frameworks de mercado, como a ISO 27001, ISO 22301, NIST e PCI/DSS. Além disso, estamos preparados para atender as regulamentações vigentes, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e a Resolução 740 da Anatel (Regulamento de Segurança Cibernética Aplicada ao Setor de Telecomunicações), entre outras.

Em 2021 recebemos a certificação ISO 27001 para o escopo do Processos de Gestão de Vulnerabilidades Tecnológicas. O processo avalia de forma ampla o ambiente, identificando as vulnerabilidades e compartilhando com os times responsáveis para sua correção. Isso garante que os padrões de segurança cibernética dos produtos, serviços e canais de atendimento estejam de acordo com os requisitos de Segurança Digital, garantindo assim uma certificação que permeia toda a infraestrutura da empresa.





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

Temos também a execução anual de um Cyber War Games (Exercícios de Guerra Cibernética), onde a equipe de Red Team realiza cenários de ataques cibernéticos simulados para que a equipe de Blue Team possa identificar e realizar todas as defesas necessárias, para avaliar a maturidade de Segurança Digital, testar os processos estabelecidos, reforçar procedimentos de detecção e respostas a incidentes e proteger ainda mais o ambiente da Vivo.

Outro tema de destaque são as iniciativas de treinamento e conscientização que melhoram a cultura de risco da Vivo, onde também disponibilizamos o curso de Privacidade e Segurança, obrigatório para todos os colaboradores durante o processo de integração. Realizamos workshops anuais junto aos fornecedores contratados para fomentar a conscientização e importância do tema de segurança digital, além de assessments recorrentes para avaliar o grau de maturidade desses fornecedores

com relação ao tema de segurança, identificando gaps e recomendando planos de ações de correção. Todas as nossas políticas, diretrizes e processos estão publicados na intranet, canal que abrange todos os colaboradores e traz para a empresa os princípios da área de risco, sua governança e monitoramento, bem como os canais disponíveis para formalização dos riscos e acompanhamentos dos planos de ação.

Vale destacar também que possuímos um Plano de Resposta a Incidentes estabelecido, onde é realizada a Governança do Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios (SGCN), com a elaboração de Análises de Impacto e Planos de Continuidade de Negócios (PGC, PGI, PRD e PCO) e testados conforme o Plano de Teste do ciclo (PTT), minimamente a cada seis meses.

A jornada de Segurança Digital da Vivo é dirigida por um Plano Diretor de longo prazo





LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

O Programa de Conformidade em Privacidade e Proteção de Dados da originou-se do projeto de adequação à Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei nº 13.709/18), que entrou em vigor em setembro de 2020. A Vivo, por entender a importância desse marco legislativo, tem investido ativa e continuamente na adequação de seus produtos, serviços e processos, do ponto de vista de Privacidade e Proteção de dados. Esse programa foi estruturado com sete frentes de trabalho para garantir a evolução dos processos e da cultura de segurança da informação de acordo com as diretrizes da LGPD, sendo elas:

EMBASAMENTO DE USOS DE DADOS:

são conhecidos e identificados os processos da empresa, os dados utilizados, tratamentos, além de se estabelecer a finalidade e a hipótese legal para uso dos dados.

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO:

os sistemas são avaliados sob o ponto de vista de privacidade dos dados e as vulnerabilidades são encaminhadas para um roadmap de ações.

CONTRATOS: são analisadas as minutas contratuais de fornecedores e parceiros, incluídos os termos de tratamento de dados pessoais e revisados os termos de uso de serviços.

GOVERNANÇA DE DADOS:

estabeleceu-se um processo de workflow com o envolvimento das áreas de negócio, do Escritório de Privacidade, Segurança Digital e do Jurídico para a avaliação dos processos que tratam dados pessoais, além da utilização da metodologia *Privacy by Design* em novos projetos.

ATENDIMENTO AO TITULAR:

foi revitalizado o Centro de Transparência e Privacidade de Dados, onde os titulares podem exercer ou requerer seus direitos de acesso à informação, entre outros direitos, além de um canal direto com o Escritório de Privacidade e seu Encarregado por meio do e-mail **DP0.br@telefonica.com**.

ESCRITÓRIO DE PRIVACIDADE:

estruturação da área responsável pela governança do tema de privacidade, sendo o canal de comunicação entre a Vivo, os titulares de dados e a Autoridade Nacional de Proteção e Dados (ANPD).

CHANGE MANAGEMENT:

estruturação dos treinamentos e planos de comunicação para disseminar os conceitos da LGPD e capacitar os colaboradores.





Vale ale destacar também algumas iniciativas de grande valor, como a implementação o e revisão periódica de Políticas e Normativas de Privacidade (Local e Global), a criação de um Relatório de Conformidade em Privacidade de Dados, o aprimoramento e aplicação do Reporte de Incidentes de Dados em conjunto com a área de Segurança Digital e a instauração de um Comitê de Privacidade e Proteção de Dados periódico.



PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS TC-TL-220A.1

Por meio de uma gestão transparente, segura e confiável dos dados compartilhados pelos consumidores e empresas que utilizam nossos produtos e serviços digitais, trabalhamos continuamente para garantir a segurança e privacidade dos nossos clientes.

Para isso, possuímos um modelo de governança, com políticas e normas internas, que direcionam como essas informações são tratadas e protegidas em nosso ecossistema. Nossa atuação é norteada pela Política de Privacidade do Grupo Telefônica e pela Política de Privacidade e Proteção de Dados de Clientes e Titulares da Vivo recorrentemente.

Essas diretrizes definem as ações e investimentos que realizamos para proteger os dados contra acessos indevidos e vazamentos. Para dar ainda mais transparência à nossa gestão, disponibilizamos todas as informações sobre o tratamento e a proteção dos dados de forma acessível e facilitada sobre como atuamos em nosso [Centro de Transparência e Privacidade](#).

Além disso, trabalhamos com o conceito de *Security by Design* e *Privacy by Design*, um conjunto de medidas e controles aplicados desde a fase inicial dos projetos para assegurar a confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados. Isso significa que os produtos e serviços são pensados com segurança e privacidade desde a concepção. Esse é um processo abrangente e na Vivo temos o compromisso de que nossos produtos e serviços recebam as adequações necessárias, evitando e reduzindo os riscos associados à segurança e privacidade – uma iniciativa que faz com que os riscos potenciais sejam identificados e corrigidos antecipadamente.

Trabalhamos continuamente para garantir a segurança e privacidade dos nossos clientes





NORMAS E POLÍTICAS 102-16

- A Vivo, seus parceiros e fornecedores são responsáveis pelo processamento ou tratamento dos dados pessoais e, na maioria dos casos, a Vivo será a controladora, exigindo medidas de preservação da privacidade. Adicionalmente, o tema também é abordado na **Política de Privacidade Global**.
- O Escritório de Privacidade ou Data Protection Office é responsável pela governança das questões relacionadas à privacidade de dados pessoais na empresa. Liderado pelo Encarregado de Dados - Data Protection Officer (DPO), trabalha contiguamente com a área de Segurança Digital, responsável pela proteção de dados. Essa área também assessora as unidades de negócios da empresa em questões relacionadas à privacidade de dados. Por fim, o Encarregado e o Escritório de Privacidade disponibilizam seus contatos por meio do Centro de Transparência e Privacidade da Vivo.

- O tópico Privacidade de Dados, cujas diretrizes estão refletidas em nossa Política de Privacidade, é um dos riscos mapeados no processo de Gestão de Riscos Corporativos, gerido pela área de Riscos do Departamento de Intervenção e monitorado pelo Departamento de Compliance.

Entre os Princípios contidos em nosso Código de Conduta, dois tratam da questão de **privacidade e de segurança: Princípio 5 (Respeito aos direitos de privacidade e liberdade de expressão) e 6 (Nosso compromisso com a segurança da informação)**. Em caso de descumprimento, a empresa adotará as medidas que julgar cabíveis e, se necessário, aplicará a punição adequada. Além disso, um regulamento está disponível na página de Segurança Digital, na intranet corporativa, que fornece orientações sobre o fluxo de medidas disciplinares para colaboradores que violam as diretrizes de segurança.





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 76 >

09

#DnaVivoEmTudoQueSomos

CAPITAL HUMANO





Nosso propósito de **Digitalizar para Aproximar** pessoas, negócios e toda sociedade começa dentro de casa, replicando para nossos quase 33 mil colaboradores o que “se fala para fora”. Partindo desse propósito, a Vivo existe na intersecção de duas forças indissociáveis: o olhar digital e o olhar humano. De um lado, a tecnologia, com todas as possibilidades que ela oferece. De outro, a capacidade de ser, de comunicar, de realizar, de inovar.

Foi essa inspiração que nos guiou na definição da nossa **cultura digital colaborativa**, cujos norteadores são **curiosidade, atitude digital, abertura e fazer acontecer com responsabilidade**. A curiosidade representa uma cultura feita de pessoas movidas por explorar, aprender e crescer. Com a atitude digital, cria-se uma cultura em que se vive a tecnologia e suas possibilidades. A abertura convida as pessoas a serem quem são e colocarem suas ideias. Fazer acontecer com responsabilidade reforça a cultura de alta performance, que realiza e entrega resultado, sempre com propósito.

Esses norteadores vão desde o nível individual (Curiosidade) até o nível de ação (Fazer Acontecer com Responsabilidade). Cada norteador tem três comportamentos que apresentam o que é esperado de cada colaborador Vivo. A cultura da Vivo é a intersecção dos norteadores com os comportamentos e os sistemas que estes comportamentos valorizam e reforçam: Avaliação de Performance, Recrutamento Interno e Externo, Promoção, Meritocracia, Ações de Reconhecimento.

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





CULTURA DIGITAL COLABORATIVA

Sempre com propósito

COMPORTAMENTOS

AÇÃO

FAZER ACONTECER COM RESPONSABILIDADE

Uma cultura de alta performance que realiza e entrega resultado, sempre com propósito

- Protagonistas e corajosas
- Comprometidas com o resultado
- Engajadas com clientes e sociedade

RELACIONAL

ABERTURA

Uma cultura que convida as pessoas a serem quem são e colocarem suas ideias

- Abertas ao novo e ao diferente
- Empáticas e colaborativas
- Que sabem dialogar

FERRAMENTAL

ATITUDE DIGITAL

Uma cultura que vive a tecnologia e suas possibilidades

- Conectadas com o mundo digital
- Ágeis e eficientes
- Adaptáveis e experimentadoras

INDIVIDUAL

CURIOSIDADE

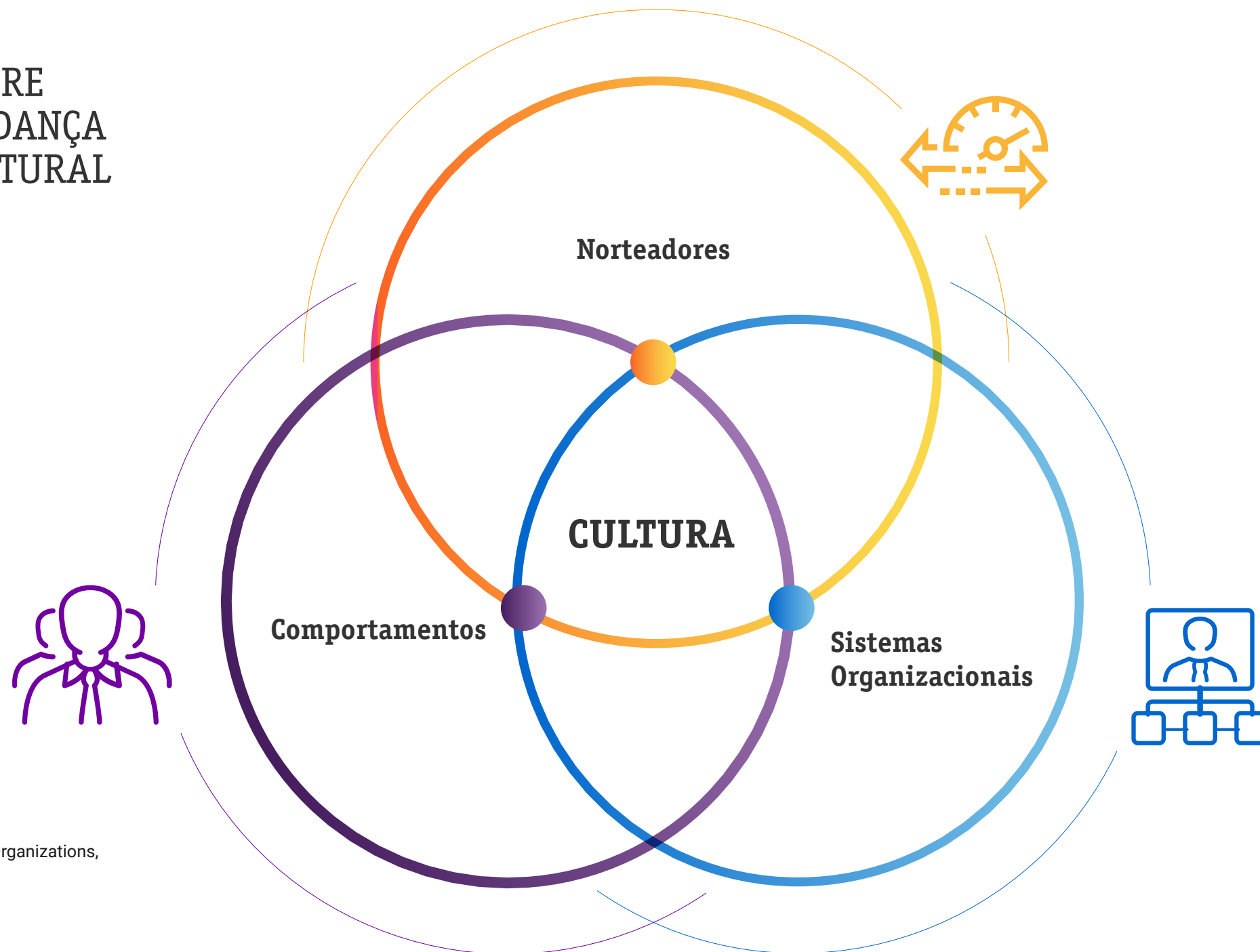
Uma cultura feita de pessoas movidas por explorar, aprender e crescer

- Mentalidade de crescimento
- Curiosas e questionadoras
- Ambidestras





SOBRE MUDANÇA CULTURAL



Mais de 9,1 mil colaboradores participaram de ao menos uma vivência dos norteadores culturais. Foram 96 diretorias representadas com 320 gerências sêniores e eNPS médio de 94. Segundo pesquisa de motivação realizada em dezembro, 71% dos colaboradores da Vivo conhecem a Cultura Digital Colaborativa e acreditam que os norteadores culturais direcionam a empresa para um futuro de sucesso.

Somos movidos
pela capacidade de ser,
de comunicar,
de realizar, de inovar

Fonte: Reinventing Organizations,
Frederic Laloux





PERFIL DE NOSSA EQUIPE

102-8



POR TIPO DE CONTRATO

	2019		2020		2021	
POR GÊNERO	PERMANENTES	TERCEIROS	PERMANENTES	TERCEIROS	PERMANENTES	TERCEIROS
Homens	19.137	61.501	18.864	59.236	18.547	57.558
Mulheres	13.656	46.243	13.895	41.954	14.004	43.364
TOTAL	32.793	107.744	32.759	101.190	32.551	100.922

	2019		2020		2021	
POR REGIÃO	PERMANENTES	TERCEIROS	PERMANENTES	TERCEIROS	PERMANENTES	TERCEIROS
Norte	610	1.356	583	1.355	562	1.870
Nordeste	3.398	7.712	3.330	5.354	3.540	5.811
Centro-Oeste	2.084	4.114	1.903	3.182	1.814	3.727
Sudeste	17.395	83.411	17.739	82.102	18.353	80.477
Sul	9.306	11.151	9.204	9.197	8.282	9.037
TOTAL	32.793	107.744	32.759	101.190	32.551	100.922

*Dados extraídos do SAP HCM (Gestão do capital humano). Considera colaboradores efetivos (não inclui estagiários, aprendizes, terceiros e conselheiros). Abrange dados da Telefônica Brasil S.A. (excluindo TISA Hub São Paulo e aprendizes) e Terra Networks Brasil S.A.





	2019	2020	2021
Aprendizes	249	115	371
Estagiários	12	81	14
TOTAL OUTROS TRABALHADORES	261	196	385

	2019		2020		2021	
POR GÊNERO	PERÍODO PARCIAL	TEMPO INTEGRAL	PERÍODO PARCIAL	TEMPO INTEGRAL	PERÍODO PARCIAL	TEMPO INTEGRAL
Homens	2.505	16.632	2.413	16.451	2.001	16.546
Mulheres	4.918	8.738	4.483	9.412	4.005	9.999
TOTAL	7.423	25.370	6.896	25.863	6.006	26.545





INDICADORES DE ENGAJAMENTO

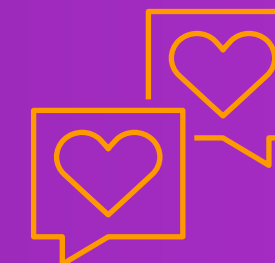
Nosso principal indicador de engajamento dos colaboradores é o eNPS (Employee Net Promoter Score). Em 2021, a pesquisa teve 87% de adesão e, com base na pergunta **“Qual a probabilidade de você recomendar a empresa como um bom lugar para trabalhar para as pessoas próximas a você em uma escala de 1 a 10?”**, alcançamos um resultado de 80 pontos, contra os 79 do ano anterior.

A pesquisa foi aplicada em novembro de 2021, quando intensificamos a volta dos colaboradores aos escritórios, reforçando o modelo híbrido de trabalho.

Tal evolução se deve, principalmente, a percepções positivas sobre a postura ética e responsável da empresa (93% de favorabilidade para ética e 94% para sustentabilidade), iniciativas de bem-estar (89% de favorabilidade) propósito no trabalho (88% de favorabilidade), aprendizado contínuo (89% de favorabilidade), ações realizadas com base nos resultados da pesquisa anterior (percepção que evoluiu 7 pontos percentuais com relação a 2020), e propensão da maioria dos colaboradores a buscar uma nova oportunidade de carreira dentro da empresa e não no mercado.

Aspectos relacionados à diversidade também são considerados fortalezas de nosso ambiente de trabalho (96% dos respondentes afirmaram se sentir incluídos, e 94% afirmaram que a Vivo promove a inclusão).

Para compor o resultado do eNPS, tivemos 85% de promotores (colaboradores que atribuíram uma nota 9 ou 10), 1 p.p. a mais do que em 2020. Os detratores foram 4% dos respondentes, uma diminuição de 1 p.p com relação a 2020





TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

404-1, 103-2, 103-3

Em 2021, demos continuidade às ações planejadas para Capacitação e Desenvolvimento dos colaboradores, seguindo com a digitalização de processos e metodologia de ensino por meio de ambientes e recursos on-line e virtuais, o que resultou na redução de cargas horárias extensas, otimizando conteúdos de treinamento, sem perder a qualidade ou impactar na jornada de aprendizado dos profissionais.

Como destaques dos temas de Desenvolvimento, temos a continuidade das ações do Vivo Explore, o programa de certificação Lean 6 Sigma (Yellow, Green, Black e Innovation Belt), além das ações focadas na liderança como o Liderar para Aproximar e demais cursos da Academia de Líderes.

Com as lições aprendidas e todas as ações de transformação digital realizadas em 2020, conseguimos, em 2021, chegar a mais de 3.4 milhões de horas treinadas

(média de aproximadamente 283 mil horas por mês), com mais de 900 mil participações e com mais de 39 mil pessoas (de áreas administrativas ou áreas de negócio como o call center, lojas e operações técnicas) que passaram por algum tipo treinamento no ano.

Destacamos os treinamentos Técnico Transformador, Jornada GOAS 2.0 e Jornada 7C's com foco na transformação comportamental do time de campo. Além disso, tivemos um avanço importante para a otimização de conteúdos e facilidade no processo de treinamento, que foi a junção das Academias de Vendas e Negócios para a Academia V, reduzindo drasticamente os riscos de LGPD.

Além dessas ações, também temos a Academia de Líderes, que abrange um amplo portfólio de cursos que apoiam o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais de toda a liderança.

Em 2021,
chegamos a
3.4
milhões
de horas
treinadas



Relatório Integrado 2021

VALOR INVESTIDO EM TREINAMENTOS

	2019	2020	2021
Valor total investido em treinamentos	R\$ 48.462.386,33	R\$ 39.620.885,97	R\$ 40.543.163,22
Total de empregados	33.631	31.281	39.504
Média de investimento em treinamento por empregado	R\$ 1.441,00	R\$ 1.266,61	R\$ 1.026,31





HORAS DE TREINAMENTO	TOTAL DE HORAS			MÉDIA DE HORAS		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
POR GÊNERO	2.597.073	1.546.938	3.400.659	77,22	49,45	86,10
Homens	1.342.358	701.712	1.590.228	71,26	45,38	73,33
Mulheres	1.254.714	845.226	1.810.431	84,81	53,44	101,61
POR FAIXA ETÁRIA	2.597.073	1.546.938	3.400.659	77,22	49,45	86,10
Até 30 anos	1.175.645	482.580	1.340.118	104,14	49,74	111,19
Entre 30 anos e 50 anos	1.349.409	1.004.381	1.967.883	65,28	50,29	78,70
Acima de 50 anos	72.019	59.977	92.658	43,07	37,28	37,87
POR CATEGORIA FUNCIONAL	2.597.073	1.546.938	3.400.659	77,22	49,45	86,10
Diretivos	1.551	657	879	12,51	93,80	6,71
Liderança intermediária	154.411	67.738	97.531	45,67	52,19	28,29
Demais cargos	2.441.111	1.478.543	3.302.249	81,03	49,32	91,92
TOTAL	2.597.073	1.546.938	3.400.659	77,22	49,45	86,10

GRI 102-48: A média de horas de treinamentos em 2019 e 2020 foram reapresentadas, considerando a inclusão dos treinamento aplicados à Gerência de Capacitação e Gerência de Desenvolvimento.





VIVO ACELERA



O Vivo Acelera é um programa focado no desenvolvimento de carreira de executivos e tem como principal objetivo compreender, acelerar e sustentar o pipeline de talentos da companhia.

- **MANAGEMENT REVIEW:
ANÁLISE DE PERFIL E POTENCIAL**
- **ASSESSMENT**
- **DESENVOLVIMENTO: COACHING, MENTORING,
LIDERAR PARA APROXIMAR, ENTRE OUTROS**
- **KPIS: ACOMPANHAMENTO DE KPIS DO TALENT POOL**





DIVERSIDADE

405-1, 405-2, 103-2, 103-3

Pilar fundamental da cultura da Vivo, acreditamos que não existe inovação sem a diversidade de pessoas, vivências, comportamentos, habilidades e atitudes. Lutamos por um ambiente livre de preconceito. Nosso programa de diversidade possui um comitê específico para o tema liderado diretamente pelo CEO. Além disso, temos metas traçadas para o desenvolvimento de líderes, mentorias e processos de contratação desenhados para garantir a diversidade dentro da companhia.

Para ampliar a discussão em todas as áreas da empresa, criamos grupos de afinidade com diretores de diferentes áreas como sponsors – decisão que trouxe para o dia a dia de toda a Vivo a importância do tema. Hoje, esses grupos são divididos em Gênero, Raça, LGBTQI+ e Profissionais com Deficiência (PcD).

MULHERES
REPRESENTAM
43%
DO QUADRO DE
PROFISSIONAIS
DA VIVO

A meta para 2024 é
termos 33% de mulheres
em cargos de liderança.

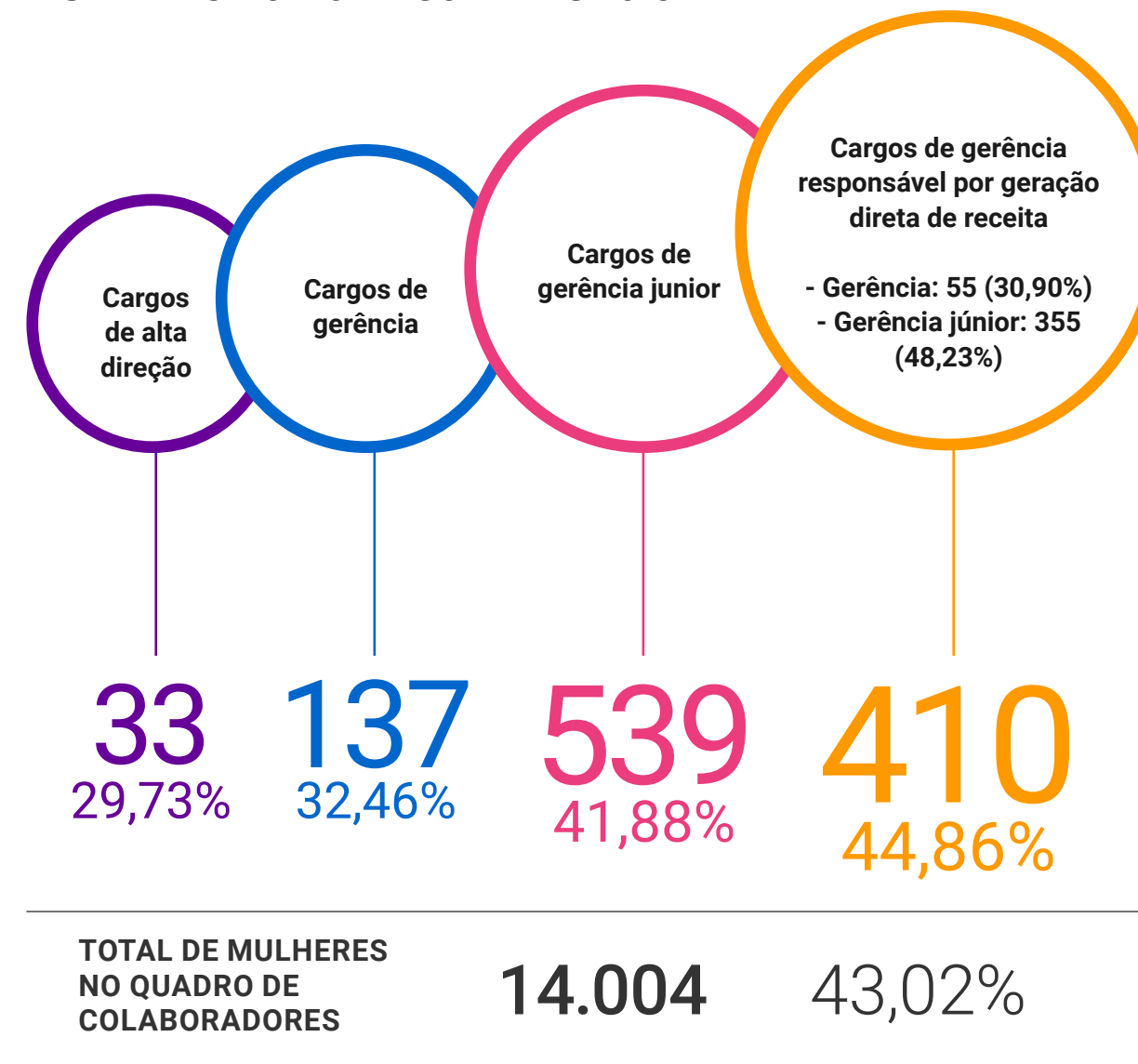


Desde 2018, a Vivo possui um compromisso público com o tema, marcado pelo lançamento o Manifesto pela Diversidade, tornando-se a primeira empresa do setor de telecomunicações a integrar o Fórum de Empresas e Direitos LGBTQ+ e a aderir aos Padrões de Conduta para Empresas – enfrentando a discriminação contra lésbicas, gays, bissexuais, travestis, pessoas trans e intersexo, parte do movimento Livres & Iguais, da ONU.

EQUIDADE DE GÊNERO

As mulheres hoje representam 43% do quadro de profissionais da Vivo e terminamos 2021 com 29% do quadro de executivos formado por mulheres. A meta para 2024 é termos 33% de mulheres em cargos de liderança. A empresa apoia e incentiva suas colaboradoras na construção de suas carreiras, seja ampliando a representatividade feminina nos cargos de liderança e promovendo a equidade de gênero dentro da companhia, seja apoiando-as durante a gestação e no retorno da licença parental, ou ajudando-as a se sentirem mais autoconfiantes e seguras na vida profissional.

MULHERES POR CATEGORIA FUNCIONAL



405-1





PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE E A REMUNERAÇÃO RECEBIDOS PELAS MULHERES E AQUELES RECEBIDOS PELOS HOMENS 405-2

2019 2020 2021

POR CATEGORIA FUNCIONAL

Cargos de direção	86,0%	85,1%	85,7%
Cargos de liderança intermediária	101,4%	102,7%	108,7%
Demais cargos	81,9%	80,2%	79,5%

POR NÍVEL DE GESTÃO

Nível executivo (salário base apenas)	86,0%	85,1%	85,7%
Nível de gestão (salário base apenas)	101,4%	102,7%	108,7%
Nível de gestão (salário base + outros incentivos)	104,2%	105,4%	111,3%
Nível de não gestão	80,2%	80,2%	79,5%

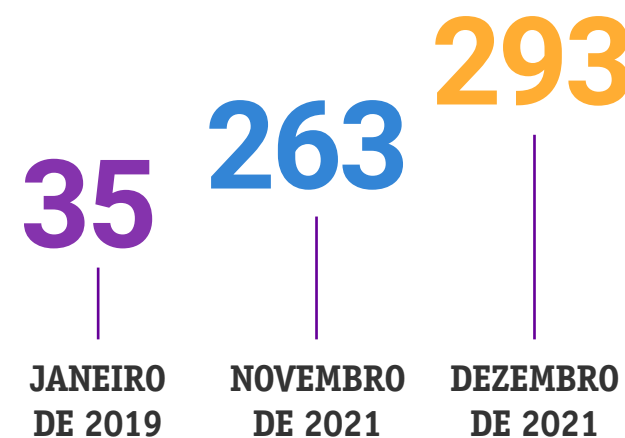
*Inclui salário, PPR/bônus e remuneração variável.

Entre os diversos programas desenvolvidos pela Vivo, a iniciativa Mulheres em Áreas Técnicas busca impulsionar a presença feminina na área de Serviços ao Cliente e ampliar o acesso de suas colaboradoras às atividades que até pouco tempo atrás eram majoritariamente ocupadas por homens.

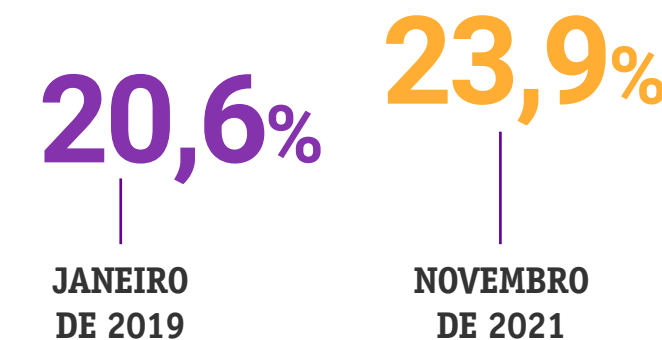
Em 2021, tivemos uma nova etapa do programa, com a abertura de mais 100 vagas em 30 cidades de 15 estados. Com isso, chegamos a 293 mulheres trabalhando em áreas técnicas.



MULHERES EM ÁREAS TÉCNICAS



TOTAL DE MULHERES NAS ÁREAS DE ENGENHARIA





RAÇA

Temos um compromisso com a equidade racial e um olhar interseccional sobre o tema. Em 2021, chegamos a 30,28% de participação de negros em nosso quadro de funcionários.

Para o Programa de Estágio, nosso objetivo é preencher 50% das 750 vagas com jovens profissionais negros. Em 2021 também demos continuidade às Oficinas de Desenvolvimento do Vivo Afro, um grupo de afinidade no qual os participantes contribuem com ideias e sugestões para evolução representatividade racial. Na Jornada de Diversidade 2.0 trabalhamos os temas com ações focadas em diversidade racial: desconstrução do racismo, afroempreendedorismo e raça na cadeia de valor.



NÚMERO DE INTEGRANTES



PARTICIPAÇÃO EM CARGOS DE LIDERANÇA

	TOTAL	%	%
Brancos	20,680	63,53%	77,03%
Negros*	9.855	30,28%	19,50%
Amarelos	466	1,43%	1,37%
Outros	39	0,12%	0,03%
Não declarados	1,511	4,64%	2,08%

*Para a Telefônica Brasil, inclui profissionais pretos e pardos.

Temos um compromisso com a equidade racial e um olhar interseccional sobre o tema





DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA

Em 2020 foi desenhado um programa para que nossos talentos negros estejam prontos para a posição de liderança. Tem a duração de seis meses, sendo um encontro por mês com especialistas do mercado para construção de imagem e autoconhecimento, ajudando a fortalecer seus soft e hard skills. Em 2021, acrescentamos ao projeto os Cursos da Academia de Líderes e a avaliação do DISC (teste de perfil comportamental). Foram contemplados 100 colaboradores, sendo 50 formados em setembro de 2021 e 50 em andamento, com previsão de conclusão em abril de 2022.

PRÊMIO RAÇA NEGRA

Em 2021, a Vivo foi vencedora do Troféu Raça Negra, premiação promovida pela organização não governamental Afrobras em parceria com a Universidade Zumbi dos Palmares, que destaca personalidades que contribuem para a luta contra o racismo e a favor da inclusão social.

Christian Gebara, CEO da Vivo, dedicou o prêmio ao colaborador André Gomes Felício, que representa todos os profissionais negros que lutam contra o racismo estrutural. Em julho de 2021, André foi vítima de racismo por parte de um cliente em uma loja da Vivo em Niterói, no Rio de Janeiro, e recebeu a solidariedade do nosso CEO, que foi pessoalmente apoiar o colaborador e reafirmar publicamente a posição antirracista da Vivo.





LGBTI+

Possuímos um grupo de afinidade específico para os colaboradores que se reconhecem como LGBTI+, com realização de reuniões regulares e condução de projetos que auxiliem a incluir as pautas específicas dentro da companhia. Em nosso último censo, 4% dos colaboradores se autodeclararam como parte da comunidade LGBTI+. Fechamos o ano de 2021 com 42 profissionais e 8 jovens aprendizes Trans. Nossa meta é chegar até o final de 2022 com 75 profissionais Trans.

COMPOSIÇÃO DA FORÇA DE TRABALHO*



*autodeclaração via senso

TOTAL
1.225
3,8 %

PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (PCD)

A Vivo está trabalhando na retenção e contratação de Pessoas com Deficiência. Em 2021, criamos um processo de acompanhamento e desenvolvimento para pessoas com deficiência e, no mês de dezembro, aconteceu um task force envolvendo diversas áreas da companhia, o que resultou na contratação de 74 profissionais com deficiência. Além disso, abrimos 300 vagas exclusivas em 175 cidades do país.

COMPOSIÇÃO DA FORÇA DE TRABALHO



TOTAL
481
1,5 %

CONSCIENTIZAÇÃO

Em setembro, mês em que se celebra o Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência, a Vivo lançou um Guia de Acessibilidade para seus colaboradores. A cartilha é um manual digital que tem o objetivo de auxiliar gestores e equipes na inclusão assertiva de profissionais com deficiência, diminuindo diferenças e eliminando barreiras. O documento também indica atitudes inclusivas que podem ser tomadas no dia a dia, tanto no ambiente corporativo quanto nas relações pessoais.





SAÚDE E BEM-ESTAR

O foco no bem-estar, na saúde e na segurança das pessoas, que sempre esteve presente em nossa companhia, ganhou ainda mais relevância em 2020 com as iniciativas de prevenção à Covid-19. Em 2021, continuamos com as ações de prevenção e priorizamos ainda mais o bem-estar dos nossos colaboradores, considerando a saúde física e mental, além de garantir um ambiente de trabalho cada vez melhor.

Em maio lançamos o Desafio Bem-Estar, um game com práticas esportivas divididas em cinco rankings: geral, velocidade, força, habilidade e meditação. Os participantes do Desafio Vivo Bem-Estar acessaram a plataforma durante 60 dias e registraram as atividades físicas e de bem-estar que realizaram no seu dia a dia, como caminhada, musculação, yoga, pular corda, andar de patins, entre outros. Foram mais de 1,3 mil participantes e 16 mil horas de atividades esportivas e de meditação.

O Vivo Bem-Estar reúne, em um único programa, todas as iniciativas de saúde física e mental já disponibilizadas para os colaboradores da companhia. Dentro dessa jornada temos grandes entregáveis: Clínica Einstein com NPS 91,3%, programa de saúde emocional com NPS 78%, Programa de acupuntura com NPS 79%, nutrição com NPS 100% e 1º desafio Bem-estar com + de 1,3 mil participantes e 16 mil horas de atividades esportivas e de meditação.

Neste ambiente, possuímos iniciativas dedicadas ao cuidado integral dos nossos colaboradores que podem ser utilizadas de forma presencial e remota para promover a saúde física e mental.

ESPAÇO BEM-ESTAR

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

Os atendimentos estão disponíveis também de forma on-line, exceto o de acupuntura. As meditações semanais são transmitidas pela plataforma do MTeams. Há ainda a meditação mensal que também pode ser acessada via Workplace (rede social interna). O espaço faz parte da estratégia adotada pela companhia de evolução de oferta de pacote de benefícios para se tornar uma referência em bem-estar junto aos seus colaboradores.





BEM-ESTAR DO COLABORADOR



HORÁRIO FLEXÍVEL

Dá a possibilidade de antecipar ou adiar o horário de entrada no escritório com a consequente antecipação ou postergação do horário de saída, de forma a não alterar as suas oito horas diárias de trabalho.



AUXÍLIO BABÁ

A Vivo paga pela babá, com uma participação de 3% do empregado. É aplicável para colaboradores que tenham filhos com até 3 anos de idade e comprovante de utilização de profissionais contratados para auxiliarnos seus cuidados.



ASSISTÊNCIA A DEPENDENTES COM DEFICIÊNCIA:

Pagamos o “Auxílio a Necessidades Especiais” aos colaboradores com filhos ou dependentes com deficiência devidamente comprovados por laudo médico e pelo serviço de saúde da empresa, sem qualquer custo para o empregado.



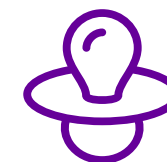
TRABALHO FLEXÍVEL

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



CRECHE

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



LICENÇA-PARENTAL

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





SEGURANÇA DO TRABALHO

Nosso sistema de gestão de segurança do trabalho foi implantado e auditado pelo órgão certificador espanhol AENOR em novembro de 2021, conforme as diretrizes da ISO 45001, uma norma internacional desenvolvida com base em dados coletados pela Organização Internacional do Trabalho (OIT). A certificação tem como foco a melhoria contínua do desempenho da companhia em seu Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional, para a redução de doenças e acidentes relacionadas ao trabalho, tendo o certificado sido emitido no início de 2022.

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

Para auxiliar na disseminação da cultura de segurança e no acompanhamento das normas, também contamos com uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) constituída por representantes indicados pela Vivo e por membros eleitos pelos colaboradores (hoje são 50 CIPAs vigentes com um total de 378 participantes). Esse grupo é a interface para todos os assuntos relacionados à segurança e saúde do

403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 103-2, 103-3

trabalho, também é responsável pela realização de fóruns anuais para construir e avaliar os monitoramentos com as empresas terceirizadas.

Contamos com um canal direto de comunicação com os representantes dos colaboradores (CIPA e Pontos Focais), como forma de consulta e participação dos processos do sistema de gestão por meio de reuniões periódicas, planos de comunicação direcionados, grupos no Teams e no Workplace, entre outros.

Toda a divulgação de assuntos referentes a Saúde, como prevenção de doenças, promoção à saúde, dicas de bem estar biopsicossocial, lives, palestras, treinamentos, convocações para exames periódicos, Diálogos Semanais de Saúde e Segurança (DSS), novidades sobre os benefícios, necessidade de exames de rotina são validados pela equipe de Comunicação Interna e divulgados nos variados canais de comunicação.

Em cada tipo de divulgação, há abertura para comentários, dúvidas e sugestões. A equipe de Saúde participa da CIPA, fornece relatórios, apresenta um Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional anualmente. Ainda, devido a Certificação da ISO 45001, pontos focais das áreas correlatas ao Sistema de Gestão, bem como a alta direção participam de grupos específicos no Teams e de reuniões periódicas, onde há abertura e incentivo para consulta e participação de todos.





CAPACITAÇÃO EM SEGURANÇA 403-5, 403-6

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

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

403-7

TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES



GÊNERO



REGIÃO

	HOMENS	MULHERES	NORTE E CENTRO-OESTE	NORDESTE	SUDESTE (SEM SÃO PAULO)	SÃO PAULO	SUL	CONSOLIDADO	TOTAL DE HORAS TRABALHADAS
2019	0,48	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,33	76.638.592,80
2020	0,50	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,31	73.577.231,20
2021	0,39	0,09	0,65	0,33	0,45	0,15	0,24	0,26	65.795.824,00





TAXA DE GRAVIDADE DE ACIDENTES 403-9



	HOMENS	MULHERES	NORTE E CENTRO- OESTE	NORDESTE	SUDESTE (SEM SÃO PAULO)	SÃO PAULO	SUL	CONSOLIDADO	TOTAL DE HORAS TRABALHADAS
2019	18,64	1,67	13,42	8,46	11,41	10,34	13,64	11,52	76.638.592,80
2020	3,44	0,21	4,82	1,43	3,55	1,03	2,61	2,08	73.577.231,20
2021	2,99	0,33	5,00	2,22	3,54	1,14	1,28	1,85	65.795.824,00





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Sumário GRI

< 96 >

10



#VivoSustentável

CAPITAL NATURAL | CAPITAL SOCIAL
E DE RELACIONAMENTO

Relato Integrado 2021





Nosso propósito também envolve um olhar atento para os impactos sociais e ambientais do negócio.

Assim, por meio do **#VivoSustentável**, direcionamos nossa estratégia de negócio para ações alinhadas às expectativas de clientes, acionistas, fornecedores, colaboradores e sociedade.

Buscamos, como empresa, tomar parte na construção de um mundo mais humano e consciente. Assim, apoiados na relevância, na liderança e na credibilidade da marca Vivo, assumimos o protagonismo para dialogar sobre importantes temas desta nova era digital – como direitos humanos, diversidade e inclusão, proteção ao meio ambiente e uso responsável da tecnologia.

Na Vivo, os temas ligados ao ESG (Environmental, Social and Governance – em português, Ambiental, Social e Governança), fazem parte do pilar estratégico **#VivoSustentável** e são transversais e prioritários – ou seja, fazem parte da forma como pensamos e como agimos.

Essa abordagem inclui as melhores práticas de governança corporativa e apresenta características estratégicas, pois permite a identificação de riscos e oportunidades, colabora na preservação e criação de valor pela empresa, proporciona a continuidade do negócio (longevidade) e, simultaneamente, contribui para o desenvolvimento sustentável. Como consequência podemos melhorar a qualidade do capital social (respeitando a diversidade cultural e os interesses dos diversos públicos, direta e indiretamente, envolvidos no negócio ou impactados por ele) e reduzir - ou otimizar - o uso de recursos naturais e nosso impacto sobre o meio ambiente.

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





UMA JORNADA QUE DEMONSTRA NOSSO COMPROMISSO COM A ATUAÇÃO RESPONSÁVEL

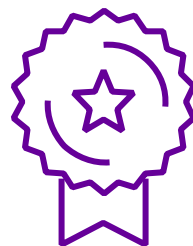




DESTAQUES EM 2021

A Vivo foi reconhecida pelo **2º ANO CONSECUTIVO COMO UMA DAS EMPRESAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO** de acordo com Sustainability Yearbook 2022, sendo a empresa com a melhor colocação em seu ranking setorial da América Latina (12º lugar). Em 2021, a Vivo já havia sido a primeira empresa do setor no Brasil a ser reconhecida como “Industry Mover”.

Somos a **MELHOR EMPRESA DO SETOR NA AMÉRICA LATINA PELO 3º ANO CONSECUTIVO NO RANKING DO DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX E EM 12º LUGAR NO RANKING GERAL DO SETOR**. Considerada referência para investidores por apresentar as líderes em sustentabilidade no mercado, anuário analisou mais de sete mil companhias que, para serem listadas, devem pontuar entre as 15% melhores do seu setor.



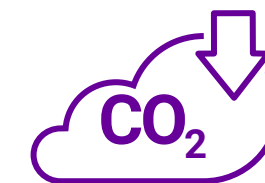
Somos **SIGNATÁRIOS DOS PADRÕES DE CONDUCTA PARA EMPRESAS, DOCUMENTO ELABORADO PELO MOVIMENTO FREE & EQUAL**, da ONU e participamos de movimentos como Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, Fórum de Empresas e Direitos LGBTQ, Movimento + Mulher 360, Rede Empresarial de Inclusão Social, além de signatários dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs, na sigla em inglês), uma iniciativa da ONU Mulheres e do Pacto Global

Estamos **ALINHADOS À AGENDA 2030 E AOS 17 OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) DA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU) DESDE 2010**, com metas para proteção do meio ambiente, para promover a equidade de gênero e com importantes iniciativas que contribuem com a educação, direitos humanos e combate a corrupção.

Pelo 2º ano consecutivo, estamos entre as **EMPRESAS LÍDERES EM MUDANÇAS CLIMÁTICAS E EM ENGAJAMENTO COM FORNECEDORES PELO CDP** (Carbon Disclosure Project) e também no Índice CDP Brasil de Resiliência Climática (ICDPR70).

SOMOS A PRIMEIRA EMPRESA BRASILEIRA DO SETOR A SE TORNAR CARBONO NEUTRO NAS OPERAÇÕES PRÓPRIAS E A UTILIZAR ENERGIA ELÉTRICA 100% RENOVÁVEL. Além disso, já reciclamos mais de 128 toneladas de resíduos por meio do programa Recicle com a Vivo.

Fazemos parte do **ICO₂B3, QUE LISTA AS EMPRESAS COM MELHOR EFICIÊNCIA DE GESTÃO DAS EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA**. Este reconhecimento reforça nosso comprometimento com a transparência e os esforços rumo a uma economia de baixo carbono.





No ano, a Vivo também passou a fazer parte da lista das **10 EMPRESAS LÍDERES EM GOVERNANÇA CORPORATIVA DO ALAS20**, além de figurar, pela **4ª VEZ, ENTRE AS COMPANHIAS LÍDERES EM SUSTENTABILIDADE DO RANKING, OCUPANDO O 2º LUGAR EM AMBOS OS RANKINGS**. A ALAS20 é a única iniciativa latino-americana que avalia, qualifica e reconhece a excelência na divulgação pública de informações de sustentabilidade e governança de empresas presentes no Brasil, no Chile, na Colômbia, no México e no Peru. É organizada anualmente pela GovernArt em parceria com a Vigeo Eiris, uma das maiores agências de rating ESG do mundo, integrante da Moody's.

1º ANO NO BLOOMBERG GENDER-EQUALITY INDEX (GEI):

índice focado em transparência sobre práticas e políticas relacionadas a gênero

Todas estas conquistas e reconhecimentos reafirmam nosso compromisso em promover o impacto positivo, atuando de forma ética e responsável, com as melhores práticas de mercado e iniciativas que beneficiam nossos colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros comerciais, assim como toda a sociedade.

Para saber mais sobre nossas iniciativas,
acesse vivosustentavel.com.br.





RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

102-16

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é um tema permanente na agenda da Vivo. Em 2020, incorporamos o modelo de gestão proposto pela ISO 26000

– Diretrizes sobre Responsabilidade Social – à nossa estratégia, de maneira que o desempenho da companhia nessa frente fosse mensurado e percebido na prática por todos.

Por meio das diretrizes e dos sete princípios da ISO 26000 (accountability, transparência, comportamento ético, respeito pelo interesse das partes interessadas, respeito pelo estado de direito, pelas normas internacionais de comportamento e pelos direitos humanos), impulsionamos melhorias em nossa cultura organizacional. Minimizamos os riscos do nosso negócio, garantindo uma atuação cada vez mais sustentável com um comportamento ético e transparente, que contribui para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da sociedade.

ISO 26000

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL

PRÁTICAS LEIS DE OPERAÇÃO

QUESTÕES RELATIVAS AO CONSUMIDOR

DIREITOS HUMANOS

PRÁTICAS DE TRABALHO

ENVOLVIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE

MEIO AMBIENTE





DIREITOS HUMANOS

São muitos os desafios que enfrentamos como planeta e como sociedade. A crise climática, a lacuna da tecnologia, a desigualdade social e a violação de direitos são apenas alguns dos exemplos. Hoje, mais do que nunca, temos fortes compromissos e atuamos de forma proativa para prevenir qualquer abuso relacionado à nossa atividade ou em nossa cadeia de valor.

O tema direitos humanos é um dos pilares dos Princípios de Negócio Responsável (o código de ética da companhia), e nossos valores, estão refletidos em nossa [Política Global de Direitos Humanos](#) - alinhada aos Princípios Orientadores para Empresas de Direitos Humanos das Nações Unidas - e em diversos regulamentos e procedimentos internos. Por meio dele, nos comprometemos e atuamos dentro de nossa área de influência – o que inclui nossos colaboradores, nossos parceiros comerciais e outros atores vinculados ao nosso negócio – no conhecimento, na aprendizagem e na melhoria contínua. Trabalhamos para evitar, de forma proativa, qualquer tipo de abuso, assim como qualquer cumplicidade derivada de situações de abuso de nossos parceiros comerciais. Como principais ações, destacamos:

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

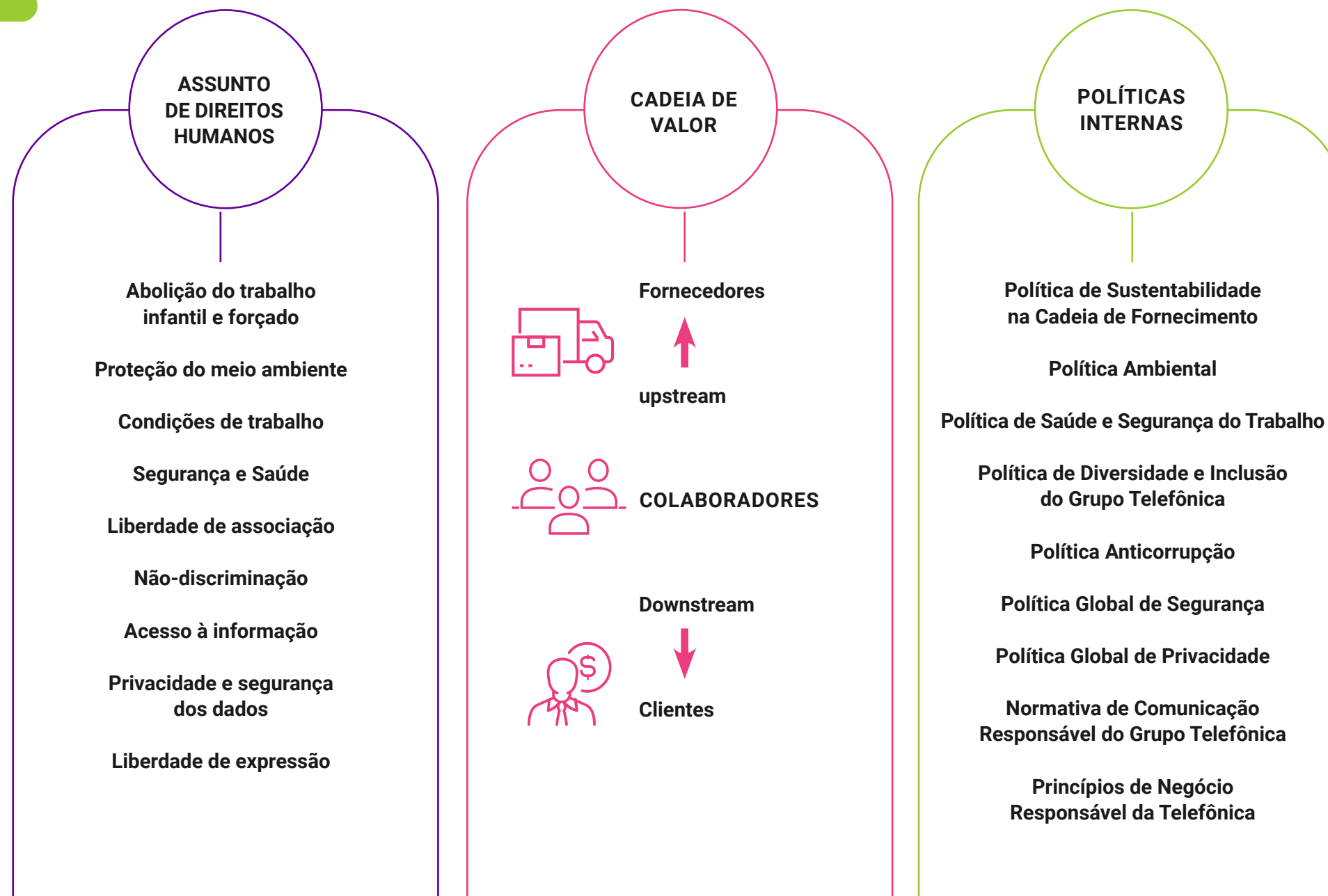
- Mantemos processo de *due diligence* aplicado a nossos fornecedores ou prestadores de serviços a fim de verificar, prevenir, mitigar e remediar possíveis violações aos direitos humanos.
- Em 2021, em nosso curso Princípios de Negócio Responsável, onde realizamos a formação em Direitos Humanos, alcançamos 93% de colaboradores.
- A avaliação da ISO 26000 (de responsabilidade social) foi realizada de forma corporativa, abrangendo 100% das nossas operações.

Promovemos o respeito pelos direitos humanos em toda nossa cadeia de valor. Para isso, realizamos diferentes iniciativas e tomamos medidas para respeitar, pelos nossos fornecedores na cadeia de abastecimento fornecimento e nossos clientes, com o desenvolvimento de produtos e serviços responsáveis.





TEMAS DE DIREITOS HUMANOS



FORMAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS

Em 2021, tivemos um grande avanço na frente de Direitos Humanos e este foi mensurado por meio da melhoria do desempenho do tema em assessments de mercado. Como novas iniciativas destacamos:

Realizamos o diagnóstico Human Rights Diagnostic, uma ferramenta de autoavaliação do Pacto Global que avalia como a empresa identifica e gerencia impactos reais e potenciais sobre os direitos humanos, obtendo como resultado a classificação de gestão eficiente sobre o tema.

Em dezembro do mesmo ano lançamos uma web série intitulada #TemConversaPraTudo, onde apresentamos três episódios com especialistas para falar sobre Direitos Humanos, abordando os desafios para a Erradicação da Pobreza, para o cumprimento dos Direitos das Crianças e Adolescentes, e da Educação, quais as metas definidas pela Organização das Nações Unidas para seu enfrentamento, onde nosso país está nessa pauta e como a tecnologia pode acelerar mudanças necessárias. Destacamos ainda as principais metas e desafios relacionados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODSs). O material é uma iniciativa de nosso Portal Dialogando e foi disponibilizado para colaboradores e sociedade.

Para 2022, projetamos um curso on-line para disseminar o conceito, o histórico e os compromissos presentes na Política Global de Direitos Humanos e, como nossos serviços e produtos, impactam positivamente sociedade. Este curso está disponível para todos os colaboradores.





USO RESPONSÁVEL DA TECNOLOGIA

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

Com o portal [Dialogando](#) abordamos de forma educativa temas relacionados ao uso responsável da internet e seus impactos nas vidas das pessoas e da sociedade, abordando assuntos delicados e necessários. Com uma linguagem universal, o Dialogando produz conteúdos em diversos formatos como artigos, cartilhas, webcasts e podcasts, com a participação de especialistas e influenciadores em temas relacionados.

Lançada em 2016, esta a iniciativa pioneira está presente em 10 países - com versões em português e espanhol. Seus conteúdos estão baseados em cinco pilares principais: comportamento, inovação, segurança, educação e sustentabilidade.

Com mais de 5,3 milhões de visualizações no Brasil, o Dialogando segue oferecendo ao público uma plataforma aberta, com agenda positiva para discussões atuais e que estimulam o uso saudável do ambiente on-line. O conteúdo coloca a tecnologia no centro do debate porque entendemos que a informação e o diálogo são capazes de acelerar e promover avanços na sociedade.



4,54 bilhões
DE USUÁRIOS DE INTERNET
NO MUNDO

6h43min
É O TEMPO MÉDIO DE
USO DIÁRIO DA INTERNET
NO MUNDO

7%
FOI O CRESCIMENTO
DE USUÁRIOS DE
INTERNET NO MUNDO



152 milhões
DE USUÁRIOS DE INTERNET NO
BRASIL (81% DA POPULAÇÃO)

9h17min
É O TEMPO MÉDIO QUE
BRASILEIROS PASSAM
CONECTADOS POR DIA

7%
FOI O CRESCIMENTO
DE USUÁRIOS DE
INTERNET NO BRASIL

Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2020P





PATROCÍNIOS E INVESTIMENTOS SOCIAIS

A Vivo acredita na digitalização como uma importante forma de aproximar os brasileiros da arte, da educação, do esporte e do entretenimento. Há 18 anos, investimos na cultura como elemento de transformação da sociedade, fomentando patrocínios no âmbito das artes cênicas e visuais em todo o território nacional.

Nos últimos três anos, foram cerca de 70 patrocínios com investimento de R\$ 51,4 milhões, que impactaram mais de 6,4 milhões de pessoas em todo o Brasil. Também patrocinamos importantes espaços multiculturais como o Museu de Artes de São Paulo (MASP), o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM), Instituto Inhotim (Minas Gerais), e Palácio da Artes (Minas Gerais), e estivemos presentes nas últimas edições da SP-Arte e SP-Arte-Foto. No Rio de Janeiro, mantemos desde 2015 o patrocínio à casa de espetáculos Vivo Rio e ao Museu do Futebol (localizado na sede da CBF).

TELAS PRETAS

Em 2021, a Vivo lançou a maior exposição digital de arte negra do país, o projeto “Telas Pretas”. Com curadoria da artista multimídia Igi Ayedun, a iniciativa reuniu artistas negros para uma exposição com obras inéditas. Mais de 240 lojas da marca em todo o Brasil foram transformadas em galerias, promovendo visibilidade e reflexão sobre a representatividade negra na arte brasileira.

As obras que compõem o Telas Pretas foram produzidas exclusivamente para a exposição. Além das mais de 600 telas nas lojas da Vivo, as peças também foram publicadas nas redes sociais da marca, em diversos espaços publicitários espalhados pelo país e foram expostas na galeria de Arte HOA, fundada por Igi Ayedun e a primeira a ser dirigida por uma equipe 100% negra.

A ação é continuidade de outros projetos que a marca vem trabalhando ao longo do ano nos territórios de arte, teatro, cultura e educação, sempre em uma perspectiva construtiva e antirracista.





4%
do espaço é
dedicado às
modalidades
praticadas por
mulheres

PROJETO JOGUE COM ELAS

No período dos jogos olímpicos de Tóquio, a Vivo convidou a sociedade a refletir sobre a pouca visibilidade das modalidades femininas nos esportes ao lançar o projeto “4%”. A iniciativa faz parte do movimento “JogueComElas” e tem o nome derivado de um estudo realizado pela Unesco, segundo o qual, de toda cobertura esportiva mundial, apenas 4% do espaço é dedicado às modalidades praticadas por mulheres.

O projeto apresentou um filme de 30 segundos, que dá a dimensão da cobertura das modalidades femininas no universo esportivo. Também lançou um bot no Twitter que, quando marcado por um usuário ao ver tuítes sobre o universo esportivo masculino, respondeu à publicação com uma sugestão de matéria sobre o esporte feminino produzida por perfis especializados nas modalidades realizadas por mulheres.

A iniciativa envolveu mais de 70 creators voltados ao tema e ativou mais de 40 grupos fechados que tratam e discutem o assunto. Patrocinadora da Seleção Feminina de Futebol desde 2005 e com diversas ações premiadas internacionalmente no campo de e-sports voltados à realidade das mulheres como MyGame MyName Equality, a Vivo acredita na importância da equidade de gênero e no protagonismo das mulheres com suas escolhas.





FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO

Há 23 anos no Brasil, a Fundação Telefônica Vivo é uma das responsáveis pela esfera social no conceito ESG da Vivo, alinhada ao propósito da companhia e confiante que a digitalização do Brasil é um importante facilitador para uma sociedade mais justa, humana e inclusiva. Contribuímos para melhoria da educação pública por meio da formação de professores e fomento de práticas inovadoras de ensino com o uso de tecnologia alinhado ao propósito da Digitalização da educação pública.

Nosso foco está no desenvolvimento de competências digitais em educadores e estudantes do ensino fundamental e médio para viabilizar a utilização de tecnologias, dados e dispositivos digitais de maneira responsável, facilitando tanto o ensino quanto o aprendizado. Oferecemos cursos gratuitos à distância de formação continuada para qualificar educadores a desenvolverem práticas pedagógicas inovadoras, alinhadas à BNCC (Base Nacional Comum Curricular) e à reforma do ensino médio, com recursos digitais qualificados de aprendizagem.

Além disto, a Fundação trabalha fortemente o voluntariado corporativo, que tem como objetivo sensibilizar e engajar colaboradores da Vivo em ações que gerem impacto social, tanto no formato presencial quanto digital. Só em 2021, investimos R\$ 64,2 milhões e beneficiamos 2,7 milhões de pessoas entre crianças, jovens e educadores.

O destaque do ano foi o lançamento do primeiro itinerário de formação técnica e profissional em ciência de dados, projeto cujo objetivo é democratizar o acesso ao conhecimento de dados a todos os estudantes da rede pública e contribuir para a profissionalização dessa nova geração no universo tecnológico e de acordo com a demanda do mercado de trabalho. Este projeto acontece em parceria com as Secretarias Estaduais de Educação e, na fase piloto, atenderá 18 escolas em três estados: Espírito Santo, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul.

Também em 2021, a Fundação Telefônica Vivo ganhou o prêmio Wise pelo Programa Profuturo e foi destaque na premiação World Summit Awards (WSA), na categoria Aprendizagem e Educação, com o projeto Escolas Conectadas, plataforma

que oferece cursos on-line gratuitos de formação continuada para professores da educação básica. A iniciativa incentiva a inclusão na cultura digital e o desenvolvimento de aprendizados com aplicação de metodologias inovadoras.

O ano também marcou o lançamento do livro “Escola para Todos: promovendo uma educação antirracista”, que reúne um acervo de práticas educacionais elaboradas por educadores de diferentes etapas da educação básica e diversas regiões do Brasil. O conteúdo é fruto de inúmeras edições do curso homônimo disponível na Plataforma Escolas Conectadas, que oferece formação continuada de professores.

Com mais de quatro mil educadores certificados, foi possível obter um vasto repositório de planos de aula, elaborados pelos próprios educadores que serviram para inspirar planos de aulas comentados que estimulam práticas antirracistas no cotidiano escolar, para que as gerações formadas sejam mais empoderadas e conscientes de sua ancestralidade.



DESTAQUE NA FORMAÇÃO DE EDUCADORES

PRIMEIRA EDIÇÃO NACIONAL DO

ENLIGHTED, que reuniu 30 palestrantes (entre especialistas, jovens e influenciadores) para debaterem sobre educação, tecnologia e inovação.

Duas novas
formações
lançadas: ensino
**HÍBRIDO
E BNCC**



Desenvolvimento do primeiro itinerário **FORMATIVO DE CIÊNCIA DE DADOS**, com a expectativa de formar mais de 270 educadores e 820 jovens do ensino médio em três estados.



Cerca de
58 MIL
educadores
formados

LANÇAMENTO DA COLEÇÃO TECNOLOGIAS DIGITAIS

apoiando implementação da reforma do ensino médio e com a expansão da cultura digital para educadores por meio de formações, em parceria com secretarias estaduais de diferentes regiões do país. Foram cerca de 820 professores e 11 mil alunos beneficiados.





VOLUNTARIADO

Por meio do Programa de Voluntariado da Fundação Telefônica, em 2021 tivemos o engajamento de 19.278 voluntários ativos e beneficiamos mais de 216 mil pessoas. Uma das principais iniciativas de voluntariado empresarial do mundo, no Brasil a estratégia de gestão é realizada por comitês que participam de todo o processo de desenvolvimento do trabalho, desde a escolha das instituições que serão beneficiadas até a definição e execução do projeto e engajamento dos demais colaboradores. No ano, foram formados 58 comitês de voluntariado que recebem todo o suporte da Fundação ao longo de todo o ano para realização de diversas ações sociais.

Além disso, com a aceleração da transformação digital, principalmente por conta da pandemia, o Voluntariado Digital se tornou a grande alternativa para continuar praticando a solidariedade. As ações digitais facilitaram a prática social e as tornaram viável a qualquer hora e em qualquer lugar. Assim, ao longo de todo o ano, os participantes tiveram a possibilidade de atuar nas iniciativas em diferentes causas e áreas.

O voluntariado contribui diretamente com o desenvolvimento de competências e habilidades dos colaboradores

Do ponto de vista corporativo, o voluntariado contribui diretamente com o desenvolvimento de competências e habilidades dos colaboradores. Além do impacto social, o programa fortalece o propósito da companhia e o compromisso dos colaboradores com a Vivo. Todos têm orgulho de trabalhar em uma empresa que se preocupa com a sociedade, o que gera o sentimento de pertencimento e, mais que isso, proporciona espaço e oportunidade de transformar as desigualdades do seu entorno.





MEIO AMBIENTE 102-11

Para gerenciar os possíveis riscos e impactos ambientais de nossa operação, seguimos as diretrizes do Sistema de Gestão Ambiental (SGA), certificado na norma internacional ISO 14001. Orientado pela Política Ambiental Global do Grupo Telefônica, o SGA se desdobra em controles operacionais, tais como procedimentos e instruções de trabalho com o objetivo de evitar danos e passivos ambientais.

O escopo abrange nossos processos de planejamento, implantação, manutenção, operação e desativação de redes móvel e fixa em 51 municípios brasileiros, eleitos com base em critérios técnicos. Os principais impactos ambientais relativos às nossas operações são: geração de resíduos sólidos, emissões atmosféricas, geração de ruído e emissão de radiação não-ionizante, entre outros, todos monitorados periodicamente. Somente no último ano foram emitidos 83 laudos de ruído e mais de 9,5 mil laudos de radiação não-ionizantes.



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

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

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

Monitoramos
periodicamente todos
os impactos ambientais
relativos às operações





ENERGIA

302-1, 103-2, 103-3 TC-TL-130A.1

Como a maior empresa de telecomunicações do Brasil, a energia é um recurso vital para manter nossa rede em funcionamento, assim como os quase 100 milhões de acessos de nossos clientes. Com base em nossas estratégias comerciais e climáticas, somos a primeira empresa de telecomunicações do Brasil e a primeira empresa do Grupo Telefônica fora da Europa a ter energia elétrica 100% renovável, antecipando a nossa meta em 12 anos.

Somos signatários do RE100, iniciativa que reúne companhias do mundo todo comprometidas a atingir 100% de consumo de energia renovável em suas operações. 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.

Como parte da nossa política para adotar as melhores práticas no uso de energia renovável, em 2018 começamos a produzir nossa própria energia por meio do modelo de geração distribuída, utilizando fontes renováveis de origem solar (61%), hídrica (27%) e de biogás (12%). Já são 23 usinas em funcionamento, com um plano de chegar a 85 já em 2022. Com todas as usinas operando, a Vivo produzirá cerca de 712 mil MWh/ano (megawatts por hora/ano) de energia, o suficiente para abastecer todo o consumo de uma cidade de até 320 mil habitantes.

Nossos programas de eficiência energética resultaram em

62,38 GWH DE ECONOMIA

só em 2021 e uma redução de 87% no consumo por tráfego (MWh/PB) desde 2015

302-4



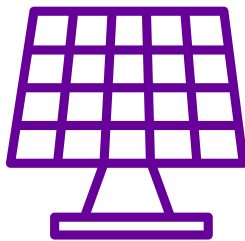


Em 2020, conquistamos a certificação ISO 50001 (sistema de gestão de energia) em nossa sede em São Paulo (Eco Berrini).O sistema, com certificação mantida no ano de 2021, tem como objetivo promover a redução das emissões de gases de efeito estufa e do custo de energia, aprimorar a eficiência energética em nossas operações, priorizar fontes renováveis e mitigar outros impactos ambientais relacionados por meio da gestão sistemática da energia.

Também atuamos em linha com nossa Instrução de Compras de Baixo Carbono. Essa instrução está alinhada com a Normativa de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento, bem como com a Política de Gestão de Energia. Por meio dela, incorporamos o conceito de Custo Total de Propriedade (TCO) no processo de aquisição, considerando assim a quantidade de energia que o equipamento irá consumir durante a sua utilização e não apenas o custo de compra. O objetivo principal é estabelecer diretrizes para o desenvolvimento de compras de baixo carbono dos principais produtos responsáveis pela geração, direta ou indireta, de emissões de gases de efeito estufa.

CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA EM GJ E MWH 302-1

	2019	2020	2021
Consumo total de energia elétrica (GJ)	6.625.200	6.501.234	6.147.592
Consumo total de energia elétrica (MWh)	1.840.333	1.805.898	1.707.664
% proveniente do Mercado Livre (renovável)	25%	28%	37%
% certificado com I-REC	70%	68%	56%
% de geração distribuída	2%	4%	7%
% total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	100%	100%	100%
Gastos com energia elétrica (R\$ milhões)	1.081	935	1.093



Possuímos diretrizes para o desenvolvimento de compras de baixo carbono





CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS RENOVÁVEIS E NÃO RENOVÁVEIS

A redução desse indicador em 2021 ocorreu principalmente devido a um menor consumo em nossa frota, resultado da intensificação das chamadas para manutenções preventivas, melhorando nosso índice de eficiência de KM/L, dentre outros fatores, otimização no uso veículos.

FONTES RENOVÁVEIS	2019	2020	2021
Etanol (GJ)	139.388	110.840	102.314
Etanol (MWh)	38.604	30.698	28.322

FONTES NÃO RENOVÁVEIS	2019	2020	2021
Diesel (GJ)	60.493	47.930	44.479
Diesel (MWh)	17.097	13.546	12.567
Gasolina (GJ)	145.026	128.922	116.347
Gasolina (MWh)	40.980	36.429	32.876
Gás natural (GJ)	-	-	2.032
Gás natural (MWh)	-	-	500





PARTICIPAÇÃO DE ENERGIAS RENOVÁVEIS NO CONSUMO TOTAL DE ENERGIA DOS DATA CENTERS

	2019	2020	2021
Consumo total de energia nos data centers (MWh)	64.196	72.342	73.822
Consumo de energias renováveis nos data centers (MWh)	64.196	72.342	73.822
% de energias renováveis	100%	100%	100%

Considerando que mais de 95% do nosso consumo de energia é eletricidade, contamos com programas de eficiência energética que resultaram em 62,38 GWh de economia de energia somente em 2021 (mais detalhes na tabela ao lado).

Entre as principais iniciativas que realizamos para a redução do consumo de energia elétrica está o desligue da tecnologia 3G, com a desativação da tecnologia que já está obsoleta em nosso país. Centrais da rede fixa também foram desligadas ou compactadas através do projeto de compactação e desligue de centrais, iniciativa que é possível por conta da modernização de bastidores de processamento de dados e melhor alocação de clientes da rede em nossas centrais. Outra ação é o projeto Power Saving Features, que promove a redução do consumo de energia de células com bloqueio automático em setores com tráfego baixo medido, desde que haja capacidade alternativa suficiente disponível para lidar com a demanda. 302-4

INICIATIVA- ECONOMIA DE ENERGIA EM GWH

	2019	2020	2021
Desligue de 3G	-	-	31,42
Compactação e Desligue de Centrais	5,15	5,42	8,46
Power Saving Features 2020 (consolidadas)	7,51	5,21	7,21
Obras de ar-condicionado	30,02	7,34	4,36
Desligue de 2G	42,43	14,94	1,45
Infill	1,00	-	1,19
Demais projetos	34,08	5,65	8,28
TOTAL	120,20	38,62	62,38





INTENSIDADE ENERGÉTICA

103-2, 103-3, 302-3

Nossa avaliação de intensidade energética considera o consumo de energia dentro da organização. Em 2021, tivemos redução no consumo total de energia, mesmo com o aumento do tráfego em nossa rede.

ÁGUA

Utilizamos nossos recursos hídricos com consciência e adotamos práticas de melhoria contínua para reduzir nosso consumo. Grande parte do uso de água está concentrado em nosso prédio administrativo em São Paulo (edifício Eco Berrini). Lá, possuímos um sistema de captação de água de chuva e tratamento de água de cinzas para o uso nas descargas. 103-3, 103-3, 303-1, 303-5

	2019	2020	2021
Energia consumida dentro da organização (MWh)*	1.937.014	1.886.572	1.781.929
Intensidade energética	69,98	50,77	34,98

*Contempla o consumo de energia elétrica e a energia gerada pelo consumo de combustíveis nas operações e frota.

CONSUMO DE ÁGUA EM 2021 (EM M³)*

	2021
Consumo de água total - sem reuso	925.618,08
Consumo de água total - com reuso	935.693,08
Consumo proveniente de faturas	910.143,08
Consumo de água em caminhões pipa	2.532,00
Consumo de água de poço	12.943,00
Quantidade de água de reuso	10.075,00

*Os dados de consumo proveniente de faturas são obtidos a partir de estimativa (média dos últimos 3 meses)





EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA

A Vivo participa ativamente de plataformas que contribuem para conectar negócios e empresas à demanda de combate ao aquecimento global. Seguimos as diretrizes do GHG Protocol para contabilizar as emissões de gases de efeito estufa (GEE) e divulgamos nossos resultados no Registro Público de Emissões, além de fornecer informações sobre gestão de mudanças climáticas no CDP.

Diante da urgência de concretizar ações climáticas para limitar o aumento da temperatura global a 1,5°C, ainda em 2019 nos tornamos a primeira telecom da América Latina a ter uma operação direta 100% neutra em carbono. Esse resultado decorre de diferentes projetos para reduzir e compensar os impactos ambientais relacionados ao consumo de energia e às emissões de CO₂ - ou seja, aquelas emissões que não conseguimos reduzir são compensadas por créditos de carbono, que ajudam a prevenir o desmatamento e conservar as florestas brasileiras.

Participamos ativamente de iniciativas de combate ao aquecimento global

Um dos projetos de compensação que apoiamos é o REDD+ Vale do Jari, desenvolvido pela Fundação Jari e pela Biofílica S.A. A iniciativa capacita agricultores locais em técnicas sustentáveis de manejo e produção agroextrativista no Pará e no Amapá, promovendo o bem-estar das comunidades e tornando-as mantenedoras dos recursos florestais. Nosso investimento no projeto desde 2019 já contribuiu para evitar o desmatamento de aproximadamente 360 hectares, contemplando mais de 180 mil árvores.

Também contribuímos com o projeto Cikel, no Pará, que remunera produtores agrícolas que optaram pela conservação ambiental. Nossos investimentos nesse projeto em 2020 e 2021 contribuíram para evitar o desmatamento de aproximadamente 160 hectares, contemplando mais de 80 mil árvores.

Importante ressaltar que, desde 2019, uma porcentagem do bônus dos executivos e colaboradores da companhia está vinculada ao cumprimento dos nossos objetivos anuais de redução de emissões de CO₂. Além disso, contamos com um portfólio de produtos e serviços que, em 2021, resultou em aproximadamente 1,2 milhão de toneladas de tCO₂e de emissões evitadas pelos nossos clientes.

EMISSÕES DE CLIENTES EVITADAS PELA DIGITALIZAÇÃO (MIL TCO₂e)

	2021	2020	2019	2018
Telecomunicações	828,6	1.298,0	238,8	99,5
Internet das coisas (IOT)	250,7	213,3	352,2	NA
Áudio/videoconferência	79,8	104,8	65,9	0,2
Gestão de frotas	14,4	13,8	16,5	20,1
Gestão da força de trabalho	1,5	1,4	0,9	0,9
Serviços de cloud e virtualização	0,5	0,2	0,2	0,2
TOTAL	1.175,5	1.631,4	674,4	120,9





CONHEÇA OS OBJETIVOS DO GRUPO TELEFÔNICA PARA 2015-2025/2040

Os objetivos do Grupo Telefônica (que inclui o Brasil) para o período 2015-2025/2040 não são apenas compatíveis com a expansão da rede e a qualidade do serviço, mas também nos ajudam a ser mais competitivos. Com esses objetivos, validados pela iniciativa Science Based Targets (SBTi), buscamos reduzir as emissões e contribuir com o cenário de 1,5°C, em toda a operação incluindo a cadeia de valor:

Contribuir para que nossos **CLIENTES EVITEM A EMISSÃO DE 12 MILHÕES DE TONELADAS DE CO₂ ANUAIS** por meio da conectividade e de nossas soluções Eco Smart em 2025.

Reduzir em **90%** o consumo de energia por unidade de tráfego (MWh/PB) até 2025, na comparação com 2015.

Alcançar **ZERO EMISSÕES LÍQUIDAS EM 2025** nos principais mercados*, considerando os Escopos 1 e 2, neutralizando as emissões residuais (2040 para Hispanoamérica).

Reduzir em 80% as emissões de Escopos 1 e 2 até 2030 em nível global, e 90% nos principais mercados* até 2025, em comparação a 2015.

*Principais mercados: Alemanha, Brasil, Espanha

Seguir usando **100% DE ELETRICIDADE GERADA A PARTIR DE FONTES RENOVÁVEIS NOS PRINCIPAIS MERCADOS***,

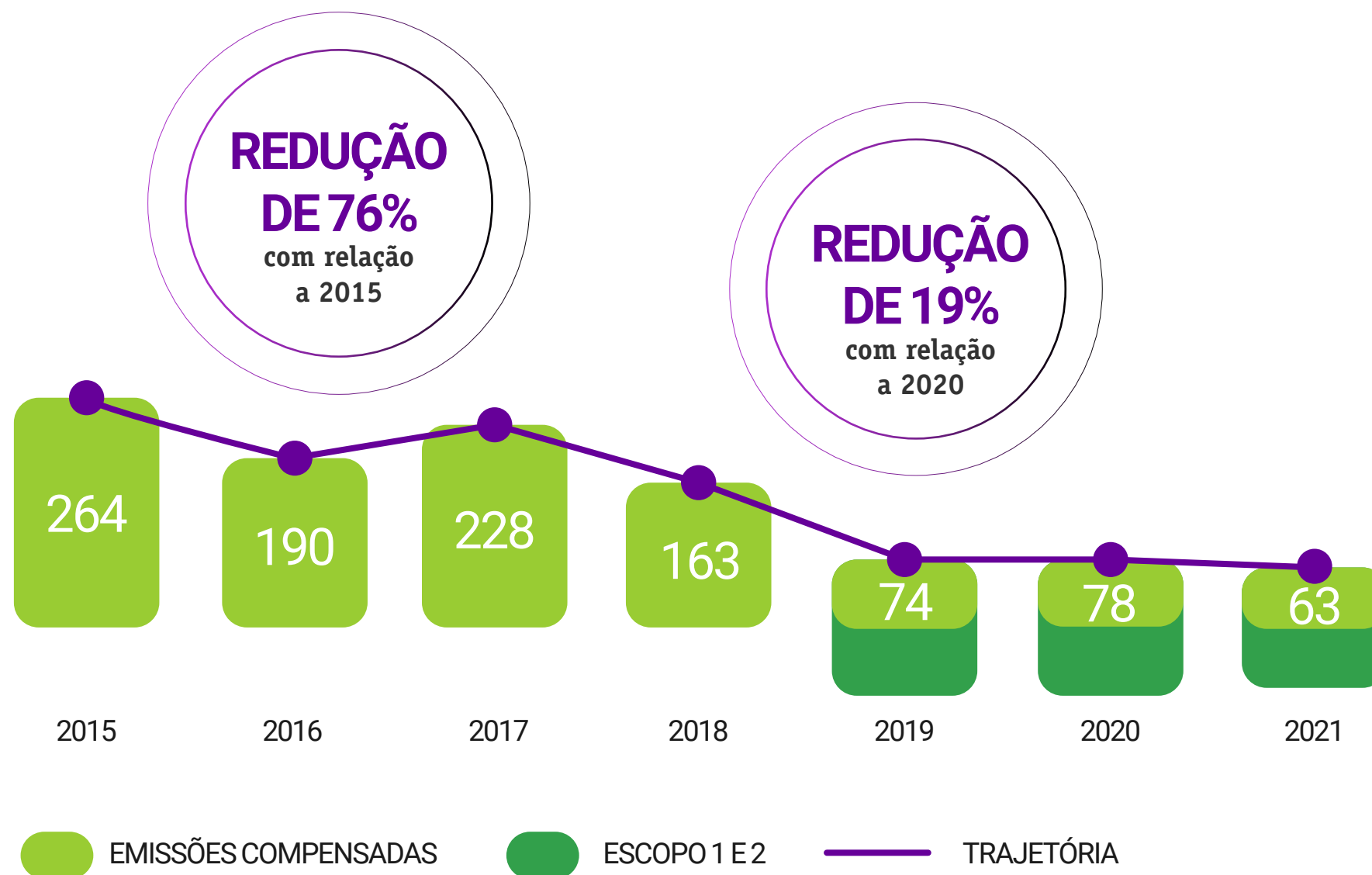
promovendo seu desenvolvimento com contratos de compra de energia de longo prazo e mais autogeração (Hispanoamérica 100% energia renovável até 2030).

Reduzir as emissões de CO₂ em nossa cadeia de valor em **39%** até 2025 com relação a 2016 e alcançar emissões líquidas zero até 2040.





REDUÇÃO DAS EMISSÕES DE CARBONO MIL TCO₂e



Em 2021, alcançamos 76% de redução em nossos escopos 1 e 2 quando comparado ao ano base de 2015, resultado possível principalmente pela evolução de nosso projeto para o consumo de 100% de energia elétrica renovável.

No último ano, também conseguimos avanços significativos de redução das nossas emissões de Escopo 1, que apresentaram 19% de queda quando comparadas a 2020. Essa grande redução deve-se principalmente a uma queda na categoria de emissões fugitivas em nossos aparelhos de ar-condicionado.

Em 2021, reformulamos nossos processos de recarga de gás e combustível em mais de 30 mil localidades junto às contratadas que operacionalizam nossos sites técnicos. A implementação de um novo sistema de controle levou a uma melhor gestão dos dados, maior eficiência e redução de custos a partir da otimização de estoques e materiais em campo. **103-2, 103-3**

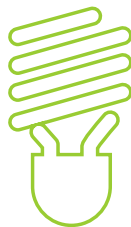




NET ZERO



Temos como objetivo atingir zero emissões líquidas até 2040, considerando toda a nossa cadeia de valor. Para seguir evoluindo em nossa estratégia climática, temos uma meta intermediária contribuirmos para o Grupo Telefônica atingir zero emissões líquidas até 2025 nos escopos 1 e 2, nos comprometendo a reduzir as emissões em linha com o cenário de 1,5°C. Hoje, nossa principal fonte de emissões diretas são os gases refrigerantes de nossos mais de 30 mil aparelhos de ar-condicionado, e estamos trabalhando para reduzir vazamentos e também em busca de gases com menores potenciais de aquecimento.



EMISSIONES INDIRECTAS (ESCOPO 2)

305-2

Apesar do consumo de energia elétrica ter reduzido 6%, o fator de emissão do GRID brasileiro teve um grande aumento, o que ocasionou a ampliação das emissões considerando a abordagem de localização.

OUTRAS EMISSIONES INDIRECTAS (ESCOPO 3)

305- 3

As emissões de escopo 3 representam 85% do total de emissões da Vivo (e 79% do Grupo Telefônica). Em 2021, realizamos melhorias metodológicas nos cálculos, o que gerou uma atualização do histórico dos números.

305-1

EMISSIONES DE GEE (TCO₂e)

	2019	2020	2021	GASES INCLUIDOS NO CÁLCULO
Emissões diretas (Escopo 1)	73.913	78.101	63.018	CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCS, HCFCs
Protocolo de Quioto	28.802	30.948	26.550	CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCS
Protocolo de Montreal	45.111	47.153	36.468	HCFCs
Emissões biogênicas de CO ₂	11.803	9.668	8.907	CO ₂

EMISSIONES INDIRECTAS (ESCOPO 2)

	2019	2020	2021
Abordagem de localização	138.102	112.706	230.945
Abordagem de escolha de compra	0,0	0,0	0,0

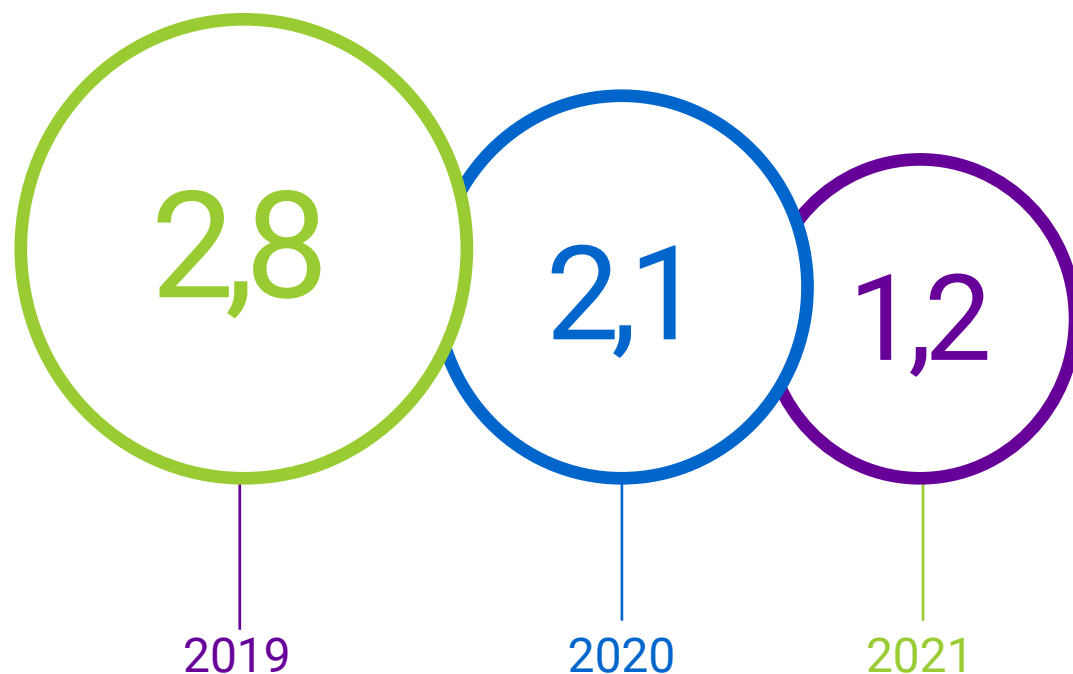
	2019	2020	2021
Emissões indiretas (Escopo 3)	630.512	358.123	346.715
Compra de produtos ou serviços	434.735	226.380	179.145
Bens de capital	105.821	58.352	48.334
Atividades relacionadas ao consumo de energia	9.764	7.325	6.439
Viagens de negócios	8.822	1.591	106
Uso de produtos vendidos	71.371	64.475	112.691





INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (TCO₂e/PB) 305-4

Tivemos redução nas emissões de escopo 1 e um aumento do tráfego em nossa rede. Isso demonstra que estamos desassociando o crescimento da companhia do aumento de emissões, à medida que caminhamos rumo a atuação cada vez mais descarbonizada.



Consideram emissões dos escopos 1 e 2 (abordagem de escolha de mercado)."

ENGAJAMENTO DE FORNECEDORES NA GESTÃO DE EMISSÕES E MUDANÇAS CLIMÁTICAS

A Vivo atua junto a seus fornecedores com o propósito de levar informação, desenvolvimento e amadurecimento para toda a cadeia. Em 2021, demos um novo passo ao promover a mobilização e a capacitação dos fornecedores que possuem atividades intensivas em CO₂, através do Programa Carbono na Cadeia de Fornecedores.

Esse programa de engajamento engloba várias etapas, começando por uma avaliação de maturidade de cada fornecedor referente a sua atuação no tema de mudanças climáticas. Na sequência, o programa compreendeu uma série de webinars nos quais promovemos uma jornada de conhecimento sobre emissões de carbono, desde um nível mais básico (sobre como elaborar um inventário) até um nível mais avançado, trazendo temas como riscos climáticos e transparência nos reportes. O objetivo do programa é incentivar os fornecedores a mensurar e fazer a gestão de suas emissões, buscando alternativas para reduzi-las. Os fornecedores convidados representam mais de 90% das emissões dentro das categorias 1 e 2 do nosso escopo 3.

Também fazemos parte da lista de empresas que demonstram maior engajamento com fornecedores em mudanças climáticas, de acordo com o Supplier Engagement Rating (SER) de 2021, divulgado pela organização global Carbon Disclosure Project (CDP).

Nossa meta global é reduzir em 39% as emissões de nossa cadeia de valor até 2025 e alcançar zero emissões líquidas até 2040 para esta categoria. Esse movimento demonstra a expansão da ação climática da empresa para além de suas fronteiras





ENGAJAMENTO DE CLIENTES

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

Por terem um selo Eco Rating, os dispositivos são pontuados através de uma análise de ciclo de vida que mede os impactos ambientais desde a extração das matérias-primas, fabricação, transporte, uso e descarte do aparelho. Em 2021, a metodologia foi revisada e relançada como parte de uma iniciativa do setor de telecomunicações na Europa que visa tornar o Eco Rating um padrão global para a indústria. Em novo formato, o selo agora permite a comparação dos celulares quanto à sua durabilidade, potencial de reparação de peças e reciclagem, eficiência climática e do uso de recursos naturais.

[Clique aqui para acessar a calculadora](#)



Com relação ao uso de nossos serviços, uma calculadora on-line está disponível para nossos clientes descobrirem as emissões de gases de efeito estufa geradas devido ao consumo de serviços de dados, voz e TV por assinatura. As pegadas de carbono de nossos serviços, que dão base aos cálculos, foram certificadas pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas).

Para o segmento B2B oferecemos o selo Eco Smart, que permite que as empresas já conheçam, no momento da contratação do serviço, os benefícios ambientais que a solução poderá gerar em sua operação. Desenvolvido pelo Grupo Telefônica, no Brasil com a marca Vivo e verificado por terceira parte pela AENOR (Associação Espanhola de Normalização e Certificação), o selo dispõe de quatro variações que representam diferentes benefícios ambientais: eficiência energética, redução do consumo de água, redução das emissões de CO₂ e economia circular.

Inédito no mercado de Telecom, o selo ainda pode ser utilizado como ferramenta para fortalecer os critérios ESG das empresas e atender às exigências dos consumidores que hoje buscam negócios comprometidos com a sustentabilidade.





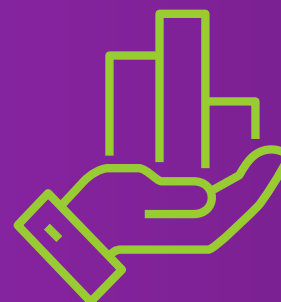
RISCOS E OPORTUNIDADES CLIMÁTICAS

Estimulando o consumo responsável e consciente

Identificamos e monitoramos fatores internos e externos com potencial para afetar significativamente nossos negócios. Os riscos associados ao contexto das mudanças climáticas estão incluídos na avaliação geral de risco da companhia, cujos resultados são reportados ao Comitê de Auditoria e Controle.

A gestão das mudanças climáticas está integrada à nossa estratégia de negócios e avaliamos os riscos seguindo as recomendações do TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures). Periodicamente realizamos uma avaliação de forma qualitativa e quantitativa, considerando os riscos físicos e de transição no médio e longo prazo. Para os riscos físicos, analisamos os impactos em dois cenários de concentração de CO₂ – RCP 2.6 e o RCP 8.5 do IPCC (Painel Intergovernamental da ONU sobre Mudanças Climáticas), e para os riscos de transição, utilizamos o cenário RCP 2.6. Avaliamos 100% da operação em todo território nacional, considerando a base de ativos levantada no início de 2021.

Dentre os principais riscos que identificamos estão: riscos de mercado associados a aumento do preço da energia; riscos físicos associados a aumento de temperatura, levando a maiores custos de refrigeração, além de falhas de equipamentos e redução de sua vida útil; riscos físicos associados a eventos extremos, como inundações e ventos fortes, podendo danificar nossas infraestruturas e levar a interrupções nos serviços. Nosso Plano de Energia Renovável e os Programas de Eficiência Energética, além dos planos de continuidade de negócio (orientados pelo Regulamento de Continuidade Global de Negócios), nos ajudam a reduzir a exposição a esses riscos e a nos adaptarmos às consequências das mudanças climáticas.



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

Mais detalhes a respeito de nossa governança climática e gestão sobre os riscos e oportunidades podem ser consultados em nossas respostas públicas ao **questionário de Clima do CDP**.





ECONOMIA CIRCULAR 103-2, 103-3, 306-1, 306-2, TC-TL-440A.1

Como uma empresa de tecnologia com capilaridade nacional, buscamos cuidar dos produtos que utilizamos e resíduos que geramos sob a ótica da economia circular, tema que está em constante análise e evolução na Vivo. Promovemos o consumo responsável por meio de programas e ações que ajudam a eliminar a geração de resíduos, manter materiais em uso por maior tempo ou providenciar uma destinação final adequada, preferencialmente a reciclagem.

Para auxiliar nesta estratégia, desde 2019, utilizamos o sistema global de Gestão de Resíduos Sólidos da Telefônica (GReTel) que auxilia nossas áreas internas a gerenciar o fluxo de geração, transporte e destinação dos resíduos, promovendo a rastreabilidade, o controle da cadeia de fornecedores, e assegurando que o processo foi realizado seguindo as normas brasileiras.

Além disso, com foco em eliminar a geração de resíduos de papéis, catalogar e otimizar o acervo físico de documentos, contamos com o projeto Paperless, que promove a digitalização de processos e documento das áreas administrativas, lojas próprias e revendas.

Em 2021 foram assinados eletronicamente mais de 14,6 milhões de documentos e contratos de produtos e serviços do B2B, B2C e administrativo que juntamente com as faturas eletrônicas dos clientes permitiram uma economia de mais de 424 milhões de folhas de papel.

No segmento B2C também temos o processo de recondicionamento e reparo de modems e decoders da linha da fibra e metálica. O processo se inicia com o agendamento da coleta dos equipamentos por meio de call center, formulário web ou nossa inteligência artificial (Aura), ou com a devolução em uma de nossas lojas.

Após o recolhimento, fazemos o reparo para que os equipamentos possam ser utilizados por outro cliente com todas as capacidades técnicas e de layout restauradas. A logística reversa possibilitou a reutilização de 1,4 milhão de equipamentos, o equivalente a 631,46 toneladas, em 2021. Os itens que não estão em condições para reuso são encaminhados para a reciclagem.





ATUALIZAÇÃO DA REDE



Nossos dados de geração dos resíduos vêm crescendo nos últimos anos devido ao processo de desmobilização da rede antiga de cabos e sua renovação com fibra óptica. Esse é um processo de modernização que trará ganhos ambientais em termos de consumo energético e eficiência. Os cabos metálicos correspondem à maior parcela de resíduos encaminhados para a reciclagem e sua geração tende a diminuir com o passar dos anos. A taxa de reciclagem dos resíduos eletroeletrônicos gerados na operação foi de mais de 98% em 2021.

Para promover tratamentos mais nobres para os resíduos, no fim de 2021 iniciamos o processo de coprocessamento da fibra óptica. Foram 41,3 toneladas encaminhadas para este tratamento. Para 2022, a expectativa é expandir esta iniciativa enquanto não existe tecnologia nacional disponível para a reciclagem.

RECYCLE COM A VIVO 103-2, 103-3

A Vivo foi pioneira no setor a implantar, em 2006, seu programa de logística reversa – o Recycle com a Vivo –, oferecendo aos clientes e não clientes a coleta e a destinação de equipamentos eletrônicos que estão sem uso, como celulares, carregadores, fones, cabos, pilhas e baterias. O programa possui abrangência nacional e está disponível nas nossas mais de 1,7 mil lojas e revendas.

O Recycle é mais que um programa, é um movimento que mobiliza a sociedade para o consumo consciente e descarte correto de lixo eletrônico. Entendemos que a iniciativa gera um impacto positivo ao engajar consumidores e colaboradores com o mote “A Vivo cuida do seu lixo eletrônico e juntos cuidamos do meio ambiente”, reduzindo por meio do reuso e do descarte consciente o impacto que os resíduos eletrônicos podem causar ao meio ambiente.

Em 2021 foram realizadas diferentes ações voltadas para conscientização sobre o correto descarte do lixo eletrônico, como filmes, comerciais de TV em horários nobre, mídias sociais e mobilização de cerca de 32 mil colaboradores em campanhas internas.

No mês de junho, para celebrar o Dia Mundial do Meio Ambiente, realizamos uma campanha interna que resultou na coleta de 1,6 tonelada de resíduos. Para engajar nossos colaboradores utilizamos a ferramenta virtual Game do Bem que disponibiliza missões para conscientização e mobilização com relação às causas sociais. Ao atingirmos a meta de 2 mil missões realizadas na plataforma on-line, doamos R\$ 50 mil a Instituição Pimp My Carroça impactando diretamente a vida de 15 famílias de carroceiros e cerca de 68 pessoas.

Desde 2006 oferecemos aos
clientes e não clientes a
opção para o descarte de
equipamentos eletrônicos sem
uso em nossas lojas e revendas





Mais recentemente, lançamos o filme “Transformando o Passado em Futuro” onde um grupo de crianças tem a missão de proteger o meio ambiente com a reciclagem de eletrônicos. A iniciativa convida a sociedade a refletir sobre ações necessárias para um futuro mais sustentável.

[Clique aqui para acessar o filme](#)



O Recicle com a Vivo também foi expandido para o canal de vendas porta a porta, transformando os consultores de campo em agentes ambientais que levam o tema aos condomínios e demais pontos de vendas nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Goiás e Bahia.

Desde que foi implantado, o Recicle com a Vivo já recolheu mais de 5 milhões de itens, sendo mais de um milhão de celulares e garantiu a destinação adequada de 128 toneladas de resíduos, que voltam para a cadeia produtiva sob a forma de matéria-prima para produção de novos produtos como cabos e baterias. Só em 2021, coletamos 9,2 toneladas no Recicle com a Vivo, um crescimento de 21% comparado ao ano anterior



RECICLE COM A VIVO

2021

Total de itens recolhidos (nº) 87.596

Total de celulares recolhidos (nº) 5.303

Total de equipamentos recolhidos (kg) 9.236,72

301-3





RECICLE NOS CONDOMÍNIOS

11

CIDADES

706

CAMPANHAS EM

415

CONDOMÍNIOS

REAPROVEITAMENTO DE UNIFORMES

1,5

tonelada

DE RESÍDUOS
REAPROVEITADOS

IMPACTO SOCIAL
POSITIVO COM A
GERAÇÃO DE NOVOS
TRABALHOS PARA
COSTUREIRAS DA
PERIFERIA

RECICLE COM A VIVO

Mais de

1,7 mil

PONTOS DE COLETA
(LOJAS PRÓPRIAS
E REVENDAS)

MAIS DE

5 milhões

DE ITENS COLETADO



VIVO RENOVA

Por meio do Vivo Renova, incentivamos a reutilização dos celulares, aumentamos o tempo de vida útil dos aparelhos e ampliamos o acesso dos clientes a novas tecnologias.

Oferecemos vouchers com descontos aos nossos clientes que entregam seus aparelhos usados na compra de novos smartphones. Os aparelhos devolvidos são avaliados de acordo com o modelo e estado de conservação, restaurados e comercializados por uma empresa parceira.

No ano de 2021, fizemos uma campanha inédita do Renova no lançamento do Iphone 13, os clientes que participaram do programa receberam descontos de até R\$ 1.200,00, mais o voucher do Renova, o que resultou em aumento de 128% de adesão ao programa no ano.

VIVO RENOVA

2021

Total de itens recolhidos (nº)

136.295

Peso total de itens recolhidos (ton)

22,58

301-3





PROJETO DE REAPROVEITAMENTO DE UNIFORMES

Em 2021, a Vivo iniciou o projeto de economia circular de resíduos têxteis que busca o reaproveitamento de uniformes da sua operação de campo. Materiais que seriam descartados foram transformados em ecobags confeccionadas por grupos de mulheres da periferia da cidade de São Paulo. Além de promover a inclusão social e o empoderamento feminino, o projeto ainda evitará o consumo de milhares de sacolas plásticas.

As ecobags produzidas na primeira fase do projeto serão utilizadas como brindes em eventos internos e vendidas na loja on-line e na loja física Leed (loja Vivo do Shopping Villa Lobos).





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

[Sumário gri](#)

<127>

11

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI

102-55





STANDARD GRI DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 101: FUNDAMENTOS 2016

DISCLOSURES GERAIS

PERFIL DA ORGANIZAÇÃO

GRI 102: DISCLOSURES GERAIS 2016	102-1: Nome da organização		21
	102-2: Atividades, marcas, produtos e serviços		21
	102-3: Localização da sede	Nossa sede está localizada na cidade de São Paulo (SP).	25
	102-4: Localização das operações		25
	102-5: Propriedade e forma jurídica		21
	102-6: Mercados atendidos		3 e 25
	102-7: Porte da organização		25 e 39
	● 102-8: Informações sobre empregados e outros trabalhadores		80
	● 102-9: Cadeia de fornecedores		67 e 69





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

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

Não houve. Na CGC (Condições Gerais de Contratação) da Telefônica Brasil, existe uma cláusula onde obriga o fornecedor a manter o cadastro atualizado junto à Telefônica, através de solicitações de atualização das informações gerais e se for o caso, cadastrar uma nova filial.

102-11: Princípio ou abordagem da preocupação

32 e 109

102-12: Iniciativas externas

Rede Brasil do Pacto Global, Princípios de Empoderamento das Mulheres, Padrões de Conduta para Empresas, Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, Fórum de Empresas e Direitos LGBTQ, Movimento + Mulher 360, Rede Empresarial de Inclusão Social, GHG Protocol , CDP (Carbon Disclosure Project), RE100, ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social

Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (Brasscom)
Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (Telcomp)
Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente (Abrarec)
Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)
Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil)
Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA)
Associação Interamericana de Empresas de Telecomunicações (Asiet)
Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos (Amcham)
Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)
Instituto Brasileiro de Estudos de Concorrência, Consumo e Comércio Internacional (Ibrac)
Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e do Serviço Móvel e Pessoal (Conexis Brasil Digital)

GRI 102: DISCLOSURES
GERAIS 2016

102-13: Participação em associações

PRINCIPAIS
CONTRIBUIÇÕES
DO ANO

ORGANIZAÇÃO

CONTRIBUIÇÃO 2021

ABTA	572.094,98
ABRAREC	15.000,00
AMCHAM	75.719,88
Brasscom	110.252,43
Conexis Brasil Digital	7.092.082,30
Telebrasil	31.905,24





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

Estratégia

GRI 102: DISCLOSURES GERAIS 2016	102-14: Declaração do decisor mais graduado da organização	5
	102-15: Principais impactos, riscos e oportunidades	32

Ética e Integridade

GRI 102: DISCLOSURES GERAIS 2016	102-16: Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	75 e 101
	102-17: Mecanismos de aconselhamento e preocupações éticas	30

Governança

GRI 102: DISCLOSURES GERAIS 2016	102-18: Estrutura de governança	26
	102-25: Conflitos de interesse	28

Engajamento de partes interessadas

GRI 102: DISCLOSURES GERAIS 2016	102-40: Lista de partes interessadas	17
--	--------------------------------------	----





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 102:
DISCLOSURES
GERAIS 2016

102-41: Acordos de negociação coletiva

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



102-42: Base para a identificação e seleção de partes interessadas para engajamento

17



102-43: Abordagem para o engajamento das partes interessadas

17



102-44: Principais tópicos e preocupações levantadas

17

Práticas de relato

GRI 102:
DISCLOSURES
GERAIS 2016



102-45: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas

As informações de governança, ambiental e social inseridas neste Relatório representam 99,2% do escopo das demonstrações financeiras.

Empresas consolidadas (Controladas diretas): Terra Networks Brasil Ltda; Telefônica Transportes e Logística Ltda; POP Internet Ltda; FIDC Vivo Money Fundo de Investimento em Direitos Creditórios; Telefônica Cloud e Tecnologia do Brasil S.A e Telefônica IoT, Big Data e Tecnologia do Brasil S.A.

Empresas consolidadas (Controladas indiretas): Recicla V Comércio e Reciclagem de Sucatas e Metais Ltda e Telefônica Infraestrutura e Segurança Ltda.

Empresas não consolidadas (Controle conjunto): Aliança Atlântica Holding B.V; Companhia AIX de Participações; Companhia ACT de Participações e FiBrasil Infraestrutura e Fibra Ótica S.A.





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 102:
DISCLOSURES
GERAIS 2016

● 102-46: Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos		17
● 102-47: Lista de tópicos materiais		17
● 102-48: Reformulações de informações	As reformulações aplicáveis estão sinalizadas com o indicador GRI 102-48 ao longo do relatório.	
● 102-49: Alterações no relatório		17
● 102-50: Período coberto pelo relatório		16
● 102-51: Data do último relatório	2020	
● 102-52: Ciclo de emissão de relatórios	Anual	
102-53: Ponto de contato para perguntas sobre o relatório		153
● 102-54: Declaração de elaboração do relatório de conformidade com Standards GRI		16
● 102-55: Sumário de conteúdo GRI		127
● 102-56: Verificação externa	Este relatório foi verificado pela PwC (PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes). A asseguração é coordenada pela Telefônica Brasil e o orçamento destinado a esse processo é aprovado no âmbito do Comitê de Auditoria da companhia, envolvendo integrantes da estrutura de governança.	





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

TÓPICOS MATERIAIS

DESEMPENHO ECONÔMICO

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	39
	103-3: Avaliação da forma de gestão	39
GRI 201: DESEMPENHO ECONÔMICO 2016	● 201-1: Valor econômico direto gerado e distribuído	39

IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	43 e 50
	103-3: Avaliação da forma de gestão	43 e 50
GRI 203: IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS 2016	● 203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	43 e 50
	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	Medida por meio de uma metodologia global conhecida como “Total Impact During 201”, nossa contribuição com o PIB brasileiro chegou a 12,6 bilhões de euros, considerando os impactos diretos e indiretos de nossas atividades, além do impacto induzido decorrente do incremento de consumo devido à renda dos empregos gerados.





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

ANTICORRUPÇÃO

GRI 103:
FORMA DE
GESTÃO 2016

103-1: Explicação do tópico material e seu limite

17

103-2: Forma de gestão e seus componentes

28

103-3: Avaliação da forma de gestão

28

● 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.

31

GRI 205:
ANTICORRUPÇÃO
2016

● 205-2: Operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção

Promovemos treinamentos periódicos aos nossos colaboradores com o objetivo de reforçar os conceitos e princípios do nosso Código de Ética. Neste último ano, no Brasil, 93% dos nossos colaboradores e 100% do nosso Conselho de Administração (considerando a composição do conselho em dezembro de 2021) e todas as 9 joint ventures foram treinadas, totalizando 100%.

Diretivo	105
Liderança intermediária	5.223
Demais cargos	25.081
Total geral	30.409

28 e 32





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

MEIO AMBIENTE

MATERIAIS

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	123
	103-3: Avaliação da forma de gestão	123
GRI 301: MATERIAIS 2016	301-3: Produtos e seus materiais de embalagem recuperados	124 e 125

ENERGIA

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	110
	103-3: Avaliação da forma de gestão	110
GRI 302: ENERGIA 2016	302-1: Consumo de energia dentro da organização	110 e 111
	302-2: Intensidade energética	114
	302-3: Redução do consumo de energia	113
	302-4: Redução do consumo de energia	110 e 113





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

ÁGUA E EFLUENTES

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	114
	103-3: Avaliação da forma de gestão	114
GRI 303: ÁGUA 2018	303-1: Interações com a água como um recurso compartilhado	114
	<div></div> 303-5: Consumo total de água	114

EMISSIONES

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	117
	103-3: Avaliação da forma de gestão	117
GRI 305: EMISSIONES 2016	305-1: Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	118
	305-2: Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	118
	305-3: Emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3)	118
	305-4: Intensidade de emissões de GEE	119





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

RESÍDUOS

GRI 103:
FORMA DE
GESTÃO 2016

103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
103-2: Forma de gestão e seus componentes	122
103-3: Avaliação da forma de gestão	122

GRI 306:
RESÍDUOS
2018

306-1: Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	122
306-2: Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	122

- 306-3: Resíduos gerados
- 306-4: Resíduos desviados de disposição
- 306-5: Resíduos enviados à disposição final

GESTÃO DE RESÍDUOS (T)	2021	2020	2019
TOTAL GERAL	28.345	15.792	10.342
RESÍDUOS PERIGOSOS	883	1.752	1.239
Resíduos gerados			
Resíduos não destinados à disposição final	867	1.752	1.239
Preparação para reutilização			
Reciclagem	867	1.751	1.238
- Baterias	855	1.741	1.238
- Óleo lubrificante	10	6	ND
- Lâmpadas	1,4	4,8	0,5
- Outros	0,2	0	0





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 306:
RESÍDUOS
2018

● 306-5: Resíduos enviados à disposição final

Outras operações de recuperação	2021	2020	2019
Resíduos destinados à disposição final	15,5	0	0
Incineração (com recuperação de energia)	0,0	0	0
Incineração (sem recuperação de energia)	0,0	0	0
Confinamento em aterro	0,9	0	0
- Outros	0,9	0	0
Outras operações de disposição	14,6	0	0
- Lâmpadas	9,5	0	0
- Outros	5,1	0	0
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	27.461,7	14.040,30	9.103,40
Resíduos gerados			
Resíduos não destinados à disposição final	26.725,5	13.048,10	8.804,20
Preparação para reutilização	654,0	433,7	436,3
- Modens, roteadores e decodificadores	631,5	424,4	419,6
- Celulares de clientes (Vivo Renova)	22,6	9,3	16,7
Reciclagem	26.071,4	12.614,40	8.367,90
- Cabos e metais	22.674,0	10.007,70	6.478,20
- RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos) operacionais e de escritórios	1.834,6	1.586,20	1.279,10
- Papel e papelão	1.015,5	134,2	80,9
- Modens, roteadores e decodificadores	169,8	377,7	523,1
- Celulares e acessórios de clientes (Recicle com a Vivo)	9,2	7,6	6,6
- Resíduos recicláveis das operações	368,2	501	ND
Outras operações de recuperação			
Resíduos destinados à disposição final	736,2	992,2	299,2





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 306:
RESÍDUOS
2018

● 306-5: Resíduos enviados à disposição final

	2021	2020	2019
Incineração (com recuperação de energia)	0,0	0	0
Incineração (sem recuperação de energia)	0,0	0	0
Confinamento em aterro	645,3	831,1	299,2
- Cabos e metais	293,3	394,9	299,1
- RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos) operacionais e de escritórios	7,9	5,3	0
- Outros acessórios de clientes não recicláveis (Recicle com a Vivo)	1,1	0,5	0,1
- Resíduos não recicláveis das operações	343,1	430,4	ND
Outras operações de disposição (4)	90,8	161,1	0
- Cabos e metais	41,5	0	ND
- Resíduos das operações	48,8	90,8	ND
- Papel e papelão	0,5	0	ND
- Baterias	0,0	6,3	ND
- RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos) operacionais e de escritórios	0,0	64	ND

GRI 102-48: O total geral de resíduos gerado em 2020 foi reapresentado, considerando a inclusão de valores relacionados a modems, decoders e itens recolhidos no Vivo Renova.

AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES

GRI 103:
FORMA DE
GESTÃO 2016

103-1: Explicação do tópico material e seu limite

17

103-2: Forma de gestão e seus componentes

--

103-3: Avaliação da forma de gestão

--





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 308: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES 2016

308-1: Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios ambientais

Na área ambiental, os fornecedores são avaliados considerando suas atividades e seus aspectos ambientais, como emissões de gases, geração de resíduos, armazenamento e manuseio de produtos perigosos e prontidão para lidar com emergências ambientais. Dessa forma, conseguimos priorizar a gestão sobre os fornecedores em relação ao impacto ambiental potencial.

308-2: Avaliação Ambiental de Fornecedores

Na área ambiental, os fornecedores são avaliados considerando suas atividades e seus aspectos ambientais, como emissões de gases, geração de resíduos, armazenamento e manuseio de produtos perigosos e prontidão para lidar com emergências ambientais. Dessa forma, conseguimos priorizar a gestão sobre os fornecedores em relação ao impacto ambiental potencial.

SOCIAL

EMPREGO

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016

103-1: Explicação do tópico material e seu limite

17

103-2: Forma de gestão e seus componentes

--

103-3: Avaliação da forma de gestão

--





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 401:
EMPREGO
2016

● 401-1: Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados

CONTRATAÇÕES	2019	2020	2021	2019	2020	2021
POR FAIXA ETÁRIA	6.511	4.532	7.586	19,9%	13,8%	23,3%
Menos de 30 anos	3.209	2.304	3.716	35,7%	28,1%	47,6%
De 30 a 50 anos	3.124	2.142	3.665	14,4%	9,7%	16,6%
Acima de 50 anos	178	86	205	8,5%	3,6%	7,8%
POR GÊNERO	6.511	4.532	7.586	19,9%	13,8%	23,3%
Homens	3.423	2.162	3.496	17,9%	11,5%	18,8%
Mulheres	3.088	2.370	4.090	22,6%	17,1%	29,2%
POR REGIÃO	6.511	4.532	7.586	19,9%	13,8%	23,3%
Centro-Oeste	382	195	384	18,3%	10,2%	21,2%
Nordeste	527	418	1.037	15,5%	12,6%	29,3%
Norte	159	102	187	26,1%	17,5%	33,3%
Sudeste	3.217	2.006	3.424	18,5%	11,3%	18,7%
Sul	2.226	1.811	2.554	23,9%	19,7%	30,8%
TOTAL	6.511	4.532	7.586	19,9%	13,8%	23,3%





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 401:
EMPREGO
2016

● 401-1: Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados

ROTATIVIDADE	2019	2020	2021	2019	2020	2021
POR FAIXA ETÁRIA	6.449	4.566	7.794	19,8%	13,9%	23,6%
Menos de 30 anos	2.576	1.773	2.950	32,1%	24,8%	42,7%
De 30 a 50 anos	3.632	2.598	4.514	15,6%	10,7%	18,5%
Acima de 50 anos	241	195	330	10,0%	5,9%	10,2%
POR GÊNERO	6.449	4.566	7.794	19,8%	13,9%	23,6%
Homens	3.404	2.437	3.819	17,8%	12,2%	19,7%
Mulheres	3.045	2.129	3.975	22,5%	16,2%	28,8%
POR REGIÃO	6.449	4.566	7.794	19,8%	13,9%	23,6%
Centro-Oeste	480	379	439	20,7%	15,1%	22,7%
Nordeste	634	487	779	17,1%	13,6%	25,6%
Norte	147	120	186	25,1%	19,0%	33,2%
Sudeste	2.472	1.675	3.136	16,4%	10,4%	17,9%
Sul	2.716	1.905	3.254	26,6%	20,2%	35,1%
TOTAL	6.449	4.566	7.794	19,8%	13,9%	23,6%





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	93
	103-3: Avaliação da forma de gestão	93
GRI 403: SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO 2018	<div></div> 403-1: Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	93
	<div></div> 403-2: Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	93
	403-3: Serviços de saúde ocupacional	93
	<div></div> 403-4: Participação do trabalhador, consulta e comunicação sobre saúde ocupacional e segurança	93
	403-5: Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	94
	403-6: Promoção da saúde do trabalhador	94
	403-7: Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	94





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 403: SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO 2018	403-8: Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde ocupacional e segurança	Com base no escopo de sistema de gestão, a porcentagem de colaboradores próprios cobertos equivale a 32%.	
	403-9: Acidentes de trabalho		95
	403-10: Doenças profissionais	Não há	
CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO			
GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite		17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes		83
	103-3: Avaliação da forma de gestão		83
GRI 404: CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO 2016	404-1: Média de horas de capacitação por ano, por empregado		83





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	86
	103-3: Avaliação da forma de gestão	86
GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES 2016	405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados	27 e 86
	405-2: Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos por mulheres e homens	86 e 87

NÃO DISCRIMINAÇÃO

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	28
	103-3: Avaliação da forma de gestão	28
GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO 2016	406-1: Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	30





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	--
	103-3: Avaliação da forma de gestão	--

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

Não identificado. Possuímos políticas e normativas onde se exige o cumprimento da legislação aplicável e dos padrões em matéria de comportamento ético e responsável, social, ambiental e de privacidade, não somente por parte da própria companhia e seus colaboradores, mas também por parte de seus parceiros comerciais. Em 2021, foram realizadas 2.597 auditorias administrativas e 344 auditorias presenciais. Auditoria in loco tem o objetivo de autenticar as conclusões da auditoria documental, além de buscar identificações adicionais de questões que não possam ser detectadas através do processo de monitoria documental, assim como assédio moral e trabalho escravo.

AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016	103-1: Explicação do tópico material e seu limite	17
	103-2: Forma de gestão e seus componentes	--
	103-3: Avaliação da forma de gestão	--





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 414:
AVALIAÇÃO SOCIAL DE
FORNECEDORES 2016

414-1: Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios sociais

414-2: Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores

Avaliamos os nossos fornecedores em temas como meio ambiente, práticas trabalhistas e direitos humanos, ética e compras sustentáveis a partir da plataforma EcoVadis. Essa metodologia possui padrões internacionais que classifica as empresas de acordo com a sua atuação em sustentabilidade (scorecard) e permite o desenvolvimento de planos de melhoria para seus processos. Para aqueles fornecedores que são avaliados com desempenho insatisfatório. Fornecedores de alto riscos que não demonstrarem uma atuação visando a implantação de melhorias em relação aos itens de baixa desempenho poderão ser bloqueados preventivamente (cadastro) para entendimento e elaboração de plano de ação.

CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS

GRI 103:
FORMA DE
GESTÃO 2016

103-1: Explicação do tópico material e seu limite

17

103-2: Forma de gestão e seus componentes

--

103-3: Avaliação da forma de gestão

--

GRI 415: CONTRIBUIÇÕES
POLÍTICAS 2016

415-1: Contribuições políticas

Não aplicável. Em 2021, a Vivo não realizou contribuições para grupos isentos de impostos, como gastos com campanhas políticas, organizações políticas, lobistas ou organizações de lobby.

MARKETING E ROTULAGEM

GRI 103:
FORMA DE
GESTÃO 2016

103-1: Explicação do tópico material e seu limite

17

103-2: Forma de gestão e seus componentes

--

103-3: Avaliação da forma de gestão

--





STANDARD GRI

DISCLOSURE

COMENTÁRIOS / OMISSÕES

PÁGINA

GRI 417:
MARKETING E
ROTULAGEM 2016

417-3: Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing

Em 2021, a Vivo esteve envolvida em 210 processos judiciais de consumidores (incluindo Procon) que envolvem discussão sobre comunicações de marketing e publicidade (propaganda enganosa). Desses, 86 já se encontram encerrados. O valor total envolvido nas demandas judiciais ainda em andamento é de R\$ 4.253.200,78.

PRIVACIDADE DO CLIENTE

GRI 103:
FORMA DE
GESTÃO 2016

103-1: Explicação do tópico material e seu limite

17

103-2: Forma de gestão e seus componentes

--

103-3: Avaliação da forma de gestão

--

GRI 418:
PRIVACIDADE DO
CLIENTE 2016

● 418-1: Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes

Consideramos como queixa comprovada, processos judiciais que geraram alguma sanção. Nos anos anteriores, reportamos os números totais (e não percentual). Em 2021 foram 12 processos que geraram multa. Em relação à queixas de agências reguladoras, não há processos administrativos instaurados, com sanção, por nenhum órgão regulador até o momento.





SASB DISCLOSURE TOPICS

TOPICO	MÉTRICA	CÓDIGO	RESPOSTA	PÁGINA
PEGADA AMBIENTAL DAS OPERAÇÕES	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade da rede, (3) porcentagem de energia renovável (GJ / %)	TC-TL-130a.1		110
	Descrição das políticas e práticas relacionadas à publicidade comportamental e privacidade do cliente	TC-TL-220a.1		74
PRIVACIDADE DE DADOS	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados à privacidade do cliente	TC-TL-220a.3	Em 2021, a Vivo esteve envolvida em 210 processos judiciais de consumidores (incluindo Procon) que envolvem discussão sobre comunicações de marketing e publicidade (propaganda enganosa). Desses, 86 já se encontram encerrados. O valor total envolvido nas demandas judiciais ainda em andamento é de R\$ 4.253.200,78.	
	(1) Número de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes, (2) número de clientes cujas informações foram solicitadas, (3) porcentagem resultando em divulgação	TC-TL-220a.4		148
	Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados, incluindo o uso de padrões de segurança cibernética de terceiros	TC-TL-230a.2		71
SEGURANÇA DE DADOS	(1) Materiais recuperados por meio de programas de devolução, porcentagem de materiais recuperados que foram (2) reutilizados, (3) reciclados e (4) depositados em aterro {toneladas métricas (t), porcentagem (%)}	TC-TL-440a.1		122
	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a regulamentos de comportamento anticompetitivo	TC-TL-520a.1	Em 2021, a Vivo esteve envolvida em 210 processos judiciais de consumidores (incluindo Procon) que envolvem discussão sobre comunicações de marketing e publicidade (propaganda enganosa). Desses, 86 já se encontram encerrados. O valor total envolvido nas demandas judiciais ainda em andamento é de R\$ 4.253.200,78.	
GERENCIAMENTO DE FIM DE VIDA DO PRODUTO	Descrição dos riscos e oportunidades associados à neutralidade da rede, peering pago, classificação zero e práticas relacionadas	TC-TL-520a.3		32





CONTRIBUIÇÕES DE CARIDADE E PATROCÍNIO (R\$) POR TIPO

Patrocínios realizados em 2021 com o objetivo de fomentar a educação e cultura no Brasil. Todos os aportes foram feitos com a utilização de benefícios fiscais, com exceção do patrocínio da casa de shows Vivo Rio, realizado com verba de marketing. Todos os patrocínios seguiram o fluxo de aprovação aprovado em REDIR e possuem contratos devidamente assinados. As contrapartidas estabelecidas em contrato estão sendo utilizadas, como por exemplo a aplicação de logomarca Vivo na comunicação de todas as instituições.

DEMANDAS RECEBIDAS DE AUTORIDADES TC-TL-220A.4

Os números representam o atendimento de requisições expedidas por autoridades competentes nos termos da legislação vigente para prestar informações de quebra de sigilo de nossos clientes e subsidiar processos judiciais, procedimentos administrativos e/ou investigações em andamento. Todos os atendimentos são registrados na base de dados do Processum via sistema, dados estes utilizados para compor o Dashboard no Power bi. 100% das solicitações são atendidas conforme as diretrizes e restrições presentes na legislação e nos regulamentos vigentes

REMUNERAÇÃO EXECUTIVA E AVALIAÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Proporção entre a remuneração anual total do
Diretor-Presidente e a remuneração média dos demais empregados

110,56

2021

INVESTIMENTO

Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM SP)	R\$ 134.438,96	Incentivo Fiscal ICMS SP
Museu Oscar Niemeyer (MON)	R\$ 500.000,00	Incentivo Fiscal ROUANET
SP Arte	R\$ 650.000,00	Incentivo Fiscal ROUANET
Pinacoteca de São Paulo	R\$ 700.000,00	Incentivo Fiscal ROUANET
Museu da Imagem e do Som (MIS)	R\$ 500.000,00	Incentivo Fiscal ISS SP
Inhotim	R\$ 781.730,77	Incentivo Fiscal ICMS MG
Palácio das Artes	R\$ 500.000,00	Incentivo Fiscal ICMS MG
VIVO RIO	R\$ 3.546.240,00	Verba de Marketing (não incentivado)
TOTAL	R\$ 7.312.409,73	

UNIDADE

2021

Interceptações telefônicas e telemáticas	nº	291.429
Metadados	nº	3.410.935
Bloqueio de websites	nº	10.433
Suspensão de serviços	nº	3.723





RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES SOBRE AS INFORMAÇÕES NÃO FINANCEIRAS CONTIDAS NO RELATO INTEGRADO 2021

Ao Conselho de Administração e Acionistas
Telefônica Brasil S.A.
São Paulo – SP

INTRODUÇÃO

Fomos contratados pela Telefônica Brasil S.A. (“Companhia” ou “Telefônica”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2021 da Telefônica relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2021.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relato Integrado 2021, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

RESPONSABILIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DA TELEFÔNICA

A administração da Telefônica é responsável por:

- selecionar ou estabelecer critérios adequados para a preparação e apresentação das informações constantes no Relato Integrado 2021;
- preparar as informações de acordo com os critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)*, com a [base de preparação](#) elaborada pela própria Companhia e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado, correlatas com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council – IIRC*)
- desenhar, implementar e manter controle interno sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relato Integrado 2021, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

RESPONSABILIDADE DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2021 com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01 – Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social, emitido pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC), com base na NBC TO 3000 - Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits*

or reviews of historical financial information, emitida pelo IAASB – *International Auditing and Assurance Standards Board*. Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis.

Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2021 em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Telefônica e outros profissionais da Telefônica que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.





Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações contidas no Relato Integrado 2021, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre atividades e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relato Integrado 2021, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relato Integrado 2021;
- (b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- (c) a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relato Integrado 2021; e
- (d) para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a análise da aderência às diretrizes e critérios da *Global Reporting Initiative* (GRI-*Standards*) e do disposto na base de preparação elaborada pela Companhia.

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

ALCANCE E LIMITAÇÕES

Os procedimentos executados em trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relato Integrado 2021. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

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

A preparação e apresentação das informações e indicadores não financeiros seguiu as definições da base de preparação elaborada pela Companhia e as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI-*Standards*), portanto, as infor-

mações apresentadas no Relato Integrado 2021 não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados e previamente mencionados neste parágrafo.

CONCLUSÃO

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências que obtivemos, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras contidas no Relato Integrado 2021 da Telefônica, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os critérios e diretrizes estabelecidos pela base de preparação e pelas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI-*Standards*) e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado.)

São Paulo, 03 de junho de 2022

PricewaterhouseCoopers Ltda.

AUDITORES INDEPENDENTES
CRC 2SP000160/0-5

MAURÍCIO COLOMBARI
Contador CRC 1SP195838/0-3





Mensagem do Ceo

A Vivo em números

Sobre o relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DnaVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

[Sumário gri](#)

<153>

EXPEDIENTE

COORDENAÇÃO GERAL

NEGÓCIO RESPONSÁVEL/
SUSTENTABILIDADE

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

MAGENTALAB

MATERIALIDADE, CONSULTORIA GRI E CONTEÚDO

KEYASSOCIADOS

TRADUÇÃO

GOTCHA IDIOMAS

FOTOS

BANCO DE IMAGENS TELEFÔNICA
BRASIL E ADOBE STOCK

Envie comentários, dúvidas e sugestões relacionadas ao Relatório
para a nossa equipe pelo e-mail sustentabilidade.br@telefonica.com
102-53



