



**vivo**

**Relato Integrado  
2023**

# SUMÁRIO

## 03 MENSAGEM DO CEO

## 07 APRESENTAÇÃO

O ano de 2023 em números  
Sobre o relatório  
Dupla materialidade  
Engajamento de stakeholders

## 19 DIGITALIZAR PARA APROXIMAR

A atuação da Vivo no país  
O propósito da Vivo – Digitalizar para Aproximar  
Modelo de negócios  
Posicionamento da marca  
Princípios, valores, pilares do propósito e compromissos  
Governança  
Governança da sustentabilidade  
Gestão de riscos  
Ética e integridade  
Contexto 2023  
Resultados econômico-financeiros  
Atuação tributária responsável  
Principais reconhecimentos

## 62 #TEMVIVOPRATUDO

Destaques de infraestrutura 2023  
Rede móvel  
Rede fixa  
Pacto Digital

## 71 #TEMTUDONAVIVO

Ecosistema digital  
O B2B da Vivo em números  
Canais de relacionamento  
Inovação no centro da estratégia

## 96 #DNAVIVOEMTUDOQUEFAZEMOS

Programa DNA Vivo  
Relacionamento com fornecedores  
Segurança digital  
Proteção de dados e privacidade

## 109 #DNAVIVOEMTUDOQUESOMOS

Cultura Digital Colaborativa  
Atração e retenção de talentos  
Treinamento e desenvolvimento  
Diversidade  
Segurança do trabalho  
Saúde e bem-estar dos colaboradores

## 134 #VIVOSUSTENTÁVEL

Impacto no desenvolvimento sustentável do país  
Responsabilidade social corporativa  
Sistema de Gestão Ambiental (SGA)  
Biodiversidade  
Gestão de água  
Energia  
Mudanças climáticas  
Economia circular

## 173 ANEXOS

Gestão de riscos corporativos – fatores de riscos  
GRI - Global Reporting Initiative  
SASB - Sustainability Accounting Standards Board

## 210 SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI E SASB

## 226 RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO

## 229 EXPEDIENTE



**Christian Mauad Gebara**  
Presidente da Vivo -  
Telefônica Brasil

## Mensagem do CEO

GRI 2-22

**O ano de 2023 foi marcado pelo crescimento e maior rentabilidade do nosso negócio, mesmo diante de um cenário de incertezas macroeconômicas.**

Iniciamos 2024 com o propósito de “Digitalizar para Aproximar” fortalecido e como uma bússola para oferecer a melhor experiência aos clientes e maximizar o retorno financeiro aos acionistas. Ao mesmo tempo, **contribuímos para o desenvolvimento sustentável do país**, auxiliando na descarbonização e minimização de impactos socioambientais de outros setores da economia, facilitando o acesso das pessoas à serviços essenciais como educação, saúde, entre outros, e participando ativamente do debate sobre o uso responsável e papel da tecnologia nas diversas esferas da sociedade e do ambiente de negócios.

Em conectividade, **aceleramos a expansão da rede 5G para além das capitais, em municípios de 200 mil a 500 mil habitantes, cobrindo, ao final de 2023, 47% da população brasileira em 173 cidades.** Seguimos na liderança do segmento móvel com 38,7% de market share, a partir da cobertura em todo o país com as tecnologias 3G, 4G e 4.5G. Na rede fixa, temos a maior rede de fibra da América Latina, com mais de 26 milhões de casas e empresas cobertas em 443 municípios. Até o final de 2024, chegaremos a 29 milhões de domicílios.

O #TemVivoPraTudo - um dos nossos pilares estratégicos - mostra que só na Vivo o cliente pode ter uma oferta total e convergente, combinando fibra e móvel, estratégia que norteara nossas iniciativas comerciais em 2024 e que, em conjunto com o restante do seu portfólio, posicionam a Vivo como protagonista na construção de oportunidades que ajudarão a definir o nosso futuro enquanto sociedade.

Junto as melhores tecnologias de conectividade, consolidamos a empresa como um robusto ecossistema de tecnologia, reforçando o nosso pilar #TemTudoNaVivo. Com excelente desempenho em 2023, a **Ovvi**, nossa marca própria de acessórios para smartphones, se mantém relevante para a diversificação do negócio, assim como a ampliação do portfólio de eletrônicos e aparelhos, com foco em smartphones 5G, que representam mais de 80% das vendas de celulares em nossas lojas. **Inauguramos um novo conceito de espaço em São Paulo, a Casa Vivo, integrando várias tecnologias inovadoras em projetos de lar inteligente.**



## Criação de uma Joint-Venture (JV) focada na comercialização de soluções customizadas em energia renovável.

Com uma plataforma digital diversificada, cada vez mais os clientes recorrem a Vivo em busca de soluções para diferentes áreas. Um exemplo é a de serviços financeiros, na qual temos o **Vivo Money** - empréstimo pessoal - que se destaca com uma carteira de mais de R\$ 350 milhões e com as melhores perspectivas de crescimento. Ressalto também o Vivo Itaucard, com vantagens no parcelamento e cashback, e a nossa linha de seguros, que passou a incluir assistência para pets e bicicletas, além do seguro para celular, tablet e smartwatch.

Com uma base de clientes de **113 milhões de acessos, somos o principal parceiro comercial das empresas Over-The-Top (OTT)**. Fechamos 2023 com 2,7 milhões de assinantes dessas plataformas de conteúdo de TV, vídeo e música pela internet. Em educação, seguimos ampliando o **Vivae**, que chegou ao mercado com uma estratégia direcionada a cursos livres de capacitação, com foco em educação continuada e empregabilidade.

Na área de saúde e bem-estar, oferecemos o app de meditação **Atma**, que já acumula mais de três milhões de downloads. Por meio de nossa controlada, **adquirimos a Vale Saúde Sempre**, uma plataforma digital para acesso a serviços de saúde com preços acessíveis e com o objetivo de ajudar na vida de milhões de famílias que não possuem planos privados. Por meio do **Vivo Ventures**, ampliamos nossa atuação na área a partir do compromisso de aporte de R\$ 25 milhões na Conexa, a maior plataforma independente de telemedicina da América Latina. Trata-se do quarto e maior investimento feito pelo Vivo Ventures, que terá R\$ 320 milhões em carteira para investir em startups brasileiras com soluções em setores-chave para o posicionamento da Vivo.

No fim de 2023, **anunciamos a assinatura de contrato com uma das maiores companhias de energia do país para a criação de uma Joint-Venture (JV) focada na comercialização de soluções customizadas em energia renovável**. Com ambição de ser referência nacional em seu segmento, a JV adotara a modalidade de comercialização varejista e contara com equipe própria e independente.

**Nosso segmento corporativo nos posiciona como um relevante competidor no mercado de tecnologia empresarial. Levamos as empresas um portfólio digital mais robusto de soluções em cibersegurança, cloud, IoT e big data, mensageria, venda e aluguel de equipamentos de TI.** Avançamos em ações verticalizadas, por exemplo, para o aumento de produtividade no agronegócio. Além da conectividade com redes públicas ou privadas, as iniciativas incluem soluções digitais que otimizam o dia a dia no campo com muito mais inteligência, tornando a operação mais eficiente. Todas essas novas fontes de receita estão progredindo rapidamente, ganhando mais notoriedade sobre a receita total da Companhia. O cliente percebe as vantagens em ter seus serviços digitais com apenas um fornecedor.

A Vivo é a primeira opção dos consumidores graças, também, a melhor experiência de

Aporte de **R\$ 25 milhões** na Conexa, a maior plataforma independente de telemedicina da América Latina.

atendimento. Essa estratégia é desenvolvida no pilar #DNAVivo. **Seguimos aprimorando o nosso principal canal de interação com os clientes, o app Vivo - que é um dos aplicativos mais acessados no país, com 23 milhões de usuários. Destaca-se também o uso humanizado da Inteligência Artificial (IA), com a Aura, que registra cerca de 28 milhões de interações por mês.** Além do uso da IA no relacionamento com os clientes, estamos avançando rapidamente para a **IA Generativa** em nossos processos internos, conquistando mais eficiência e produtividade.

No último ano, **alcançamos um resultado histórico de satisfação de Employee Net Promoter Score (eNPS), refletindo a nossa Cultura Digital Colaborativa que dialoga com a premissa do nosso negócio: ter o digital combinado com o fator humano que, necessariamente, terá de ser diverso, bem como, sempre atuando**

No último ano, alcançamos um resultado histórico de satisfação de Employee Net Promoter Score (eNPS)

**32,8%**

dos colaboradores ocupando cargos de liderança são pretos e pardos

**44,7%**dos colaboradores são mulheres e na liderança executiva **37,3%** são mulheres

do de forma sustentável, ética e com integridade em tudo que fazemos para construir um futuro mais sustentável. Afinal, precisamos estar conectados ao mundo em que vivemos. A diversidade, bem como a sustentabilidade do negócio e sua cadeia de valor, são primordiais na promoção dessa cultura e um diferencial para a inovação na Vivo.

Investimos em programas de trainee e estágio com 50% das vagas focadas em talentos negros. **Hoje, temos 41,7% de pretos e pardos, com 32,8% fazendo parte do quadro total de líderes na empresa. As mulheres representam 44,7% do total dos nossos colaboradores, sendo que, na liderança executiva 37,3% são mulheres. Encerramos o ano com 32,5% de mulheres em cargos diretivos, antecipando o desafio firmado junto ao Pacto Global da ONU, deter 30% até 2025.** Nosso Conselho de Administração já conta com 33% de presença feminina e o programa “Mulheres de Fibra” reúne mais de 400 profissionais nas funções de campo, como reparo e instalação. **Aumentamos também a presença de profissionais com algum tipo de deficiência, chegando a 5% dos colaboradores.** Na Vivo, promovemos um ambiente para

que as pessoas se sintam à vontade para serem elas mesmas, o que motivou o interesse de profissionais trans em trabalhar na Companhia. Saímos de 20, em 2020, para mais de 100, em 2023.

Nossa atuação e pautada por critérios ASG que reforçam o compromisso da marca em crescer de maneira responsável, fortalecida pelo pilar #VivoSustentavel. **Somos uma das empresas mais sustentáveis do Brasil, de acordo com o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3),** que congrega uma carteira com 78 empresas de capital aberto, dos mais diferentes setores de atuação. Evoluímos em todas as dimensões da avaliação, com pontuação acima da média da carteira, um resultado que demonstra a sustentabilidade como pilar estratégico do nosso negócio.

Lançamos o Plano de Ação Climática e estamos superando nossas metas ambientais em linha com a urgência climática. **Em 2023, reduzimos a emissão de CO<sub>2</sub> em 25,6 mil tCO<sub>2</sub>e, alcançando 90% de redução das emissões de CO<sub>2</sub> nos Escopos 1 e 2 frente a 2015.** As emissões que não conseguimos evitar são compensadas por meio da compra de créditos de carbono, convertidos em ações de regeneração e proteção de florestas. Nosso principal objetivo é atingir zero emissões líquidas até 2035 (adiantando nossa meta de 2040, conforme declarado no evento ESG Day em julho de 2024), incluindo nossa cadeia de valor. Consolidando a representatividade e alcance de nossa estratégia de baixo carbono, recebemos, durante a COP 28, em Dubai, o **prêmio ‘Guardiões pelo**

**Clima’,** promovido pelo Pacto Global da ONU no Brasil. A iniciativa inédita reconhece ações de destaque entre as empresas que integram o Movimento Ambição Net Zero, voltado a impulsionar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU.

Em energia, **o programa de Geração Distribuída encerrou o ano com 67 usinas de fontes solar, hídrica e de biogás.** Até o final do projeto, serão 85 com capacidade para suprir o equivalente ao consumo de 340 mil residências. O **Vivo Recycle** - iniciativa que promove o consumo consciente e a economia circular junto aos consumidores - encerrou o ano com **12 toneladas de resíduos eletrônicos reciclados.** Por meio desta ação, somos a única empresa brasileira a integrar a Change the World List, da revista Fortune, que destaca as organizações com impacto positivo na sociedade a partir de seus negócios.

No âmbito social, **3,2 milhões de pessoas foram beneficiadas por meio das diversas iniciativas da Fundação Telefônica Vivo, com mais de R\$ 57 milhões em investimentos.** Avançamos com o projeto itinerário de formação técnica e profissional em **Ciência de Dados,** com um curso criado especialmente para jovens do Ensino Médio, que já está presente no Espírito Santo e Mato Grosso do Sul, além de Santa Catarina, onde se formou a primeira turma do programa. Até o final do ano, o projeto será ampliado para os estados de São Paulo, Minas Gerais e Goiás. A iniciativa contri-



bui para que os estudantes da rede pública de ensino estejam preparados não apenas para o mercado de trabalho, mas para um mundo em constante transformação e impactado pela presença das tecnologias digitais.

Esses resultados reforçam a participação da Vivo, de maneira proativa, na elaboração de uma proposta educacional contemporânea, voltada para criação de oportunidades e, portanto, para a mitigação das desigualdades. Assim, a Companhia contribui para a formação de professores e com a construção de um ensino voltado para as demandas de uma sociedade em profunda transformação. Além disso, **publicamos o relatório “Vivo pelos ODS 2030” sobre os impactos e prioridades da Companhia nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)**, considerando nossa estratégia e modelo de negócios frente aos nossos públicos de relacionamento.

Em governança, acumulamos indicadores que legitimam nossa atuação responsável e sustentável. **Pelo oitavo ano consecutivo, somos a empresa com a melhor reputação do setor no**

**Brasil, segundo o Ranking Merco Empresas, alcançando o 19º lugar no ranking geral**, subindo 13 posições em comparação à última divulgação. A Vivo também foi reconhecida, pelo terceiro ano consecutivo, uma das **10 “Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil”**, na categoria “Grandes” no ranking nacional da GPTW (Great Place To Work).

Avançamos em nosso **Plano de Negócio Responsável**, instrumento estratégico onde monitoramos metas para mais de 100 indicadores que visam tornar a Vivo uma empresa cada vez mais sustentável ao mesmo tempo que contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Essas e outras iniciativas reforçam nosso compromisso de avançar em iniciativas que contribuam no curto, médio e longo para as questões sociais e ambientais no Brasil.

**O ano de 2023 foi marcado, ainda, pelos 25 anos de listagem da Telefônica Brasil na B3 e na NYSE, com um amplo histórico de aquisições, fusões e investimentos, tornando viável uma revolução digital no país.** Em 2024, nosso ecossistema de tecnologia seguirá em cresci-

mento, com um papel primordial na transformação digital e socioambiental do nosso país. Esta atuação e seus principais avanços podem ser conferidos em nosso último **Vivo Day**. Também assumimos em nosso Vivo ESG Day, nossos novos compromissos para clima, circularidade e diversidade até 2035.

Além disso, mediante aos eventos climáticos no Estado do Rio Grande do Sul, também quero compartilhar nossa total solidariedade ao povo gaúcho, em nome de nossos 33 mil colaboradores da Vivo (Telefônica Brasil).

**Em um momento de grande adversidade, nossas equipes trabalharam incansavelmente para restabelecer a conectividade, sabendo o quanto os serviços de telecomunicações são vitais, especialmente em momentos de crise.**

Adotamos um protocolo de assistência para auxiliar nossos colaboradores nessas áreas afetadas e a esses bravos colaboradores que estão atuando em áreas de difícil acesso, sendo que muitos deles também foram impactados em suas respectivas vidas pessoais, meu profundo agradecimento.

Durante esse período, **liberamos o roaming em uma ação conjunta das empresas do nosso setor que atuam no Estado**. Além disso, a Vivo concedeu **bônus de internet aos clientes pré-pagos e do Plano Controle, e disponibilizamos telefones celulares satelitais para a Defesa Civil** que são aparelhos os indicados para apoiar situações extremas. Pela nossa Fundação Telefônica Vivo, **arrecadamos mais de R\$ 400 mil para compra de itens de maior necessidade como alimentos, água, kits de higiene, material de limpeza e cobertores, em parceria com a ONG Visão Mundial**.

Por fim, agradeço a dedicação e o compromisso dos nossos 33 mil colaboradores, bem como a confiança de todos os acionistas, clientes e parceiros.

**Christian Mauad Gebara**

Presidente da Vivo - Telefônica Brasil

# Apresentação





# O ano de 2023 em números

~ **33** mil  
Colaboradores  
(+0,9% a/a)

~ **1.830**  
lojas (próprias e revendas)

+ **96** mil  
aliados (terceiros)

+ **113** mil  
clientes (acessos)  
(+0,6% a/a)

Receita operacional líquida:

R\$ **52,1** Bi  
(+8,4% a/a)

R\$ **21,3** Bi  
EBITDA (+ 10,56% a/a)

R\$ **9** Bi  
de investimentos  
(-6,0% a/a)\*

**443**  
cidades com FTTH  
(+8,3% a/a)

**+12,6%**  
casas conectadas com FTTH

**99** Mi  
de acessos móveis

**173**  
cidades com 5G  
(+146 a/a)

\*Não inclui valores relativos à renovação de licenças no montante de R\$ 9,8 milhões no 1T22, à reversão de provisão de renovação de licença no montante de -R\$ 181 milhões no 2T23, à renovação de licenças no montante de R\$ 202,7 milhões no 3T23 e de R\$ 41,8 milhões no 4T23, e efeitos do IFRS 16.

## AMBIENTAL

### MUDANÇAS CLIMÁTICAS

**90%**  
de redução nas emissões do escopo 1 e 2 (vs 2015), atingindo o primeiro objetivo do plano Net Zero

**- 36%**  
de intensidade de carbono (tCO<sub>2</sub>e/PB)

**+ 60%**  
dos fornecedores carbono intensivos atuando pelo clima

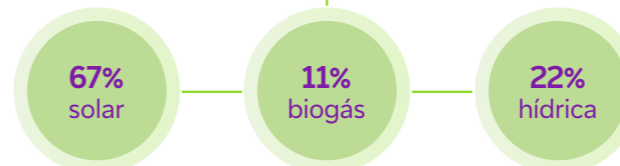
### ENERGIA

**27,3**  
de intensidade energética (MWh/PB)

**67**  
usinas de energia renovável (+40% a/a)

**102,6 GWh**  
de economia em projetos de eficiência energética\*

**100%**  
energia renovável



\*Considerando atualização

### ECONOMIA CIRCULAR

**12,1 ton**  
coletadas - Vivo Recicle (+7% a/a), equivalente a +26 Mil itens coletados

**+ 97%**  
resíduos eletroeletrônicos reciclados da operação

**2.734**  
resíduos de uniformes reutilizados em novos produtos

**57** mulheres  
**119** famílias impactadas





## SOCIAL

### DIVERSIDADE

**37%** mulheres em cargos de liderança executiva (+1,5 p.p a/a)

**32,8%** de pessoas negras em cargos de liderança (+10,8 p.p, a/a)

**412** mulheres técnicas no Programa Mulheres de Fibra (+30 a/a)

**~ 42%** de pessoas negras no quadro de colaboradores (+8 p.p, a/a)

### EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

**-11%** de reclamações na Anatel

**-18%** de reclamações no Consumidor.gov

**~90%** de resolutividade no Consumidor.gov

### FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO

**3,6 Mi** pessoas impactadas pelos projetos de educação

**R\$ 57 milhões** investidos

### CADEIA DE VALOR

**~100** fornecedores participantes de ações de desenvolvimento em Direitos Humanos

### ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTO

**+6 mil** novas contratações

**~2 Mi** horas de treinamentos

**14%** de crescimento nas vagas ocupadas por movimentações internas

**~19%** de redução no turnover (4%, p.p a/a)

**88** de eNPS

## GOVERNANÇA

### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

**83%** de membros independentes

**33%** de mulheres no Conselho

### CIBERSEGURANÇA

**ISO27001** incluído no processo de Gestão de Vulnerabilidades (GVUL), Managed Detection and Response (MDR), Segurança de Aplicações (AppSec) e Monitoramento de Proteção de Dados

### INOVAÇÃO ABERTA

**25%** de startups no portfólio da Wayra

**50%** geraram negócios para a Vivo

**~ R\$ 65 Mi** investidos pela Vivo Ventures (fundo de Corporate Venture Capital) desde sua criação (2022)

### REMUNERAÇÃO

**10%** de longo prazo atrelada a metas climáticas<sup>1</sup> e 20% das de curto prazo vinculadas a objetivos ESG<sup>2</sup> desde 2019

### ÉTICA

**98,2%** dos colaboradores treinados no novo Princípios do Negócio Responsável – Código de Ética (+ 3,4 p.p, a/a)

<sup>1</sup> Objetivo neutralização e redução de emissões de CO<sub>2</sub>.

<sup>2</sup> Objetivos: Confianza del cliente (NPS +NPS Gap), Confianza de la Sociedad (Reprtrak), Igualdad de Género (Mujeres directivas) y Cambio Climático (Emisiones CO<sub>2</sub>).



## 25 anos de Telefônica Brasil

A principal celebração é do Brasil, onde grandes investimentos realizados no setor revolucionaram as telecomunicações do país, tornando-as mais acessíveis. Fomos do 1G ao 5G, do cobre à fibra; e de 10 a mais de 100 milhões de clientes neste país cada vez mais digital!

R\$ **530** bilhões  
em investimentos na construção de redes fixa e móvel, aquisições de bandas em leilões de frequências, bem como fusões e aquisições.

Maior companhia de telecomunicações do Brasil, com  
**+112** milhões de acessos.

**Empresa tech,**  
onde Dados, TIC & Serviços Digitais geram mais receitas do que o portfólio original (telefonia fixa).

Maior rede de fibra da América Latina.

### LINHA DO TEMPO:

**1998** Começamos nossa história no Brasil em 1998, quando a Telesp - companhia estatal de telecomunicações do Sistema Telebrás - foi privatizada e adquirida pela Telefônica, criando o que levaria a ser a Telefônica Brasil.

**1999** Inauguração da Fundação Telefônica Vivo e lançamento pioneiro do Speedy, um serviço de internet de banda larga fixa (tecnologia ADSL).

**2001** Antecipação das metas da concessão de telefonia fixa.

**2005** Primeira companhia a realizar o lançamento da rede móvel 3G.

**2007** Adoção da tecnologia GSM.

**2008** Início pioneiro da oferta de rede fixa via cabeamento de fibra ótica até o usuário final (FTTH).

**2010** A Telefônica compra 100% das ações da Vivo Participações S.A. detidas pela Portugal Telecom, se tornando líder do mercado de telecomunicações do Brasil.

**2011** Passamos de Telecomunicações de São Paulo S.A. (TLPP3 & TLPP4) para Telefônica Brasil S.A. (VIVT3 & VIVT4). Na NYSE, nosso ticket foi alterado de TSP para VIV.

**2012** A marca Vivo passa a ser utilizada como nossa marca comercial no Brasil inteiro, oferecendo serviços de telefonia fixa e móvel, banda larga e TV por assinatura.

**2013** Lançamos a tecnologia 4G e o app Meu Vivo dando aos clientes a possibilidade de gerenciar seu plano pelo celular.

**2015** Compramos a Global Village Telecom (GVT) em 2015, reforçando nossa oferta de rede fixa fora do estado de São Paulo.

**2018** Lançamento da inteligência artificial Aura.

**2019** Redefinimos nosso propósito de marca para “Digitalizar para Aproximar”.

**2020** Convertemos nossas ações preferenciais (VIVT4) em ordinárias (VIVT3), negociando apenas ações ON. No mesmo ano, fomos declarados como um dos vencedores do leilão da operação de telefonia móvel do grupo Oi.

**2021** Criamos a Fibrasil para acelerar a expansão da rede FTTH e participamos ativamente do leilão promovido pela Anatel das faixas de radiofrequências 5G, garantindo os espectros necessários para o desenvolvimento da tecnologia e oferecimento do 5G a nossos clientes.

**2022** Implementação da rede 5G da Vivo e recebimento de cerca de 12 milhões de clientes, em função da aquisição da Oi Móvel, atingindo a histórica marca de 100 milhões de acessos totais, a maior Telecom da história do Brasil.



# Sobre este relatório

GRI 2-2, 2-3, 2-5, 2-14

Como forma de divulgar os posicionamentos e iniciativas da Vivo para a sociedade e seus públicos de relacionamento, encontra-se, a seguir, o seu Relato Integrado 2023, que abrange o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro, exceto para dados específicos, que, dada sua relevância, já estão atualizados e devidamente sinalizados ao longo do relato, quando aplicável.

O documento é publicado anualmente e representa uma fotografia do processo evolutivo da Companhia na busca pela geração de valor, transparência, universalização da conectividade e digitalização de produtos, serviços e soluções. Este Relato foi preparado em consonância com padrões de mercado internacionalmente reconhecidos, tais como as diretrizes da International Integrated Reporting Framework (IR), a Orientação Técnica CPC 09 (Relato Integrado), os requisitos regulatórios da Instrução CVM 14/2020

e as normas da Global Reporting Initiative (GRI) 2021/2016 – opção “em conformidade”.

Este material considerou, também, os direcionamentos do Task Force on Climate Related Financial Disclosures (TCFD) e do Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e faz correlação com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). Para a análise e consolidação de todos os indicadores, foram abrangidas as operações da Companhia no Brasil(\*).

As informações socioambientais e de governança inseridas neste Relatório representam aproximadamente 96,5%\* do escopo das demonstrações financeiras.

Em linha com a política de transparência e o comprometimento com a sustentabilidade do negócio da Vivo, este Relato foi avaliado e aprovado pela Diretoria Estatutária da Companhia e leva em consideração informações relevantes relativas aos índices e

provedores de dados ESG, como o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 e o Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Os indicadores quantitativos atrelados à norma GRI e ao SASB estão compilados nos anexos, e também disponibilizamos a Base de Preparação do Relato Integrado 2023.

Este documento também foi submetido à assegu- ração externa independente, conduzida pela PricewaterhouseCoopers. As informações financeiras aqui incluídas contemplam as operações conso- lidadas da Companhia e passaram por auditoria externa, da PricewaterhouseCoopers, quando da divulgação das demonstrações financeiras com-

pletas de 2023. O Relatório de assegu- ração independente encontra-se na [página 226](#) do presente Relato.

## Como ler este Relatório

Indicadores GRI estão sinalizados ao longo do Relato

Sumário de conteúdo GRI e SASB com todos os indicadores pode ser encontrado no final deste Relato

No início de cada capítulo você encontra indicações de capitais do Relato Integrado, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e temas materiais relacionados a cada conteúdo apresentado

A versão digital deste Relato está disponível aqui

Sumários Interativos



Navegação entre páginas

11

Links Externos



Para quaisquer comentários, dúvidas, sugestões ou contribuições sobre o Relato, fale com a Vivo pelo e-mail: [sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com).



Informações de negócios, sustentabilidade e ESG da Companhia também podem ser acessadas em:

### Sites Oficiais

Site Institucional  
Site Comercial  
Relações com Investidores

### Plataformas ESG

Vivo Sustentável  
Centro de Privacidade  
Pegada de Carbono  
Dialogando  
Vivo Recycle

### Histórico de Reportes

Relato Integrado/Destaques ESG  
Central de Resultados Financeiros  
Relatórios (CVM/SEC)

(\*) 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; FIDC Vivo Money II Fundo de Investimento em Direitos Creditórios; Telefônica Cloud e Tecnologia do Brasil S.A.; Telefônica IoT, Big Data e Tecnologia do Brasil S.A.; e Vivo Ventures Fundo de Investimento em Participações.

Empresas consolidadas (controladas indiretas): Recicla V Comércio e Reciclagem de Sucatas e Metais Ltda; Vale Saúde Administradora de Cartões S.A.; Telefônica Infraestrutura e Segurança Ltda e TLF01 Empreendimentos e Participações Ltda.

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



# Dupla materialidade

GRI 2-14, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3

Desde 2021, a Vivo utiliza o conceito de **dupla materialidade**, que considera o impacto da sustentabilidade sobre a performance financeira de longo prazo da empresa, bem como sobre a sociedade e o meio ambiente. Esse processo leva em conta os interesses de diferentes stakeholders e o apoio à definição do posicionamento da Companhia e de sua estratégia de curto, médio e longo prazo.

Este estudo é revisado anualmente, por meio de informações primárias e/ou secundárias e está incluído no escopo da asseguração externa limitada do Relato Integrado. Além disso, a partir de 2024, com o objetivo de monitorar os temas materiais com mais dinamismo e tempestividade, a dupla-materialidade terá diferentes frequências de reavaliação, considerando os resultados de fontes relevantes para interpretação dos temas materiais da Companhia, como segue:

- **Trimestral:** Pesquisas de reputação e percepção (Reprak e Tracking de Marca) e Resultados econômico-financeiros.
- **Semestral:** Atualização da avaliação de riscos corporativos e Estudos específicos de riscos, impactos e oportunidades.
- **Anual:** Planejamento Estratégico (2024-2026), Atualização de frameworks e assessments ESG e Calibração e validação da Alta Administração.
- **Bienal:** Consulta a especialistas e pesquisa direta com stakeholders para testagem dos temas materiais atuais e captação de novas percepções.

Na elaboração da dupla materialidade, foram observadas as orientações disponibilizadas pelos frameworks adotados para elaboração do Relato Integrado. Após a definição dos temas potencialmente materiais para o setor de atuação da Vivo, a Companhia realizou a análise de impactos positivos e negativos vinculados a cada aspecto levantado, considerando-se impactos internos e externos.

Para mensurar os temas considerados de maior impacto para a sociedade, uma pesquisa online foi feita com públicos prioritários para a empresa (acionistas, clientes, comunidades, conselheiros, fornecedores, colaboradores, investidores, ONGs e órgãos reguladores). Ao final, foram agrupados em macrotemas considerados aderentes às práticas de gestão adotadas pela Vivo.

1

Contexto de sustentabilidade e das atividades da empresa, grupos de relacionamento

2

Identificação de impactos potenciais (riscos) e reais, bem como oportunidades ESG

3

Avaliação da significância dos impactos e sua priorização (severidade)

4

Definição e priorização dos limites para os temas materiais

5

Revisão e calibração do impacto de temas subestimados

6

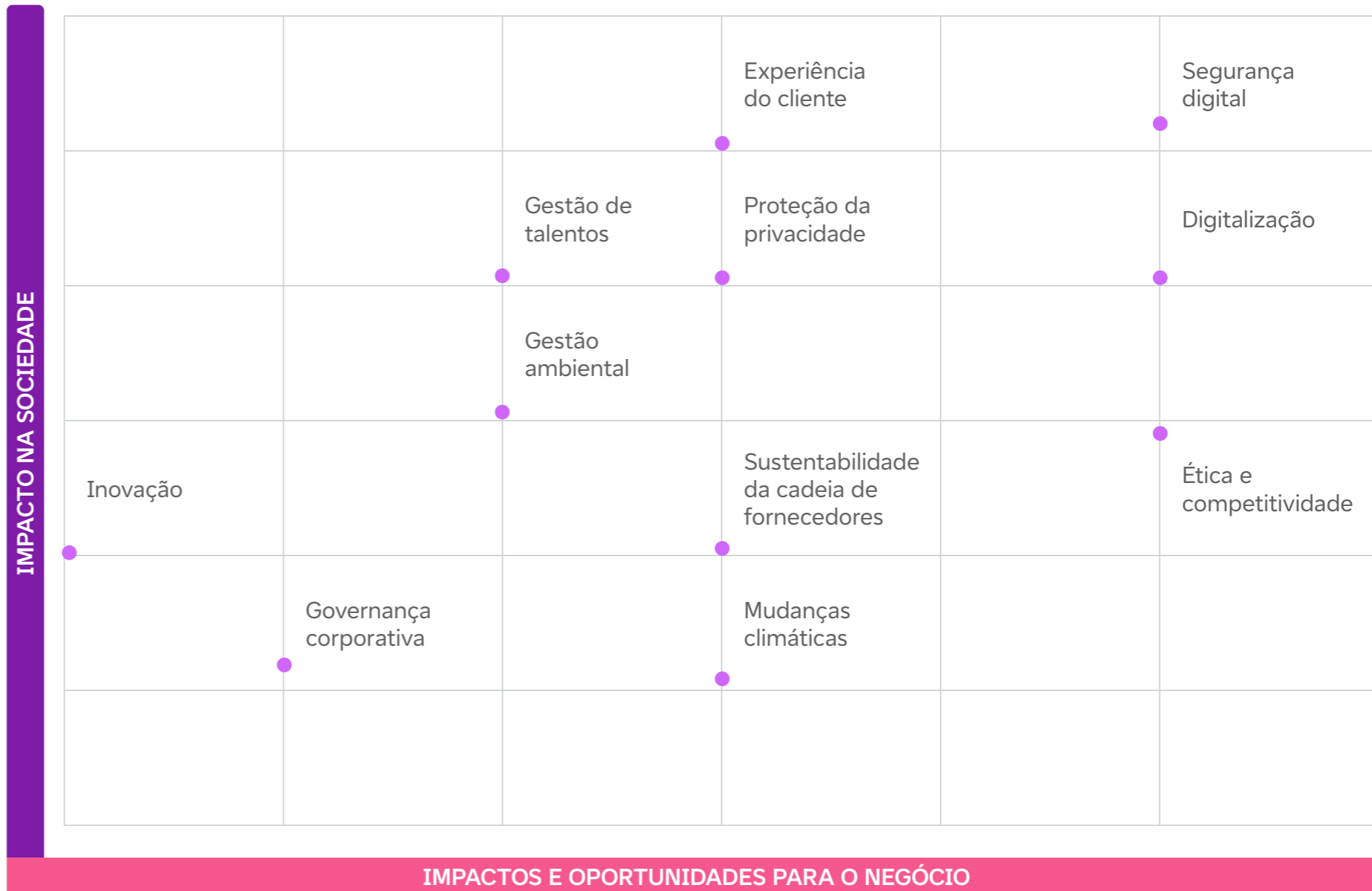
Aprovação da matriz pela Alta Administração



Na revisão realizada em 2022, foram realizadas mais de 4.500 consultas, por meio de entrevistas qualitativas e pesquisas online com acionistas, investidores, colaboradores, clientes, fornecedores, associações, ONGs e órgãos reguladores do setor no país. Em 2023/2024, este estudo foi revisado com base na avaliação do contexto de sustentabilidade interno e externo, considerando mais de 30 fontes de informação, tais como: (1) principais frameworks e assessments de sustentabilidade aplicáveis à Companhia; (2) benchmarking setorial (nacional e internacional); (3) pesquisas de reputação e percepção (clientes e não clientes); e (4) estudos específicos recentes de avaliação de impacto, riscos e oportunidades de sustentabilidade atrelados à Companhia e sua cadeia de valor.

Os principais resultados da revisão da dupla-materialidade foram:

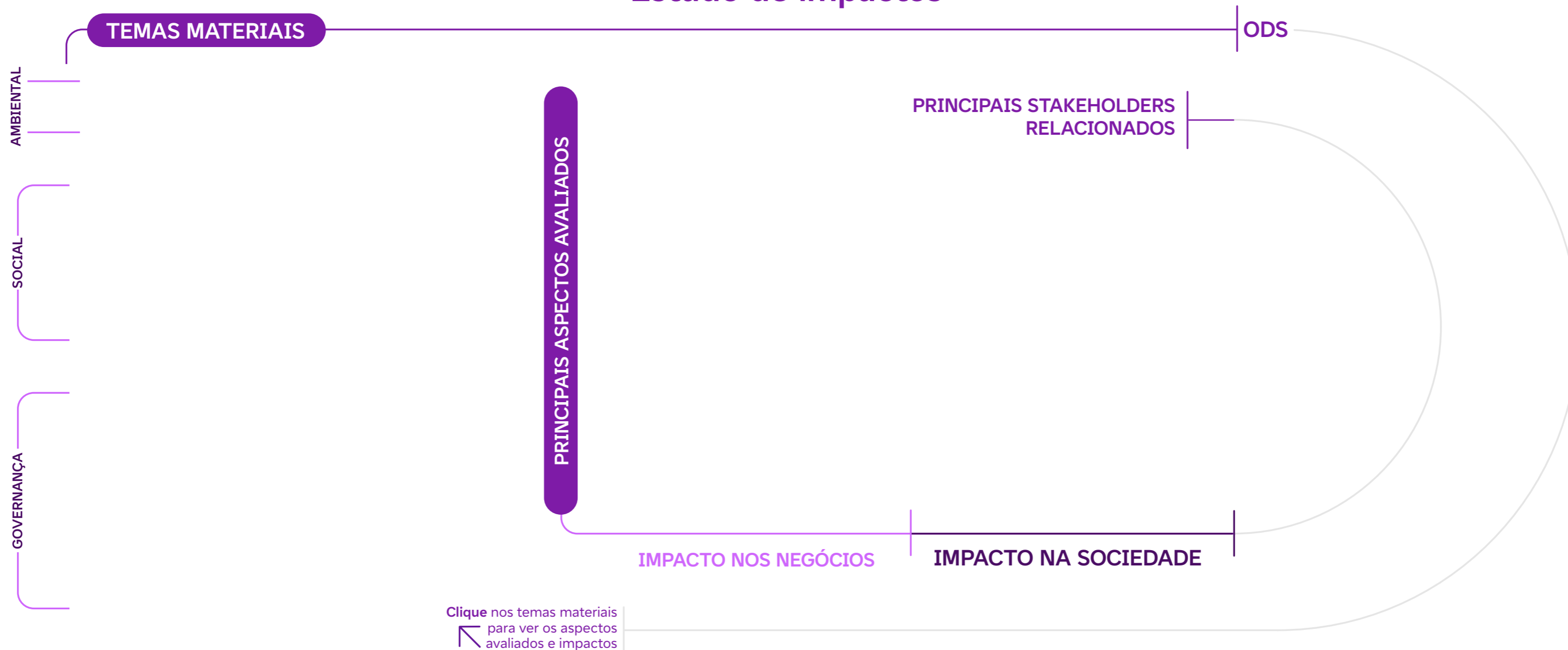
- Permanência de 11 temas materiais, com a adequação do nome de dois temas materiais, por estarem mais aderentes à atual gestão da Companhia e aos aspectos avaliados: Governança corporativa e Segurança digital.
- 34 aspectos relacionados que materializam o conteúdo dos temas materiais, com 9 aspectos adicionados: Biodiversidade, Saúde e Segurança do Trabalho, Inclusão Digital/Acesso Universal, Produtos e Serviços Sustentáveis, Uso responsável da Tecnologia, Direitos digitais, Inteligência Artificial / Novas Tecnologias, Responsabilidade Fiscal e Transparência (Regulação).



Legenda: ● Temas materiais



# Estudo de impactos





# Engajamento de stakeholders

GRI 2-25, 2-29



Por meio dos Princípios de Negócio Responsável, a Vivo se posiciona como uma empresa na qual as partes interessadas (stakeholders) possam confiar. Para isso, comunica com clareza aos seus públicos quais são os princípios que norteiam suas ações.

Nesse sentido, mantemos um [Manual de Boas Práticas para Engajamento de Partes Interessadas](#), que estabelece algumas métricas para identificar os stakeholders e os diferentes níveis de interação, que podem variar de acordo com cada grupo e a atividade a ser realizada.

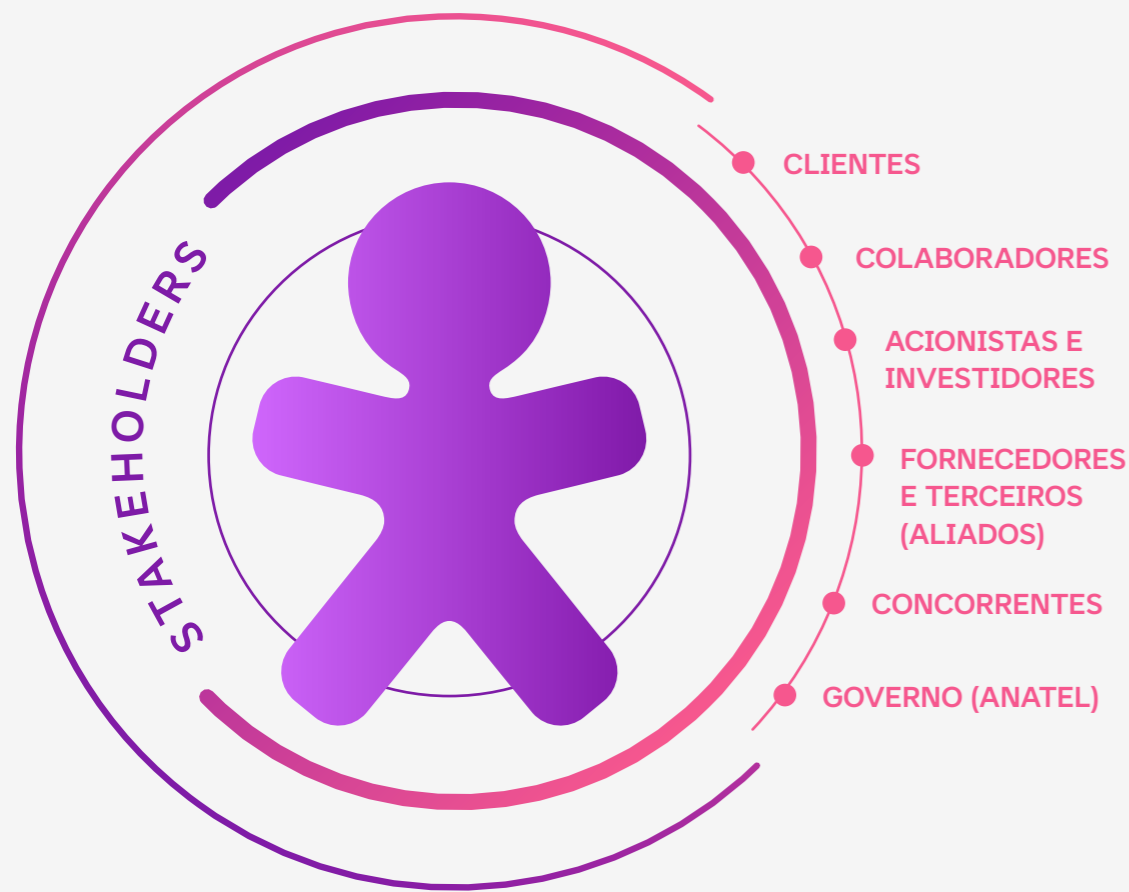
Baseado em uma metodologia elaborada especificamente para a Vivo, com referência nas melhores práticas de mercado, foram consultadas diversas áreas da Companhia, para mapear e analisar, de forma abrangente, os relacionamentos de cada uma.

## FORAM DEFINIDOS OS PRINCIPAIS STAKEHOLDERS, QUE CONTEMPLAM AS SEGUINTE CATEGORIAS:

- Academia (universidades)
- Clientes
- Instituições financeiras
- Acionistas e investidores
- Colaboradores
- Mídia
- Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e associações multilaterais (ONU, UNESCO, UNICEF e outras)
- Comunidades locais
- Terceiros
- Associações setoriais (Sinditel, Telebrasil, Conexis e outras)
- Concorrentes
- Organizações não governamentais
- Fornecedores
- Governos (federal, estadual e municipal)
- Procon
- Imprensa
- Sociedade em geral
- Influenciadores e redes sociais



A partir deste primeiro levantamento, foi efetuado um segundo mapeamento interno, envolvendo diversas áreas da empresa e cargos, no qual foram identificados quais **stakeholders deveriam ser priorizados para o acompanhamento mais abrangente e direcionado, sendo estes:**



A Vivo está ciente da importância, para todos os grupos de interesse, de compartilhar informações verdadeiras, completas, oportunas e claras, seja nos relatórios que são arquivados junto aos órgãos de supervisão relevantes dos mercados, seja em outras comunicações públicas da Companhia, incluindo os portais institucionais.

## Como buscar um engajamento significativo

Para garantir um engajamento significativo dos stakeholders, em 2023, realizamos um treinamento com mais de 500 executivos da Companhia, abordando as metodologias de engajamento e sua importância para o negócio, além disso, a empresa procura atuar, principalmente, sobre os engajamentos que são considerados mais estratégicos e/ou relevantes, que inclusive podem ser mensurados por indicadores específicos, como:

- **Indicadores de canais de atendimento**, incluindo Ouvidoria.
- **Resultados de monitoramento de indicadores dos Princípios de Negócio Responsável.**
- **Reprtrak** (avaliação de reputação feita com clientes e

não clientes das principais operadoras): em 2023, foram entrevistadas 4.641 pessoas, por meio de painel com stakeholders, realizado por empresa especializada.

- **Resultados do estudo de dupla materialidade** (4.598 participantes em 2022).
- **Conselho de Usuários** (em 2023, a Companhia se reuniu com 18 conselheiros, em 04 reuniões, atendendo 100% dos esclarecimentos solicitados). O Conselho é formado por usuários, entidades sem fins lucrativos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC). Tem caráter consultivo, voltado para a avaliação dos serviços e da qualidade do atendimento, bem como para a formulação de sugestões e de propostas de melhoria dos serviços prestados pela operadora.
- **Indicadores de monitoramento de fornecedores** (além do atendimento aos Princípios de Negócio Responsável constar em 100% dos contratos, cerca de 100 fornecedores de maior relevância em questões de Direitos Humanos foram engajados em workshop sobre o tema).
- **Indicador de engajamento de colaboradores – eNPS** (com 93% de aderência na participação, o índice passou de 84, em 2022, para 88 em 2023).





- **Indicador de satisfação do cliente - NPS**

(com crescimento de +2 pontos percentuais a/a, pelo terceiro ano consecutivo).

A Companhia possui e disponibiliza, também, diversos canais de interação e atendimento com os stakeholders de forma abrangente, como os canais de atendimento dedicados (ouvidoria), para questões de segurança e privacidade, e o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Além disso, mantém canais para facilitar a comunicação com públicos específicos, como o [portal de Relação com Investidores](#), ou o contato para [imprensa](#).

Atentos a todas as demandas de nossos públicos e a quem possa interessar, além de todos os canais de comunicação, quaisquer questões relacionadas ao nosso negócio podem ser enviadas para o e-mail [sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com). Dessa forma, a empresa garante que está aberta e atenta às demandas de todos os públicos de interesse.

Os processos conduzidos pela Vivo estão atrelados à sistemas de gestão aplicáveis conforme o escopo de cada temática ESG, como a ISO 14001 (Gestão Ambiental), ISO 26000 (Diretrizes de Responsabilidade Social/Direitos Humanos), ISO 50001 (Gestão de Energia), ISO 27001 (Sistema de Gestão de Segurança de Informações/Segurança Digital), ISO 45001 (Saúde e Segurança Ocupacionais), entre outros.

## Sistemas de Gestão

Gerenciamos os aspectos socioambientais com base nas melhores práticas de gestão:

### ISO 27001

#### GESTÃO DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO



Esta certificação é uma norma internacional de gestão de segurança da informação e comprova o nosso cumprimento global de uma série de requisitos, processos e controles.

A certificação atesta as capacidades dos novos processos de segurança digital e demonstra a qualidade envolvida no processo de gestão de vulnerabilidades.

### ISO 26000

#### RESPONSABILIDADE CORPORATIVA



Impulsionamos melhorias em nossa cultura organizacional, minimizando os riscos do nosso negócio, garantindo uma atuação cada vez mais sustentável.

- 1 Accountability
- 2 Transparência
- 3 Comportamento ético
- 4 Respeito pelo interesse dos stakeholders
- 5 Respeito pelo estado de direito
- 6 Respeito pelas normas internacionais de comportamento
- 7 Respeito pelos direitos humanos



## ISO 45001

## GESTÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL



Somos a primeira dentre as telcos do Brasil a conquistar a certificação ISO 45001, uma Norma Internacional de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho, com abrangência para os públicos de Lojas, Administrativo, Campo e Call Center.

SISTEMA DE GESTÃO  
DE SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

- Identificar, eliminar ou reduzir perigos e riscos
- Atendimento aos requisitos legais
- Participação e consulta
- Cultura de segurança
- Melhoria contínua
- Ambiente seguro e saudável

## ISO 14001

## GESTÃO AMBIENTAL



Certificação ISSO 14.001 (Gestão Ambiental) desde 2016, sendo o maior Sistema de Gestão Ambiental (SGA) certificado dentre as telcos brasileiras, estando presente em 51 municípios.

## DSC 10.000

## GESTÃO DE ÉTICA E INTEGRIDADE

Reforçando nossa postura ética, íntegra e transparente de realizar negócios, buscamos aperfeiçoar nossos sistemas e nos certificamos nesta norma que visa demonstrar nossos esforços no desenvolvimento de mecanismos de prevenção e detecção de atos ilícitos e/ou contrários aos princípios de ética e integridade nos negócios.



# Digitalizar para Aproximar



## ODS

**1** ERRADICAÇÃO DA POBREZA



**9** INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA



**10** REDUÇÃO DAS DESIGALDADES



**16** PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES



## Temas Materiais

- Digitalização
- Ética e Competitividade
- Governança Corporativa



# A atuação da Vivo no país

GRI 2-1, 2-6, 2-7, 2-8

A Vivo é uma companhia do setor de telecomunicações com mais de 113 milhões de clientes em todo o Brasil. Atualmente, a Companhia oferece um amplo e diversificado portfólio de serviços de telefonia móvel e fixa, dados móveis, internet banda larga (fibra para casa – FTTH), ultra banda larga, TV por assinatura, tecnologia da informação e serviços digitais em todo o território nacional.

A Telefônica Brasil S.A. é a detentora da marca Vivo, líder do setor de telecomunicações no país. A Vivo oferece um ecossistema digital que atrai mais de 113 milhões de acessos em sua operação móvel e fixa, o que pode ser explicado pela facilidade oferecida aos clientes na obtenção de produtos, serviços e soluções em diferentes áreas, como comunicação, entretenimento, esportes, segurança digital, finanças, saúde, educação e energia.

Em 2023, a Companhia, que hoje mantém 33 mil colaboradores diretos e 96 mil aliados -

prestadores de serviços e terceirizados -, chegou aos seus 20 anos de lançamento da marca Vivo e 25 anos de listagem da Companhia na B3 (Brasil, Bolsa, Balcão).

Após duas décadas de existência em solo nacional, a Vivo tem avançado ano a ano para o centro da transformação digital, que amplia a autonomia e a escolha em tempo real de nossos clientes.

O nosso modelo de marca tem como norte principal o cliente no centro de tudo o que a Companhia faz, o que fundamenta o nosso objetivo de sermos uma plataforma de fomento à conexão entre as pessoas. É por isso que o nosso propósito é Digitalizar para Aproximar.

Dessa forma, a Companhia se mantém ligada às mudanças cada vez mais velozes da era digital, sempre antecipando o futuro para se manter presente na vida de milhões de brasileiros.

## MARCA INSTITUCIONAL



## MARCAS COMERCIAIS



Vivo, Movistar e O2 pertencem ao Grupo Telefônica

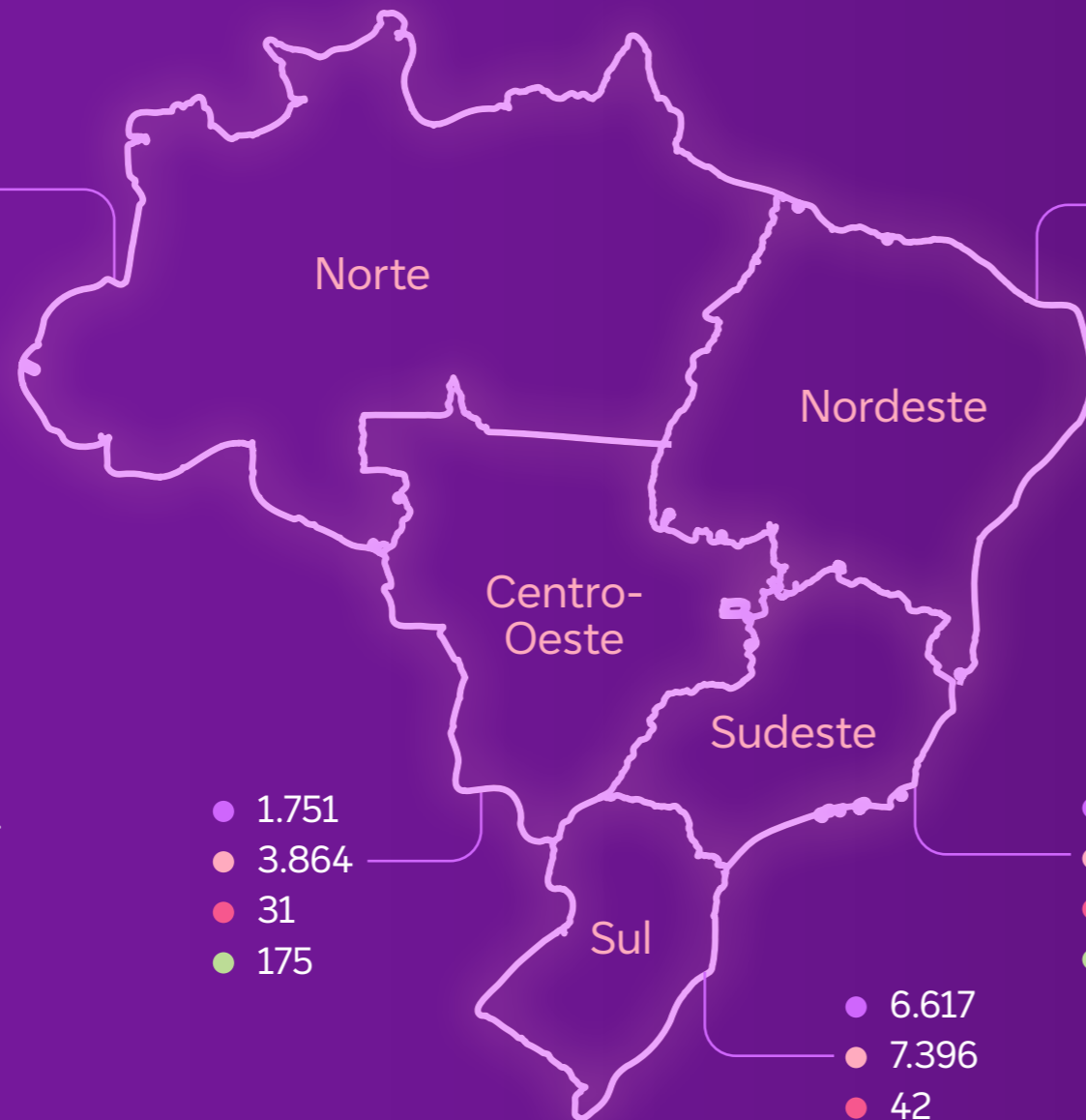
[Clique aqui para saber mais sobre a história da organização no Brasil](#)





# Mapa de atuação

- 579
- 1.856
- 18
- 92



A Vivo está presente em todo o país e cobre cerca de **98% da população** coberta.

+ de **3.600 cidades** com a rede 4.5G.

### TOTAIS

- **33.206** Colaboradores
- **96.055** Terceiros
- **252** Lojas físicas - próprias
- **1.581** Lojas físicas - revenda

A sede da Companhia é em **São Paulo (SP)**.

Todas as capitais já contam com a **cobertura 5G**, que totalizam **173 municípios** com esta tecnologia.

**Canais digitais**  
~30% Share de vendas digitais

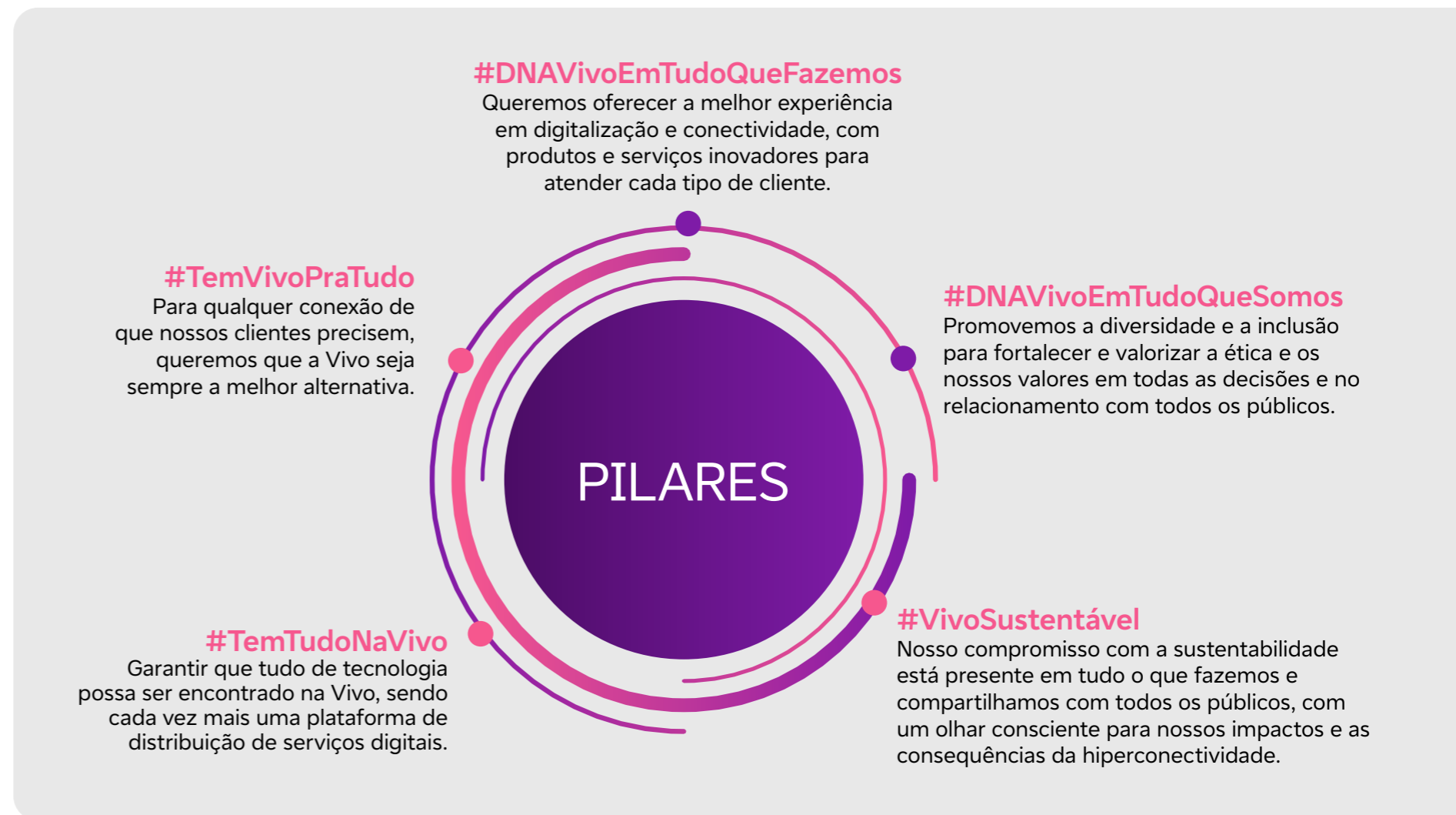


# O propósito da Vivo – Digitalizar para Aproximar

A Vivo trabalha com o propósito de **Digitalizar para Aproximar pessoas, negócios e toda a sociedade**, apoiando a construção de um país mais conectado e transformando a vida de milhões de brasileiros.

A Companhia acredita que **a conectividade e os benefícios tecnológicos devem fazer parte da vida de todos e todas**, e não ser um privilégio de poucos. Entende que as oportunidades oferecidas pela transformação digital devem ser universalmente acessíveis, contribuindo positivamente para a transformação das pessoas, empresas, organizações e da sociedade como um todo. E tudo isso com a qualidade Vivo.

Ao **aproximar diferentes realidades, reduzir distâncias e propiciar compartilhamento de conhecimentos e vivências**, a Vivo desenvolve e disponibiliza soluções e serviços para que as pessoas, empresas e organizações possam se digitalizar e estar preparadas para novas transformações que virão com o avanço da humanidade e da tecnologia.





# O COMPROMISSO COM A DIGITALIZAÇÃO

## NEGÓCIOS CORE

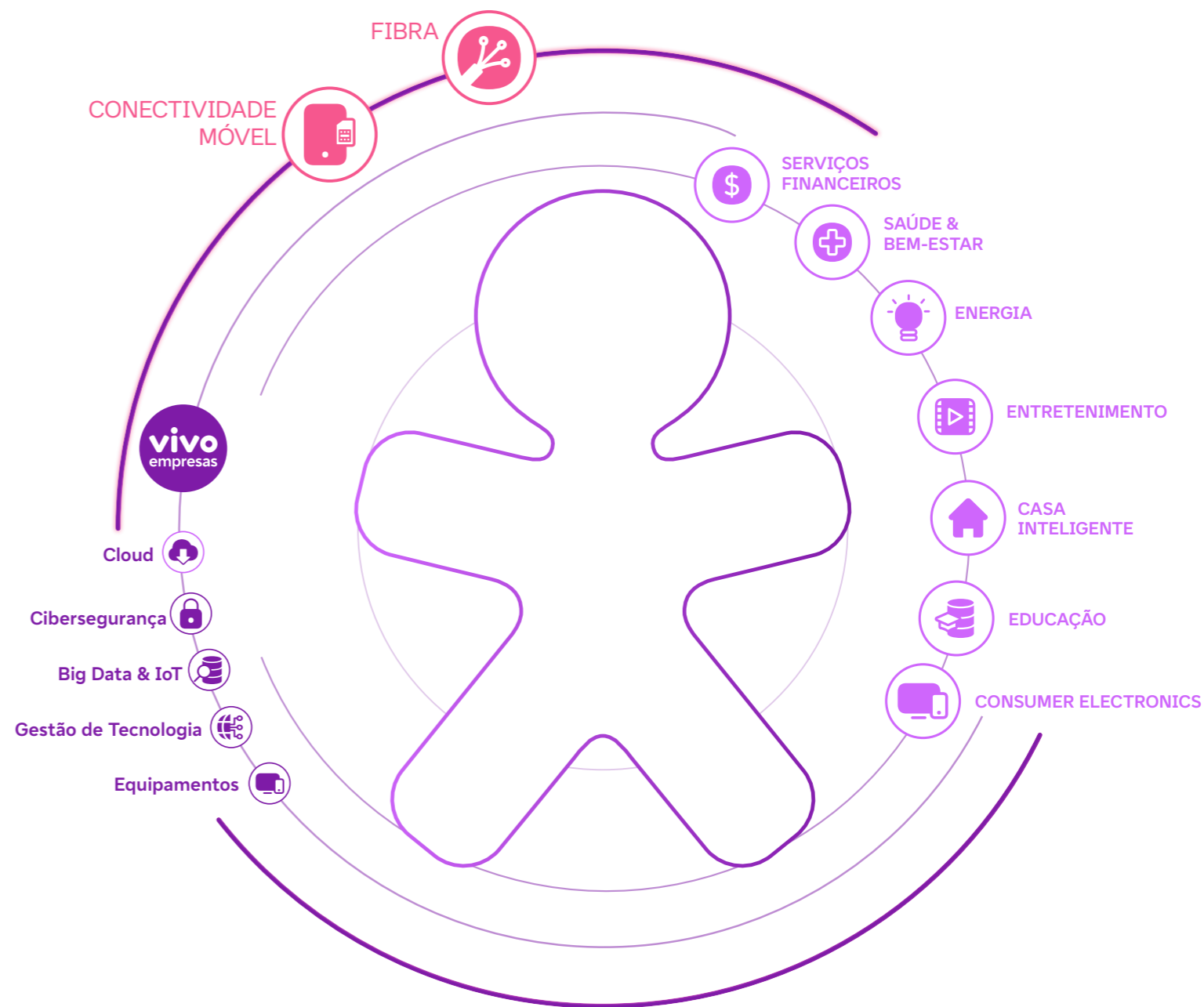
- Móvel
- FTTx
- Serviços Digitais
- IPTV
- Eletrônicos
- Dados e TIC

- ✓ Um ecossistema digital para a vida das pessoas
- ✓ Entregar uma experiência cada vez mais digital
- ✓ Infraestrutura de telecom impulsionando o crescimento de iniciativas digitais

## NEGÓCIOS NON-CORE

- Voz Fixa
- xDSL
- DTH\*

\* O serviço de DTH foi descontinuado a partir de janeiro de 2023.





# Modelo de negócios

O modelo de negócios da Vivo incorpora o propósito e a estratégia de atuação da Companhia, bem como contempla os inputs e outputs do processo de criação e preservação de valor gerado pela Companhia, além de considerar a influência do ambiente externo.







# Posicionamento da marca

A Vivo acredita que **a tecnologia deve estar a serviço das pessoas e das relações humanas**, sendo um meio para promover conexões, diminuir desigualdades e construir um país mais justo. Como líder do setor, a Companhia sabe do seu potencial de provocar impacto positivo ao contribuir para a construção de uma cultura de relacionamento mais saudável da sociedade com o mundo digital.

Para aproximar todos desse objetivo, a Vivo lançou, em maio de 2023, o seu novo posicionamento: **“Viva no seu tempo”**. Através dele, a Companhia passou a estimular, ainda com mais intensidade, as pessoas a refletirem sobre a sua relação com a tecnologia e o impacto dela em suas vidas.

O novo posicionamento da Vivo teve como base dados sobre o comportamento e expectativas da população brasileira em relação ao uso da tecnologia no co-

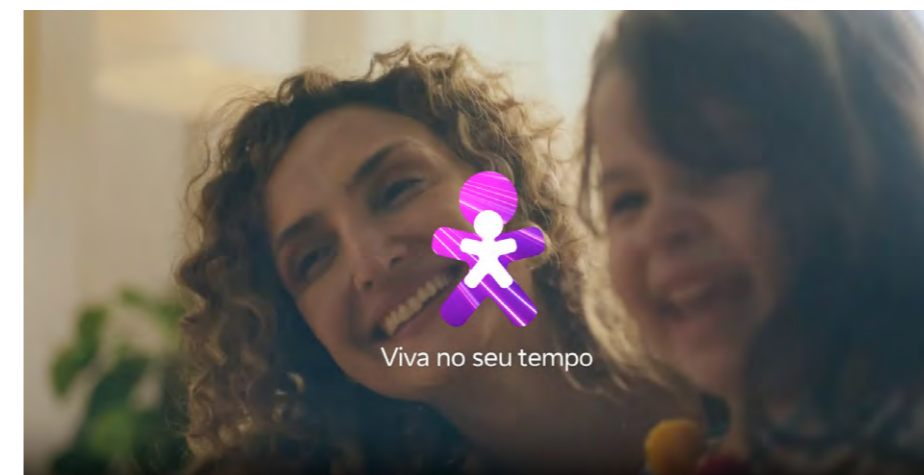
tidiano. Um levantamento inédito conduzido pelo hub de pesquisas e insights da Vivo, VTrends, identificou que 83% das pessoas acreditam que é necessário falar mais sobre o uso consciente da tecnologia – seja através de telas, smartphones, aplicativos e outros devices.

Para ajudar a dar resposta a esse anseio e abrir um amplo diálogo sobre o tema, a Companhia lançou uma campanha robusta, que contou com figuras públicas e ganhou diversos canais de comunicação, tais como redes sociais e TV aberta. Nela, foram trazidos conteúdos informativos e compartilhadas reflexões e diferentes possibilidades de se relacionar com o tempo a partir de experiências práticas. Assim, **a Vivo espera inspirar as pessoas a definirem, de maneira mais consciente, o seu estilo de vida.**

Confira, a seguir, os destaques da campanha:

## “TEMPO REI” E HISTÓRIAS DE VIDA

Sob o embalo da trilha **“Tempo Rei” de Gilberto Gil**, os filmes da campanha trouxeram diversas histórias dentro de narrativas que reforçaram o posicionamento da marca. Os conteúdos foram divulgados dentro de uma grande estratégia de mídia na TV aberta, Pay TV e nos principais players do digital. Assista aos vídeos:



Piano

Casa Inteligente

Gamers

Maratona





## CARTAS DE AMOR

Por meio do movimento “Cartas de Amor”, no Dia dos Namorados, a Vivo incentivou as pessoas a escreverem cartas a seus namorados e namoradas e distribuiu, em 42 de suas lojas espalhadas pelo Brasil, um kit com papel de carta e envelope personalizados para que o público pudesse fazer uma surpresa para a pessoa amada.

A ação também teve um filme com trechos do poema “**Todas as cartas de amor são ridículas**” de Fernando Pessoa, um dos mais importantes poetas da história. Além deste, foi lançado um segundo conteúdo sobre a história de um casal que faz o uso da tecnologia para manter um relacionamento à distância. Conheça os filmes da ação:



Namorados  
Fernando Pessoa



## MOVIMENTO “FAZ O ÁLBUM”

Para comemorar o **Dia dos Pais**, a Vivo convidou as pessoas a resgatarem uma antiga forma de registrar memórias através da eternização de fotografias em um álbum físico, evitando que elas fiquem esquecidas no rolo de câmera do celular. Para dar força ao movimento, foi disponibilizado no Vivo Valoriza, o programa de relacionamento da Vivo, um espaço exclusivo para a ação no qual os clientes ganhavam benefícios em dezenas de parceiros especializados em fotografia,

impressão e criação de álbuns com descontos de até 70%. Para usufruir os clientes precisavam acessar o Vivo Valoriza no app Vivo e resgatar os benefícios.

Além dessa ação, a Vivo produziu um filme inspirado no tema, que conta a história de uma viagem inesquecível entre uma dupla real de pai e filho que fazem inúmeros registros fotográficos com os seus smartphones.



Conheça o filme





## PEÇA 'TEM TEMPO PRA TUDO' NO TEATRO VIVO



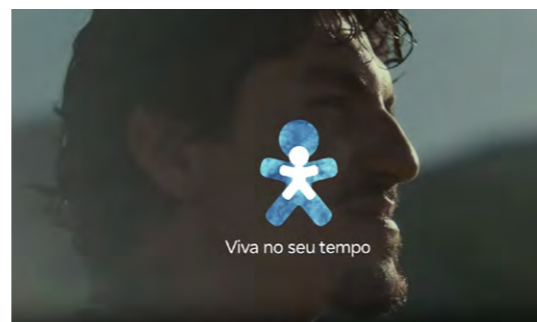
A Vivo lançou, no final de 2023, um projeto inédito: a partir de uma conversa olho no olho com a atriz **Denise Fraga**, a

Companhia convidou as pessoas a refletirem sobre a sua relação com o tempo. Denise estrelou apresentação especial no Teatro Vivo, em São Paulo (SP), com transmissão ao vivo no canal do YouTube, além de uma sessão exclusiva com convidados especiais que incluiu a classe artística, imprensa e influenciadores. A ação foi um desdobramento de uma estratégia completa de comunicação, com dezenas de conteúdos também estrelados por Denise Fraga lançados na TV e em plataformas digitais, priorizando uma narrativa contemporânea e a geração de identificação com todo o público impactado.

Conheça os filmes da campanha



## CAMPANHA "VIVA NO SEU TEMPO"



Em junho de 2023, foram lançados dois filmes da campanha "Viva No Seu Tempo", com a participação dos surfistas **Gabriel Medina e Italo**

**Ferreira** (embaixadores da marca), como parte da estratégia de estreia como naming rights do Vivo Pro - etapa brasileira do World Surf League Championship Tour (WSL), que aconteceu em Saquarema (RJ), em junho de 2023.

Foram abordados temas como o cuidado com o oceano, sustentabilidade, saúde mental e o papel da tecnologia na vida dos atletas. A campanha teve também, como desdobramentos, filmes para TV e digital, além de ações com influenciadores e peças de out of home, veiculadas na cidade de São Paulo (SP). Conheça os conteúdos da Vivo sobre o tema a seguir:

Assista aos vídeos da campanha



## WEBSÉRIE GURUZINHOS



A marca lançou, em outubro de 2023, no Dia das Crianças, a websérie "Guruzinhos", voltada para o

público infantil e na qual foram discutidos diversos temas em torno da segurança digital. Tudo foi feito com uma linguagem acessível para criar maior proximidade com o público. Foram veiculados um total de quatro episódios com a participação de atores mirins, que trouxeram assuntos relevantes como, por exemplo, compartilhamento de senhas, tempo de tela, uso de videograma, entre outros.

Com isso, a Companhia avança para criar maior proteção às crianças na navegação online e contribui para levar a discussão sobre segurança digital para o interior das famílias, gerando maior consciência no uso da tecnologia no cotidiano.

Assista aos vídeos da campanha





# Princípios, valores, pilares do propósito e compromissos

A Vivo tem sua atuação e crescimento pautados em **Valores** (Integridade, Transparência e Compromisso) e nas diretrizes dos Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética e na Política de Sustentabilidade da Companhia).

Os **Princípios de Negócio Responsável** são aplicáveis a todos os colaboradores, fornecedores, parceiros de negócio e demais partes interessadas e abrangem os compromissos com uma gestão ética e de longo prazo, que promove um desenvolvimento socioambiental ético, justo e sustentável.

As diretrizes são parte dos compromissos contratuais firmados com nossos fornecedores, pois buscamos uma cadeia de valor que esteja comprometida e que partilhe os mesmos valores que nós.

Todos os colaboradores são capacitados em normas e procedimentos éticos que regem as iniciativas na Companhia e definem a responsabilidade de cada um na Vivo. Os treinamentos são obrigatórios e ajudam a orientar a atuação da Companhia de forma **ética, responsável, transparente na prestação de contas e na divulgação de informações relevantes ao mercado e à sociedade, criando, assim, relações de confiança** com todos os públicos de interesse.

A Vivo tem **Princípios e Valores** bem definidos, que são comunicados aos colaboradores e a todos os públicos de interesse. Os nossos Princípios de Negócio Responsável têm origem em **três valores básicos essenciais** para fortalecer a relação de confiança, dentre eles, destacamos:





## Nossos valores



### INTEGRIDADE

Nossa integridade significa agir de acordo com padrões éticos que são inegociáveis.



### TRANSPARÊNCIA

Nossa transparência significa que estamos comprometidos em assegurar que partes interessadas tenham informações claras, verdadeiras e acessíveis.



### COMPROMISSO

Nosso compromisso significa cumprir com o que prometemos.



## Princípios de Negócio Responsável

- 1 Gestão ética e responsável
- 2 Governança corporativa e controle interno
- 3 Respeito e promoção dos Direitos Humanos e dos Direitos Digitais
- 4 Nosso compromisso com o meio ambiente
- 5 Inovação, desenvolvimento e uso responsável da tecnologia
- 6 Comunicação responsável
- 7 Nosso compromisso com o cliente
- 8 Nosso compromisso com os colaboradores
- 9 Nosso compromisso com as sociedades nas quais operamos
- 10 Gestão responsável da cadeia de fornecimento



# Governança

GRI 2-1, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-17

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) por meio da negociação de American Depositary Receipts (ADRs). **Nossa governança corporativa direciona nossa estratégia de atuação e a aplicação dos Princípios de Negócio Responsável com ética, transparência e respeito aos requisitos legais aplicáveis e à legislação pertinente ao mercado de capitais.**

Os princípios de nossa governança corporativa estão contemplados no Estatuto Social e em normativas internas da Companhia, alinhados aos requisitos da lei e dos regulamentos do mercado de capitais. Entre os principais objetivos desses princípios, que norteiam as atividades da Administração da Companhia, destacam-se:

- Maximização do valor da Companhia;
- Transparência na prestação de contas, na divulgação de informações relevantes aos acionistas e ao mercado, e nas relações com os públicos de interesse;
- Igualdade no tratamento dos acionistas;
- A atuação do Conselho de Administração no que se refere à Responsabilidade Corporativa, preservando a perenidade da Companhia.

Inspirada nestes princípios, a Companhia constantemente adota práticas claras e objetivas, acreditando que esses avanços beneficiam os investidores atuais e futuros, além do mercado em geral.

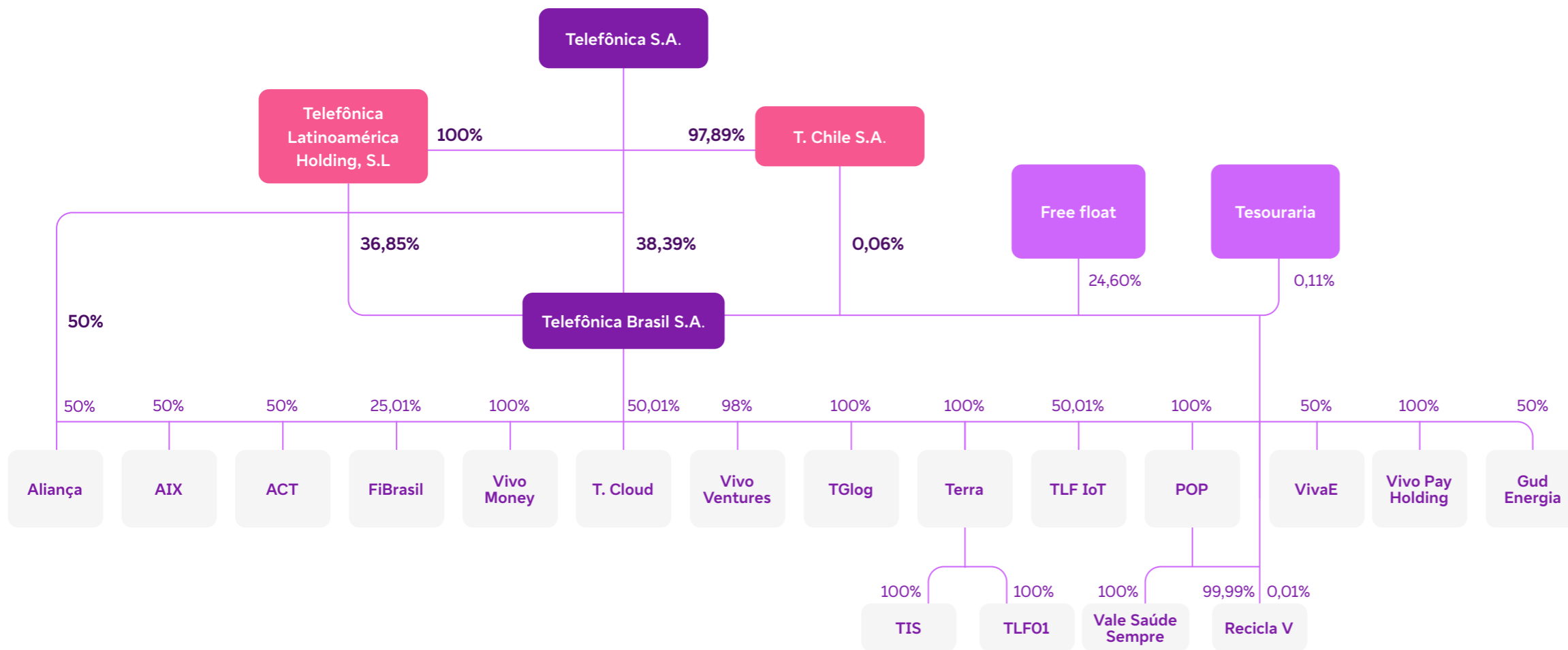
Clique aqui para  
conhecer o Estatuto  
Social e saber mais sobre  
regulamentos, políticas  
e normas da Companhia.





# Estrutura acionária

A Telefónica S.A., nosso principal acionista, em conjunto com suas controladas, atualmente possui, direta e indiretamente, 75,29% do nosso capital social. O Grupo Telefónica é um dos maiores conglomerados de telecomunicações do mundo, com presença em 12 países da Europa e América Latina.



## COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA

### Posição acionária da Telefônica Brasil

ACIONISTAS	QUANTIDADE	(%) CAPITAL SOCIAL
Telefônica	1.244.240.476	75,29%
<b>Telefônica S.A.</b>	<b>634.398.912</b>	<b>38,39%</b>
<b>Telefónica Latinoamérica Holding S.L.</b>	<b>608.905.051</b>	<b>36,85%</b>
<b>Telefônica Chile S.A.</b>	<b>936.513</b>	<b>0,06%</b>
Minoritários	406.605.128	24,60%
Ações em Tesouraria	1.742.756	0,11%
<b>TOTAL</b>	<b>1.652.588.360</b>	<b>100%</b>

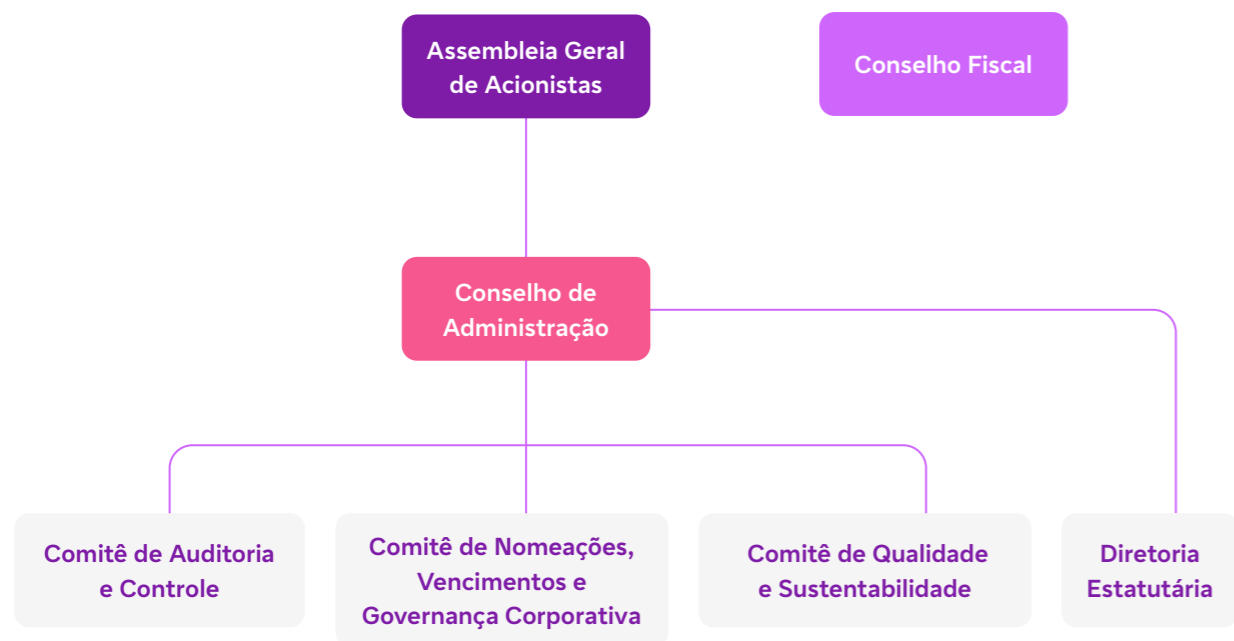
Atualizado em 10 de junho de 2024



# Estrutura de governança

GRI 2-9, 2-12, 2-25

A estrutura de governança da Companhia é composta por: Assembleia Geral de Acionistas; Conselho Fiscal; Conselho de Administração; Diretoria Estatutária; Comitê de Auditoria e Controle; Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa e Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.



# Deveres fiduciários, conflitos de interesses e transações com partes relacionadas

GRI 2-15

Todos os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Estatutária da Companhia estão sujeitos aos seus deveres fiduciários, conforme determina a legislação societária aplicável.

Quando há interesse conflitante de um membro do Conselho de Administração, de um Diretor Estatutário ou de um membro do Conselho Fiscal com o da Companhia, é exigido que ele se abstenha de examinar os documentos e informações referentes aos itens da pauta objeto de conflito.

Nesses casos, o membro fica impedido de discutir e votar tais itens na reunião, devendo inclusive se afastar fisicamente das discussões e deliberações, cumprindo-lhe cientificar os demais membros do seu impedimento e fazer consignar a natureza e extensão do seu interesse em ata de reunião do respectivo órgão, conforme aplicável.

Caso o Conselheiro de Administração, Diretor Estatutário ou Conselheiro Fiscal com interesse conflitante não se manifeste sobre o seu impedimento, qualquer outro

membro que tenha ciência do impedimento poderá fazê-lo em seu lugar, quando o respectivo órgão deverá deliberar sobre a natureza e extensão do impedimento previamente à discussão e votação da pauta objeto do conflito, sendo tomadas as medidas cabíveis, como se o próprio membro conflitado tivesse manifestado o seu impedimento.

As transações com partes relacionadas são submetidas à apreciação do Comitê de Contratação entre Partes Relacionadas e, se necessário, à aprovação pela Diretoria, pelo Conselho de Administração e/ou pela Assembleia Geral de Acionistas, nos termos da Política de Transações com Partes Relacionadas, do Regimento Interno do Comitê de Contratação entre Partes Relacionadas e do Estatuto Social da Companhia.

Vale salientar que todas as transações são realizadas de acordo com parâmetros, critérios e regras de mercado, contemplando as práticas recomendadas pelo Código Brasileiro de Governança Corporativa, a fim de proporcionar a devida transparência aos contratos entre as partes relacionadas.





# Conselho de Administração

GRI 2-10, 2-11, 2-17

O Conselho de Administração da Companhia é composto por 12 (doze) membros, sendo 4 (quatro) mulheres e 10 (dez) conselheiros independentes<sup>(1)</sup>, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para um mandato de 3 (três) anos, sendo permitida a reeleição. Além disso, o Conselho é auxiliado por três comitês não estatutários.

As reuniões do Conselho de Administração são instaladas com a presença da maioria de seus membros em exercício e a tomada de decisões é realizada por maioria de votos dos presentes, tendo, o Presidente do Conselho de Administração o voto de qualidade, além do voto comum, em caso de empate. Em 2023, o tempo médio de permanência dos membros no órgão foi de 6,201 anos<sup>(2)</sup>.

Salientamos que o Presidente do Conselho de Administração não é um executivo da Companhia.

São disponibilizados treinamentos sobre os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética) e a Política de Sustentabilidade da Companhia a todos os conselheiros. Além disso, informações atuais e fontes de consulta sobre aspectos ESG/sustentabilidade e desenvolvimento sustentável são compartilhados nas reuniões trimestrais do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.

[Clique aqui para conhecer a composição atual do Conselho de Administração da Vivo.](#)



## AVALIAÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-18

**A avaliação do Conselho de Administração e dos comitês de assessoramento do Conselho de Administração ocorre de forma anual e individualizada**, por meio de questionário eletrônico com 19 perguntas, com uma escala de cinco níveis de avaliação, divididos em cinco dimensões:

- Composição, funcionamento e competências do Conselho;
- Composição e funcionamento dos comitês;
- Desempenho do Presidente do Conselho;
- Direitos e deveres dos conselheiros;
- Pergunta aberta para sugestões e propostas de melhoria.

A cada três anos, a avaliação do Conselho de Administração é realizada por uma consultoria externa, que é contratada especialmente para este fim.

O resultado da avaliação compreende, para cada dimensão, a média da pontuação e a comparação da nota em relação ao ano anterior, as fortalezas por meio das perguntas com maior pontuação, as oportunidades por meio das perguntas com menor pontuação e as sugestões e propostas feitas na avaliação.

Após a apresentação, os Conselheiros de Administração debatem sobre resultados e oportunidades e, junto com o Presidente do Conselho, decidem sobre melhorias a serem trabalhadas ao longo do ano.

No exercício social de 2023, foi realizada a avaliação do Conselho de Administração por uma consultoria externa, contratada especialmente para este fim.

<sup>(1)</sup> 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, no que se refere a tal enquadramento. Os atuais conselheiros de administração foram eleitos em Assembleia Geral Ordinária realizada em 26/04/2022, tendo sido a alteração de um membro do Conselho de Administração ratificada em Assembleia Geral Ordinária realizada em 13/04/2023. Todos os membros do Conselho de Administração possuem prazo de mandato até a Assembleia Geral Ordinária a ser realizada no ano de 2025. Com relação aos critérios de independência, são considerados os critérios fixados pela Resolução CVM n.º 80/2022, que indica o percentual mínimo de 20% de conselheiros independentes.

<sup>(2)</sup> Para o cálculo dessa métrica, é contabilizado o período total de todos os conselheiros, incluindo o mandato atual e os passados.



## COMITÊS DE ASSESSORAMENTO

GRI 2-16

O Conselho de Administração é auxiliado por três comitês de assessoramento, quais sejam:

### COMITÊ DE AUDITORIA E CONTROLE

O Comitê de Auditoria e Controle da Companhia foi instituído pelo Conselho de Administração em 10 de dezembro de 2002. Compreende um mínimo de 3 (três) e um máximo de 5 (cinco) membros, eleitos pelo Conselho de Administração entre seus pares, com mandato unificado de 3 (três) anos, sendo permitida a reeleição.

### COMITÊ DE NOMEAÇÕES, VENCIMENTOS E GOVERNANÇA CORPORATIVA

Constituído em 12 de novembro de 1998 e reestruturado em 18 de outubro de 2004, o Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa é composto de, no mínimo, 3 (três) e, no máximo, 5 (cinco) membros, eleitos pelo Conselho de Administração entre seus pares, com mandato unificado de 3 (três) anos, sendo permitida a reeleição.

## COMITÊ DE QUALIDADE E SUSTENTABILIDADE

Constituído em 16 de dezembro de 2004, o Comitê de Qualidade e Sustentabilidade é formado por, no mínimo, 3 (três) e, no máximo, 5 (cinco) membros, eleitos pelo Conselho de Administração entre seus pares, com mandato unificado de 3 (três) anos, sendo permitida a reeleição.

As preocupações cruciais relativas aos temas e às práticas ESG da Companhia são consolidadas e reportadas ao Comitê de Auditoria e Controle e Comitê de Qualidade e Sustentabilidade, de acordo com suas competências, abrangendo processos como o programa de compliance, gestão de riscos, auditoria interna, Canal de Denúncias, estratégia e gestão da sustentabilidade/ESG, entre outros pontos.

## Diretoria Estatutária

É composta por, no mínimo, 3 (três) e, no máximo, 15 (quinze) membros, acionistas ou não, residentes no país, eleitos pelo Conselho de Administração para um mandato de 3 (três) anos, sendo permitida a reeleição. Atualmente, a Diretoria Estatutária é formada por 5 (cinco) membros, com os seguintes cargos: Diretor Presidente, Diretor de Finanças e de Relações com Investidores,

Secretário Geral e Diretor Jurídico, Diretor de Estratégia e Diretor de Negócios.

## Conselho Fiscal

A Companhia possui um Conselho Fiscal de caráter permanente, formado por 3 (três) membros efetivos e 3 (três) membros suplentes, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas, para um mandato de 1 (um) ano, sendo permitida a reeleição.

Clique aqui para  
conhecer os  
integrantes da atual  
Diretoria Estatutária



Clique aqui para  
conhecer os  
integrantes do  
Conselho Fiscal





# Remuneração e benefícios

GRI 2-20

A Companhia adota **estratégias de remuneração** compatíveis com as melhores práticas de mercado, de forma a atrair e reter os talentos e reconhecer o desempenho individual. Para isso, a Vivo realiza **pesquisas de mercado** considerando empresas com porte comparáveis, mantendo competitividade e a equidade interna.

Uma parte significativa da remuneração da Diretoria (estatutária e não estatutária) e dos colaboradores segue o conceito de “pay for performance”, ou seja, seu recebimento está condicionado a resultados da Companhia.

A apuração da remuneração variável de curto prazo considera os seguintes indicadores de desempenho da Companhia, financeiros e não financeiros: Receita Total; Resultado Operacional; Fluxo de Caixa Livre; Net Promoter Score (NPS), que mede o grau de fidelidade dos clientes; GAP NPS (diferença entre o nosso NPS e o do nosso melhor competidor); Reptrak

(índice de reputação corporativa); emissão de gases de efeito estufa; e percentual de mulheres em cargos de alta liderança.

A **evolução do salário** ocorre pelo atendimento aos requisitos legais, ajustes em função de acordo coletivo, diretrizes orçamentárias e pela avaliação de desempenho. Para os incentivos de curto prazo, é adotado o modelo de **Participação de Lucros e Resultados (PLR)**, sendo ligado aos objetivos gerais da Companhia e que considera indicadores de desempenho financeiros e não financeiros. Além disso, 20% da remuneração variável são atrelados a indicadores ESG.

A Vivo oferece remuneração de longo prazo, baseada em (1) ações da Telefônica S.A, como: Performance Share Plan (PSP), para diretores estatutários e não estatutários; o Talent for the Future Share Plan (TFSP), para demais executivos de alta performance; e o programa Plano de Compra de Ações Global – Employee Share Plan (GESP), para qualquer colaborador que queira

aderir, e (2) phantom shares da Telefônica Brasil, conforme os Performance Share Plans (PSP) locais aprovados em 2022 e junho de 2024.

A entrega do incentivo, relacionado ao PSP, possui diretrizes de clawback (devolução) e está condicionada à manutenção de uma relação de trabalho ativa na Companhia, na data da consolidação do ciclo, e à obtenção de resultados vinculados aos objetivos estabelecidos no plano, incluindo os indicadores Total Shareholder Return (TSR), Free Cash Flow e a neutralização e redução das emissões de CO<sub>2</sub>.

**Outra forma de promover a cultura Digital Colaborativa e o norteador conexão humana é através do fomento à saúde e bem-estar dos colaboradores.** Por isso, a Vivo desenvolveu o **programa VIBE, um modelo de benefícios flexíveis alinhado à estratégia da Companhia.** Em 2023, o índice de satisfação com esse modelo foi de 95,79%, o que reflete a assertividade da iniciativa.

Em 2023, o índice de satisfação com o programa VIBE foi de 95,79%

No programa, o colaborador recebe uma pontuação para escolher os benefícios de sua preferência, entre plano de saúde e odontológico, farmácia, academia, seguro de vida, complemento salarial no caso de afastamento previdenciário, reembolso educacional e vale-alimentação e vale-refeição. É possível, também, aumentar a cota de vale-alimentação/refeição, se houver pontuação restante para investir.

Há também o plano de previdência privada, que oferece o modelo de contribuição definida em que a contrapartida ocorre de acordo com o tempo da Companhia, podendo chegar em até 125% da contribuição do colaborador. Isso demonstra a preocupação da Companhia em apoiar o colaborador em seu futuro e em sua educação financeira.



Além disso, a Companhia oferece diversos programas e iniciativas voltadas a saúde e bem-estar, além de palestras, cursos, capacitações, e outras ações.

Para saber mais detalhes sobre as ações voltadas para saúde e bem-estar dos colaboradores, acesse a [página 131](#).

## ESTRUTURA DE REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS DOS INTEGRANTES DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA

GRI 2-19

Compreende:

METODOLOGIA DE CÁLCULO E REAJUSTE	REMUNERAÇÃO FIXA	BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS	REMUNERAÇÃO VARIÁVEL CURTO PRAZO	INCENTIVOS DE LONGO PRAZO
Conselho de Administração, Comitê de Auditoria e Controle e Conselho Fiscal	Pagamento em 12 parcelas/ano, reajustado anualmente conforme pesquisas salariais	n/a	n/a	n/a
Diretoria Estatutária				
Diretoria não Estatutária	Pagamento em 12 parcelas/ano acrescidas do 13 salário + 0.333 de férias e reajustadas periodicamente conforme pesquisas salariais, bem como evolução da experiência e responsabilidade do profissional	São oferecidas conforme práticas de mercado por intermédio de pesquisas salariais e avaliação de cargos, sendo alguns deles com processo de aprovação e reajuste via Acordos Coletivos junto aos Sindicatos	Constituída por um percentual da remuneração fixa, conforme grupo hierárquico. Este percentual possui a avaliação conforme conjunto de metas corporativas e de avaliação individual. A metodologia é reajustada anualmente em função das metas, bem como de eventuais práticas de mercado	Conforme política corporativa de aplicação de incentivos do Grupo Telefónica, de acordo com cada programa





# Governança da sustentabilidade

GRI 2-12, 2-13, 2-16, 2-17, 2-22

A Vivo acredita que são as pessoas que dão sentido à tecnologia. O objetivo da Companhia é **conectar as pessoas para fomentar um mundo mais humano e mais consciente**, com equilíbrio entre a vida online e offline e o meio ambiente.

Para a Vivo, **ser sustentável significa estar conectada com as expectativas de uma sociedade em constante evolução, gerando impactos positivos e atendendo às rápidas mudanças do mercado.**

É por isso que o **propósito da Vivo – Digitalizar para Aproximar** - é sustentado por pilares estratégicos, entre os quais está o **#VivoSustentável**. A partir desse importante norte de atuação, a Companhia mantém **o olhar da sustentabilidade em tudo o que faz**, isto é, na promoção de iniciativas para o bem-estar da sociedade e na disponibilização de produtos, serviços e soluções que tornam a conectividade mais acessível para todos.

Para impulsionar toda a Companhia nos avanços na agenda, a Vivo estabelece que **20% do bônus individual**

**dos executivos e colaboradores estão atrelados aos temas ESG** considerados prioritários pela Companhia em sua estratégia, tais como: experiência do cliente, redução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) e diversidade ([veja mais na página 35](#)).

A governança de sustentabilidade da Companhia está sob a coordenação da Vice-Presidência de Relações Institucionais e Sustentabilidade, que se reporta diretamente ao CEO. Além disso, a Companhia possui três instâncias de monitoramento e tomada de decisão sobre a agenda ESG da Companhia, por parte da Alta Administração:

## COMITÊ DE QUALIDADE E SUSTENTABILIDADE

É composto por três membros do Conselho de Administração, que se reúnem periodicamente para assessorar o Conselho de Administração nas temáticas ESG, a fim de inserir e integrar temas relevantes de sustentabilidade nas ações, políticas e tomadas de decisão da Companhia.

## COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE

Em funcionamento desde 2018, é formado pelo CEO, por vice-presidentes e executivos responsáveis pelas respectivas pautas ESG na Companhia. O objetivo deste comitê é manter a sustentabilidade no mais alto grau de governança da Companhia, tornando sua gestão transversal nas áreas e promovendo a discussão tempestiva de desafios, oportunidades e para impulsionar nosso desempenho de sustentabilidade da Companhia.

## COMISSÃO DE SUSTENTABILIDADE E REGULAÇÃO

Instância global de discussão dos temas de sustentabilidade, tem o CEO da Vivo como principal sponsor do reporte dos principais avanços e desafios ESG da Companhia.



## Plano de Negócio Responsável

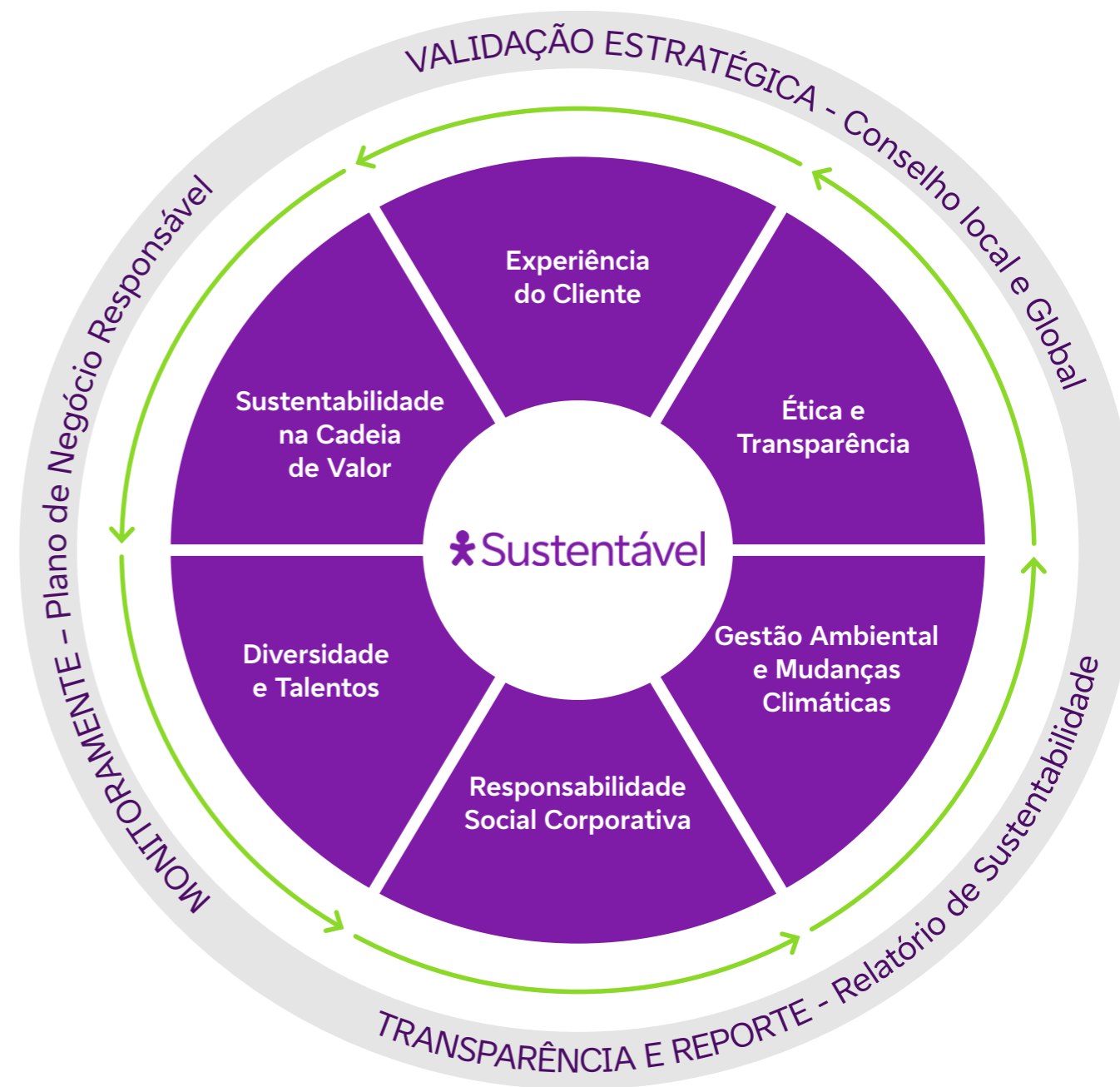
O pilar estratégico #VivoSustentável passa por um olhar atento sobre as nossas operações e sua cadeia de valor, a fim de reduzir potenciais impactos negativos, criar oportunidades mais sustentáveis e, desta forma, ampliar os impactos positivos do negócio para toda sociedade e planeta.

Para orientar sua governança sustentável, a Vivo conta com os **Princípios de Negócio Responsável**, Política de Sustentabilidade e Código de Conduta da Vivo e um **Plano de Negócio Responsável (PNR)**, composto por seis pilares de atuação, com mais de 100 indicadores e metas monitorados e aprovados de forma consolidada pelo Conselho de Administração mediante a avaliação e recomendação do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.

Nesse contexto, o PNR é o instrumento estratégico de sustentabilidade que viabiliza o seu desdobramento na Companhia no curto, médio e longo prazos, com maior foco no respectivo triênio, que

anualmente é revisado e atualizado pelas diretorias responsáveis por cada tema. Como resultado, além de contribuir para tornar a Vivo uma empresa cada vez mais sustentável, também contribui com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a Agenda 2030 e demais ambições e compromissos assumidos pela Vivo.

Sua estrutura (pilares), composição e processos de revisão são principalmente baseados nos resultados do estudo de dupla materialidade. Entretanto, como forma de promover a atuação tempestiva da Companhia sobre os principais desafios e oportunidades de sustentabilidade, também são considerados diretamente os resultados de outros direcionadores estratégicos, tais como: assessments de sustentabilidade/ESG (índices, rankings e ratings), pesquisas de reputação, análises de tendências e benchmarkings, compromissos voluntários assumidos, mapa de riscos corporativos, entre outros.





Tema	Objetivos	Temas Materiais Relacionados	ODS associados	Compromissos (2023 - 2035)	Ano Meta	Status 2023	Resultados 2023
Ética e Transparência	A integridade, o compromisso e o respeito são nossos principais valores, pois constroem e reforçam as relações de confiança.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Governança Corporativa</li> <li>Ética e Competitividade</li> <li>Privacidade e proteção de Dados</li> <li>Segurança Digital</li> <li>Gestão Ambiental</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #ffc107; padding: 2px;">7</div> <div style="background-color: #dc3545; padding: 2px;">8</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 2px;">12</div> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 2px;">16</div> </div>	Manter 100% dos colaboradores treinados nos Princípios de Negócio Responsável, Código de Ética da Companhia (%)	2023-2024	<span style="color: orange;">●</span>	98,2% dos funcionários treinados
				Manter a excelência na gestão e governança por meio da manutenção e ampliação de certificações e similares	2023-2024	<span style="color: purple;">●</span>	Escopo da ISO 45001 ampliado. Certificações mantidas: ISO 45001, ISO 27001, ISO 14001, ISO 50001, ISO 26000 e DSC 10.000
				Fortalecer a transparência e aderência às boas práticas ESG, mantendo o destaque em avaliações especializadas (ISE, S&P Global, Sustainalytics, Termômetro de Direitos Humanos entre outros)	2023-2024	<span style="color: purple;">●</span>	Entre as empresas líderes do setor nas principais agências de avaliação ESG
Gestão Ambiental e Mudanças Climáticas	Reduzimos os impactos ambientais de nossa operação e ajudamos outros setores da economia, por meio da digitalização, a desenvolver suas atividades de maneira mais eficiente e sustentável.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestão Ambiental</li> <li>Mudanças Climáticas</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 2px;">6</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 2px;">7</div> <div style="background-color: #ffc107; padding: 2px;">12</div> <div style="background-color: #17a2b8; padding: 2px;">13</div> </div>	Atingir 85 usinas no Projeto de Geração Distribuída	2024-2026	<span style="color: orange;">●</span>	67 usinas alcançadas, em linha com o planejado para 2023
				Contribuir para que os clientes reduzam suas emissões através de serviços de conectividade e Ecosmart	2023	<span style="color: purple;">●</span>	R\$2,3 bi de receita de produtos B2B com selo Eco Smart em 2023 25,5 milhões de tCO <sub>2</sub> e evitadas de clientes em 2023, devido a Serviços Eco Smart e conectividade
				Reduzir em 90% o consumo de energia por unidade de tráfego (vs 2015)	2025	<span style="color: purple;">●</span>	90% de redução no consumo de energia por unidade de tráfego atingida (27,29 MWh/PB em 2023)
				Manter consumo de energia elétrica 100% renovável	2023	<span style="color: purple;">●</span>	100% do consumo de energia elétrica renovável
				Reduzir em 90% as emissões dos escopos 1 e 2 (vs 2015)	2030	<span style="color: purple;">●</span>	Redução de 90% das emissões alcançada, atingindo antes do prazo estipulado para o 1º objetivo do Plano Net Zero
				Atingir zero emissões líquidas	2035 <sup>1</sup>	<span style="color: orange;">●</span>	1º objetivo net zero de redução de emissões de escopo 1 e 2 atingido Redução das emissões da cadeia (escopo 3) em linha com o planejado Emissões residuais neutralizadas ou compensadas em linha com o planejado

Legenda status:

● Em andamento● Meta atingida● Objetivo anual atingido<sup>1</sup> Meta revisada para 2035 no Vivo ESG Day.



Tema	Objetivos	Temas Materiais Relacionados	ODS associados	Compromissos (2023 - 2035)	Ano Meta	Status 2023	Resultados 2023
Responsabilidade Social Corporativa	Somos comprometidos com a sociedade, promovendo os direitos fundamentais de todos os públicos, com impacto social cada vez mais positivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiência do Cliente</li> <li>Digitalização</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #c00000; color: white; padding: 2px 5px;">4</div> <div style="background-color: #800040; color: white; padding: 2px 5px;">8</div> <div style="background-color: #ffa500; color: white; padding: 2px 5px;">9</div> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px 5px;">10</div> <div style="background-color: #c08000; color: white; padding: 2px 5px;">12</div> <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px 5px;">16</div> </div>	Manter a liderança em reputação perante os stakeholders em pesquisas de reputação corporativa	2023-2024	●	Top 20 empresa com a melhor reputação no Brasil e empresa com melhor reputação do setor, segundo a Merco
				Obter declaração independente feita por auditoria externa da ISO 26000 (Responsabilidade Social Corporativa)	2023	●	Selo Ouro alcançado na Auditoria externa realizada pela DNV
				Avaliar as principais operações de risco em aspectos de direitos humanos	2023	●	100% das principais operações avaliadas por consultoria especializada
				Ampliar o número de beneficiados pelos projetos da Fundação Telefônica Vivo	2023	●	3,7 milhões de beneficiados
Diversidade e Talentos	Associamos a tecnologia e a inovação a um ambiente de trabalho respeitoso, diverso e inclusivo. Valorizamos as pessoas e queremos sempre atrair e reter os melhores talentos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestão de Talentos</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #ffa500; color: white; padding: 2px 5px;">5</div> <div style="background-color: #800040; color: white; padding: 2px 5px;">8</div> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px 5px;">10</div> </div>	Garantir alto nível de engajamento e satisfação dos colaboradores	2023-2024	●	88 pontos no eNPS (+ 4 pontos a/a)
				Atingir e manter 30% de pessoas negras em cargos de liderança	2035 <sup>1</sup>	●	32,8% de pessoas negras em cargos de liderança (+10,8 p.p, a/a)
				Atingir e manter 40% de pessoas negras no quadro de colaboradores	2035 <sup>1</sup>	●	+41,7% de pessoas negras no quadro de colaboradores (+8 p.p, a/a)
				Atingir e manter 40% de mulheres em cargos de liderança executiva	2035 <sup>1</sup>	●	37,3% de mulheres em cargos de liderança executiva (+1,5 p.p a/a), em linha com o planejado
				Atingir e manter 8% de colaboradores autodeclarados LGBTI+	2025	●	8% de colaboradores autodeclarados da comunidade LGBTI+
				Atingir e manter 5% de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores	2025	●	5% de profissionais com algum tipo de deficiência no quadro de colaboradores
Sustentabilidade na Cadeia de Valor	Atuamos para reduzir riscos e impactos nas operações, assim como valorizamos as relações éticas com nossos fornecedores e parceiros comerciais.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustentabilidade na Cadeia de Valor</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #800040; color: white; padding: 2px 5px;">8</div> <div style="background-color: #c08000; color: white; padding: 2px 5px;">12</div> <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px 5px;">13</div> <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px 5px;">16</div> </div>	Reduzir 90% as emissões da cadeia de valor (escopo 3) vs 2016	2030	●	Redução de 53% das emissões da cadeia (vs 2016), em linha com o planejado
				Alcançar 100% de fornecedores de alto risco avaliados em questões de sustentabilidade	2023-2025	●	Mais de 65% dos fornecedores de alto risco em sustentabilidade avaliados em 2023
				Realizar ações de engajamento e desenvolvimento de fornecedores e parceiros envolvendo o tema de gestão responsável	2023	●	4 ações realizadas em linha com o planejado

Legenda status: ● Em andamento ● Meta atingida ● Objetivo anual atingido

<sup>1</sup> Meta revisada para 2035 no Vivo ESG Day.





Tema	Objetivos	Temas Materiais Relacionados	ODS associados	Compromissos (2023 - 2035)	Ano Meta	Status 2023	Resultados 2023
Experiência do Cliente	Queremos ter excelência no relacionamento com o cliente, bem como protagonismo e papel ativo de conscientização e promoção do consumo responsável.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiência do Cliente</li> <li>Inovação</li> <li>Digitalização</li> <li>Gestão Ambiental</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px 5px;">1</div> <div style="background-color: #ff9800; color: white; padding: 2px 5px;">9</div> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px 5px;">10</div> <div style="background-color: #ff9800; color: white; padding: 2px 5px;">12</div> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; padding: 2px 5px;">13</div> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px 5px;">16</div> </div>	Atingir 12 toneladas de resíduos eletroeletrônicos coletados por meio do Vivo Recycle	2023	<span style="color: green;">●</span>	12,1 toneladas coletadas (+ 7% a/a)
				Manter 100% dos novos produtos avaliados com critérios de sustentabilidade (Responsibility by design) (%)	2023-2024	<span style="color: purple;">●</span>	100% dos novos produtos e/ou serviços avaliados
				Fortalecer as soluções digitais com impacto ambiental e social positivo	2023-2024	<span style="color: purple;">●</span>	Nova frente em energia incorporada ao Ecossistema Digital da Vivo, que se soma às soluções em saúde, educação, entretenimento (cultura) e serviços financeiros (bancarização e acesso ao crédito)

Legenda status: ● Em andamento ● Meta atingida ● Objetivo anual atingido

## Novas ambições em clima, circularidade e diversidade da Vivo

Em 17 de junho de 2024, realizamos o primeiro Vivo ESG Day da Vivo (Telefônica Brasil) com a participação de empresas, academia e ONGs, para debater os desafios do ESG, um marco em sua jornada pela sustentabilidade. Nesse evento, anunciamos a antecipação de metas de redução de emissões, além de ampliarmos os compromissos com a circularidade de resíduos eletroeletrônicos e diversidade de gênero e racial.

- **Em clima**, iremos acelerar nosso programa voltado a toda cadeia dos mais de 1.200 fornecedores da empresa para que sejamos Net Zero já em 2035 (cinco anos antes de nossa meta anterior).
- **Na reciclagem de resíduos eletrônicos**, aumentaremos em 150% o volume coletado no período até 2035, alcançando 225 toneladas e um acumulado de 375 toneladas desde o início do projeto.

- **Em diversidade**, chegaremos a mais de 40% de mulheres em posição de alta liderança e mais de 45% delas em cargos de liderança em geral. Também teremos 40% de negros em posições de liderança e 45% no quadro geral de colaboradores, em 2035.

Assim, continuamos demonstrando como a Vivo busca constante agir pela criação de valor para nossos acionistas, colaboradores, clientes e a sociedade. **Agir hoje é o nosso compromisso com o futuro.**



# Jornada em sustentabilidade

**2004**

Primeiro informe de responsabilidade corporativa no Brasil, já de acordo com os padrões da Global Reporting Initiative (GRI).

**2005**

Aprovação do Código de Ética pelo Conselho de Administração.

**2006**

Implantação do Vivo Recycle (Recicle com a Vivo), por meio do qual já recolhemos mais de 5 milhões de itens, sendo mais de um milhão de celulares.

Divulgação do primeiro compromisso com a sustentabilidade em nossos Princípios de Atuação.

Instituição das primeiras metas globais de sustentabilidade.

**2007**

Aprimoramento da performance ambiental alinhada ao Science Based Targets Initiative (SBTi).

Realização da 1ª materialidade para a elaboração dos Informes de Responsabilidade Corporativa.

**2009**

Criação da primeira política ambiental, aprovada pela Alta Administração.

**2010**

Vivo se torna signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas.

**2011**

Divulgação de informações ESG em relatórios financeiros e de mercado.

Vivo listada na carteira do ISE, Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 que reúne as melhores práticas de Sustentabilidade e Governança.

**2012**

Obtenção do selo ouro do Programa Brasileiro GHG Brasil.

**2014**

Criação do Comitê de Princípios de Atuação para impulsionar a incorporação das melhores práticas empresariais - entre elas as de sustentabilidade estratégica da Companhia.

**2019**

Divulgação de resultados ESG nas apresentações de resultados aos investidores, feitas pelo CEO.

**2018**

Centro de privacidade: página reformulada, com informações sobre cuidado e proteção à privacidade e dados dos clientes.

**2016**

CEO da Vivo se torna sponsor da estratégia ESG da Companhia, reportando os resultados anualmente ao Conselho de Administração da Espanha.

**2015**

Lançamento da Política de Sustentabilidade para a cadeia de fornecimento.

**2020**

Certificamos Leed Platinum a loja Vivo Shopping Villa Lobos, em São Paulo.

Comitê de Qualidade e Sustentabilidade: reformulação do Comitê de Qualidade, incluindo a competência de sustentabilidade.

Implementação e Certificação da ISO 26000, diretriz internacional de Responsabilidade Corporativa.

1º ano de reporte da Vivo no questionário de mudanças climáticas do CDP.

**2021**

Inclusão de seção ESG no site de Relações com Investidores e páginas dedicadas ao tema.

Mobilização de fornecedores com atividades intensivas em CO<sub>2</sub> para a redução de suas emissões de gases de efeito estufa, ampliando assim a atuação da Vivo nas ações voltadas para economia de baixo carbono.

**2022**

1ª emissão de debêntures ESG (SLB) com metas atreladas à redução das emissões de CO<sub>2</sub> e diversidade racial na liderança.

Atualização dos Princípios de Negócio Responsável, o Código de Ética do Grupo Telefónica.

Criação do Vivo Ventures, o fundo de investimento em startups com aporte estimado em R\$ 320 milhões.

5 compromissos assumidos na Ambição 2030 do Pacto Global: Ambição Net Zero, Elas Lideram, Raça é Prioridade, Mente em Foco, Salário Digno.

Remuneração de longo prazo ESG vinculadas à VIVT3, com metas atreladas ao combate às mudanças climáticas.

**2023**

Divulgação do Estudo "Vivo pelos ODS 2030", que detalha a visão estratégica de sustentabilidade da companhia e a sua jornada de impacto positivo em relação à Agenda 2030 da ONU.

Sexto Compromisso assumido na Ambição 2030 do Pacto Global: Conexão Circula.

Lançamento do Plano de Ação Climática.

20% da remuneração variável dos executivos passa a ser relacionada a temas de sustentabilidade.

Lançamento da Política Global de Direitos Humanos.

Primeira empresa carbono neutro do Grupo Telefónica e do setor na América Latina.

100% energia renovável (escopo 2) desde nov/2018.

Criação do Comitê Negócio Responsável e Reputação, liderado pelo CEO.

Lançamento do portal dialogando, iniciativa que promove a discussão sobre o uso responsável da tecnologia.

Nos tornamos signatários do WEPS (Women's Empowerment Principles), iniciativa da ONU Mulheres.

Certificamos com a ISO 14001 nosso Sistema de Gestão Ambiental em mais de 80% dos estados brasileiros.

Divulgação do Plano de Negócios Responsável (PNR), com indicadores estratégicos de sustentabilidade, transversais a toda a Companhia.

Lançamento de página direcionada a comunicar os projetos e ações de sustentabilidade e governança, hoje [vivosustentavel.com.br](https://www.vivosustentavel.com.br)



Em sua jornada em sustentabilidade, o grande destaque em 2023 foi o lançamento do Plano de Ação Climática, que consolida a estratégia de redução das emissões da Companhia de forma abrangente, considerando todos os escopos (1, 2 e 3), ou seja, as emissões globais emitidas pela Vivo, sejam em suas próprias operações ou de terceiros com os quais se relaciona.

A Vivo também publicou uma análise de impacto inédita, intitulada “**Vivo pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**”, que avalia a sua contribuição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). O estudo sistematiza os ODS prioritários para a Companhia, considerando suas operações e stakeholders, e detalha como ela tem um impacto positivo para a sociedade. Veja quais são:

### COMPROMISSO DA VIVO PELOS ODS 2030



## Finanças sustentáveis

Em 2022, a Vivo realizou a sua primeira emissão de Sustainability-Linked Bonds (SLBs), no valor de R\$ 3,5 bilhões, vinculados ao atingimento de metas ESG.

Essa emissão foi atrelada às temáticas ESG, reforçando o compromisso da Companhia com a sustentabilidade dos seus negócios, incluindo sua estratégia financeira. Para a seleção de KPIs e metas, foi realizado um estudo para avaliar os temas com maior potencial para a sociedade e com importância estratégica para a Companhia, em duas dimensões: ambiental e social.

Em 2023, a Vivo alcançou 32% de colaboradores negros em cargos de liderança e reduziu em 90% suas emissões (frente a 2015), em consequência direta do direcionamento estratégico para acelerar seus avanços na agenda ESG, bem como, criar a margem necessária para os futuros desafios de manutenção do atual desempenho frente: a constante expansão de rede, expansão de novos negócios, a competitividade do mercado por talentos diversos, entre outros fatores que podem levar a

oscilação desses indicadores até seus respectivos prazos de vencimento.

Para os próximos anos, a Vivo pretende tornar sua gestão de riscos ainda mais sofisticada para criar, assim, condições de dar novos saltos evolutivos nesses temas.

Nesse contexto, a Vivo optou por selecionar esses temas com intuito de transmitir aos seus stakeholders o seu comprometimento de alcançar seus objetivos de negócio por meio de uma equipe diversificada e inclusiva, e com base em uma economia de baixo carbono ([saiba mais em Diversidade e Mudanças climáticas](#)).

A iniciativa contribuiu para consolidar e impulsionar ainda mais o tema na Companhia. Além disso, a meta de emissões de GEE estabelecida pela Vivo é um desdobramento dos desafios climáticos do Grupo Telefónica, aprovados pelo Science Based Targets Initiative (SBTi). O compromisso assumido reforça a atuação da Companhia frente ao cenário de mudanças climáticas e a sua contribuição para limitar o aquecimento global a 1,5°C.



# Gestão de riscos

GRI 2-12, 3-3 Tema material: Gestão de riscos

A Vivo conta com um **Modelo de Gestão de Riscos**, baseado na metodologia COSO ERM 2017 (Committee of Sponsoring Organizations, de la Comisión Treadway), 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.

A Companhia possui uma **Política de Gestão de Riscos**, aprovada pelo Conselho de Administração, e um **Procedimento**

**de Gestão de Riscos Corporativos**, baseados nas melhores práticas internacionais de governança.

## Governança da gestão de riscos

Os **Princípios de Negócio Responsável e a Política de Gestão de Riscos**, estabelecem que todas as pessoas dentro da organização têm a responsabilidade de contribuir para a gestão de riscos. Assim a responsabilidade pela gestão de risco na organização está distribuída da seguinte forma:

### SUPERVISÃO DO SISTEMA DE GESTÃO DE RISCOS

#### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E COMITÊ DE AUDITORIA E CONTROLE

O Regimento Interno do Conselho de Administração e dos Comitês Técnicos e Consultivos da Telefônica Brasil S.A estabelece que o Comitê de Auditoria e Controle tem como função principal assessorar o Conselho de Administração em suas atividades de supervisão, pelo monitoramento da integridade dos processos das demonstrações financeiras e sistemas de controles da Companhia.

O Comitê de Auditoria e Controle possui, dentre outras, as seguintes competências: de (i) avaliar a efetividade e suficiência da estrutura e dos sistemas de controles e de gerenciamento de riscos; e (ii) apresentar recomendações de aprimoramento de políticas, práticas e procedimentos que entender necessárias.





A Política de Gestão de Riscos define que o Comitê de Auditoria valide pelo menos anualmente os principais riscos e a determinação das linhas gerais da estratégia de resposta a eles. Atualmente, o Comitê de Auditoria avalia e valida semestralmente o status dos principais riscos corporativos e monitora os riscos mais relevantes em reuniões específicas com a participação dos proprietários dos riscos.

## SUPERVISÃO DA GESTÃO DE RISCOS

Como apoio ao desenvolvimento das atividades de supervisão por parte do Comitê de Auditoria e Controle, foi estabelecida uma área responsável pela supervisão da gestão de riscos dentro da Auditoria Interna, que por sua vez é uma área independente dentro da estrutura da Empresa, e tem como objetivo promover, suportar, coordenar e verificar a aplicação do que está estabelecido na Política de Gestão de Riscos.

## RESPONSÁVEIS PELOS RISCOS

Os responsáveis pelos riscos (proprietários) participam ativamente da estratégia e das decisões importantes sobre a gestão dos riscos. Para

isso, cada um dos riscos identificados é atribuído a um gestor executivo com a responsabilidade total sobre o risco e sua gestão, elaborando um plano para mitigação e acompanhamento eficiente de sua evolução.

Caso os controles ou planos de mitigação relativos a esse risco permaneçam fora do seu âmbito de atuação, o responsável pelo risco deverá identificar um responsável pelo plano de mitigação e supervisionar para que este plano seja definido e que funcione de forma efetiva.

## TOLERÂNCIA AO RISCO/ NÍVEL DE RISCO ACEITÁVEL

A **Política de Gestão de Riscos** estabelece que o nível de risco aceitável é definido como o grau de exposição que a Companhia aceita assumir, permitindo o equilíbrio adequado entre crescimento, rentabilidade e risco (“Nível de Risco Aceitável”). De forma geral, são definidos limites de tolerância aos riscos pela avaliação combinada entre impacto e probabilidade, que são anualmente revistos em função da evolução dos principais indicadores da empresa.

Além disso, estamos comprometidos com a tolerância zero à corrupção, suborno e fraude.

## Processo de gestão de riscos

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 planos de ação para mitigá-los.

A sistemática de gestão de riscos abrange as seguintes etapas:

## IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS

Os riscos são identificados pelos gestores, com a definição dos fatos geradores do risco e a avaliação dos efeitos que o risco possa impactar no cumprimento dos objetivos da Companhia.

Neste processo de identificação, são considerados tanto os riscos associados ao cumprimento

do planejamento estratégico como os potenciais riscos emergentes, que poderiam eventualmente ocasionar um impacto adverso no desempenho futuro da Companhia, embora em tempo futuro incerto.

## AVALIAÇÃO DE RISCOS

O objetivo da avaliação de riscos é dar uma ordem de grandeza ou relevância dos riscos, considerando tanto seu eventual impacto quanto a probabilidade de ocorrência.

Para fins de impacto, considera-se tanto o impacto econômico (quantificado, sempre que possível, em termos de fluxo de caixa operacional, considerando EBITDA<sup>1</sup> e CAPEX<sup>2</sup>) quanto o impacto reputacional (baseado nas variáveis utilizadas na metodologia RepRisk<sup>3</sup>), bem como seu potencial impacto na conformidade.

<sup>(1)</sup> EBITDA: Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization.

<sup>(2)</sup> CAPEX: Capital Expenditure.

<sup>(3)</sup> RepRisk: Plataforma de Risco ESG da RepRisk utiliza uma base de dados global que analisa o comportamento das empresas e da sua cadeia de valor em determinados aspectos ESG.



Adicionalmente, outros fatores qualitativos são considerados, como a tendência histórica, o nível de garantia ou controle e as perspectivas sobre a evolução futura do risco.

## RESPOSTAS AO RISCO

O modelo de gestão de riscos contempla tanto a identificação e avaliação de riscos, quanto os mecanismos de resposta e monitoramento. Nesse sentido, contempla procedimentos para responder a novos desafios através do alinhamento entre os objetivos estratégicos e os riscos que podem afetar o cumprimento desses objetivos.

## ACOMPANHAMENTO E REPORTE

Os mecanismos de acompanhamento e reporte incluem iniciativas globais, promovidas e coordenadas de forma homogênea com as principais operações do Grupo da qual a Companhia faz parte, e atuações específicas, orientadas a atender riscos concretos.

## Categorias de riscos

Em linhas gerais, os riscos aos quais a Companhia está exposta são:

- **Riscos de negócio:** relacionados com o setor e principalmente com a estratégia da Companhia, como evolução da concorrência e da consolidação do mercado, marco regulatório, cadeia de suprimentos, inovação tecnológica, privacidade de dados, gestão de talentos, adaptação às demandas de clientes e/ou o desenvolvimento de novos padrões éticos, ou sociais.
- **Riscos operacionais:** relacionados com cibersegurança, mudanças climáticas, desastres naturais e outros fatores que possam causar danos físicos à infraestrutura técnica, que podem causar falhas na rede, interrupções de serviços ou perda de qualidade; riscos relacionados aos clientes, às pessoas, bem como à gestão operacional.
- **Riscos financeiros:** decorrentes de movimentos adversos do entorno econômico ou de variáveis financeiras e da capacidade da Companhia em honrar seus compromissos, tornar líquidos seus ativos e ter capacidade de financiamento para executar seus planos de negócios, incluindo questões fiscais.

- **Riscos legais e compliance normativo:** relacionados a litígios e compliance legal, incluindo a legislação anticorrupção, assim como ao compliance das obrigações legais e dos objetivos próprios da Companhia em matéria ambiental, social e de governança (ESG).

## Interdependência de riscos e análise de cenários

A Vivo considera, dentro do seu modelo, a avaliação da interdependência entre riscos de modo a ponderar em sua criticidade e, também, o potencial impacto em outros riscos caso venham a se materializar.

Como exemplo, é considerada a relação existente entre riscos de segurança cibernética, cadeia de suprimentos e conformidade com o ambiente econômico e político, afetados pelos conflitos de guerra e incertezas geopolíticas. Adicionalmente, esta análise da interdependência de riscos, também permite à Companhia levantar situações ou cenários estressantes que aumentam, em graus

variados, a interdependência entre os riscos perante situações socioeconômicas adversas (por exemplo, continuidade operacional, ESG, etc).

A Companhia divulga, em suas Demonstrações Financeiras, as análises de sensibilidade de riscos de mercado. Dentre elas, é apresentada a análise de sensibilidade em relação à redução do valor recuperável do ágio, análise de sensibilidade das premissas atuariais e análise de sensibilidade aos principais fatores de risco que podem gerar prejuízos para as suas operações com instrumentos financeiros derivativos.

## Cultura de riscos

Visando desenvolver a cultura de gestão de riscos na organização, são realizadas ações para fomentar a participação ativa de todos os colaboradores na identificação e nas respostas aos riscos, dentre elas:

- **Ações de comunicação:** com o objetivo de divulgar, por meio dos canais apropriados, os princípios, as diretrizes e as orientações que devem nortear os processos de gerenciamento de riscos.



- **Ações de formação:** capacitação para promover o conhecimento do modelo de gestão de riscos aos colaboradores.

O plano de trabalho anual do Comitê de Auditoria e Controle prevê formação regular aos seus membros, incluindo apresentações sobre riscos específicos e o estado dos principais riscos da Companhia, riscos emergentes, seu impacto potencial e principais ações de mitigação.

## Riscos relacionados a ESG

No contexto de sustentabilidade e pela natureza do negócio, estamos expostos a vários tipos de riscos ESG - Environmental, Social and Governance (ambiental, social e de governança).

O processo de gestão de riscos toma como referência a estratégia e objetivos da Companhia para identificar os principais riscos que poderiam afetar sua realização, incluindo, também, os riscos relacionados diretamente com a sustentabilidade e com impacto potencial em ESG, com o objetivo de analisar, controlar e prevenir os possíveis impactos.

Nos aspectos ESG, a Companhia realiza uma análise de contexto considerando (1) riscos emergentes com impacto a médio e longo prazos, nos quais relatórios e estudos são analisados para identificar as tendências de risco, como, por exemplo, o Relatório de Riscos Globais preparado pelo Fórum Econômico Mundial; (2) avaliação do impacto nos direitos humanos e meio ambiente, em que se consideram os efeitos adversos sobre os direitos humanos e as ameaças ambientais que podem desencadear riscos para a Companhia; (3) contexto regulatório ESG nos mercados em que a Companhia é listada; e (4) as expectativas de nossos stakeholders.

A análise contempla a identificação de impactos, riscos e oportunidades dos temas materiais, incluindo o conceito de dupla materialidade. A seguir, alguns riscos ESG:

- **Risco ambiental:** impacto direto ou indireto nas operações da Companhia por questões ambientais, especialmente devido às exigências legais durante a implantação e operação da rede, bem como, futuras exigências, regulamentos ou taxas ambientais.
- **Mudanças climáticas:** impacto direto ou indireto nas operações e negócios da Companhia devido às consequências das alterações climáticas. Estão incluídos os riscos físicos ou de transição.

- **Direitos humanos:** risco de impacto potencial dos direitos humanos, podendo ser gerado tanto pelas atividades operacionais, relações com os funcionários, fornecedores e clientes, ou pelo impacto que causam no meio ambiente.
- **Conformidade com novos requisitos de relatórios ESG:** risco associado ao aumento de informações solicitadas pelos reguladores, analistas, investidores, clientes e outras partes interessadas, além de outros riscos associados a fatores ESG, como aqueles relacionados às pessoas, ao cliente, à privacidade, cibersegurança, mudanças tecnológicas, qualidade e continuidade dos serviços, cadeia de abastecimento, questões de transparência fiscal e cumprimento, entre outras.

## Reconhecimento

A Auditoria Interna da Vivo possui **Certificado de Qualidade** outorgado pelo Instituto de Auditores Internos de Espanha e pelo Instituto dos Auditores Internos do Brasil.



# Ética e integridade

GRI 2-15, 2-16, 205-2, 205-3, 3-3 Tema material: Ética e Integridade

**A Vivo atua de forma ética, íntegra e transparente** em todas as suas ações e com quem se relaciona ou realiza negócios, sejam clientes, parceiros comerciais, sociedade ou acionistas.

Temos como norteador cultural “Ação Responsável”, que faz parte da Cultura Digital Colaborativa e é disseminada para toda a Companhia. Todos os colaboradores têm a responsabilidade de agir de acordo com essas premissas e com os Princípios de Negócio Responsável - nosso Código de Ética - revisado periodicamente e aprovado pelo Conselho de Administração.

Suas diretrizes globais definem como agimos diariamente e fazemos negócios com todas as partes interessadas e geramos valor a longo prazo. Além disso, estabelecem mecanismos para a tomada de decisões diante de dilemas éticos e situações que eventualmente possam ser consideradas em desacordo com a lei. Asseguramos que nossas atividades sejam realizadas conforme as legislações nacional e internacional aplicáveis em vigor.

No Brasil, a Vivo está sujeita à Lei n.º 12.846/2013 e seu Decreto Regulamentador n.º 11.129/2022, bem como ao US Foreign Corrupt Practices Act de 1977, nos Estados Unidos da América, país em que atuamos como emissor de títulos e valores mobiliários. Conforme deliberação/decisão do Conselho de Administração da Vivo, com vigência a partir de 01/11/2023, foi criado o cargo de Chief Compliance Officer, com vinculação hierárquica e reporte da Diretoria de Compliance da Vivo.

O Chief Compliance Office da Vivo possui autonomia e independência para assegurar a execução das atividades do Programa de Compliance – o #VivoDeAcordo:

- Apoiando a Companhia e os colaboradores no entendimento e aplicação das legislações anticorrupção e normativas internas, por meio do acultramento e conscientização do comportamento responsável e da disseminação dos princípios corporativos de Integridade, Compromisso e Transparência, que fundamentam os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética e Conduta do Grupo Telefónica);

- Fornecendo ferramentas e treinamentos para que todos saibam lidar com os dilemas éticos em matéria de integridade do dia a dia;
- Utilizando-se de mecanismos e de controles que aportam eficiência em fluxos e processos da empresa;
- Detectando e mitigando riscos em matéria de integridade, gerando valor a Companhia, aos stakeholders e clientes;
- Atuando na remediação e monitoramento necessários à recondução ao estado de conformidade com as leis, normas e regulamentos internos e externos.

Em conjunto com outras áreas da empresa, o Chief Compliance Office busca manter na Companhia as melhores práticas de negócios e fornece atualizações sobre o Programa de Compliance ao Comitê de Auditoria e Controle e à Diretoria Estatutária.





O #VivoDeAcordo é o Programa de Compliance da Vivo aplicado a todos os colaboradores e aos órgãos da Administração, bem como a parceiros comerciais, erigido sobre os seguintes pilares:

- 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, especialmente aquelas relativas a relacionamento com entidades públicas.
- 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 auxiliar 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.

Por esses compromissos assumidos e cumpridos é que em 2020, 2021, 2022 e 2023, a Vivo obteve a Certificação DSC 10.000 (Diretrizes para o Sistema de Compliance), o que evidencia a excelência de seu Programa de Compliance (o #VivoDeAcordo), nos termos dos requisitos da normativa de certificação e da legislação brasileira em matéria de integridade (anticorrupção).

Além disso, em 2023, a Vivo foi reconhecida como Empresa Pró-Ética 2022-2023, uma iniciativa da Secretaria de Transparência e Prevenção da Corrupção (STPC), da Controladoria-Geral da União (CGU), com apoio de instituições parceiras, direcionada às empresas comprometidas com a adoção voluntária de medidas de integridade voltadas à prevenção, detecção e remediação de atos de fraude e corrupção, bem como à promoção da cultura organizacional de integridade.

## Gestão de terceiros

A atuação de terceiros exerce impacto sobre a reputação e integridade da Companhia. Por isso, com o objetivo de assegurar o cumprimento da legislação anticorrupção brasileira e internacional, temos iniciativas para que nossas relações comerciais com terceiros atendam às normas, tais como:

- Pesquisas reputacionais (due diligences de integridade), implementadas no âmbito do processo de contratação, de acordo com critérios internos, que incluem a verificação recorrente do envolvimento dos terceiros em processos administrativos e judiciais, além das questões ligadas aos casos de não cumprimento das legislações anticorrupção;
- Medidas de conscientização junto aos fornecedores relacionadas à integridade e melhores práticas em matéria de compliance;
- Inserção de cláusulas contratuais e certificados específicos sobre o tema de ética e anticorrupção nos contratos em negociação com terceiros;
- Workshops e comunicações com relação aos princípios e diretrizes que norteiam o Programa de Compliance;
- Implementação de controles e processos relacionados ao cumprimento das normas anticorrupção durante o cadastro dos terceiros nos processos de Compras da Companhia.



## Comunicação e treinamentos

As comunicações do Programa de Compliance são reforçadas por meio dos nossos canais internos, direcionados a 100% da Companhia. Para fortalecer a cultura de integridade, iniciativas de prevenção, detecção e remediação são constantemente divulgadas.

Engajamos e conscientizamos 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 certificado anticorrupção anual.

Assim como as comunicações, os treinamentos do Programa de Compliance são muito importantes para o fortalecimento da cultura organizacional de ética, integridade e transparência da Vivo. Os treinamentos acontecem de forma online e ao vivo online. São desenvolvidos para garantir que todos obtenham o conhecimento necessário para exercer as suas respectivas funções e atividades.

Além disso, os treinamentos do Programa de Compliance têm o objetivo de comunicar, disseminar e reforçar as regras, os comportamentos, decisões, atitudes e escolhas esperados

pela Companhia, as responsabilidades legais e as normativas que devem ser seguidas por todos, sejam membros da Alta Direção, sejam gestores e colaboradores.

A conclusão do treinamento sobre os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética e Conduta) é obrigatória, sob pena de aplicação de medida disciplinar.

Desde 2017, anualmente, realizamos o Compliance Day. O evento visa engajar os colaboradores, fortalecer a cultura de ética e integridade na empresa, promover a relevância do tema, trazer conscientização sobre a importância dos conteúdos relacionados ao #VivoDeAcordo e lembrar o valor dos Canais de Integridade como ferramentas importantes para o dia a dia dos colaboradores.

Em 2023, o evento teve como tema o Compliance Comportamental, abordando a importância da transformação das pessoas em direção à nossa cultura de ética e integridade e ao propósito da Vivo.

### OS TREINAMENTOS DE COMPLIANCE DA COMPANHIA TAMBÉM INCLUEM:

- Foreign Corrupt Practices Act (FCPA);
- Conflito de Interesses;
- Integração de Compliance (Onboarding) para novos colaboradores;
- Lei Anticorrupção Brasileira n.º 12.846/13;
- Gestão e Relacionamento com Parceiros Comerciais;
- Web aula com o tema “Prevenção à Lavagem de Dinheiro”;
- Para os líderes da Companhia, há um e-learning sobre o Programa de Compliance #VivoDeAcordo, bem como, conteúdos rápidos para que eles reforcem temas relevantes de compliance para suas equipes com o objetivo de fortalecer a cultura de ética e integridade dentro da Vivo, o chamado programa #VivoDeAcordo Multiplique!



## CANAIS DE INTEGRIDADE

GRI 2-26

O #VivodeAcordo possui diversas ferramentas que servem para que os colaboradores possam participar ativamente do fortalecimento da cultura organizacional de ética e integridade, na proteção da própria reputação e da Companhia contra riscos advindos dos descumprimentos normativos, dos desvios de condutas e das inconformidades:

**Fale com #VivodeAcordo:** canal para esclarecer dúvidas e dilemas éticos.

**Ferramenta corporativa de conflito de interesses:** canal para declarar possíveis situações de conflito de interesses.

**Presentes e convites:** canal para registro prévio de toda e qualquer intenção de se relacionar com agentes, órgãos e entidades públicos.

**Página de documentos normativos na intranet:** portal para acessar as políticas e normativas vigentes da Telefônica.

**Canal de denúncias:** canal para comunicar qualquer suposta irregularidade ou ato contrário à legislação, à Lei Anticorrupção (12.846/2013) ou às normas e diretrizes internas das quais tenham conhecimento.

## Canal de Denúncias

GRI 2-25

O Canal de Denúncias recebe os relatos sobre possível desvio de conduta ou ato que viole uma política, instrução de trabalho, regulamentação, normativas e procedimentos ou qualquer outro descumprimento da legislação vigente abrangendo temas como: descumprimento legal, normativo ou contratual, assédio, discriminação, conflitos no entorno trabalhista, descumprimentos ao manifesto “Vivo Diversidade”, conflitos de interesses, suspeita de corrupção (Lei 12.846/2013), favorecimento, privacidade e segurança da informação, controle interno e reporte financeiro, entre outros.

Este canal pode ser acessado por qualquer público: colaboradores, clientes, fornecedores e sociedade em geral. Todas as denúncias recebidas são confidenciais e apuradas pela Diretoria de Inspeção, de forma sigilosa e com opção de anonimato do denunciado.

**PARA FAZER UMA DENÚNCIA, ACESSE:**

**Formulário online:**

[https://canaldedenuncias.telefonica.com/#/alta\\_denuncia](https://canaldedenuncias.telefonica.com/#/alta_denuncia)

**E-mail:** [alerta.vivo.br@telefonica.com](mailto:alerta.vivo.br@telefonica.com)

**Telefone:** 0800 650 1515

**Presencialmente:** de segunda à sexta, das 8h às 18h, com os colaboradores da Diretoria de Inspeção: Em São Paulo, no Eco Berrini, e em Curitiba, no Jardim Botânico.



A Companhia possui estrutura de Auditoria Interna, cujo titular (Chief of Audit Officer) se reporta ao Conselho de Administração, por intermédio do Comitê de Auditoria e Controle.

## Auditoria interna

GRI 2-12, 2-16

A Companhia possui estrutura de Auditoria Interna, cujo titular (Chief of Audit Officer) se reporta ao Conselho de Administração, por intermédio do Comitê de Auditoria e Controle.

A Auditoria Interna é responsável por apoiar a Administração, de forma independente, na avaliação periódica e na eficácia dos controles internos junto aos processos operacionais e financeiros, apontando melhorias àquelas situações identificadas como deficientes ou desprovidas de controles, visando à conformidade com políticas, normas, procedimentos e regulamentações internas e externas.

A Metodologia de Auditoria da Telefônica Brasil é focada em risco e fundamentada no Marco

Integrado de Controle Interno do COSO Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). As não conformidades ou debilidades de controles internos são discutidas com as áreas auditadas e registradas em relatório de auditoria para reporte às respectivas diretorias responsáveis e apresentação ao Comitê de Auditoria e Conselho de Administração, de acordo com sua relevância.

## Controles internos

A Administração da Companhia é responsável por estabelecer e manter os controles internos e procedimentos de divulgação das demonstrações financeiras. Tais controles e procedimentos foram elaborados de forma a assegurar que as informações da Companhia, de divulgação obrigatória nos relatórios arquivados junto à CVM, são registradas, processadas, sumarizadas e reportadas no prazo e no formato especificado nas normas da CVM.

Em 2003, o Conselho de Administração aprovou uma Normativa Sobre Registro, Comunicação e Controle de Informação Financeiro-Contábil, que regula os procedimentos internos e

os mecanismos de controle da preparação da informação financeiro-contábil da Companhia, garantindo a aplicação de práticas e políticas contábeis adequadas. Tal normativa permite, também, cumprir exigências estabelecidas pela lei americana Sarbanes-Oxley.

A Companhia possui um sistema de certificação, através do qual as diversas áreas da Companhia emitem pareceres se responsabilizando pelas informações financeiras e não financeiras divulgadas ao mercado. Com base nestes pareceres, o Diretor Presidente e o CFO emitem suas respectivas certificações atestando a veracidade e a qualidade das informações divulgadas ao mercado.

## Práticas concorrenciais

GRI 206-1. 3-3 Tema material: Ética e Competitividade, SASB TC-TL-520A.1

A Vivo segue diretrizes relacionadas às questões concorrenciais e atesta a integridade de seus processos, a idoneidade de seus gestores e os mecanismos adotados para o cumprimento da legislação concorrencial. Nesse sentido, realiza regularmente treinamentos sobre com-

pliance concorrencial obrigatórios para todos os seus colaboradores.

Além disso, estão em processo de aprovação interna, para o primeiro semestre de 2024, uma política e diretrizes locais com o objetivo de formalizar o compromisso da Companhia com o Princípio da Livre Concorrência, por meio de práticas competitivas em todos os mercados em que atua, refletindo a crença em mercados livres e condições competitivas justas.

Soma-se ao trazido acima a gestão ética e responsável, com respeito à lei e concorrência leal, um dos pilares de nossos Princípios do Negócio Responsável.

Por fim, a Companhia informa que em 2023 não houve nenhuma ação judicial referente à concorrência desleal ou ao não cumprimento da Lei Antitruste pela Companhia.

Clique aqui e saiba mais sobre os Princípios do Negócio Responsável





# Contexto 2023

## Cenário macroeconômico e geopolítico

### AMBIENTE ECONÔMICO BRASILEIRO

A economia brasileira apresentou uma evolução favorável em 2023, com avanço de reformas estruturais e redução das incertezas em relação às orientações de política fiscal e monetária no novo governo. O governo estabeleceu um novo arcabouço fiscal que impôs limites para o crescimento dos gastos públicos e metas crescentes de superávit primário, fortalecendo o compromisso com a sustentabilidade da dívida pública. A manutenção da autonomia do Banco Central, bem como das metas de inflação, contribuiu para um processo desinflacionário bem-sucedido, permitindo assim o início da redução das taxas de juros. Além disso, o maior destaque da agenda política do país foi a aprovação da reforma tributária que tem o potencial de gerar ganhos significativos de produtividade e melhorar o ambiente de negócios, resultando em um aumento do crescimento potencial do PIB nos próximos anos.

Em 2023, o PIB brasileiro cresceu 2,9%, próximo ao crescimento de 3,0% de 2022, ambos resultados acima das expectativas no início de cada ano, após uma década de taxa de crescimento relativamente baixa. O crescimento econômico foi impulsionado pela safra agrícola recorde, bem como por ganhos de produtividade e um consumo das famílias resiliente. O setor de serviços continuou em expansão, o que contribuiu para queda da taxa de desemprego para o menor nível desde 2015.

A inflação apresentou queda em 2023. A inflação ao consumidor, conforme o IPCA, recuou para 4,6% em 2023 (de 5,8% em 2022), superando o ponto central, mas ficando dentro do limite da meta estabelecida pelo Banco Central de 3,25%, com um desvio de 1,5%. A inflação, medida pelo IGP-DI, que inclui preços no atacado, varejo e construção residencial, registrou deflação de 3,3% em 2023. A trajetória favorável do cenário de inflação permitiu o início dos cortes da taxa Selic em agosto de 2023, passando de 13,75% para 11,75% até o final do ano.





Neste contexto, os preços dos ativos locais melhoraram, com destaque para a apreciação da taxa de câmbio, bem como uma melhora na classificação do Brasil pelas agências de classificação de crédito. Em 2023, o real apreciou 7,2% em relação ao dólar. A taxa de câmbio em 29 de dezembro de 2023 era de R\$ 4,841 por US\$ 1,00, contra R\$ 5,218 por US\$ 1,00 em 31 de dezembro de 2022.

Os nossos negócios são diretamente afetados pelo ambiente externo e pela economia do Brasil. A maior volatilidade do real frente ao dólar norte-americano pode afetar o poder de compra dos consumidores brasileiros e causar impactos na capacidade de pagamento dos nossos clientes e da população brasileira como um todo. Antes de 2006, as tarifas que cobrávamos dos nossos clientes eram reajustadas periodicamente pela ANATEL de acordo com as taxas de inflação medidas pelo IGP-DI. A partir de 2006, as tarifas telefônicas foram indexadas ao Índice de Serviços de Telecomunicações (IST), que é uma cesta de índices brasileiros que refletem os custos operacionais do setor de telecomunicações. Essa indexação reduziu as inconsistências entre receitas e custos em nosso setor e, portanto, reduziu os efeitos adversos da inflação em nossos negócios. O IST para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2023 foi de 2,14% segundo os dados mais recentes da ANATEL.

## CONDIÇÕES DE MERCADO

O ambiente de negócios em que atuamos apresentou uma tendência de instabilidade em 2023, o que esperamos que permaneça em 2024, influenciada, dentre outros fatores, pela inflação, pelos recentes eventos de instabilidade geopolítica e pelas condições econômicas do Brasil. Sofremos um impacto limitado na cadeia de abastecimento durante 2023, em comparação com 2022, devido à normalização no fornecimento de smartphones e equipamentos de rede pelos nossos principais fornecedores.

Durante o ano de 2023, nossa base de custos foi afetada pela inflação em relação a 2022, principalmente os custos com pessoal e serviços de terceiros. Por outro lado, temos repassado aumentos de preços, em linha com a inflação.

Embora não sejamos capazes, neste momento, de prever até que ponto estes eventos poderão ter efeito material, nos nossos resultados financeiros ou operacionais em períodos futuros, poderemos ser impactados negativamente se as condições econômicas piorarem ou permanecerem voláteis.

## INSTABILIDADE GEOPOLÍTICA

O conflito entre a Rússia e a Ucrânia causou perturbações nos mercados globais de diversos produtos, sobretudo combustíveis, produtos agrícolas e fertilizantes. Diversos países aplicaram sanções contra uma série de empresas e indivíduos russos ou bielorrussos, além de restringir o comércio de diversos produtos, inclusive fertilizantes, o que interferiu nos fluxos comerciais globais.

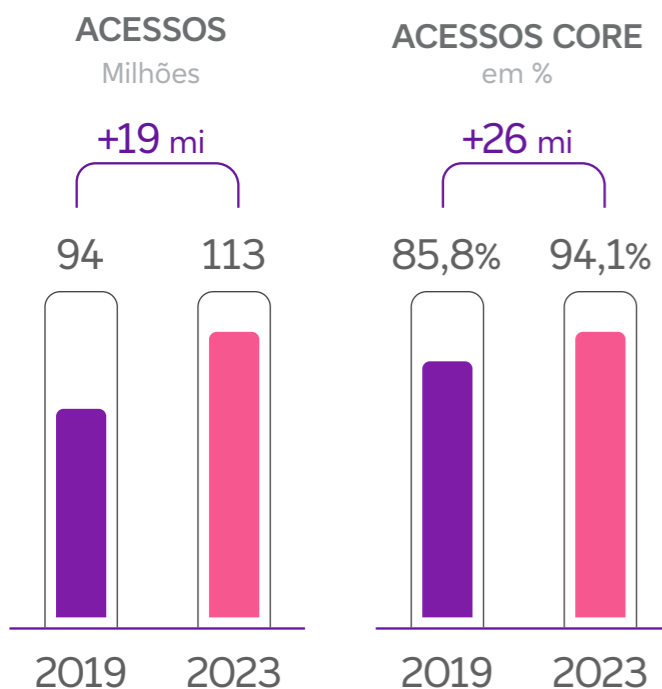
Apesar da guerra em curso e das sanções serem relevantes para as economias russa e global, ainda há uma grande variação nos mercados financeiros, na queda do rublo russo e da hryvnia ucraniana em relação ao dólar americano e outras moedas importantes, bem como um aumento nos preços da energia e das commodities em todo o mundo. Se o conflito persistir, os mercados poderão seguir enfrentando oscilações, com consequências econômicas e de segurança, como a escassez de produtos, o aumento dos preços das matérias-primas.

Embora não tenha havido nenhum impacto material do conflito nos nossos negócios, monitoramos os progressos para avaliar quaisquer possíveis efeitos futuros desta ou de outras situações, como a Guerra na Faixa de Gaza e seus potenciais desdobramentos com o aumento da tensão no Oriente Médio.

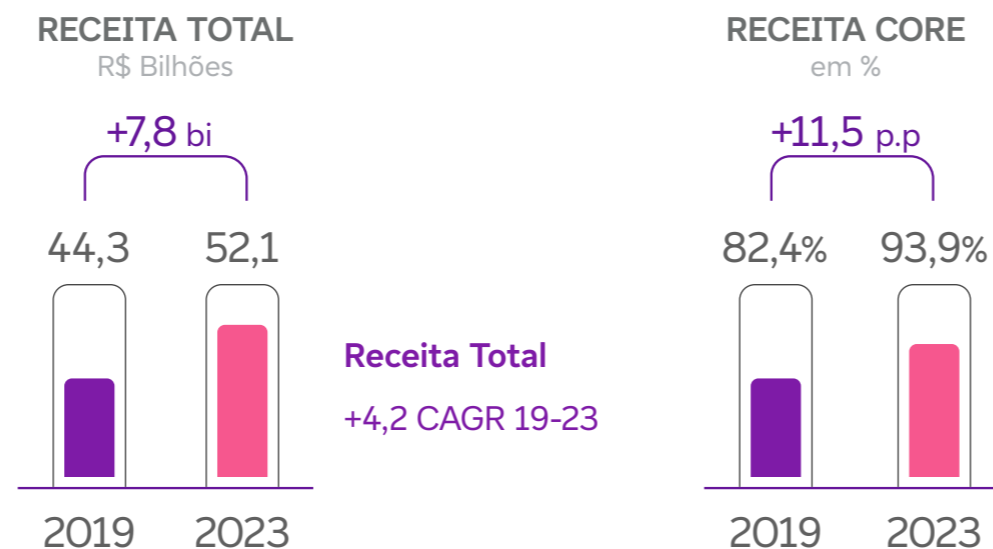


# Resultados econômico-financeiros

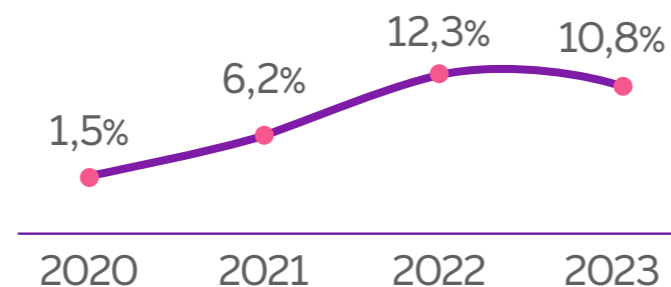
## FORTE PERFORMANCE OPERACIONAL



## CRESCIMENTO ACELERADO DA RECEITA



## CRESCIMENTO RECEITA CORE<sup>1</sup> a/a

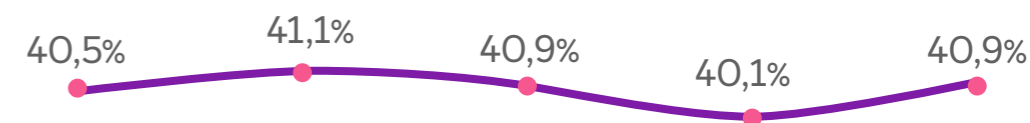


<sup>1</sup> Total de receitas da Vivo excluindo voz fixa, xDSL e DTH.

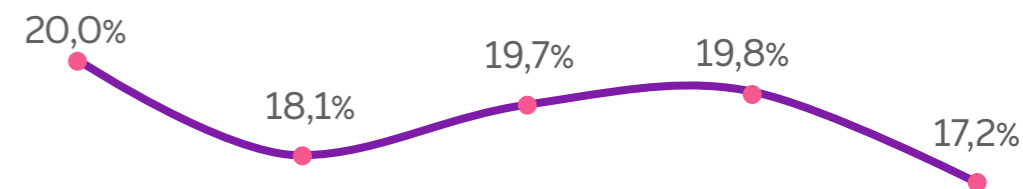
<sup>2</sup> Fonte: IBGE.

## RENTABILIDADE

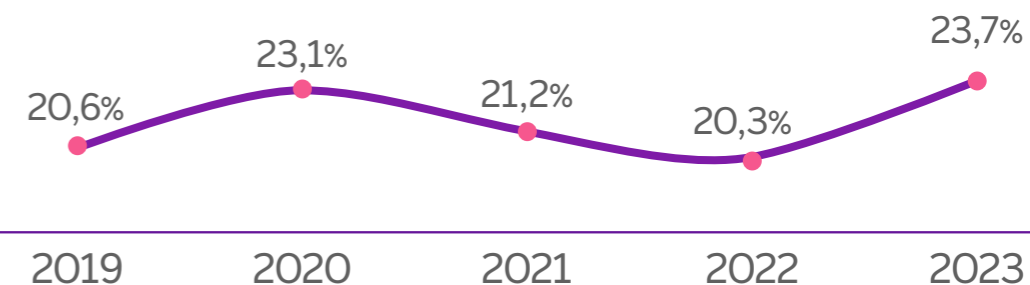
### MARGEM EBITDA RECORRENTE %



### CAPEX<sup>3</sup>/RECEITA TOTAL %



### MARGEM FCO<sup>4</sup> %



<sup>3</sup> Capex ex-licenças e arrendamentos (IFRS-16).

<sup>4</sup> Considera EBITDA recorrente e Capex ex-licenças e arrendamentos (IFRS-16).

Apresentamos resultados consistentes e crescentes mesmo em tempos desafiadores



Para se manter à frente no mercado de telecomunicações do Brasil, a Vivo tem investido de forma contínua, nos últimos anos, na digitalização e no desenvolvimento de um amplo portfólio de produtos e serviços, o que a capacita para atender a uma grande gama de nichos de clientes, empresas e instituições públicas. Esse posicionamento estratégico, associado ao contexto macroeconômico favorável de 2023, permitiu que a Companhia mantivesse o seu EBITDA crescente ao longo do ano (R\$ 21,3 bilhões) a um lucro líquido de 5 bilhões – este último apresentou um aumento de 24,2% em relação ao ano anterior.

Além disso, o bom desempenho da Companhia também é decorrente da eficiência de suas operações, sempre combinadas ao esforço permanente pela alta performance na gestão financeira, sobretudo no controle de custos. Ao final de 2023, a ação da Vivo (VIVT3) ficou cotada em R\$ 53,44 - uma valorização de 39,3% -, o que alavancou a sua rentabilidade e garantiu um bom retorno a acionistas.

Em mais um ciclo anual que se encerra, a Vivo se consolida como líder de mercado, com 113 milhões de acessos, além de manter a maior rede de fibra da América Latina.

São, no total, 443 municípios contemplados com FFTH, cobrindo 26 milhões de domicílios e com projeção de expansão para mais três milhões em 2024. Além disso, a Companhia acelerou ainda mais o seu alcance no oferecimento de 5G alcançando 173 cidades e cobrindo 47% da população da população brasileira.

Em 2023, a receita líquida móvel da Vivo teve um salto de 10,8%, impulsionado pela venda de eletrônicos (+11,2%). Já a nossa receita líquida fixa teve um crescimento de 3,1%, como saldo da comercialização dos serviços core da Companhia.

## Receita bruta

Nossa receita bruta cresceu 5,1% em 2023, passando de R\$ 67.761,0 milhões para R\$ 71.229,6 milhões, impulsionado pela venda de smartphones 5G e por diversos produtos vendidos em nossas lojas.

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	(R\$ Milhões)
2021	64.612
2022	67.761
2023	71.230

## Receita líquida

Em 2023, tivemos o crescimento da receita líquida de 8,4%, saindo de R\$ 48.041,2 milhões, em 2022, para R\$ 52.100,2 milhões.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	(R\$ Milhões)
2021	44.033
2022	48.041
2023	52.100

## EBITDA recorrente

O EBITDA da Companhia atingiu R\$ 21.318,1 milhões em 2023, um aumento de 10,6% em relação a 2022. Já a margem EBITDA ficou em 40,9%, um aumento de 0,8% em relação ao ano anterior.

EBITDA RECORRENTE	(R\$ Milhões)
2021	18.027
2022	19.282
2023	21.318

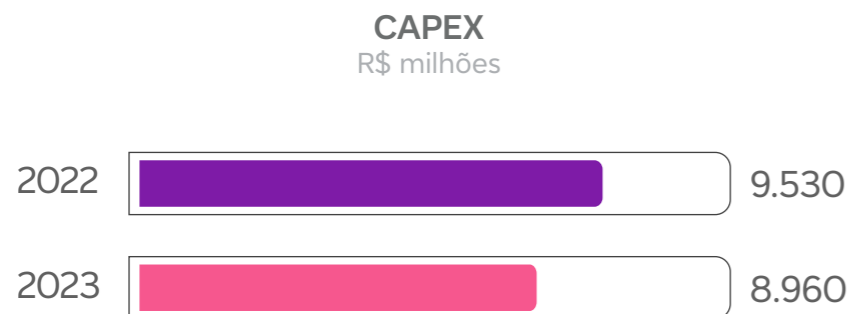




## Investimentos\*

A Vivo investiu um total de R\$ 8.959,8 milhões em 2023, que foram destinados à expansão da rede de fibra, além da ampliação e manutenção da rede móvel. O valor total destinado à otimização desses serviços no último ciclo anual foi aproximadamente 6% inferior ao registrado em 2022 (R\$ 9.530,0 milhões, o que corresponde a 17,2% da receita operacional líquida do ano).

Para 2024, a previsão é continuar investindo na expansão da rede de fibra para alcançar mais 3 milhões de domicílios, totalizando 29 milhões de lares cobertos, o que deve aumentar o número de clientes e, conseqüentemente, o retorno do investimento passado.



**+ de R\$ 8 bilhões**  
investidos para expansão  
da rede fibra e móvel

\*Não inclui valores relativos à renovação de licenças no montante de R\$ 9,8 milhões no 1T22, à reversão de provisão de renovação de licença no montante de -R\$ 181 milhões no 2T23, à renovação de licenças no montante de R\$ 202,7 milhões no 3T23 e de R\$ 41,8 milhões no 4T23, e efeitos do IFRS 16.

Para saber mais sobre o nosso desempenho financeiro de 2023, acesse nossa **Central de Resultados**.



## Retorno ao acionista

A Companhia tem como foco principal, todos os anos, proporcionar o melhor retorno financeiro possível para seus acionistas. Em 2023, a Vivo distribuiu o valor de R\$ 4.786 milhões, sendo R\$ 2.471 milhões em juros sobre capital de propriedade da Companhia, R\$ 1.827 milhões em dividendos e R\$ 489 milhões em recompras de ações. Conforme o guidance publicado em 11 de novembro de 2023, o payout sobre o lucro líquido nos anos de 2024, 2025 e 2026 será  $\geq 100\%$ .

### DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) - 2023

Em R\$ Milhões

GRI 201-1

Remuneração de capitais próprios	5.039,98
Remuneração de capitais de terceiros	5.556,73
Impostos, taxas e contribuições	11.009,44
Pessoal, encargos e benefícios sociais	6.181,50
<b>Total</b>	<b>27.787,64</b>

<sup>1</sup>Considera os dividendos, juros sobre capital próprio pagos e as recompras realizadas entre janeiro e dezembro do respectivo ano.



# Atuação tributária responsável

Na Vivo, **agimos com transparência e respeito à legislação 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.

Atuamos conforme os **Princípios de Negócio Responsável e as Diretrizes de Conduta Tributária**, para garantir a confiança das partes interessadas, internas e externas, de que as questões tributárias são devidamente identificadas, geridas e consideradas nas declarações tributárias e nas demonstrações financeiras.

Ressaltamos que as operações com partes relacionadas respeitam as normas de preço de transferência e são realizadas observando termos e condições que seriam estabelecidos entre partes não relacionadas em transações comparáveis (Arm's Length Principle).

Em junho de 2022, foi aprovada a Lei Complementar 194, que reconheceu os serviços de telecomunicações como serviços essenciais, impedindo a fixação de alíquotas de ICMS superiores à alíquota geral em cada unidade da federação. Como efeito prático, houve a redução de alíquotas de ICMS nos seguintes estados: Acre (AC); Alagoas (AL); Amapá (AM); Bahia (BA); Ceará (CE); Distrito Federal (DF); Espírito Santo (ES); Goiás (GO); Maranhão (MA); Mato Grosso (MT); Mato Grosso do Sul (MS); Minas Gerais (MG); Pará (PA); Paraná (PR); Paraíba (PB); Pernambuco (PE); Piauí (PI); Rio de Janeiro (RJ); Rio Grande do Sul (RS); Rondônia (RO); Roraima (RR); Santa Catarina (SC); São Paulo (SP); Sergipe (SE) e Tocantins (TO).

Com essa mudança, os nossos serviços passam a ser mais acessíveis a todos os consumidores, facilitando o acesso da população e das empresas à conectividade e aos benefícios da digitalização.

Em 2023, as atividades da Vivo geraram R\$ 11 bilhões em tributos federais, estaduais e municipais.

## TRANSPARÊNCIA FISCAL – ALÍQUOTA EFETIVA TRIBUTÁRIA SOBRE A RENDA

INDICADORES (R\$ MIL)	2022	2023
Lucros antes dos tributos	4.831.591	5.573.916
Despesa IRPJ e CSLL à alíquota de 34%	(1.642.741)	(1.895.131)
Diferenças permanentes	869.052	1.361.192
Crédito (débito) tributário	(773.689)	(533.939)
Taxa efetiva	16,0%	9,6%
IRPJ e CSLL recolhidos	(1.113.889)	(901.688)
Alíquota efetiva de caixa	23,1%	16,2%



Em ambos os anos, o efeito relevante da diferença entre a alíquota nominal (34%) para a alíquota efetiva, se deve principalmente à dedutibilidade dos juros sobre capital próprio creditados aos acionistas.

A reconciliação da despesa tributária e o valor calculado pela aplicação da alíquota tributária nominal de 34% está demonstrada na Nota: Imposto de Renda e Contribuição Social nº 8, item f, das Demonstrações Financeiras.

## INFORMAÇÕES FINANCEIRAS – RELATÓRIO PAÍS-A-PAÍS

A Vivo concentra seus investimentos e atividades no Brasil, somente a Aliança Atlântica Holding B.V é empresa não residente, sediada na Holanda. A representatividade da Aliança na receita e lucro da Vivo é mínima, ainda assim, primando pela transparência, destacamos as seguintes informações país-a-país.

### REFORMA TRIBUTÁRIA SOBRE O CONSUMO

Em 20 de dezembro de 2023, foi promulgada a Emenda Constitucional (“EC”) nº 132, que

Consolidado	BRASIL		HOLANDA	
	2023	2022	2023	2022
Nome das Entidades Residentes	DF -Página 53	DF -Página 22	Aliança Atlântica Holding	
Principal Atividade	Telecomunicações		Holding, atuando no setor de telecomunicações	
Número de Colaboradores	33.549	33.570	Não possui colaboradores diretos	
Receita	52.100.151	48.041.162	7.643	912
Lucro antes dos Tributos sobre a Renda	5.573.916	4.831.591	7.268	278
Despesa Tributos sobre a Renda	(533.939)	(773.689)	(1.712)	(634)
Tributos sobre a Renda Pagos	(901.688)	(1.113.889)	(1.712)	(634)

\*Conversão da Taxa: Dez 5,3989026

estabelece a reforma tributária sobre o consumo. Vários temas, inclusive as alíquotas dos novos tributos, continuam pendentes de regulamentação por legislação complementar. O modelo de reforma é baseado num IVA repartido (“IVA dual”) com duas competências, uma federal (Contribuição sobre Bens e Serviços

- CBS) e uma sub-nacional (Imposto sobre Bens e Serviços - IBS), que substituirá os tributos PIS, COFINS, ICMS e ISS.

Foi criado também um Imposto Seletivo (IS) de competência federal que se aplica à produção, extração, comercialização ou importação de

bens e serviços prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, sendo que há uma determinação expressa de que o IS não se aplica aos serviços de telecomunicações. Haverá um período de transição de 2026 até 2032, no qual os dois sistemas tributários (antigo e novo) coexistirão.

Os impactos da reforma na apuração dos tributos mencionados, só serão refletidos a partir do início do período de transição, após a conclusão do processo de regulamentação das alterações constitucionais. Como as alterações serão aplicadas de forma prospectiva, não há efeito da reforma nas demonstrações financeiras de 31 de dezembro de 2023.



# Principais reconhecimentos

1ª EMPRESA MAIS SUSTENTÁVEL DO BRASIL NO ISE B3 (01/01/24 - 05/05/24), TOP 5 pelo 3º ano consecutivo e presente no índice pelo 12º ano consecutivo e presente no Índice S&P/B3 Brasil ESG.

8ª EMPRESA DO SETOR MAIS SUSTENTÁVEL do mundo pelo ranking da S&P (CSA) e 4º ano consecutivo entre as empresas líderes em sustentabilidade no The Sustainability Yearbook da S&P.

Uma das 100 EMPRESAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO pela Corporate Knights (Global 100).

Única empresa do setor e única brasileira a integrar a CHANGE THE WORLD LIST da Revista Fortune (21ª posição).

Operadora favorita dos brasileiros no Prêmio Marcas Mais promovido pelo jornal O Estado de S.Paulo.

Empresa LÍDER EM RESPONSABILIDADE ESG do setor no Brasil (Ranking Merco Reputação Corporativa).

TOP3 do setor (Telecomunicações, Tecnologia e Mídia) na edição MELHORES DO ESG da Revista Exame.

Top 10 marca brasileira mais valiosa entre as 50 MARCAS MAIS VALIOSAS DO BRASIL pela revista Dinheiro e por TM20 Branding, WPP e TradeMap.

1º lugar do setor na pesquisa MARCA MAIS ADMIRADA DO BRASIL.

1º lugar do setor nos prêmios ANUÁRIO TELECOM 2023, ÉPOCA 360º, EMPRESAS MAIS E TOP OF MIND (operadora mais lembrada em três categorias: Conexão 5G, Rede Móvel e Banda Larga).

## GOVERNANÇA

Premiação Empresa PRÓ ÉTICA 2022-2023 pela Controladoria Geral da União - Governo Federal, pela adoção voluntária de medidas de integridade voltadas à prevenção, à detecção e à remediação de atos de fraude e corrupção.

Empresa com MELHOR REPUTAÇÃO DO SETOR (Ranking Merco Reputação Corporativa) e Líder do setor no ÍNDICE CALIBER DE REPUTAÇÃO CORPORATIVA.

CEO entre os 100 LÍDERES COM MELHOR REPUTAÇÃO no nosso país pela MERCOSUL e destaque na categoria TI & Telecom no EXECUTIVO DE VALOR 2023.

Líder do setor no ÍNDICE CALIBER DE REPUTAÇÃO CORPORATIVA.

1º Lugar do setor no VALOR INOVAÇÃO BRASIL.

Destaque entre as EMPRESAS QUE MELHOR SE COMUNICAM COM JORNALISTAS pela Plataforma Negócios da Comunicação e pelo Centro de Estudos da Comunicação (Cecom).

Vencedor em 6 categorias do Prêmio LATIN AMERICA EXECUTIVE DA INSTITUCIONAL INVESTOR, incluindo Melhor em ESG (sell side).

1ª posição no ranking telecom e 6º lugar no RANKING GERAL NO RANKING OPEN 100 STARTUPS.

Presente no Ranking MELHORES CORPORAÇÕES PARA STARTUPS 2023 pela Revista Exame.

Entre as 20 EMPRESAS MAIS INOVADORAS DO BRASIL pela MIT Technology Review Brasil.



## SOCIAL

1ª empresa do setor no Brasil e do grupo a implementar a ISO26000 (Responsabilidade Corporativa), reconhecida como Nível Ouro pela DNV.

BLOOMBERG GENDER-QUALITY INDEX (GEI) e TOP 100 DO REFINITIV GLOBAL DIVERSITY & INCLUSION INDEX.

3º ano presente no ÍNDICE GPTW B3 e Top 10 no ranking MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR DO GPTW 2023.

TOP 10 das MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR NO BRASIL 2023, na categoria Grandes (mais de 10 mil colaboradores) do Great Place To Work (GPTW).

7º lugar na premiação “Lugares Incríveis para Trabalhar” (FIA Employee Experience – FEEx), na categoria “Grande Porte”.

11ª posição entre as empresas de grande porte no ranking Melhores Empresas para Trabalhar em Tecnologia da Informação do GPTW.

Entre as 25 melhores empresas para desenvolver a carreira no Brasil, segundo o LINKEDIN TOP COMPANIES.

Destaque do setor no Prêmio Mulheres na Liderança, da ONG Women in Leadership in Latin America (WILL) e presente no Índice Teva Mulheres na Liderança.

1º lugar na edição inédita do prêmio MELHORES EMPRESAS PARA O JOVEM APRENDIZ, do Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), Ministério do Trabalho e Emprego e Great Place to Work.

Entre as empresas com um dos Melhores Programas de Estágio no segmento de Oportunidades em Organizações Privadas e de Economia Mista pelo CIEE.

1º lugar na categoria Encantamento no Prêmio 100 RHS QUE INSPIRAM.

1º lugar em recrutamento e seleção do MELHORES EMPRESAS EM PRÁTICAS E AÇÕES DA DIVERSIDADE.

1º lugar na CATEGORIA ÉTNICO RACIAL DO RANKING DE DIVERSIDADE (Ethos/Época)

CEO reconhecido com a Medalha do Mérito Cívico Afro-Brasileiro pela ONG Afrobras e Universidade Zumbi dos Palmares.

## AMBIENTAL

Única empresa do setor no Brasil pela 3ª vez como “A LIST” DO CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP) CLIMA.

Entre as empresas LÍDERES EM ENGAJAMENTO COM FORNECEDORES pelo 4º ano consecutivo, de acordo com o CDP.

PRÊMIO “GUARDIÕES DO CLIMA” DO PACTO GLOBAL DA ONU no Brasil, entregue na COP 28, com o case “Estratégia de Baixo Carbono”.

PRÊMIO ECO AMCHAM com destaque na categoria “Processos para Grandes Empresas”.

Presente no ÍNDICE DE CARBONO EFICIENTE (ICO<sub>2</sub> B3).

Top 5 em Sustentabilidade e Mudanças Climáticas no prêmio Empresas Mais Estadão 2023, elaborado em parceria com a FIA.

Selo Ouro no GHG PROTOCOL DESDE 2012.

# #TemVivoPraTudo



## ODS



## Temas Materiais

- Digitalização



# Destques de infraestrutura 2023

Criamos a maior e melhor infraestrutura com tecnologias móveis e fibra para digitalizar o país

**98%**

da população coberta com rede móvel

**47%**

da população com 5G

**~60%**

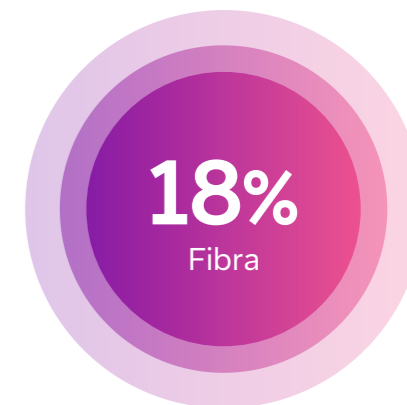
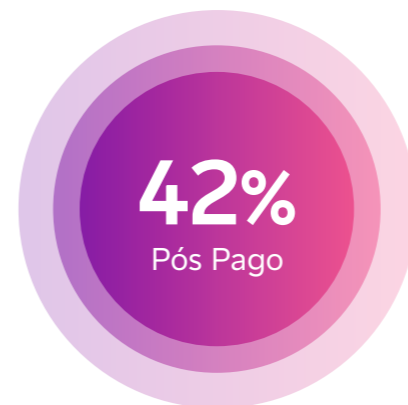
dos domicílios<sup>1</sup> ABC cobertos com fibra

**6,2** mi

de clientes com fibra

<sup>1</sup>Considerando 44 milhões de domicílios ABC. Fonte: IBGE

## #1 Market Share<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Informações referência Dez/23

Nossa liderança é sustentada por um conjunto de diferenciais que tornam a Vivo um ativo único no setor

- Infraestrutura robusta
- Portfólio amplo e completo
- Maior base de acessos da América Latina
- Potência dos canais





# Rede móvel

GRI 203-1, SASB TC-TL-520A.3

Há tempos que o celular, no Brasil, se tornou o principal meio de acesso à internet. **Na Vivo, o portfólio móvel inclui acesso de voz e internet banda larga por meio de coberturas 3G, 4G, 4.5G e 5G** (esta última em processo de implantação gradativa), **além de serviços digitais diversos**, de valor agregado (como OTTs de vídeo e música, Vivae, Vale Saúde, entre outros). A tecnologia 5G é a quinta geração de internet móvel, que oferece ultravelocidade na transmissão de dados, novas aplicações e a transformação da internet das coisas (IoT), pelo maior volume de dispositivos conectados simultaneamente.

A Vivo quer ser sempre a **melhor alternativa para qualquer conexão de seus clientes**, levando inclusão digital para pessoas e empresas em todo o território nacional. Para cumprir esse compromisso, **é imprescindível ter a maior rede**, expandindo a capilaridade em fibra e em todas as futuras tecnologias que virão.

Na rede móvel da Vivo, há **planos pré-pagos, controle, pós-pagos e Vivo Easy** – este último é totalmente digital e pode ser customizado pelo próprio cliente, de acordo com suas necessidades.

**Na móvel, temos a liderança absoluta com melhor equilíbrio de cobertura e qualidade.**

Em 2023, a **Companhia continuou a expandir a capacidade e a cobertura de suas redes móveis para absorver o crescimento contínuo do tráfego de voz e dados**, cobrindo 5.052 municípios do Brasil. São cobertos cerca de 91% do total de municípios no Brasil e 98% da população brasileira. A empresa tem a maior cobertura 4.5G (LTE Advanced Pro), abrangendo mais de 3.633 municípios e 89,6% da população.

Com relação à **cobertura 5G**, 173 cidades do país estão cobertas com a tecnologia 5G SA/NSA, além de todas as cidades com mais de 500 mil habitantes. **São mais de 113 milhões de acessos totais (fixos e móveis), sendo 99 milhões deles oriundos de dispositivos móveis. Em dezembro de 2023, a participação da Vivo nos acessos móveis do país era de 38,7%.**

No último ano, a Vivo também acelerou a preparação para atualizar os seus parques de conectividade montados em 4G para suportar a cobertura 5G. Dessa forma, todas as redes privadas que a operadora instalou que estão usando a quar-

ta geração de conexão móvel são passíveis de serem migradas para o 5G, se for necessário.

Desde dezembro de 2021, foi iniciada a expansão da rede 5G nas tecnologias SA/NSA, na frequência de 2.3GHz. Em julho de 2022, foi iniciada a expansão da rede de cobertura na frequência de 3.5GHz para todas as capitais do Brasil (considerada chave para a ampla aplicação do 5G e a mais usada e aprovada no mundo), seguindo assim o cronograma de liberação do espectro em cada localidade, em linha com as condições do leilão realizado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em 2021.

Desse modo, **a empresa conta com todas as condições necessárias para a prestação dos serviços de 5G e dos demais serviços e soluções, reforçando a liderança no segmento móvel.**

Em outubro de 2023, a Opensignal, empresa especializada na análise de redes móveis, divulgou um relatório que apontou a liderança consolidada das três operadoras que dominam o setor de telefonia móvel no Brasil no quesito



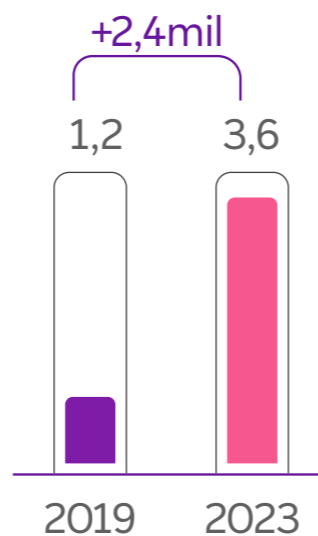


**melhoria da velocidade de download da rede 5G.** De acordo com o levantamento, a Vivo aumentou a sua velocidade média de download em **829%**.

Adicionalmente, assim como os outros vencedores do leilão realizado pela Anatel em 2021, relativo à implementação do 5G no Brasil, a Vivo deve cumprir contrapartidas sociais através da promoção do acesso 5G em todas as cidades do país com mais de 30 mil habitantes até 2029.

### COBERTURA 4.5G

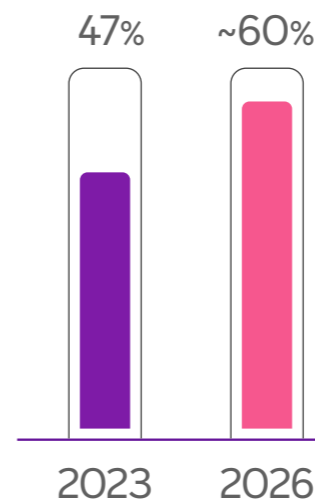
cidades (mil)



**~90%**  
da população coberta com 4.5G

### COBERTURA 5G

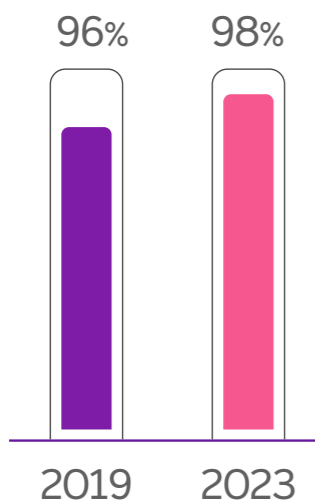
% da população



**173** cidades  
Maior cobertura populacional  
**\*5G**

### COBERTURA TOTAL

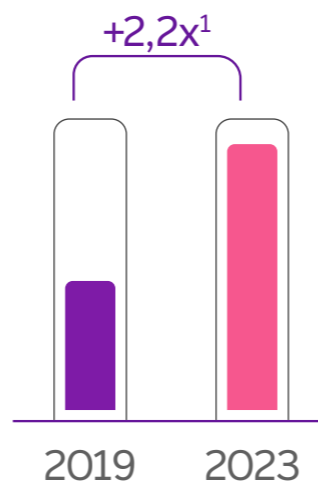
% população



**5 mil**  
cidades com cobertura móvel

### LIDERANÇA EM ESPECTRO

cidades (mil)



**Maior**  
compradora de espectro do Leilão 5G

<sup>1</sup> Não inclui bandas milimétricas

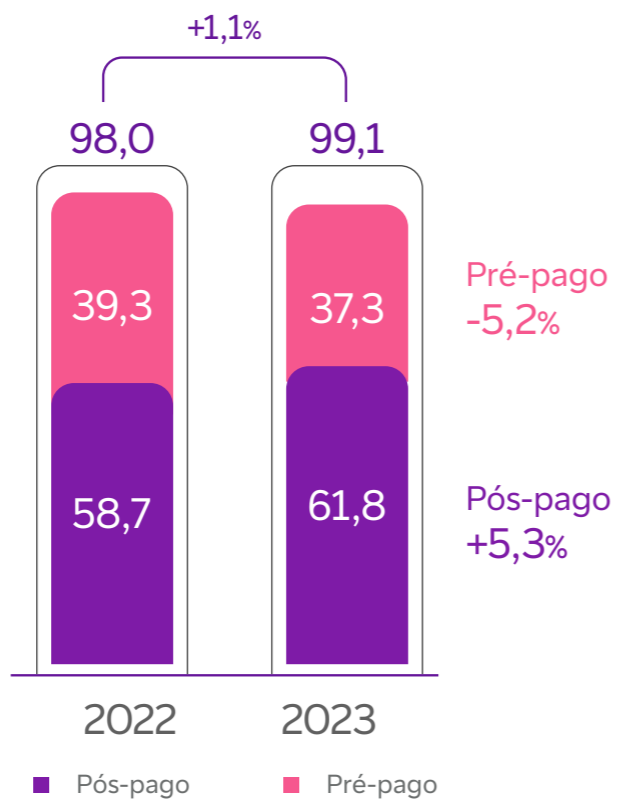




## DADOS OPERACIONAIS MÓVEIS



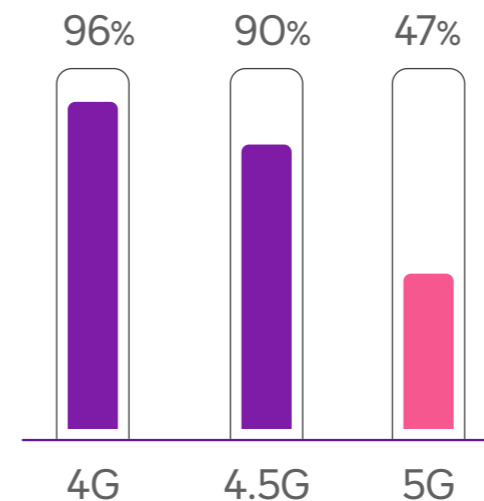
Nas medições da Umlaut (Best in Test), a Vivo venceu como melhor rede móvel do Brasil em termos de velocidade, latência e cobertura

ACESSOS MÓVEIS  
milhões

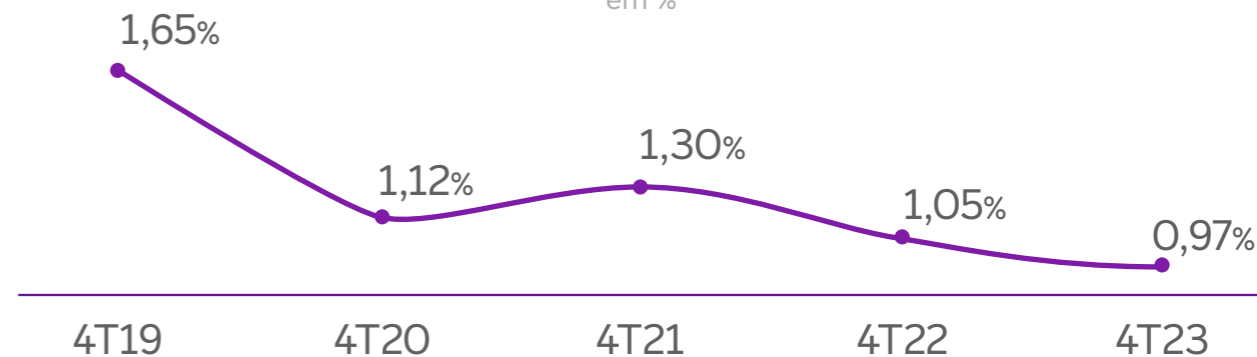
Maior base móvel do mercado, chegando a quase 100 milhões de acessos, dos quais **62 %** são pós-pago (+2,5 p.p. a/a)

## COBERTURA DE REDE MÓVEL 2023

% da população



**+38 %**  
de consumo de dados  
por cliente no 5G vs 4G

CHURN PÓS-PAGO<sup>1</sup>  
em %

1 – Ex-M2M. 2 – “Pós-pago puro”, não inclui planos de controle.



# Rede fixa

GRI 203-1, 203-2, 3-3 Tema material: Digitalização

**6,6 milhões**  
de clientes de banda  
larga fixa no total

**6,2 milhões**  
de clientes com  
serviços de fibra ótica

Com relação aos serviços de rede fixa, a Vivo fornece **banda larga fixa** por meio de tecnologias de fibra fiber to the home (FTTH), fiber to the curb (FTTC) e xDSL, com velocidades que variam de 1 Mbps a 1 Gbps. São cobertos 100% dos municípios da área de concessão no estado de São Paulo e centenas de outros em todo o Brasil, alcançando 958 municípios e **6,6 milhões de clientes de banda larga fixa no total, sendo 443 municípios e 6,2 milhões de clientes com serviços de fibra ótica** - a rede nacional de fibra da Vivo está em aproximadamente 29,4 milhões de lares, dos quais 26,2 milhões só com tecnologia FTTH. Essa escala na conectividade coloca a Companhia como a maior do Brasil em quantidade de clientes conectados.

Além da conectividade, são oferecidas **soluções de nuvem (cloud computing), tecnologia de informação (TI), equipamentos e cibersegurança**, entre outras, o que possibilita au-

xiliar empresas de diversos portes a digitalizarem suas operações. Isso, para a Companhia, gera forte receita de dados corporativos, tecnologia da informação e comunicação (TIC).

Na parte de rede fixa, a Companhia conta com a **FiBrasil**, que é uma vertente importante para expansão da rede de fibra da Vivo e encerrou o ano de 2023 com 4,3 milhões de homes passed. A FiBrasil permite que empresas que são clientes façam menores investimentos e tenham mais agilidade para entrar no mercado, substituindo o risco de um alto investimento inicial por um modelo menos intensivo de capital.

É uma iniciativa que acelera a cobertura de fibra em um país de grandes dimensões como o Brasil, representando uma oportunidade concreta para agilizar o acesso da população à internet de ultravelocidade em todas as localidades. A Vivo foi o primeiro cliente de atacado com contrato de dez anos e conta com a infraestrutura da FiBrasil para impulsionar o plano de expansão da rede no médio prazo. Desta forma, a Vivo estima alcançar 29 milhões de residências brasileiras em FTTH, até o final de 2024.

## INTERNET FIXA VIA 5G

A Vivo lançou em janeiro de 2024, um novo serviço de banda larga residencial, que utiliza a conexão 5G no lugar da tradicional fibra ótica. Nesse caso, a caixinha do Vivo Box recebe o sinal do 5G e o repassa aos demais aparelhos da residência por meio do Wi-Fi.

A Companhia já oferecia banda larga residencial neste formato, mas somente para clientes empresariais.

A premissa do novo Vivo Box está no FWA 5G, sigla que indica “acesso fixo sem fio”. O modo de funcionamento será um pouco similar aos antigos pen drives 3G, que eram colocados nos computadores para conceder acesso em qualquer localidade.

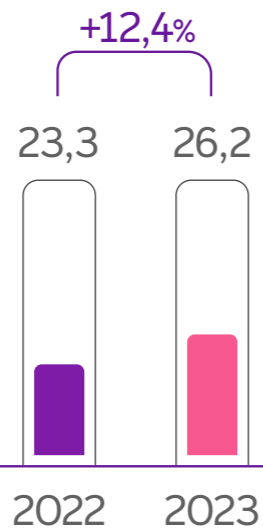




### EVOLUÇÃO DE HOMES PASSED

#### CASAS PASSADAS FTTH

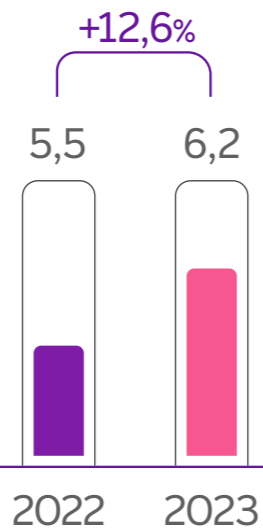
milhões



Vivo Fibra está presente em **443** cidades por todo Brasil (+34 a/a)

#### CASAS CONECTADAS FTTH

milhões

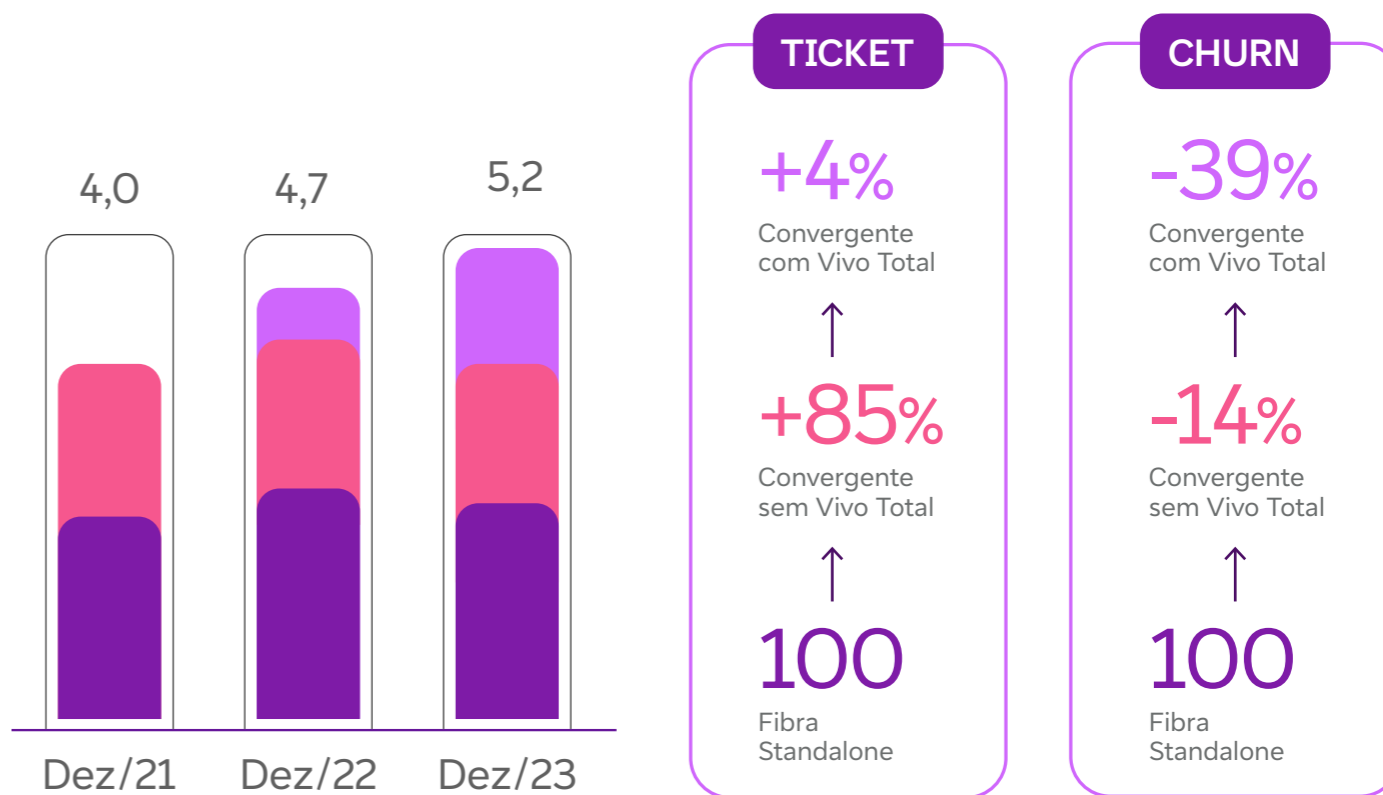


Em 2023, a Vivo adicionou **+692** mil novos acessos FTTH, liderando a atividade do mercado no período

Planos convergentes, com o melhor da Fibra e do 5G, completam o portfólio e aumentam o lifetime value.

### CONVERGÊNCIA DA BASE<sup>1</sup>

milhões



<sup>1</sup>Convergente = clientes móvel + FTTH sobre o parque de FTTH



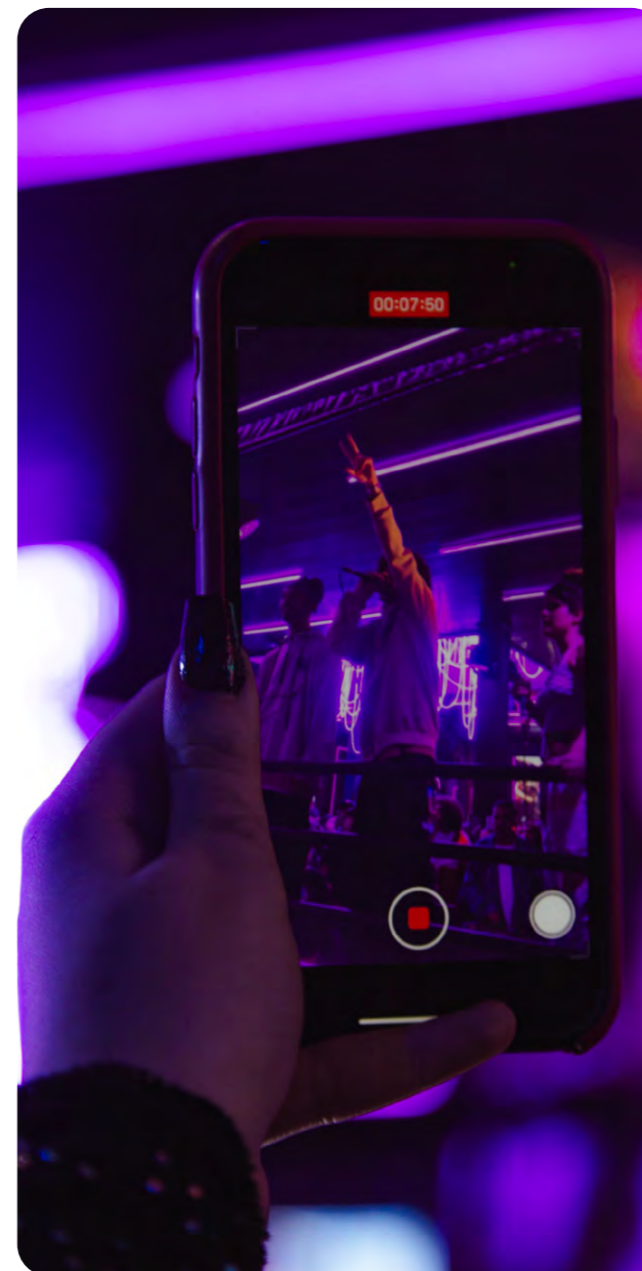
## Serviços de TV

Na parte de **TV por assinatura**, a Vivo oferece serviços de Internet Protocol Television (IPTV) por meio de uma rede fiber to the home (FTTH) para mais de 426 cidades em todo o Brasil, usando uma plataforma aberta, criada para revolucionar a forma como se entrega serviços de IPTV. Ao final de 2023, a empresa contava com 845 mil clientes de TV por assinatura, todos com tecnologia de IPTV com receita de R\$ 1,5 bilhões.

Em janeiro de 2023, a Companhia encerrou a operação de “direct to home” (DTH), desligando os últimos transponders que tinha com provedores de serviços de satélite. Por meio de um amplo plano de comunicação ao longo do ano, foi oferecida aos clientes a opção de migrar para o serviço de IPTV ou conexão OTT, dependendo da disponibilidade técnica de cada localidade. Foi um marco importante no processo evolutivo da empresa, que pode, assim, se concentrar exclusivamente na evolução do portfólio de TV baseada em IP.

### VIVO E PARCEIROS INOVAM COM TECNOLOGIA 5G NO THE TOWN

Realizado entre os dias 2 a 10 de setembro, o festival The Town reuniu milhares de pessoas no Autódromo de Interlagos, em São Paulo (SP), disponibilizando uma mega estrutura de rede para os visitantes, a fim de ampliar a cobertura e implementar soluções tecnológicas baseadas em conectividade 5G. A iniciativa possibilitou a entrada ao vivo dos repórteres na programação dos canais de TV aberta e fechada, por meio de quatro mochilinks – equipamentos móveis que permitem a transmissão de áudio e vídeo por meio da rede 5G da Vivo – disponibilizados aos profissionais da emissora.



## Pacto Digital

Temos comprometimento com a transformação digital, colocando as pessoas no centro de tudo. Criamos, globalmente, um Pacto Digital para auxiliar a reconstrução das sociedades e questões financeiras dentro de um cenário econômico, social e ambiental complexo. Nesse contexto, atuamos com o nosso terceiro manifesto para fortalecer a essencialidade da digitalização.

A primeira iniciativa foi em 2014, quando identificamos os desafios para garantir uma internet aberta e segura para todos. A segunda ação, que já indicava a criação de um pacto, aconteceu em 2018 para garantir que os benefícios da era digital chegassem a todos, inclusive com propostas de transformações significativas nos serviços públicos, sempre assegurando maior direito à privacidade e segurança digital.

A proposta de um pacto se tornou realidade e trabalhamos em prol da transformação do Brasil em um país cada vez mais digital, diminuindo, assim, os gaps sociais e tecnológicos. Com isso, elencamos, como Grupo, os Fundamentos do Pacto Digital com cinco pilares:



## OS FUNDAMENTOS DO PACTO DIGITAL

Promover a digitalização para uma sociedade e economia mais sustentáveis

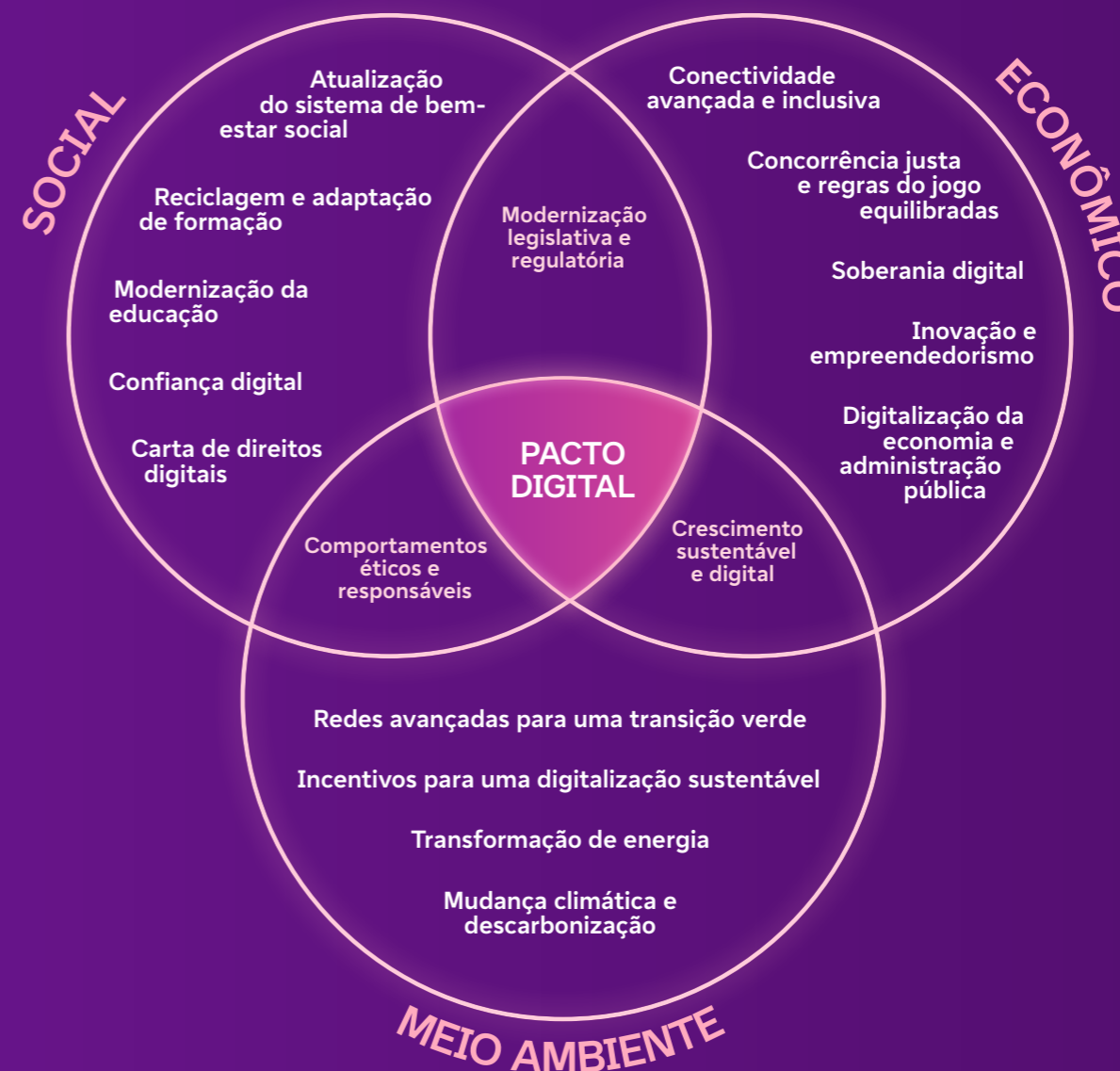
Garantir uma competição equilibrada

Construir uma conectividade inclusiva e sustentável

Abordar as desigualdades investindo em habilidades digitais e adaptando o estado de bem-estar

Melhorar a confiança por meio do uso ético e responsável da tecnologia

## EIXOS DE UMA DIGITALIZAÇÃO SUSTENTÁVEL



# #TemTudoNaVivo



## ODS

**1** ERRADICAÇÃO DA POBREZA



**9** INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA



**10** REDUÇÃO DAS DESIGALDADES



## Temas Materiais

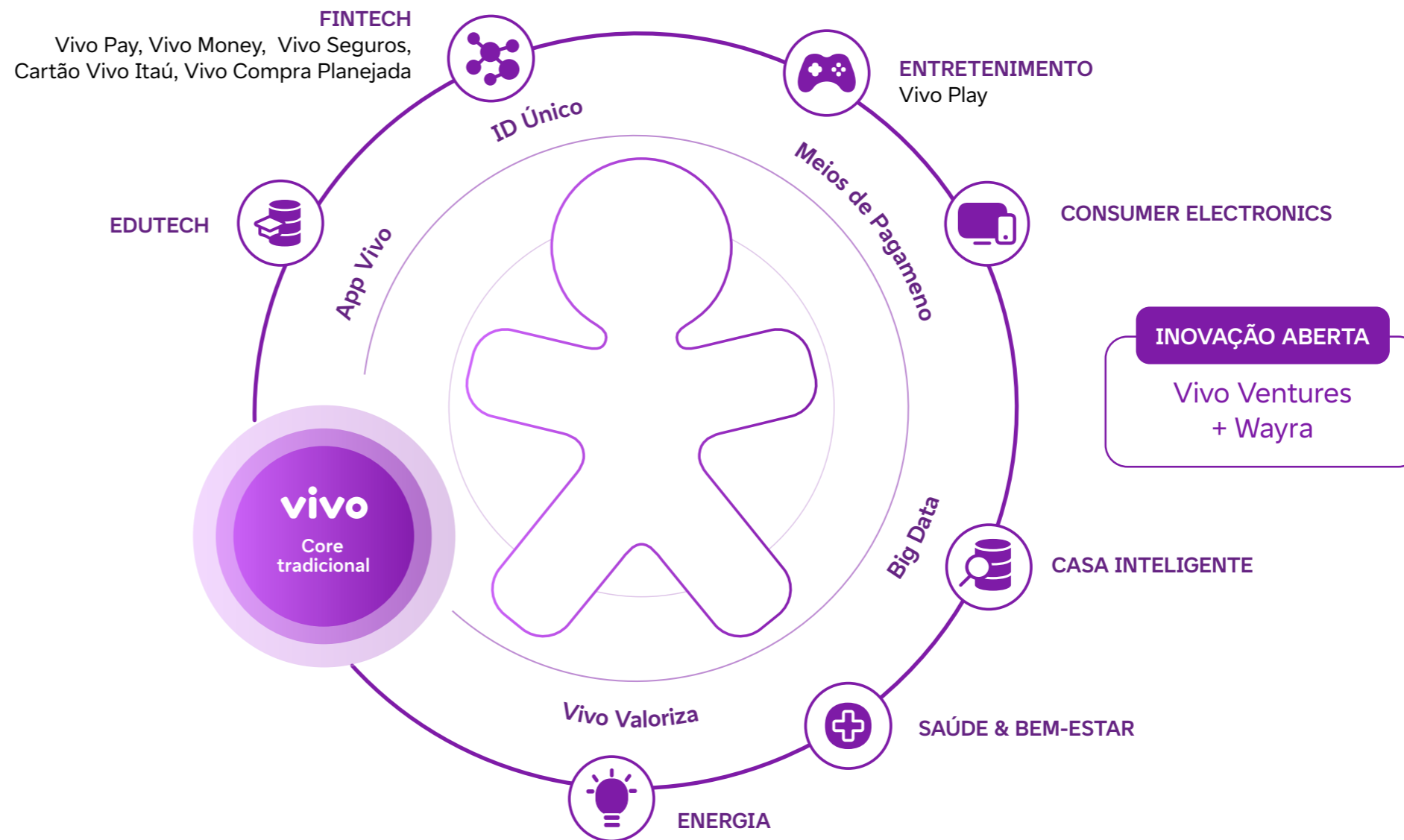
- Inovação
- Digitalização



# Ecosystema digital

A Vivo vem avançando, continuamente, para se consolidar como um **ecossistema de serviços digitais**, oferecendo, em um só lugar, conectividade, rede móvel e rede fixa, serviços de TV, internet das coisas (IoT), serviços de nuvem (cloud computing), outros serviços digitais (de segurança, saúde e bem-estar, educação, serviços financeiros, entretenimento, área rural), energia, aparelhos e acessórios, para clientes B2C e B2B, por vários canais – presenciais e digitais.

A ideia da Vivo é continuar promovendo uma verdadeira **transformação tecnológica**, ampliando o acesso de pessoas, empresas e organizações aos melhores produtos e serviços, ao mesmo tempo em que inova sua forma de fazer negócio. Combinados, os novos negócios já representam R\$ 1,3 bilhão, com crescimento anual acima de 40%.

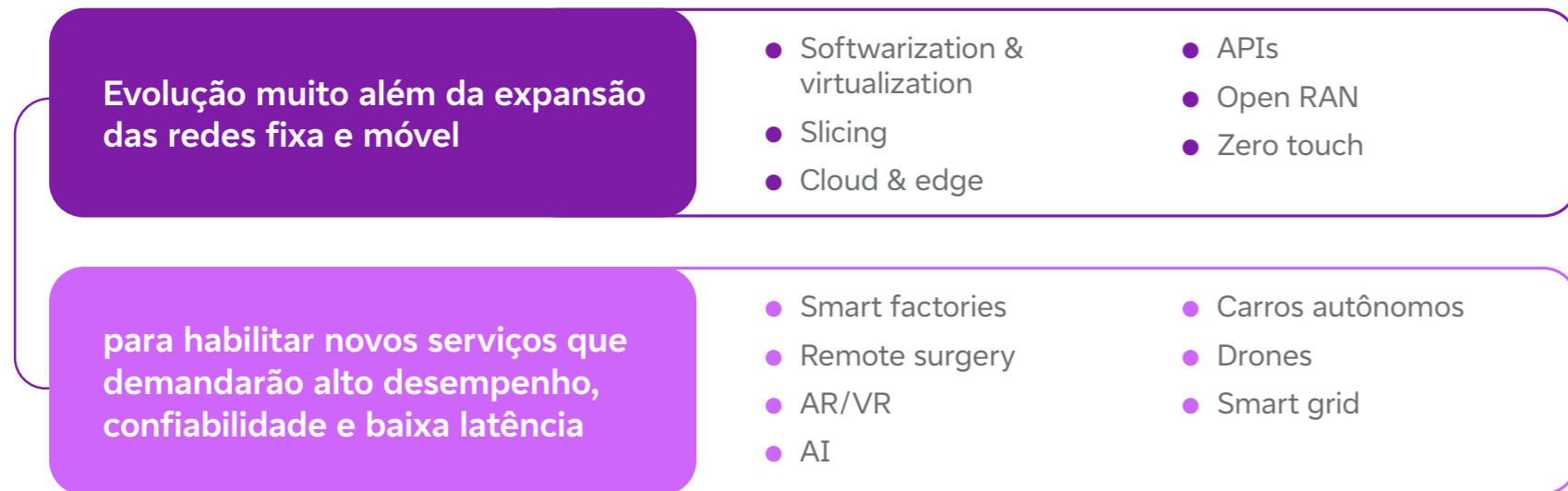




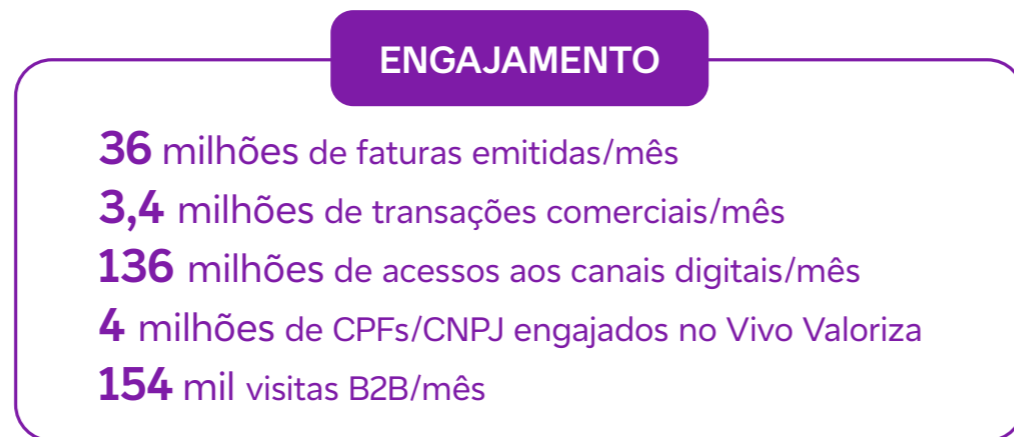


Estamos construindo a plataforma tecnológica do futuro para habilitar a nova onda de serviços digitais

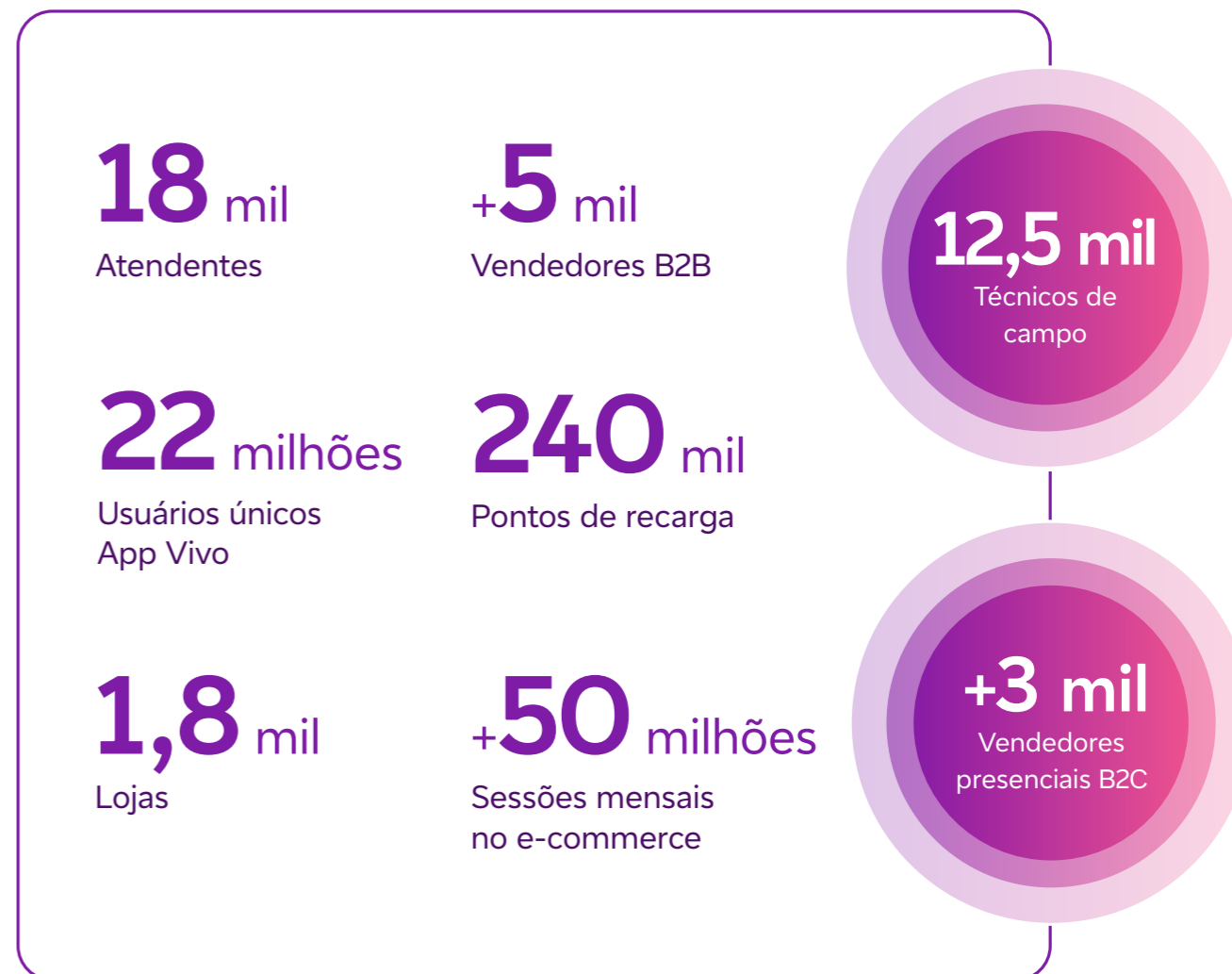
E uma potente combinação de canais, que nos permite seguir ampliando a relação com nossos clientes



Temos uma base de clientes única, com recorrência e alto engajamento



<sup>1</sup>Não inclui clientes pré-pago e serviços adicionais empacotados.





## Energia

Em dezembro de 2023, a Vivo anunciou a parceria com uma grande empresa do setor de geração de energia para a construção de uma Joint-Venture, focada na comercialização de soluções customizadas em energia renovável em todo o Brasil. O objetivo é capturar as oportunidades que surgirão com a nova fase da abertura no mercado livre de energia, iniciada em 1º de janeiro de 2024.

A partir de então, consumidores conectados à alta tensão podem aderir ao mercado livre, representando um mercado potencial de 72 mil novas empresas, entre fábricas, escritórios e estabelecimentos comerciais, segundo estudo feito pela **Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE)**.

A exploração desse potencial é o foco da Joint-Venture, que atuará no segmento de clientes com demanda inferior a 500 kW, preparando-se, inclusive, para atuar no segmento de baixa tensão e residencial em um cenário de abertura total do mercado de eletricidade brasileiro.

A nova empresa reunirá a experiência de duas das maiores marcas em seus segmentos: uma líder em comercialização de energia no Brasil e referência em geração de energia renovável, e a Vivo, líder do mercado brasileiro de telecomunicações, com 113 milhões de acessos, e uma plataforma digital, que, cada vez mais, atua em uma gama de ecossistemas nos segmentos B2C e B2B.

Dessa forma, os clientes terão a seu dispor uma nova empresa com profundo conhecimento em energia renovável, produtos e serviços alinhados às suas necessidades, capilaridade nacional e excelência no atendimento.

## B2C

### SAÚDE E BEM-ESTAR



#### OFERTA COMPLETA



3 mil  
clínicas/laboratórios

60  
especialidades

15 mil  
farmácias com  
descontos de até 35%

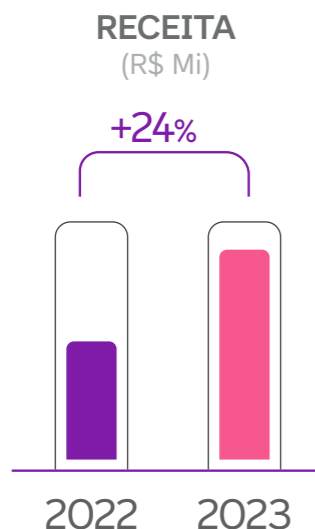
Em março de 2023, a Vivo anunciou a aquisição do **marketplace de serviços de saúde Vale Saúde Sempre**, expandindo sua presença em saúde e bem-estar, na qual já oferecia o Vida V e o app de meditação Atma, e fortalecendo o seu posicionamento como empresa que oferece serviços em áreas além de telecomunicações. A Vale Saúde Sempre é uma startup que atua como plataforma de serviços de saúde, conectando mais de 300 mil assinantes a uma ampla rede médico-hospitalar com cobertura nacional, mediante o pagamento de assinatura mensal. Consultas (presenciais ou telemedicina), exames laboratoriais e procedimentos cirúrgicos são disponibilizadas no marketplace, com preços acessíveis, em uma rede credenciada com milhares de laboratórios e clínicas médicas em todo o Brasil.

A Vale Saúde, plataforma de saúde em parceria com a Vale Saúde Sempre, dá acesso a uma ampla rede de serviços de saúde, por meio de um cartão pré-pago. Pode ser contratado por qual-



quer consumidor – inclusive por aqueles que ainda não são clientes da Vivo – e foi criado para facilitar e ampliar o acesso à saúde. O serviço pode ser contratado pelo site ou pelos canais internos Vivo (App Store, Ecosistema de Serviços, SMS, entre outros). **Desde agosto de 2023, o Vida V passou a denominar-se Vale Saúde.**

Já o **aplicativo Atma**, voltado a aspectos de meditação e mindfulness, tem a missão de ser o parceiro das pessoas na jornada em busca do autoconhecimento e da promoção do bem-estar, em pontos como alívio do estresse, controle da ansiedade, aumento do foco, dormir melhor, relaxar e cuidar da própria essência.



## EDUTECH (EDUCAÇÃO)

**48** cursos disponíveis | **38 mil** assinantes em dez/23

**+ 1.300** horas de conteúdo

Na área de educação, a Vivo quer contribuir com o conhecimento e com a preparação para um mercado de trabalho em acelerada transformação, aproveitando o alcance dos dispositivos móveis como ferramenta de inclusão social para **oferecer cursos exclusivos e de qualidade com valores acessíveis.**

A empresa tem a **Vivae**, uma plataforma de educação com foco em empregabilidade, com 48 cursos focados na profissionalização e na capacitação para o mercado de trabalho. É uma Joint-Venture da Vivo, em parceria com uma das maiores organizações educacionais privadas de ensino do Brasil, em um modelo de coparticipação, no qual cada sócio detém 50% do controle da nova empresa.

Com isso, a Vivae procura **contribuir com a educação e profissionalização dos brasileiros que estão começando suas jornadas no mercado de trabalho, por meio de uma plataforma 100% digital.** O aplicativo possui diferentes trilhas de cursos que podem ser percorridas pelo usuário, a partir das habilidades e formações que deseja adquirir.

As aulas são realizadas em formatos intermediáticos, utilizando diferentes recursos. Além das formações, o aplicativo também apresenta vagas de emprego nas diferentes áreas profissionais, conectando os estudantes às oportunidades do mercado.

### VIVO OFERECE CURSOS DE CAPACITAÇÃO EM PARCERIA COM PLATAFORMA DE MÍDIA SOCIAL DE NEGÓCIOS E EMPREGO

A Vivo mantém parceria com a rede social profissional, para **disponibilização de cursos gratuitos** para os usuários do serviço de streaming da Companhia (Vivo Play).

Com a parceria, os clientes do Vivo Play podem assistir, sem custo adicional, uma variedade de cursos administrados por especialistas do LinkedIn Learning, pela televisão de casa ou pelo computador. São cursos voltados para habilidades profissionais e pessoais.

Essa é mais uma das estratégias de consolidar a Vivo como um ecossistema de serviços digitais, com serviços inovadores e relevantes para os diversos perfis da base de clientes.

Os interessados podem acessar as capacitações pelo menu “Aplicativos”, no codificador Vivo.



## FINTECH (SERVIÇOS FINANCEIROS)

**241 mil**  
cartões emitidos

**>55 mil**  
contratações  
de crédito

**>R\$ 100 mi**  
de receita em 2023

**~500 mil**  
smartphones  
segurados

**R\$ 358 mi**  
de carteira de  
empréstimo pessoal

Há, uma grande parcela de pessoas desbancarizadas no país, além de uma crescente procura por soluções de crédito. Muitos são clientes Vivo, têm proximidade com a marca e fazem recargas de crédito pré-pago todos os meses. Por isso, a Companhia tem desenvolvido soluções para contribuir com a inclusão financeira e fomentar o ecossistema da Vivo com novas oportunidades de negócio.

O portfólio de produtos financeiros da Vivo está sob o guarda-chuva da marca Vivo Pay e se concentrará dentro do App Vivo numa seção específica para os produtos de fintech. Nessa seção, o cliente encontra os produtos atuais como Seguros, Empréstimo Pessoal, Parcela Pix e cartões, além de futuros novos serviços do portfólio.

Na parte de crédito, a Vivo oferece o serviço de empréstimo pessoal disponível para quem pre-

cisa de uma ajuda financeira extra, direcionado para clientes que já possuem algum serviço da Vivo. O valor do empréstimo pode variar entre R\$ 500 e R\$ 50 mil, a ser pago em até 36x, com taxas competitivas, sempre levando em consideração o comportamento de crédito de cada cliente. A contratação e acompanhamento dos detalhes pelo cliente é totalmente online. O empréstimo pessoal da Vivo encerrou 2023 com R\$ 358 milhões em carteira, valor 96% superior ao ano anterior.

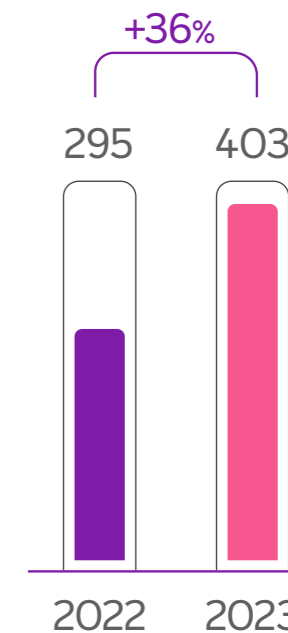
Também no segmento financeiro de crédito, a Vivo oferece o **cartão de crédito Vivo Itaú**, pelo qual os clientes têm acesso a diferenciais nas compras realizadas na Vivo, como o parcelamento em até 18x sem juros e cashback de 10%. Este benefício pode ser utilizado não só para a compra de aparelhos, mas também para outros eletrônicos como tablets, notebooks e acessórios. Há ainda a possibilidade, nas lojas

físicas, de contratar o cartão no momento da compra do celular, com limite em dobro para a primeira compra, ampliando o poder de compra dos clientes da Companhia.

Na linha de seguros, o **Vivo Seguro Celular** é o carro-chefe e oferece proteção contra roubo, furto simples e qualificado, além de danos acidentais, em parceria com uma das maiores seguradoras multinacionais do mundo. O seguro móvel, em parceria com uma seguradora, pode ser concedido a todos os clientes para proteger seus smartphones, além de aparelhos eletrônicos como notebooks, smartwatches e tablets.

Além do tradicional seguro celular com valor de cobertura de 100% do aparelho, foi lançado um seguro essencial que oferece cobertura de até R\$ 2000 por apenas R\$ 9,90 ao mês, valor super econômico para beneficiar os clientes da Vivo.

**RECEITA**  
R\$ mi





~20% de penetração do Cartão Vivo Itaú na venda de smartphones em lojas

1 em 5 smartphones vendidos tem um produto de seguro

A Vivo, juntamente com a fintech Klubi, está ofertando o consórcio para compra de celular. Pré-lançado em agosto de 2023, nessa primeira fase serão sendo ofertados aos clientes planos de 24 meses para celulares que custam entre R\$ 2 mil e R\$ 10 mil. A Klubi é beneficiária do Vivo Ventures, o braço de corporate venture capital (CVC) da Vivo.

O objetivo da iniciativa é reinventar a contratação de consórcio, com um processo 100% digital, taxa de administração única e atendimento pelo WhatsApp. Nesse sentido, a proposta é eliminar a intermediação nas vendas da modalidade, hoje concentrada em grandes bancos, montadoras e administradoras independentes.

### ENTRETENIMENTO

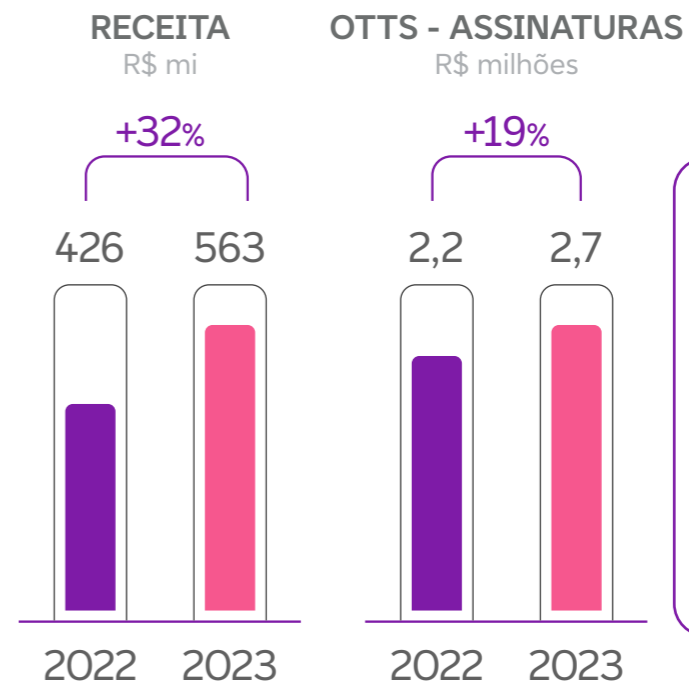
Em entretenimento, a Vivo busca facilitar a experiência dos clientes, oferecendo uma ampla variedade de assinaturas de conteúdo, com parcerias estratégicas junto às maiores empresas de streaming do mundo e integrando o consumo em um só lugar, por meio do Vivo Play App.

O Vivo Play proporciona uma experiência integrada, agregando diversos parceiros para levar sempre o melhor do conteúdo aos clientes.

Com o Vivo Play, os serviços digitais ganharam mais exposição, uma vez que a plataforma representa mais uma janela de comunicação das ofertas e serviços.

### LOJA ONLINE VIVO

Na loja online, hoje denominada store.vivo (B2C) e lojaempresas.vivo (B2B), o cliente pode adquirir produtos que são core na empresa. O foco desses dois ambientes é ofertar diversas soluções, incluindo a linha de produtos da Ovvi, marca própria da Vivo. E para todo portfólio de serviços core telecom, temos o vivo.com.br, que atende



Fatura como meio de pagamento  
Redução de 10% no churn  
CAC próximo de zero  
Parceria com os principais OTTs

**VIVO PLAY**

+4x assinaturas em 2023

Vivo Play Stick  
Lançado em jan/2024  
Sem CAPEX de instalação



## CONSUMER ELECTRONICS

### NOVAS CATEGORIAS CONSUMER ELECTRONICS

Crescimento de receita em 2023 (a/a)

Essenciais  
**+40%**

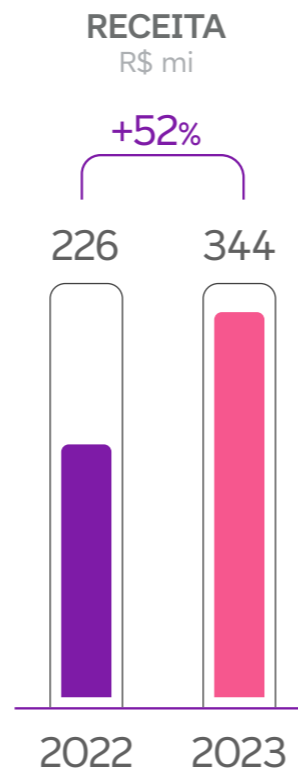
Casa Inteligente  
**+118%**

Notebooks e tablets  
**+10%**

Bem-estar  
**+35%**

Áudio  
**+30%**

Games  
**+20x**



os mercados de B2C e B2B, com a missão de disponibilizar todo portfólio de serviços core de forma simples e prática a todos clientes.

### OVVI

É uma **marca premium de acessórios de tecnologia**. Comercializa capas protetoras para celulares, películas, cabos, carregadores de bateria, powerbanks (que funcionam como carregadores portáteis), adaptadores para carros, entre outros. A Vivo foi a primeira empresa de telecomunicações brasileira a lançar uma linha própria de acessórios periféricos para smartphones e eletrônicos. A Companhia busca, dessa forma, oferecer produtos, a preço justo, para que os clientes possam incrementar e proteger seus dispositivos com acessórios de alta performance e design refinado.

Os produtos estão disponíveis em pontos próprios, nas lojas físicas da Vivo e no e-commerce da Companhia. Além disso, conta com uma linha de produtos sustentáveis, feitos de materiais ecológicos, recicláveis, biodegradáveis e que não agridem o meio ambiente.

### CASA INTELIGENTE

Trata-se de uma solução que combina a venda de dispositivos inteligentes e de conectividade a serviços de instalação e configuração de rotina. Tudo é executado por nossos técnicos especializados, com o oferecimento de serviços de suporte remoto a eletrônicos 24h, todos os dias da semana.

A Vivo Casa Inteligente tem um aplicativo exclusivo e extremamente amigável, para o gerenciamento de dispositivos inteligentes, e cenas de rotina que integra a maioria dos produtos do mercado.

Tudo isso se torna viável graças ao uso da **tecnologia** para integrar recursos e programá-los para que possam ser usados por meio de poucos comandos ou em horários definidos. Toda a comunicação entre os dispositivos na casa inteligente acontece em função do recurso de internet das coisas (IoT - Internet of Things, em inglês), baseado no conceito de utilizar a internet para se comunicar com dispositivos inteligentes.

OVVI

> **40** milhões

de receita em 2023, no primeiro ano de operação



Dessa forma, o cliente passa a ter um lar ainda mais conectado e inteligente, com atalhos digitais, atendimento presencial e remoto, comandos de voz, iluminação e som personalizados, garantindo uma **rotina automatizada**, com maior praticidade, comodidade e conforto.

### DISPOSITIVOS

**40%**  
de devices  
vendidos em  
2023

>50 lojas reformadas com experiência de Casa Inteligente

#### Categorias:

lâmpadas, câmeras, balanças, entre outros.

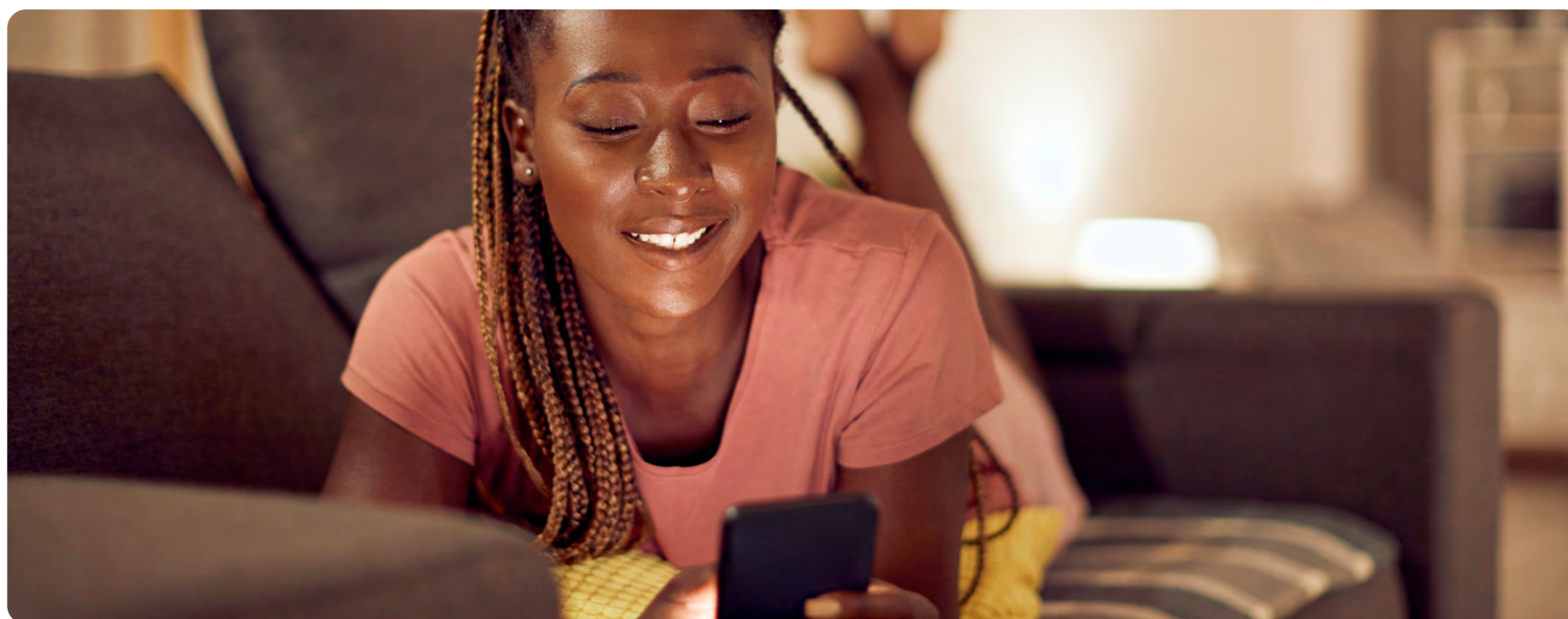
### CASA INTELIGENTE

Receita casa inteligente em 2023  
**+112%**  
(R\$ mi)



#### App Casa inteligente

Lançamento em fevereiro de 2024  
Permite gestão integrada dos dispositivos vendidos pela Vivo



### SERVIÇOS

**+64%**  
de serviços  
contratados  
em 2023

#### Vivo Guru:

serviço remoto de suporte e instalação

#### Lojas e técnicos de campo:

principais canais de venda



# B2B



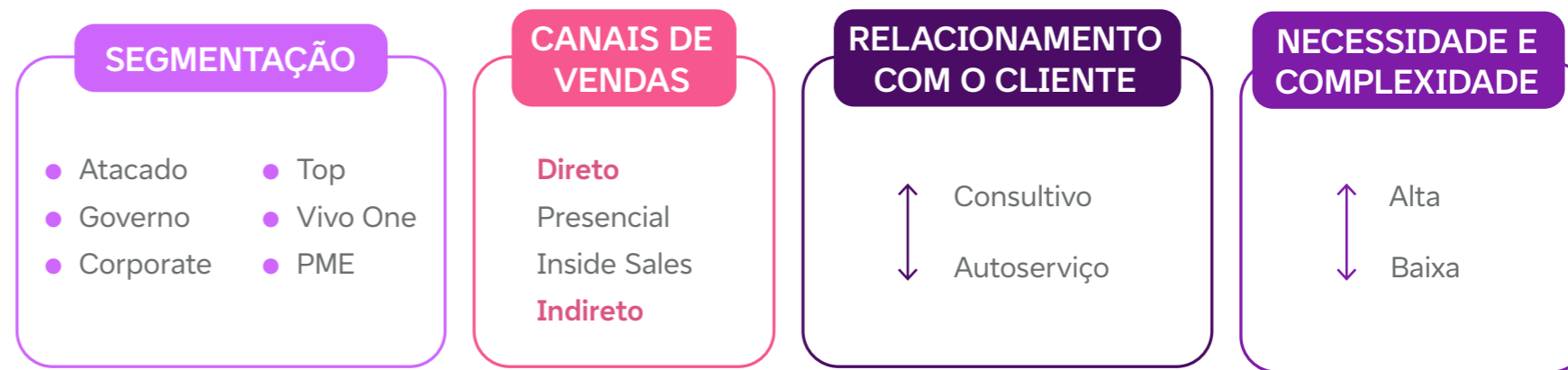
**TELECOM**

- Móvel
- Banda Larga
- Dados
- M2M
- Voz
- Aparelhos

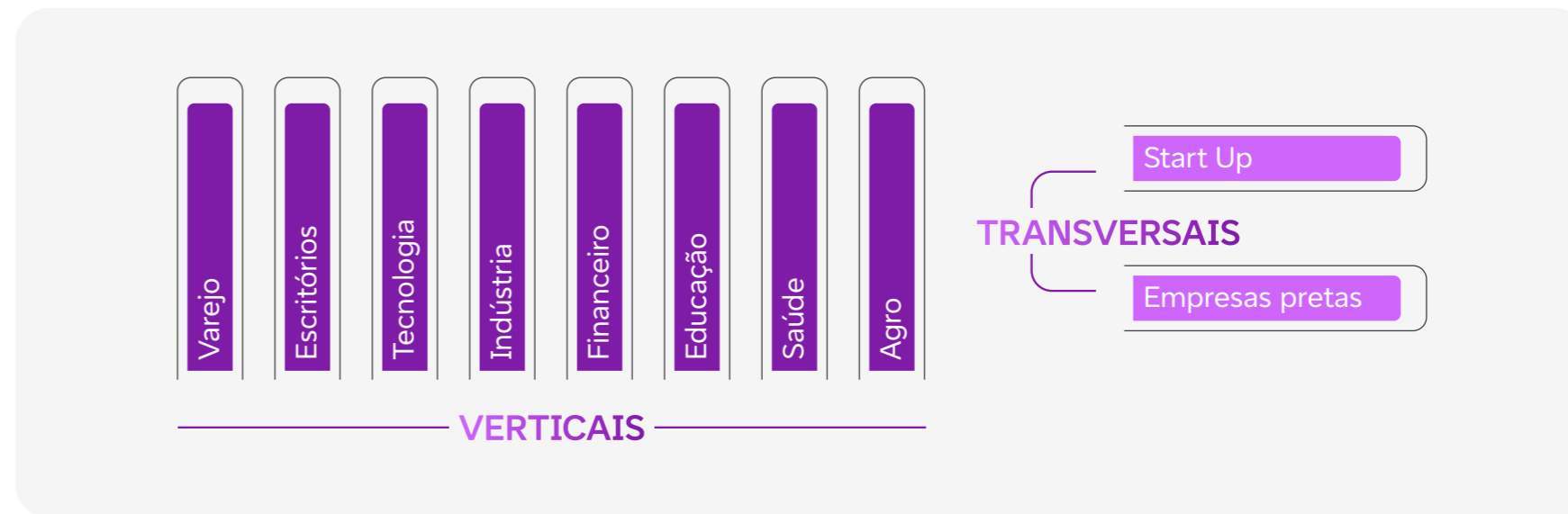
**SERVIÇOS DIGITAIS**

- Cyber Segurança
- TI & Cloud
- IoT & Big Data
- Networking

Na Vivo, os clientes recebem atenção segmentada garantindo assim maior especialização e excelência no atendimento



+







A Vivo tem se posicionado como um agente relevante no mercado de tecnologia empresarial. A estratégia Business to Business (B2B) da Companhia está estruturada para **entregar os melhores serviços e soluções de telecomunicações e Tecnologia da Informação de maneira segmentada**, com suporte contínuo e capilarizado, o que tem impulsionado a evolução de sua relação comercial com outras empresas nos últimos anos.

Tudo isso é resultado do direcionamento da Vivo em ser **a melhor parceira tecnológica para digitalização de empresas e seus colaboradores**, independentemente do tamanho e setor de atuação, garantindo que tudo possa ser encontrado em um só lugar.

Hoje a Companhia oferece a outras empresas serviços de **nuvem, cibersegurança, internet das coisas (IoT), big data, mensageria e venda e aluguel de equipamentos**. Assim, a Vivo cumpre papel importante no mercado através da digitalização, em alta escala, de organizações públicas e privadas em todo o país.

Em 2023, a Vivo se consolidou como um fornecedor completo de tecnologia para o mercado B2B, tornando-se um grande parceiro das empresas. A Companhia fechou o ano somando uma **base total de 1,6 milhão de clientes, mais de 30 milhões de acessos** - Móvel, M2M, Banda Larga, Voz, Serviços Digitais, Dados entre

outros. **Hoje a Vivo mantém um ecossistema de parceiros especializados, o que reforça a proposta de valor da Companhia.**

Esses resultados foram desdobramentos da estratégia da Companhia de criar empresas vinculadas a ela e que atuam em diversas frentes de negócio, tais como cibersegurança, consultoria, gestão e operação, entre outras.

Atualmente, a Vivo mantém quatro vetores principais de atuação: **totalização**, para estimular o cliente a completar a sua jornada na aquisição de produtos e serviços móvel e internet; **digitalização**, para aproximar clientes de novos portfólios de TI; **Add On**, onde são oferecidos equipamentos, revendas e parcerias e **colaboração**, em que a Companhia trabalha junto a parceiros e clientes para a diferenciação de resultados.

A Vivo conta com uma força de vendas capitaneada por mais de 5 mil consultores que atendem de forma regionalizada e segmentada. A partir disso, a Companhia tem dado tração à operação B2B nos setores de finanças, varejo, utilities, indústrias, serviços e educação, além de saúde e tecnologia para oferecer **um portfólio robusto, completo e com parceiros relevantes.**

Para atender a clientes de diversos tamanhos, a Companhia modula serviços de acordo com a necessidade de cada empresa.

A Vivo está preparada para dar apoio desde **Pequenas e Médias Empresas (PME)** - por meio de parceiros que revendem os seus serviços - passando pela **Vivo One**, um segmento que oferece soluções para a realização de vendas de maneira remota, até o **Top e o Corporate**, que corresponde a contas médias, grandes e Governo.

Pensando no futuro, a Companhia tem realizado, no presente, experiências exitosas com o uso de 5G nas operações de empresas em diversos setores, sobretudo com o uso de alta tecnologia para automação de processos, algo fundamental na indústria 4.0. Com isso, a Vivo se prepara para dar saltos ainda maiores, posicionando-se na dianteira do processo de transformação digital de indústrias e organizações.

Em 2023, os serviços digitais para empresas geraram R\$ 3.374 milhões em receitas (+25,4% a/a), representando 6,5% da receita total da Vivo no período (+0,9 p.p. a/a), convertendo a área em um motor de crescimento da Companhia como um todo.

Dessa maneira, com forte crescimento e sustentabilidade em seus negócios B2B, **a Vivo segue se consolidando como a principal parceira digital das empresas.**

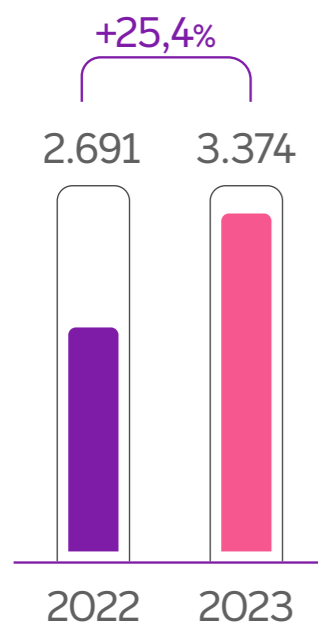
Confira em mais detalhes como a Companhia atua no mercado B2B e o seu desempenho em 2023:



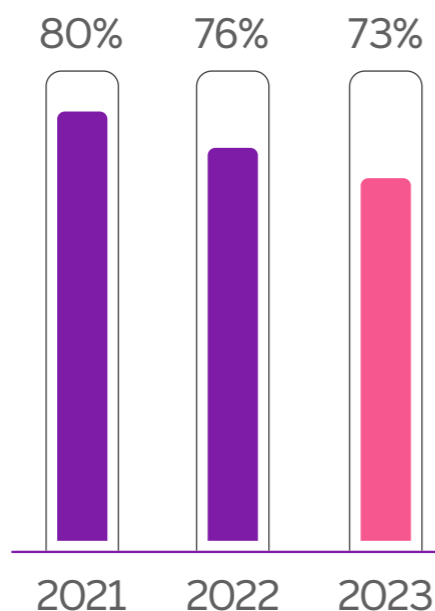
# O B2B da Vivo em números

## MIX DE RECEITA TOTAL B2B

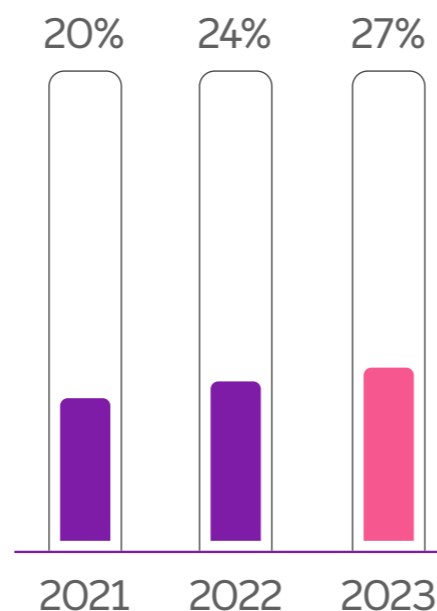
RECEITA DIGITAL B2B (R\$ Mi)



TELECOM <sup>1</sup> em %



SERVIÇOS DIGITAIS <sup>2</sup> em %



O melhor parceiro tecnológico de empresas no Brasil, pronto para atender clientes de diversos setores e tamanhos. Tudo em um só lugar.

Ecosistema com **40** parceiros especializados e com relevância no mercado

**10,5%** de Taxa de Crescimento Anual Composta (CAGR)

Receita Digital R\$ **3,4** milhões (+25,4%)

**1,6** milhão de clientes

<sup>1</sup> Considera a totalidade da receita B2B da Vivo, excluindo os serviços digitais.

<sup>2</sup> Digital considera receitas de cloud, cibersegurança, IoT/Mensageria e TI.





## B2B

### DESTAQUES B2B

#### VIVO APROXIMA

Em 2023, a Vivo realizou nova rodada de eventos de tecnologia do Vivo Aproxima, que leva até as pessoas a união entre parceiros estratégicos e um time de especialistas que discutem tendências e particularidades relativos às soluções exclusivamente desenvolvidas para atender aos desafios e às necessidades dos negócios. Os eventos passaram por 05 cidades brasileiras em 2023 (Fortaleza, Brasília, Goiânia, Campinas e Belo Horizonte), com painéis específicos, tais como “Experiência do cliente e o uso inteligente de dados”, “Eficiência operacional e redução de custos”, “Cibersegurança e a continuidade dos negócios” e “A importância do “TasS” – Talent as a Service”.

#### PODCAST “APROXIMANDO IDEIAS”

Em agosto de 2023, o Vivo Empresas anunciou o lançamento da segunda temporada do podcast “Aproximando ideias”, desta vez com foco direcionado ao segmento pequenas e médias empresas (PME). O programa faz parte da estratégia de aproximação do Vivo Empresas com o público corporativo, por meio da produção de conteúdo rico sobre business e informações sobre as principais tecnologias digitais voltadas para as organizações.

#### VIVO MEU NEGÓCIO E VIVO GESTÃO DE VENDAS

A Vivo tem ampliado sua estratégia de atuação junto às micro, pequenas e médias empresas do País. Com o **Vivo Meu Negócio**, um ecossistema digital exclusivo e dedicado, os pequenos empreendedores têm acesso facilitado a serviços que dão suporte à entrada e à manutenção no ambiente online, democratizando o ponto de partida rumo à digitalização.

O Vivo Meu Negócio parte da conectividade e se complementa com soluções cuidadosamente desenvolvidas – em parceria com importantes players de mercado –, para todos os desafios do negócio: desde o momento de abrir a empresa, passando por soluções ágeis de gestão, custos e despesas até ferramentas para presença na web com criação de site, registro de domínio, hospedagem e estratégia SEO.

Para saber mais e ouvir o podcast, clique aqui



Para saber mais sobre Vivo Meu negócio e Vivo Gestão de Vendas clique aqui



#### VIVO NO ENCONTRO NACIONAL DE EMPRESAS JUNIORES

De 14 a 17 de setembro, a Vivo participou do Encontro Nacional de Empresas Juniores, que aconteceu no Rio de Janeiro (RJ). No evento, foram discutidos temas como propósito, cultura e aprendizados de carreira da Companhia.

O evento é organizado pela confederação Brasil Júnior e busca fomentar a cultura empreendedora no Brasil e debater soluções inovadoras, por meio da educação, diversidade e inclusão. É um dos maiores eventos nacionais de empreendedorismo jovem do Brasil, com palestras, workshops, networking e cases de sucesso.



## eSIM

O eSIM é uma versão digital do chip físico, e vem sendo cada vez mais utilizado no universo corporativo. Trata-se de um componente embutido diretamente na placa do telefone, dispensando a necessidade de se inserir qualquer peça no aparelho. Ele desempenha a mesma função de um SIM tradicional, exceto pelo fato de ser programável e fisicamente conectado, por meio de solda, à placa-mãe do smartphone.

## IOT: AUTOMÓVEL CONECTADO

O **carro conectado** é capaz de se ligar a dispositivos próximos por meio de redes sem fio e representa um futuro da mobilidade que já chegou, sobretudo com o advento da cobertura 5G e com a disseminação da Internet das Coisas (IoT).

A Vivo Empresas é parceira tecnológica de uma empresa do setor automobilístico para seu modelo de carro com a conexão #M2M (machine to machine), do sistema de conectividade veicular Bluelink. Essa tecnologia possibilita a transmissão de dados entre múltiplos equipamentos, sem interferência humana. Com isso, o SIM IoT embar-

cado permite a fabricação e os testes do sistema de qualquer lugar do mundo, dando total liberdade à montadora sobre sua cadeia produtiva.

## VIVO AGRO

Em 2023, a Vivo anunciou novas soluções com base na **Internet das Coisas (IoT)**, **Inteligência Artificial** e **Big Data** para o setor rural. Essas novidades foram apresentadas pela operadora durante a **Agrishow**, em Ribeirão Preto (SP).

A Companhia conta com uma linha de negócio chamada **Vivo Agro**, que tem como base a criação e oferta de soluções para otimizar o processo de produção agrícola.

Um importante lançamento da Companhia em 2023, foi o **Vivo Maquinário Inteligente**, que tem o objetivo melhorar a operação de maquinários pesados por meio da captação de telemetria para propiciar maior controle do agricultor.

Outra novidade é o **Vivo Clima Inteligente**, instrumento que auxilia o agricultor na escolha do melhor momento para fazer o manejo, o plantio e a colheita em sua fazenda.

Um importante lançamento da Companhia em 2023, foi o **Vivo Maquinário Inteligente** que tem o objetivo melhorar a operação de maquinários

Para monitorar o desenvolvimento dos animais, a Vivo oferece a **plataforma de gestão pecuária de corte e leiteira**, que mostra indicadores de manejo por meio de bastão, brincos eletrônicos, cerca e balança.

Há também **redes NB-IoT e LTE-M que suportam aparelhos IoT**, sendo a primeira indicada para itens estáticos, enquanto a segunda se mostra melhor opção para aparelhos como telemetria. A Vivo também conta com um portfólio de redes privadas, para entregar maior ganho de eficiência desde o início do cultivo.

Por fim, a **Vivo firmou uma parceria com a Broto** (plataforma digital de uma grande instituição financeira, com foco no agronegócio), que oferece ao agricultor um acesso mais fácil aos serviços desenvolvidos para o setor.

## FORTALECENDO A ATUAÇÃO COMO INTEGRADORA DIGITAL

Em 30 de novembro de 2023, a Telefônica Infraestrutura e Segurança (TIS), subsidiária indireta da Vivo, finalizou a **incorporação da Vita IT, concluindo, assim, uma operação que foi firmada em agosto de 2022. A Telefônica Infraestrutura e Segurança é uma subsidiária da Telefônica que atua como provedora de serviços integrados de segurança perimetral. Já a Vita IT é uma integradora de soluções para empresas de diferentes portes, provendo serviços profissionais e gerenciados de networking, além de revenda de hardware e software** do mesmo segmento.

Essa empresa foi adquirida pela operadora em 2022, em uma estratégia da TIS no mercado de redes corporativas, especialmente relacionada a equipamentos como switches, roteadores e pontos de acesso Wi-Fi.

A incorporação fortalece o posicionamento da Companhia no mercado de networking e possibilita uma maior eficiência operacional, aumen-



to da escala dos negócios, além da padronização na prestação de determinados serviços de tecnologia da informação.

A mudança não afeta as atividades que eram desempenhadas pela Vita IT. Além disso, a marca “Vivo Vita” vai se manter, passando a ser explorada pela TIS.

Ainda em 2022 a transação foi aprovada sem restrições pela Superintendência-Geral do Con-

selho Administrativo de Defesa Econômica (CADE). À época, o negócio foi defendido por ambas as empresas, sob a justificativa de que havia sinergia para a união de forças. A incorporação representa uma oportunidade de acelerar os planos de se capacitar em serviços profissionais e gerenciados, bem como potencializar a capacidade da Telefônica no segmento de venda de software e hardware.

## Canais de relacionamento

A Vivo possui uma combinação única e integrada de canais físicos e digitais, com o objetivo de oferecer uma experiência rica e completa aos clientes e impulsionar, assim, a sua estratégia de transformação digital.

### CANAIS FÍSICOS E REMOTOS

Lojas Vivo  
Vivo em Casa  
Revendas  
Canal Varejo  
Vendas Porta a Porta (PAP)  
Televendas Outbound

### CANAIS E PLATAFORMAS DIGITAIS

App  
Aura  
Vivo Valoriza

## Canais físicos e remotos

Lojas físicas vêm se transformando em pontos de experimentação, com amplo portfólio de produtos, novos layouts e formatos de exposição

A Companhia fechou o ano de 2023 com uma **rede de distribuição comercial** assertivamente distribuída, com **252 pontos de venda próprios**, em todo o Brasil. Há, também, 1.581 pontos de venda geridos por revendedores autorizados exclusivos, mantendo **uma sólida estratégia de capilaridade, que contribuiu para a posição de liderança da Vivo no mercado brasileiro**. A Companhia leva seus produtos, serviços e soluções aos clientes por meio dos seguintes canais físicos:



+ de **50%**  
das lojas próprias  
reformuladas

**82%**  
crescimento em  
eletrônicos nas lojas  
novo conceito

Jornadas simplificadas  
por IA

Para saber mais sobre  
a Casa Vivo clique  
aqui e acesse



## CASA VIVO

A **Casa Vivo** é um espaço único e diferenciado que materializa o novo posicionamento da Vivo de uma empresa focada em tecnologia. Inaugurada em maio de 2023 na cidade de São Paulo (SP) com área de 443m<sup>2</sup>, o projeto conta com design minimalista e linhas orgânicas. Além da flexibilidade de exposição e ampla degustação de produtos, o espaço promove uma área de **Casa Inteligente** amplificada que proporciona uma experiência imersiva de automatização residencial através de diferentes dispositivos eletrônicos e rotinas pré-definidas.

## LOJAS VIVO

A Vivo fechou o ano de 2023 com **1.833 lojas físicas** no Brasil. Com um projeto arquitetônico inovador, as lojas contam com **ambientação** que favorece a exposição de produtos e serviços como a ultravelocidade de Vivo Fibra e a plataforma de entretenimento Vivo Play, além da vivência no espaço Casa Inteligente e no ambiente pet friendly, que conta com dispositivos inteligentes que podem auxiliar a rotina dos tutores com os animais de estimação.

As lojas oferecem **demonstrações de produtos**, como smartphones, smartwatches, notebooks, acessórios, dispositivos para casa conectada, equipamentos de áudio, acessórios para gamers, dentre outros. Além disso, também podem ser realizadas contratações dos serviços da Vivo de telefonia móvel e fixa, TV por assinatura, Banda Larga e 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.

As lojas estão equipadas, por fim, com a **Rádio Vivo**, que traz uma experiência sonora única para seus clientes, com uma curadoria musical interligada com os atributos da marca – democrática, diversa e inclusiva.

## VIVO EM CASA

Pelo programa **Vivo em Casa**, qualquer pessoa pode entrar em contato com os **consultores da Companhia para atendimento**, fortalecendo a digitalização das lojas. O canal permite acessar praticamente todos os serviços, produtos e soluções da Vivo de **forma 100% remota**, dando total flexibilidade ao cliente. O Vivo em Casa também permite realizar os procedimentos presentes nas lojas físicas da Vivo, com total segurança, por meio de biometria remota e aceite digital, pelos quais é possível, inclusive, comprar produtos, optando por retirá-los nas lojas ou recebê-los no endereço escolhido.

## RE VENDAS

São locais selecionados e certificados para fornecer o portfólio completo de produtos, serviços e soluções da Vivo. Esses parceiros compõem uma extensa rede de distribuição em todo o país. Em 2023, foram abertas 83 novas vendas, o que aumentou o conjunto de lojas da Companhia para 1.833 unidades.

## CANAL VAREJO

O atendimento ao varejo passa a ser o principal beneficiado, com o aumento do portfólio de serviços (pós-pago e fibra), além de maior presença em campo e investimento para impulsionar o negócio.



A Vivo acredita que o varejo e toda a vertente de omnichannel -estratégia de vendas que integra diferentes canais de comunicação e divulgação- **constituem um segmento importante para a geração de novos negócios e receitas**, para além da oferta de conectividade pela operadora. No **segmento de varejo**, a intenção da empresa é apresentar soluções para que o cliente possa usar o próprio aplicativo com realidade aumentada e virtual, por exemplo, para fazer suas compras.

### VENDAS PORTA A PORTA (PAP)

É o **principal canal de vendas de fibra**, focando na qualidade e buscando a totalização dos clientes da rede fibra em todo o país, **ampliando a força de vendas no segmento B2C**. Estar onde os clientes estão e diversificar a maneira de apresentar os produtos, serviços e soluções da Vivo fazem parte do jeito de ser deste canal de relacionamento.

### TELEVENDAS OUTBOUND

Esse canal de vendas, caracterizado pela ausência de limitações geográficas, pode alcançar clientes existentes e potenciais em todo o país, oferecendo o portfólio completo de produtos, serviços e soluções da Vivo.

## Canais e plataformas digitais

Antecipamos a tendência na forma de relacionamento com nossos clientes

Canais digitais ganharam cada vez mais relevância nas vendas de serviços com redução no custo de aquisição

>80%

share de contato AppVivo

Canal de relacionamento mais relevante da Vivo

~30%

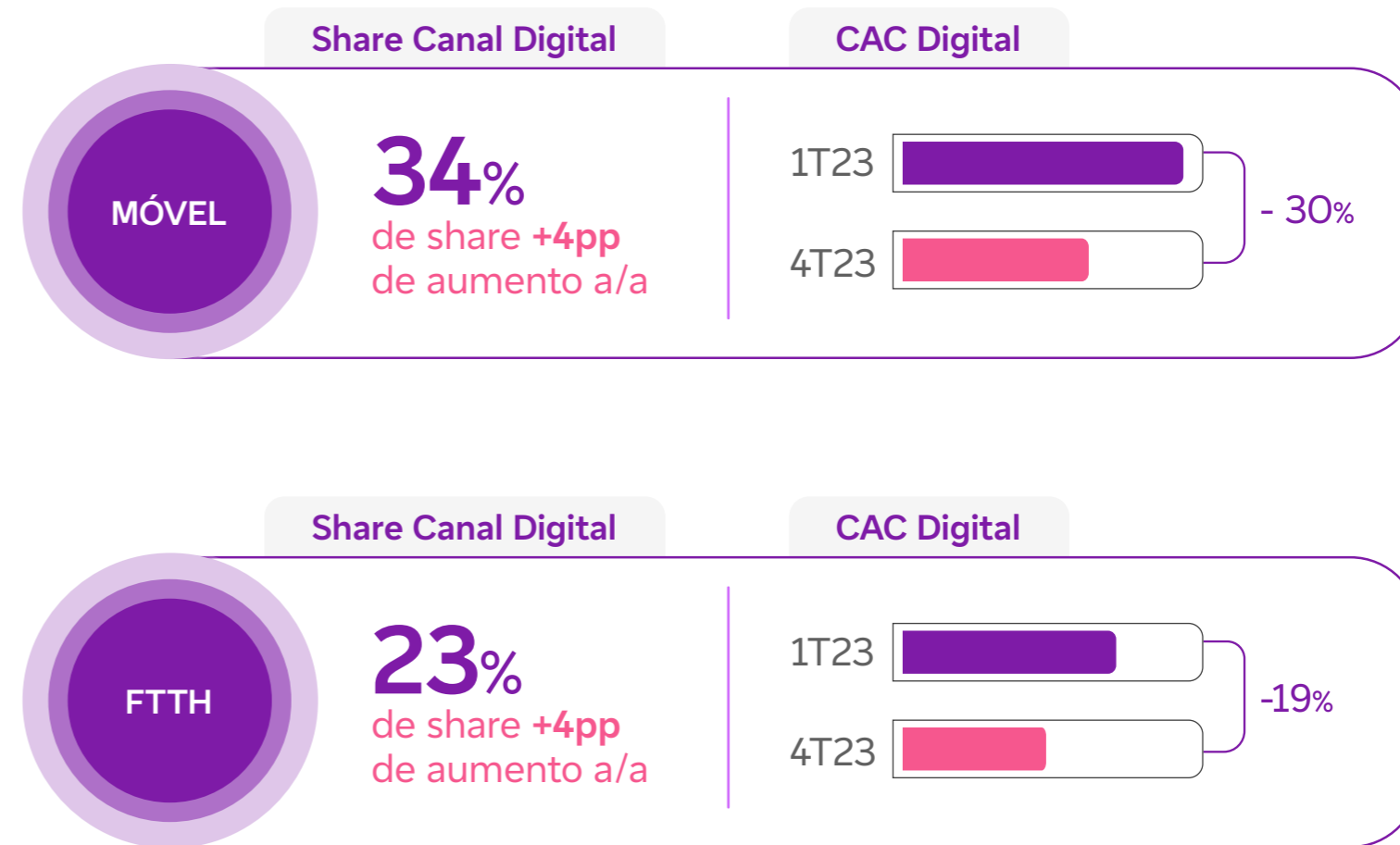
share de vendas digitais

E-commerce com maior participação no mix de vendas

30 mi

interações mensais Aura

Aura já é referência e evoluirá para IA generativa



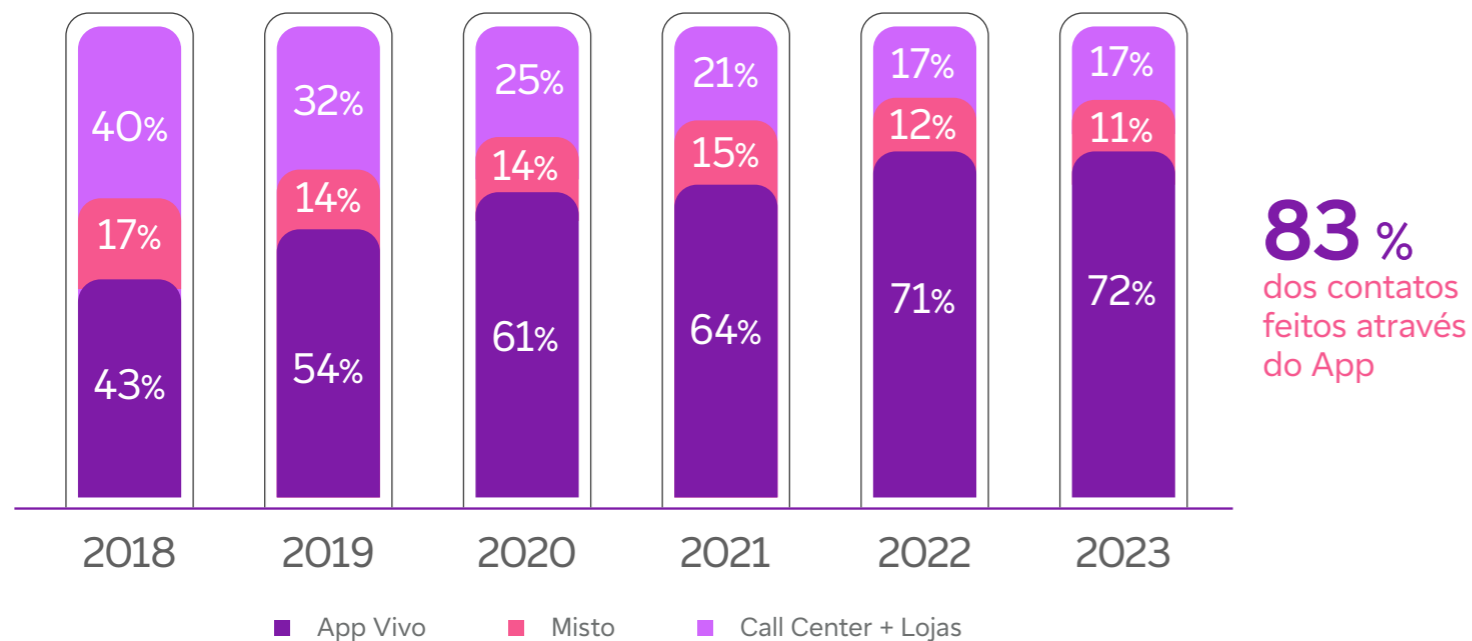


## APP VIVO

É o **aplicativo único de relacionamento digital para os clientes e não clientes pessoa física**, que permite acesso aos serviços do ecossistema da Vivo. O App Vivo facilita o acesso a ofertas, benefícios e diversas soluções para vida do cliente, como finanças, saúde, educação etc.

O app Vivo é resultado da evolução do “Meu Vivo”, lançado em 2013 com foco em autoatendimento e que era oferecido em duas versões: Meu Vivo Fixo e Meu Vivo Móvel. Em 2023 foi lançada uma versão atualizada do aplicativo, proporcionando uma jornada mais fluida e simples. O app tem 22 milhões de usuários únicos, com mais de 85 milhões de acessos por mês, sendo o **principal canal de atendimento da Vivo**. Em média, **83% dos atendimentos mensais da Vivo são realizados pelo app**.

### EVOLUÇÃO SHARE CONTATOS



## AURA

A Aura é a Inteligência Artificial da Vivo. O objetivo é facilitar ainda mais a vida dos clientes em suas rotinas, ajudando-os a resolver diversos problemas simples, sem precisar acionar outros canais de atendimento. Além disso, os sistemas da Aura são pensados para garantir a segurança das informações e proteger a confidencialidade dos dados que são confiados à Vivo pelos seus usuários. O recurso pode ser utilizado em diversos canais de contato, como: App Vivo, WhatsApp, Portal Vivo, Facebook Messenger, entre outros. Com 4 milhões de usuários únicos por mês, ela é responsável, atualmente, por **28 milhões de interações por mês com os clientes**.

### EVOLUÇÃO: IA GENERATIVA

Além da Aura, construímos uma solução de Co Piloto para os representantes de Call Center utilizando a tecnologia de IA Generativa integrada com mais de 2.400 documentos utilizados em treinamentos e processos de Atendimento.

Esta solução está em operação para mais de 11.000 atendentes e vem capturando resultados expressivos em redução de Tempo Médio de Atendimento em ambos os seguimentos B2B e B2C.







## VIVO VALORIZA

VIVO VALORIZA é o **programa de relacionamento da Vivo**, no qual os clientes podem resgatar benefícios em mais de 400 lojas e empresas parceiras da Vivo, a qualquer momento diretamente no app Vivo. Há opções de gastronomia, bem-estar, cultura, viagens, cuidados para pets, gaming & e-sports, sustentabilidade, shopping, e etc. Além disso, os usuários também têm direito a 50% de desconto em ingressos na rede Cinemark, sessões exclusivas de cinema, cortêsias e descontos em diversos eventos.

Todos os dias são lançados benefícios e experiências no app Vivo, aba Benefícios. Lá o cliente também pode consultar a sua categoria e todos os benefícios que a compõe.

Podem participar do programa clientes Vivo das categorias Púrpura, Silver, Gold, Platinum e V – somente clientes da categoria Vivo Pré não

participam do Vivo Valoriza. A adesão é gratuita e automática, não sendo necessário preencher cadastros ou efetuar pagamentos de valores extras. Os benefícios variam de acordo com a categoria do cliente na Vivo, a qual é definida de acordo com a composição de produtos e serviços contratados na Vivo.

**+4 MM**  
clientes engajados no  
Vivo Valoriza em 2023

## MEU VIVO EMPRESAS

O Meu Vivo Empresas é o canal digital da Vivo aonde o gestor da empresa pode gerenciar contas, produtos e serviços móveis de planos corporativos e encontrar opções de autoatendimento, como baixar a 2ª via da fatura, ativar ou desativar o roaming internacional, fazer a gestão de linhas e chips, acompanhar o consumo e iniciar o suporte técnico, bem como resgatar benefícios pelo Vivo Valoriza Empresas.

# Inovação no centro da estratégia

GRI 3-3 Tema material: Inovação

Em sua atuação empresarial, a Vivo acredita que a conectividade é a porta de entrada para o mundo digital e gera muitas oportunidades para todos. Por isso, a Companhia deixou de ser uma empresa de telecomunicações para se transformar num ecossistema digital, apoiada em sua infraestrutura de ponta, com 4G, 4.5G e 5G na rede móvel e fibra na rede fixa. Esse direcionamento é transversal na cultura organizacional da Companhia.

**A inovação é o que aproxima a Vivo de seus clientes**, pois permite o desenvolvimento de um amplo e diversificado portfólio de produtos, serviços e soluções e contribui para proporcionar a melhor experiência.

Além de mirar no ecossistema de inovação aberta, a Vivo **também promove mudanças internas, por meio de diferentes iniciativas**. Entre elas, a adoção de formas de trabalho e métodos ágeis, que privilegiam o foco no cliente e a rapidez na tomada de decisão, como squads, lean, design thinking, OKR's, change management, discovery, etc. Nesse contexto, já há alguns anos

a Vivo tem colocado em prática iniciativas para promover mudanças em prol de um ambiente interno mais aberto, ágil e menos hierárquico, fazendo com que a **cultura seja impulsionadora da inovação**. O objetivo é **incentivar a colaboração, experimentação e a ebulição de novas ideias**, para que possa continuar em seu processo evolutivo e em sua rota de crescimento.

Para que a inovação seja uma prática integrante do cotidiano de todos os colaboradores da Vivo, a empresa promove ações de engajamento e desenvolvimento que reforçam a cultura digital Colaborativa: **Conexão humana, Curiosidade Viva, Atitude Transformadora e Ação Responsável**. Adicionalmente, de forma estruturada e estratégica, a Vivo possui programas voltados diretamente à captura e à geração de ideias e novos projetos entre colaboradores, em consonância com a Cultura Digital Colaborativa.

O objetivo de tudo isso é ter uma cultura cada vez mais aberta e com menos hierarquia, de modo a estimular a inovação e melhorar a experiência do cliente.



Na Vivo, a inovação está no centro de sua estratégia e é elemento-chave para o sucesso de seu posicionamento como empresa de tecnologia. Para nos mantermos na dianteira do mercado móvel e em fibra no país, é fundamental investir em inovação, dentro e fora da Companhia, para aproveitar o processo de transformação tecnológica, com inclusão digital.

O objetivo da Vivo é usar a Inteligência Artificial em diferentes áreas, como atendimento, desenvolvimento de novos negócios e processos internos, a fim de melhorar a experiência do cliente e aumentar a sua eficiência operacional.

### LABORATÓRIO INTERNO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Em Fevereiro de 2023, a Vivo criou seu laboratório de Inteligência Artificial com objetivo de acelerar os desenvolvimentos de aplicações com uso da IA Generativa.

O consumo de tecnologias de vanguarda sempre traz desafios, como questões técnicas ou de qualificação e retenção de talentos, criação de uma cultura forte de inovação e até mesmo ESG, uma vez que a IA deve ser eficiente, diversa e sustentável na linha do tempo. E, por isso, nos aproximamos de grandes provedores de software e firmamos parcerias estratégicas com empresas que estão liderando o desenvolvimento dessa tecnologia, de modo a tomar vantagem desse grande movimento de transformação promovido pelo uso da inteligência artificial.

## Inteligência artificial: fator humano em primeiro lugar

A Vivo sabe que são pessoas que tornam as conexões especiais. É por isso que a Companhia vem investindo há anos no desenvolvimento de produtos, serviços e processos com base em Inteligência Artificial (IA), **aplicando o que há de melhor do humano na tecnologia**, sempre com o objetivo de mudar positivamente a vida de seus clientes.

Atualmente, a Companhia trabalha com duas linhas de atuações principais: Employer Experience (experiência dos colaboradores), focada no ganho de eficiência dos colaboradores no seu dia, e Customer Experience (experiência dos clientes), voltada para a customização das ferramentas de IA a partir dos comportamentos dos clientes, o que produz um maior nível de personalização e contexto durante o contato com os usuários.

Há anos a Vivo vem trabalhando em suas áreas técnicas e de desenvolvimento no uso da inteligência artificial, o que a preparou para li-

dar com os movimentos do mercado mais recentes, mantendo-se à frente. Como parte do direcionamento estratégico #DNAVivoEmTudo-QueFazemos, a Companhia criou, em fevereiro de 2023, um laboratório de IA acessível a todas as suas áreas, o que culminou na otimização de produtos, serviços e processos.

Ainda em 2023, a Companhia se somou ao movimento de mercado na utilização de modelos de inteligência artificial generativa - sistema capaz de criar textos e imagens através de solicitações por linguagem.

Como resultado da aprendizagem constante e a evolução dos processos para seguir encantando os seus clientes, a Vivo fechou o ano com uma base de 4 milhões de usuários em suas plataformas de inteligência artificial. Para os clientes finais, a Companhia reduziu em média 9% o tempo de atendimento para os clientes B2C e em 4% para os clientes B2B, o que atesta maior grau de eficiência e resolutividade.



Como uma Companhia que atua em alta escala e com a massificação do uso de serviços e produtos, a **Vivo está ciente da importância de garantir que o fator humano prevaleça sobre os suportes tecnológicos**. Por isso, tem investido no desenvolvimento de uma governança de alto padrão no manejo de IA para continuar gerando valor a longo prazo.

A Vivo criou uma normativa com o intuito de coordenar as melhores práticas no uso de IA considerando riscos e impacto, reforçando a postura ética da Companhia e de seus colaboradores. Além disso, investiu na criação das melhores soluções de prompt engineering – treinamento da inteligência artificial por meio de comandos e instruções –, o que contribuiu para definir os parâmetros com os quais a IA deve operar.

Dessa forma, a Companhia tem inovado na utilização e disseminação de ferramentas e serviços baseados em inteligência artificial, ao passo que adota as melhores políticas e práticas do mercado para **continuar colocando as pessoas, sempre, no centro de tudo**.

## Disseminação de IA na Vivo

Criada oficialmente em 2023, a **Iniciativa de Disseminação de IA (Inteligência Artificial) na Vivo** tem como objetivo promover workshops, treinamentos, programas de letramento e colaborações sobre IA para os colaboradores da empresa. O foco principal dessa iniciativa é disseminar o conhecimento sobre o tema e realizar discussões sobre a aplicação responsável e ética da Inteligência Artificial (IA), promovendo eficiência e soluções de negócios inovadoras.

Nos workshops, são realizados encontros híbridos com participação de especialistas da Companhia e convidados externos. As atividades exploram uma variedade de aspectos de IA incluindo **aprendizado de máquina, processamento de linguagem natural e visão computacional**, oferecendo aos funcionários insights práticos e habilidades para aproveitar as tecnologias de IA de maneira eficaz e ética.

Os programas ocorrem em parceria com grandes multinacionais desenvolvedoras de softwares e

serviços cloud, oferecendo cursos presenciais introdutórios sobre conceitos e aplicações de IA.

Essas colaborações proporcionaram aos participantes uma compreensão profunda sobre o papel da IA em diversos setores. Além disso, conduzimos sessões e palestras internas para áreas interessadas, aprofundando nossa expertise na Vivo e explorando novas possibilidades de aplicação, ao mesmo tempo que destacamos as melhores práticas para integrar a IA em fluxos de trabalho cotidianos, garantindo uma adoção ética e responsável da tecnologia.

Também promovemos o conceito de Plataforma, ou seja, construímos soluções que possam ser incorporadas como produtos dentro da nossa Plataforma de IA, promovendo maior velocidade na democratização do uso de ferramentas de IA.

Assim, a Vivo fomenta uma **cultura de aprendizado contínuo**, inovação e uso responsável da IA entre seus colaboradores. Isso não apenas impulsiona o crescimento da organização, mas também fortalece sua competitividade em um ambiente digital em constante transformação.

## Wayra

A Wayra é o **fundo de Corporate Venture Capital da Telefônica no mundo e da Vivo no Brasil**. Desde 2012, a Wayra investe em startups em estágios iniciais (pré-seed e seed). Já foram contempladas 85 startups no Brasil, com um investimento total de mais de R\$ 28 milhões. Como parte dessa estratégia, muitas das startups do portfólio da Wayra passam a fazer negócios com a Vivo.

Em 2023, a Wayra gerou cerca de R\$ 100 milhões em negócios com startups e a Vivo, um crescimento de 33% em relação ao ano anterior. O montante é a soma dos contratos que a Companhia mantém com as empresas, como usuária de seus serviços ou como parceira comercial.

A amplitude da Wayra é global. Startups parceiras da Wayra têm acesso à rede de fornecedores e clientes em diversos países onde a Telefônica opera. A Wayra oferece uma interface única entre empreendedores e uma rede de grandes corporações, governos e outros parceiros nos países onde a Telefônica está presente.



**85** startups do Brasil  
já foram contempladas

Investimos mais de  
**R\$ 28** milhões

**25** startups no portfólio  
da Wayra

Tem valor de mercado de  
**2,7** bilhões

Entre as áreas prioritárias estão empresas de educação, saúde, finanças, entretenimento, esportes, inteligência artificial (IA), marketplace, internet das coisas (IoT), 5G, big data, análise avançada de dados, cibersegurança, greentechs, entre outras tecnologias.

Em julho de 2023, a Wayra investiu na Tachyonix, startup israelense fundada por brasileiros que opera como provedora de aplicativos SAP. Com o novo aporte, o **portfólio da Wayra passa a abranger 25 startups** que, conjuntamente, têm um valor de mercado de **R\$ 2,7 bilhões**. O investimento em cada startup em estágio inicial selecionada pode chegar a até R\$ 2 milhões.



## WAYRA APOIA A INICIATIVA BNDES GARAGEM

Desde 2018, a Wayra Brasil apoia o BNDES Garagem, uma iniciativa do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que tem a missão de **desenvolver e fomentar o empreendedorismo no Brasil por meio do apoio a empreendedores(as) e startups, impulsionando negócios de impacto.**

O programa, 100% gratuito, apoia empreendedores(as) e seus negócios de impacto em dois estágios: criação, para quem está desenvolvendo um negócio de impacto e quer apoio para dar os primeiros passos, e tração, para quem já tem um negócio de impacto e quer suporte para crescer.

A iniciativa contribui com startups brasileiras com foco em cinco eixos de atuação: saúde, educação, sustentabilidade, govtech e cidades sustentáveis, eixos alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU. Na segunda edição do programa (2021 a 2023), a metodologia de aceleração contou com a parceria de três organizações que são referência no

ecossistema de empreendedorismo: Artemisia, Wayra e Liga Ventures.

Em 2023, o BNDES Garagem teve por objetivo fomentar o empreendedorismo no Brasil, por meio do apoio a startups de impacto que contribuam para a solução de problemas sociais ou ambientais. Com a participação de 45 startups selecionadas para aceleração, a iniciativa buscou estimular a equidade de gênero e a diversidade, atribuindo pontuação extra a negócios liderados por mulheres ou com soluções para o público feminino. Das empresas selecionadas, **80% têm mulheres como líderes, enquanto 64% das lideranças são negras.**

As startups na Porta e Amitis foram as vencedoras do programa em 2023. A premiação foi anunciada em novembro de 2023, durante o evento “Impact Day 2023”, na sede do BNDES, no Rio de Janeiro (RJ). Na ocasião, doze startups finalistas apresentaram suas soluções a potenciais investidores e atores do ecossistema de negócios de impacto.



## Ventures

O Vivo Ventures, criado em 2022, é um Corporate Venture Capital (CVC), um **fundo de investimento em participações com um capital de R\$ 320 milhões para investimentos em startups em estágios mais avançados e em setores relevantes para o posicionamento estratégico da empresa.** O Vivo Ventures dá às startups investidas a possibilidade de acelerar seus negócios, tendo a Vivo como cliente ou como canal de vendas.

São realizados aportes diretos em startups com potencial para alavancar a estratégia do ecossistema B2C da Vivo em três horizontes de inovação: fortalecer o negócio atual, evoluir para novos modelos de negócios e descobrir negócios disruptivos.

Os aportes são focados nas seguintes frentes: Saúde e Bem-Estar, Educação, Serviços Financeiros, Casa Inteligente, B2C Marketplace, Energia e Entretenimento.

Entre 2022 e 2023, foram realizados aportes nas startups Klavi, Klubi e Digibee, que juntas são avaliadas em mais de R\$ 1,6 bilhão. O mais recente investimento foi na Conexa (vide informações adiante). No total, o fundo já investiu mais de R\$ 70 milhões, tendo outros R\$ 250 milhões disponíveis. No Vivo Ventures, os tickets de investimento podem chegar a R\$ 25 milhões e o foco são startups em estágio growth, ou seja, de crescimento.

### VIVO VENTURES ADQUIRE PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA NA CONEXA

Em novembro de 2023, o Vivo Ventures, em parceria com a Telefônica Open Innovation, anunciou que se comprometeu a adquirir R\$ 25 milhões em participação acionária na Conexa Health LCC.

Este é o quarto investimento realizado pelo Vivo Ventures desde sua criação. A Conexa é um ecossistema digital de saúde, que visa democratizar a saúde de qualidade por meio de tecnologia e inovação, sendo a maior plataforma independente de telemedicina da América Latina.



## Innovation Belt

O Innovation Belt é uma **jornada de certificação dentro do programa Lean Six Sigma**, com o principal objetivo de estimular a cultura de criatividade e inovação por meio de soluções de problemas que não se enquadram nos requisitos de eficiência. A jornada é dividida em duas etapas, sendo a primeira de nivelamento de conhecimento de inovação e a segunda de desenvolvimento dos projetos selecionados.

Em 2023, foram 497 participantes de 672 colaboradores inscritos na jornada, resultando em 320 ideias enviadas, 101 ideias pré-selecionadas, 21 ideias prototipadas e 18 projetos selecionados por uma banca avaliadora de executivos da Vivo.



# Open Gateway

Em 2023 a Vivo evoluiu no Open Gateway, movimento global de Companhias do setor de telecomunicações. O programa tem como objetivo criar uma estrutura comum e aberta entre operadoras para facilitar o trabalho de desen-

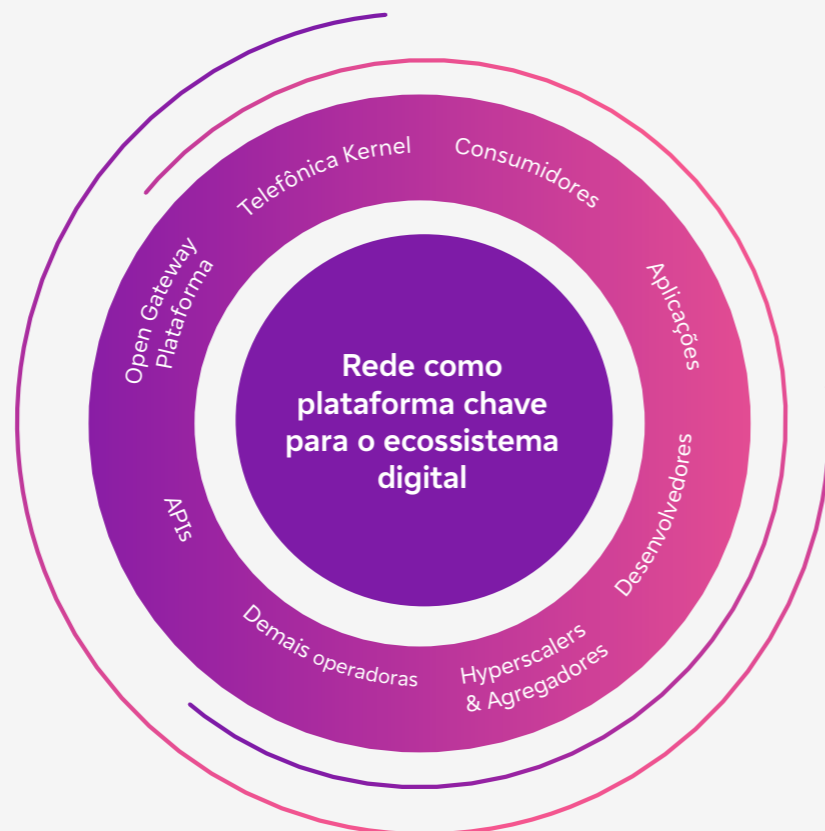
volvedores e provedores de nuvem, visando à criação de aplicativos e serviços que se comuniquem entre si e funcionem para todos os dispositivos e clientes.

O Open Gateway é uma iniciativa global que padroniza a exposição das capacidades de rede, gerando novas oportunidades de receita

Transforma as redes de comunicação em plataformas interoperáveis, com a padronização de APIs

Iniciativa global liderada pela GSMA com APIs no padrão CAMARA

APIs para combate à fraudes: SIM Swap, Device Location e Number Verification



Essa é uma iniciativa da GSMA, associação internacional que representa 750 operadores e fabricantes de telefonia móvel de mais de 200 países. No Brasil, a Vivo lançou as primeiras soluções comerciais em novembro do ano passado em parceria com operadoras locais.

Foram três serviços, com foco em segurança digital: **verificação de número, troca de SIM e localização de dispositivo**. Eles ficarão acessíveis a desenvolvedores que utilizam as nuvens e integradores dos parceiros de negócio.

## Vivo Discover

É um programa corporativo de promoção da inovação aberta, existente desde 2019, que tem o objetivo de fomentar a cultura de inovação aberta através da realização de projetos com startups, formar embaixadores que ajudem a difundir o mindset de inovação nas áreas de negócio, além de informar e disseminar conteúdos e projetos de inovação para todos os colaboradores.

Compreende ações como:

- **SHAPERS** - para estimular parcerias com startups e promover a inovação no centro da estratégia, a Vivo criou um **programa para treinar e qualificar executivos da empresa** – os shapers –, que trabalham em diferentes áreas da Companhia com a **dupla missão de disseminar a estratégia de inovação aberta na Vivo e de gerar negócios com startups**. Em 2023, foram selecionados 20 executivos e 10 consultores, para compor a 5ª turma de shapers.
- **MEETUP DE INOVAÇÃO** - eventos mensais para disseminação de projetos inovadores dentro da Vivo e para troca de insights, ideias e conteúdo, com participação livre. Em 2023, participaram em média 820 colaboradores por encontro – mais de 2.700 colaboradores assistiram ao menos um encontro.



## TechMind

No âmbito da Academia de Líderes da Vivo, este programa de desenvolvimento é destinado à toda liderança da Vivo, visando acelerar conhecimentos e habilidades em tecnologias disruptivas, **transformando os executivos em tech savvies**, para que estejam atualizados com as tendências em inovação e agreguem elementos fundamentais para melhorias nos negócios e nas operações da Vivo.

## Vivo Reconhece

**560** projetos inscritos, em 2023 | Total de **3.056** participantes

No escopo das ações de reconhecimento, a Vivo mantém o programa Vivo Reconhece. Nessa iniciativa, projetos de toda a Companhia podem ser inscritos em uma das categorias pautadas no propósito de Digitalizar para Aproximar: Tem Vivo pra Tudo (B2B e B2C), Tem Tudo na Vivo (B2B e B2C), DNA Vivo em tudo que fazemos (B2B e B2C), DNA Vivo em tudo que somos e Vivo Sustentável. Os projetos são avaliados em três fases: na primeira, cada Vice-Presidência seleciona até 5 projetos vencedores. Após essa etapa, os projetos ainda são avaliados na fase Corporativa e Sponsors. Os 8 projetos vencedores são divulgados e celebrados no Encontro Vivo, evento transmitido para todos os colaboradores. Em 2023, 560 projetos foram inscritos na premiação, envolvendo um total de 3.056 participantes.



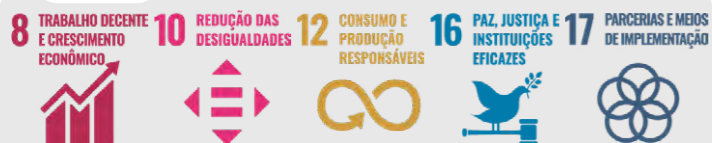
# #DNAVivoEm TudoQueFazemos



## Temas Materiais

- Experiência do Cliente
- Segurança Digital
- Proteção da Privacidade
- Sustentabilidade na Cadeia de Valor

## ODS







# Programa DNA Vivo

GRI 3-3 Tema material: Experiência do cliente

O DNA Vivo é o programa de experiência do cliente, ou **customer experiente (CX)**. Para a Vivo, atender o cliente é uma paixão que a impulsiona a buscar, diariamente, as melhores experiências. Valorizar os clientes (sejam B2B ou B2C), entender suas necessidades, estimular o relacionamento duradouro e oferecer e fornecer adequadamente produtos, serviços, soluções, suporte e informações são elementos que enriquecem essa experiência. **Para a Vivo, não basta ser apenas uma excelente empresa de tecnologia, é preciso, também, ser uma excelente empresa no que diz respeito à experiência do cliente (CX).**

Em cada solicitação, contato ou necessidade dos clientes, a Vivo garante interação apropriada, tratamento diferenciado e suporte completo, abrangendo desde a resolução de questões mais simples, por meio dos canais digitais, até a resolução de demandas complexas, com atendimento individualizado e personalizado.

**A Vivo possui uma grande preocupação com a experiência do cliente em toda a sua jornada com a empresa e em todos os canais** – lojas físicas e online, aplicativos, chatbot, site, telefone, entre outros –, a fim de identificar novas ne-

cessidades, oportunidades de melhoria e aperfeiçoamentos. Utiliza, para isso, tecnologias como Speech Analytics, Data Lake de Big Data, Machine Learning e Inteligência Artificial.

E para garantir essa experiência, a empresa desenvolveu um processo interno, chamado Desenho Responsável, para a adoção de critérios de ética e sustentabilidade no desenvolvimento de seus produtos e serviços, desde seu desenho inicial até a entrega final ao cliente. Esse processo é dividido em quatro pilares - Cliente, Inteligência Artificial, Direitos Humanos e Meio Ambiente - e assegura que as novas tecnologias desenvolvidas estão alinhadas com as melhores práticas de mercado, compromissos da Companhia e valores da sociedade em que estamos presentes.

O programa DNA Vivo tem sido a principal alavanca de transformação da experiência dos clientes, em linha com o propósito de “Digitalizar para Aproximar”. Ele permeia toda a Companhia, sendo o protagonismo de cada colaborador a chave para transformar a experiência do consumidor nos diversos momentos da sua jornada.

O DNA Vivo está fundamentado em **quatro princípios de atuação**:

- “Ser confiável”: Prometer e cumprir
- “Ser fácil”: Oferecer produtos e ofertas simples
- “Ser encantador”: Ir além das expectativas
- “Ser eficiente”: Valorizar o tempo do cliente

Guiado pelos quatro princípios, o programa DNA Vivo se ancora em **dois principais pilares**:

- Transformação da Jornada do Cliente
- Cultura com Centralidade no Cliente



## Transformação da Jornada do Cliente

Compreende:

- Foco na visão 360° da voz do cliente, com medição completa em cada ponto de contato do cliente com a Vivo, por meio de pesquisas de satisfação com transparência na divulgação dos resultados em tempo real para todos os colaboradores, desde a linha de frente até a diretoria, que geram insights para a transformação da jornada do cliente.
- Zelo e cuidado nas respostas a clientes insatisfeitos, com a finalidade de reverter o cenário de detração e torná-los promotores da marca.
- Aceleração da transformação por meio de squads de satisfação – equipes multidisciplinares e multi-hierárquicas formadas para identificar e resolver oportunidades estruturantes que tocam diversas áreas da empresa, impactando milhões de clientes ao longo dos últimos anos.

## Cultura Centrada no Cliente

Engloba:

- Programas que mobilizam e incentivam todos os colaboradores diretos e indiretos da Vivo a serem responsáveis pela experiência dos clientes e geram resultados por meio de iniciativas descentralizadas.
- Multiplicação dos squads de satisfação e reforço da cultura de agilidade em diversas áreas da empresa, com apoio de talentos da Companhia.
- Sessões de engajamento envolvendo a participação de milhares de colaboradores, para inspirar a transformação da experiência do cliente.
- Contato direto dos colaboradores da Vivo com os clientes nos diversos pontos de contato, gerando vivências reais e fortalecendo o “walking the customer experience talk”.

## Principais iniciativas DNA Vivo

A Vivo possui um dos maiores sistemas de medição de satisfação de clientes da América Latina, com pesquisas transacionais e relacionais que alcançam 100% dos pontos de contato com os clientes. São **200 Termômetros DNA**, que fornecem informações fundamentais, as quais permitem o mapeamento de oportunidades e o direcionamento estratégico da Companhia por meio de análises quantitativas, qualitativas e de modelos estatísticos.

A remuneração variável de algumas equipes de contatos com clientes é atrelada aos indicadores de satisfação advindos dos Termômetros DNA.

### DNA VIVO VOZ

Ambiente completo, integrado e amigável, que permite a **captura completa da voz do cliente em 100% dos touchpoints**, possibilitando a identificação em tempo real das reclamações e queixas dos clientes, estruturando os feedbacks e gerando insights detalhados sobre a sua jornada e sobre os canais utilizados.

### LIVE TDNA

Plataforma de acompanhamento de pesquisas de satisfação que visa ampliar as fontes de insights, por intermédio de **pesquisas de vídeo detalhadas**. Em 2023, foram realizadas mais de **100 pesquisas nessa modalidade**, com o apoio de 110 colaboradores de diversas áreas, treinados como multiplicadores do programa.

### DNA VIVO RESOLVE

Visa entender em profundidade as reclamações e queixas de clientes insatisfeitos, **focando na resolução de seus problemas e buscando reverter a situação**, para que se tornem verdadeiros promotores da marca Vivo. É um processo que funciona como uma retratação efetuada pela área responsável ao cliente não satisfeito. Com essa atuação, aproximadamente **70% dos clientes afirmam que seu problema foi de fato resolvido**. Há uma preocupação, ainda, com a melhoria contínua: além de se resolver o problema pontual de cada cliente, as informações capturadas são categorizadas e



viram inputs para priorização de melhorias estruturantes nas jornadas e nas regras do negócio, evitando assim que outros clientes sejam impactados pelos mesmos problemas.

### DNA VIVO BETAS

São profissionais direcionados a conectar os colaboradores da ponta com os times de negócio, por meio de uma dinâmica digital, em uma ação alinhada à Cultura Digital Colaborativa da Vivo. A Companhia fechou 2023 com 56 betas, sendo 38 colaboradores de todas as operações, lojas, unidades de call center e equipes de campo e de vendas, trazendo para discussão e reflexão a experiência de quem atua diretamente com o cliente.

### DNA DAY INSPIRA

Essa iniciativa tem por objetivo trazer profissionais de empresas que são referência em customer experience (CX) para uma conversa na Vivo, para que possam inspirar e gerar ideias aos colaboradores da Companhia, a fim de aprimorar a experiência que está sendo oferecida ao cliente Vivo. Para tanto, são organizados eventos com empresas convidadas, para compartilhar ideias e boas práticas referentes à experiência do cliente.

### DNA VIVO EM AÇÃO

Programa interativo cujo objetivo é fazer com que os participantes se aproximem dos clientes, vivenciando a experiência gerada a eles nos diversos pontos de contato com a empresa, dentro dos canais de call center, audiências jurídicas, lojas e vendas. Ou seja, o programa dá aos colaboradores a oportunidade de vivenciar experiências na prática, nos principais canais de atendimento da Vivo. O participante sempre sai do programa com a responsabilidade de propor, pelo menos, uma ação de melhoria. Desde 2019, quando o programa foi criado, já foram realizadas 2,5 mil vivências, sendo que 115 colaboradores realizaram o percurso em mais de um canal.

### Crescimento do NPS

O esforço conjunto de todas as estratégias e iniciativas de melhoria da experiência do cliente é traduzido no crescimento da métrica de Net Promoter Score (NPS), que tem apresentado evolução constante na Vivo, ao longo dos últimos anos. Lembrando que, graças aos Termômetros DNA, é possível acompanhar a satisfação do cliente em todos os pontos de contato, o que ajuda a Companhia a atuar cada vez melhor no atendimento e no relacionamento com os clientes.

Indicador	2021	2022	2023
Variação NPS (a/a)	+2	+2	+2

#### Lojas

90 %

5 estrelas

#### Instalação Fibra

85 %

5 estrelas

#### Consultor de vendas B2B

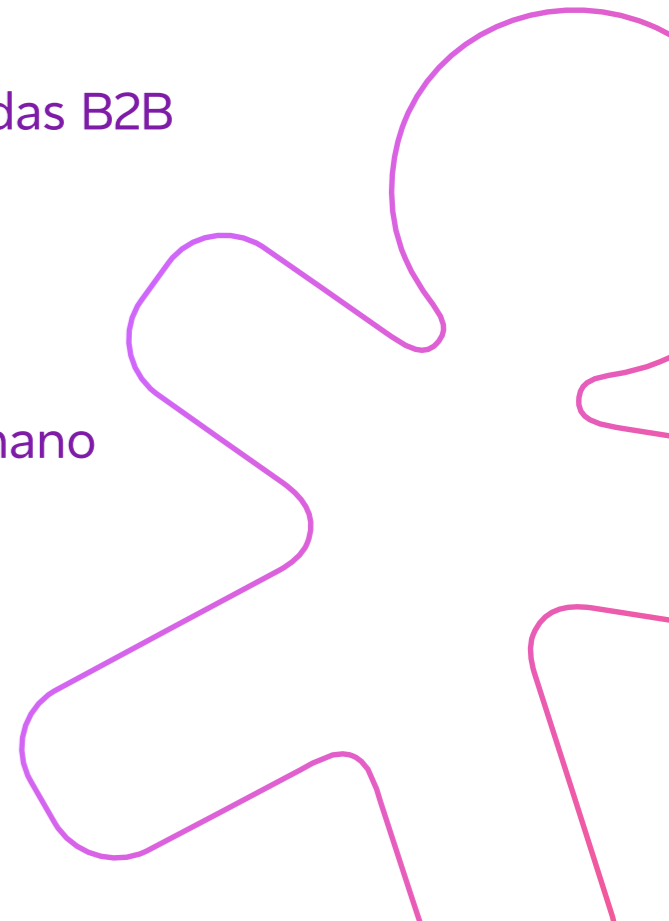
85 %

5 estrelas

#### Atendimento Humano (alto valor)

85 %

5 estrelas





## Sistema de Autorregulação das Telecomunicações

O **Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART)** é o primeiro programa abrangente de autorregulação do setor. Contempla um conjunto de princípios, regras, estruturas organizacionais, instrumentos, mecanismos de deliberação e procedimentos de autodisciplina que visam permitir uma regulação efetiva e eficiente do setor de telecomunicações. O SART foi criado em 2020 e é uma iniciativa da Conexis Brasil Digital, da qual a Vivo é uma das associadas.

O SART estabelece normas e procedimentos comuns, a serem seguidos por todas as empresas participantes sobre os aspectos considerados mais críticos na relação entre prestadoras e clientes e que, historicamente, geram o maior volume de reclamações junto à Anatel e aos Procons.

Além disso, também existe a **Plataforma Não Me Perturbe**, que opera desde em julho de 2019. A iniciativa fechou o ano de 2023 com

mais de 12 milhões de números de telefone cadastrados para não receber chamadas de telemarketing de empresas de telecomunicações e de oferta de crédito consignado, o que representa 4,3% da base de 280,5 milhões de telefones fixos e móveis existentes no Brasil, segundo a Conexis.



## Relacionamento com fornecedores

GRI 2-6, 3-3 Tema material: Sustentabilidade na cadeia de valor

A cadeia de fornecedores da Vivo é formada por **diversos segmentos**, como telecomunicações, call center, transportes, mobiliário, energia elétrica e treinamentos, abrangendo em sua maioria, empresas brasileiras.

A fim de melhor gerenciar possíveis riscos da cadeia, a Companhia usa uma classificação em que os mais estratégicos são gerenciados globalmente e, para cada um deles, são atribuídos um risco e um valor mínimo para contratação de um Seguro de Responsabilidade Civil. Esses riscos variam de acordo com o volume financeiro e o impacto no modelo de negócios da Companhia. Entre os principais fatores de risco identificados, estão: confiabilidade, insumos, questões trabalhistas e aspectos concorrenciais.

Os **princípios para o gerenciamento de fornecedores** direcionam qualquer tipo de conflito de interesses, prezando pela igualdade e imparcialidade. E, para assegurar uma atuação de acor-

do com os Princípios de Negócio Responsável da Companhia, também são consideradas, nos processos de avaliação, pesquisas reputacionais implantadas durante o processo de contratação, que incluem a verificação da aderência às legislações anticorrupção, processos administrativos e judiciais e existência de programas de integridade implementados.

Além disso, **os contratos possuem a inserção de cláusulas específicas** sobre os temas de ética, anticorrupção, sustentabilidade e direitos humanos. As ações da Companhia também incluem programas de engajamento e comunicações com relação aos princípios e às diretrizes que norteiam os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética).

Para apoiar essa estratégia, foi realizado em 2023 uma análise de materialidade específica para os fornecedores da Vivo, a fim de entender os principais temas que eles consideram importantes



para a sustentabilidade de seus próprios negócios. Os resultados dessa análise contribuem para que a empresa tome decisões estratégicas respeitando cada vez mais os interesses dos diferentes tipos de fornecedores e assegure a existência de um processo maior de gestão para os temas mapeados.

Assim, ao cruzar os temas identificados na análise com os materiais para a Vivo – a partir da matriz de dupla materialidade –, foi apontado que os cinco principais temas materiais em comum são: Ética e Competitividade, Cyber Segurança, Experiência do Cliente, Proteção da Privacidade e Sustentabilidade na Cadeia de Valor.

#### FORNECEDORES | GRI 2-6, 204-1

2023

Total de fornecedores adjudicados (Tier-1)	1.182
Número de fornecedores significativos em sustentabilidade (Tier-1)	133
Total de gastos com fornecedores adjudicados (bilhões euros)	5,33
Total de gastos com fornecedores significativos (bilhões euros)	3,88
% gastos com fornecedores significativos (Tier-1)	73%
Número de fornecedores significativos (Non-Tier-1)	4
<b>Total de fornecedores significativos (Tier-1 + Tier-1)</b>	<b>137</b>

## Gestão de sustentabilidade na cadeia de suprimentos

GRI 414-1

A Vivo mantém a meta de atingir o Net Zero da cadeia de valor até 2035<sup>1</sup>

Cerca de **150** empresas grandes fornecedoras da Vivo participaram do workshop para fornecedores

A Vivo acredita que a relação com os fornecedores é essencial para que estejam alinhados na transição sustentável e circular. Para reforçar esse compromisso, a organização possui a Política Global de Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos, **também conhecido como nosso Código de Ética para fornecedores**, a qual aborda diversas temáticas de gestão da sustentabilidade com e a mitigação de impactos.

Em relação à atuação com fornecedores, **a Vivo mantém a meta de atingir o Net Zero da cadeia de valor até 2035<sup>2</sup>**, o chamado “escopo 3” em ESG. Dos mais de 1,2 mil fornecedores da empresa, foram desenvolvidas ações voltadas aos 125 mais intensivos na emissão de carbono.

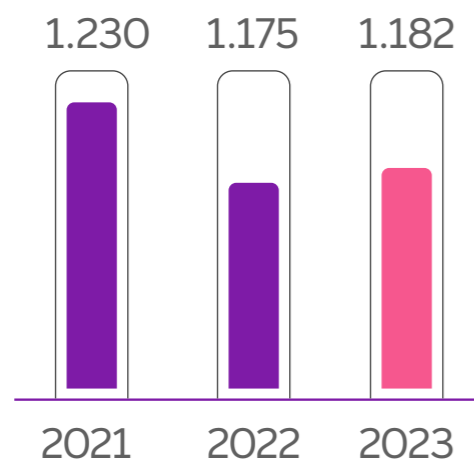
Para disseminar a importância da gestão responsável também por parte dos fornecedores e promover o diálogo, bem como o cumprimento dos requisitos de sustentabilidade da Companhia, são realizados, anualmente, workshops para fornecedores. **Em 2023 o tema abordado no encontro foi Atuação Responsável na Cadeia de Fornecedores, onde estiveram presentes cerca de 250 pessoas, representantes de 150 empresas que são grandes fornecedores da Vivo.**

Durante o evento, foi abordada a importância em se atuar com os Princípios de Negócio Responsável aplicado ao negócio e a funcionalidade do Programa de Integridade, além de aspectos relacionados à Segurança e Privacidade de Dados e à gestão de Saúde e Segurança no Trabalho. **Estes encontros são fundamentais para a conscientização sobre a agenda da sustentabilidade, além de levar capacitação e treinamento a este público.**

<sup>1 2</sup> Meta revisada para 2035 no ESG Day.



## TOTAL DE NOVOS FORNECEDORES



Em 2023 consolidou-se a utilização da ferramenta de monitoramento IntegrityNext, implementada no segundo semestre de 2022. Esta solução permite que sejam monitorados os fornecedores considerados de alto risco em termos de sustentabilidade. Todos os parceiros são avaliados sobre a ótica de risco para sustentabilidade através de metodologia Global do Grupo Telefónica e, aqueles classificados como críticos, são monitorados de maneira permanente.

Além disso, a Vivo deu início, no final de 2023, ao Projeto de Avaliação de Impacto em Direitos Humanos da cadeia de fornecimento, com o apoio de consultoria externa. O objetivo foi mapear e avaliar os riscos relacionados aos Direitos Humanos que possam impactar as operações da Companhia. A iniciativa possibilitou a ampliação da governança em direitos humanos

e a realização de ações de forma preventivas para, assim, evitar possíveis violações nas atividades próprias ou de parceiros comerciais.

## Monitoramento socioambiental de fornecedores

A gestão sustentável da cadeia de fornecimento faz parte do **Plano de Negócios Responsável**, monitorado pelo Comitê de Sustentabilidade e Qualidade, que acompanha a sua implementação e o cumprimento dos objetivos.

**Os principais riscos de sustentabilidade na cadeia de suprimentos são condições de trabalho, impactos ambientais, privacidade e segurança de dados.** A ausência de gestão adequada sobre riscos pode levar a impactos negativos não apenas para a sociedade e o planeta, mas também em termos de interrupções de negócios na cadeia de suprimentos da Vivo. Ou seja, se as cadeias de suprimentos forem sustentáveis, diferentes tipos de riscos podem ser melhor identificados e gerenciados e, portanto, interrupções devido a pandemias, catástrofes naturais e outros eventos geopolíticos têm maior probabilidade de serem evitadas.

Para construir **relacionamentos de confiança com os fornecedores**, a Companhia desenvolveu políticas e processos robustos

com duplos propósitos. Em primeiro lugar, identificar os potenciais riscos de sustentabilidade comuns em toda a cadeia de fornecimento, para tratá-las de forma eficaz. Em segundo, envolver-se proativamente em questões-chave (por exemplo, emissões de CO<sub>2</sub>), para transformar a cadeia de fornecimento em um condutor de sustentabilidade.

Em 2023, a Vivo deu início ao projeto “**Ancorando Cadeias de Valor Sustentáveis no Brasil**”, realizado em parceria com a Câmara de Comércio da Espanha e a Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil. A iniciativa tem como objetivo de promover a sustentabilidade na cadeia de fornecimento, desenvolver e apoiar pequenas e médias empresas (inseridas em cadeias de valor de grandes empresas do país) para o aprendizado sobre temas fundamentais de sustentabilidade, além de transitar para uma economia circular e de baixo carbono.

O projeto teve início em junho de 2023, será realizada ao longo de 20 meses e é cofinanciado pelo AL-INVEST Verde, programa da União Europeia para promover o crescimento sustentável e a criação de empregos na América Latina.



# Segurança digital

GRI 418-1, 3-3 Tema material: Cibersegurança, SASB TC-TL-220A.1, TC-TL-230A.2, TC-TL-550A.2

Para atuar como um ecossistema digital e como agente de transformação tecnológica, é essencial que os processos e sistemas da Vivo sejam revestidos por uma robusta proteção do ambiente de tecnologia e das informações. Para isso, a Companhia segue as diretrizes da **Política Global de Segurança do Grupo Telefônica**, que abrangem as operações em todos os países nos quais o grupo atua e tem uma **jornada de Segurança Digital dirigida por um Plano Diretor de longo prazo**.

A estratégia é acompanhada pela Alta Administração, com um dos conselheiros da administração nomeado como responsável pela revisão dessa estratégia.

A **jornada de Segurança Corporativa e Digital da Vivo** é dirigida por um **Plano Diretor com visão até 2025**. Todas as ações são baseadas em três princípios-chave, cuja abordagem é focada na gestão proativa dos riscos, abrangendo: **disponibilidade, integridade e confidencialidade**.

## DISPONIBILIDADE

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

## INTEGRIDADE

Proteger nossas aplicações e identidades e mitigar riscos de fraudes.

## CONFIDENCIALIDADE

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



**Na gestão do risco cibernético**, a Companhia atua responsavelmente e de forma engajada em todos os níveis de governança da empresa e adapta sua estratégia de defesa perante a evolução das ameaças. O apetite de risco constantemente evolui e é calibrado com menor tolerância quando relacionado com os temas de proteção de dados, proteção de ambientes críticos, segurança do ecossistema e segurança na cadeia de suprimentos.

**A Companhia tem, também, a execução anual de um Cyber War Games** (Exercícios de Guerra Cibernética), em que uma equipe de Red Team realiza cenários de ataques cibernéticos simulados para que uma 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, sendo que também é disponibilizado o curso de Privacidade e Segurança,

obrigatório para todos os colaboradores durante o processo de integração. São realizados workshops anuais junto aos fornecedores contratados, para fomentar a conscientização e a 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 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 ainda que a empresa possui um **Plano de Resposta a Incidentes** estabelecido, pelo qual 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), testados conforme o Plano de Teste do Ciclo (PTT), minimamente, a cada seis meses.





## Comprometimento embasado em critérios, diretrizes e órgãos de apoio

A Vivo está comprometida com a **segurança das informações e a confidencialidade dos dados**. A Companhia segue uma série de processos e diretrizes, com base nos requisitos de segurança da empresa e em frameworks de mercado, como a **ISO 27001 (Gestão de Segurança da Informação)**, a **ISO 22301 (Continuidade dos Negócios)**, os **parâmetros do National Institute of Standards and Technology (NIST)** e os **padrões do PCI Compliance (PCI DSS)**. Além disso, está preparada 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, a Vivo recebeu a **Certificação ISO 27001**, para o escopo do Processo de Gestão de Vulnerabilidades Tecnológicas, que avalia o ambiente de forma ampla, identificando as vulnerabilidades e compartilhando-as com os times responsáveis para a sua correção. Isso assegura 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. Em 2022, **o escopo da certificação foi ampliado para o Processo de Managed Detection and Response (MDR)**, que visa um monitoramento 24x7 do ambiente contra ataques cibernéticos, ameaças e invasões, de maneira preditiva.

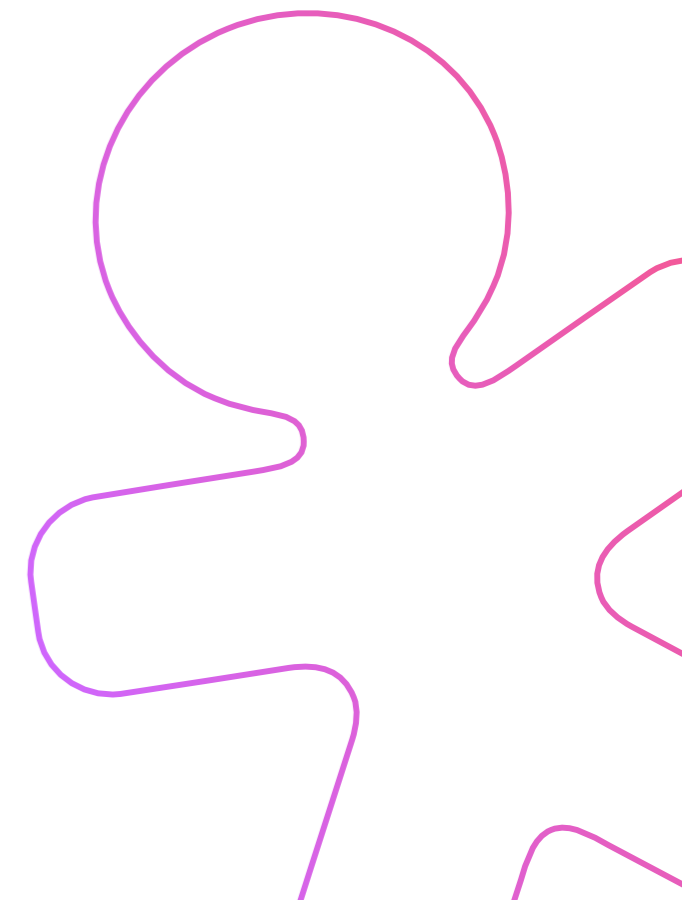
A Companhia também realiza a **Governança do Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios (SGCN)**, com a elaboração de análise de impacto e planos de continuidade de negócio.

Todas as políticas, normas e processos estão publicados na intranet, canal disponível a todos os colaboradores e que traz para a empresa os princípios da área, a governança e o monitoramento, bem como os canais disponíveis para a formalização dos riscos e os acompanhamentos dos planos de ação.

A Companhia também realiza 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 minimamente a cada seis meses. A metodologia de Gestão de Continuidade de Negócios utilizada segue o Regulamento Global de Gestão de Continuidade de Negócios e está alinhada às melhores práticas da norma ISO NBR 22301 – Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios. O papel da GCN é garantir a resiliência da organização em situações de crise ou interrupção.

## Comitê de Crise

A Vivo conta com um **Comitê de Crise ou de Incidente Crítico Corporativo**, formado pelo líder (CSO), executivos, áreas de monitoramento e pela equipe de Gestão de Continuidade do Negócios (GCN). Seu objetivo é reunir os responsáveis pela tomada de decisão e os principais membros das áreas afetadas para esclarecer ocorrências, sua abrangência e as decisões estratégicas que devem ser colocadas em prática para o restabelecimento da operação o mais rápido possível, minimizando os impactos à empresa e aos clientes.





# Proteção de dados e privacidade

GRI3-3 Tema material: Proteção da privacidade

A Vivo prioriza a segurança e a privacidade das informações dos clientes que utilizam os seus produtos e serviços. Para isso, a Companhia possui um modelo de governança com políticas e normas internas que orientam como informações devem ser tratadas e protegidas. Todos os parceiros e fornecedores da Vivo devem adotar medidas de preservação da privacidade.

O tema da proteção de dados e privacidade está contido no **Código de Conduta da Vivo** ao definir que todos os colaboradores devem manter o **respeito e a promoção aos Direitos Humanos e dos Digitais** (princípio 3) e prezar pela promoção da **inovação, desenvolvimento e uso responsável da tecnologia** (princípio 5).

O zelo pela privacidade de dados também é contemplado na **Gestão de Riscos Corporativos**, que está sob a supervisão da **Diretoria de**

**Auditoria e Gestão de Risco** e é acompanhado pela **Diretoria de Compliance**.

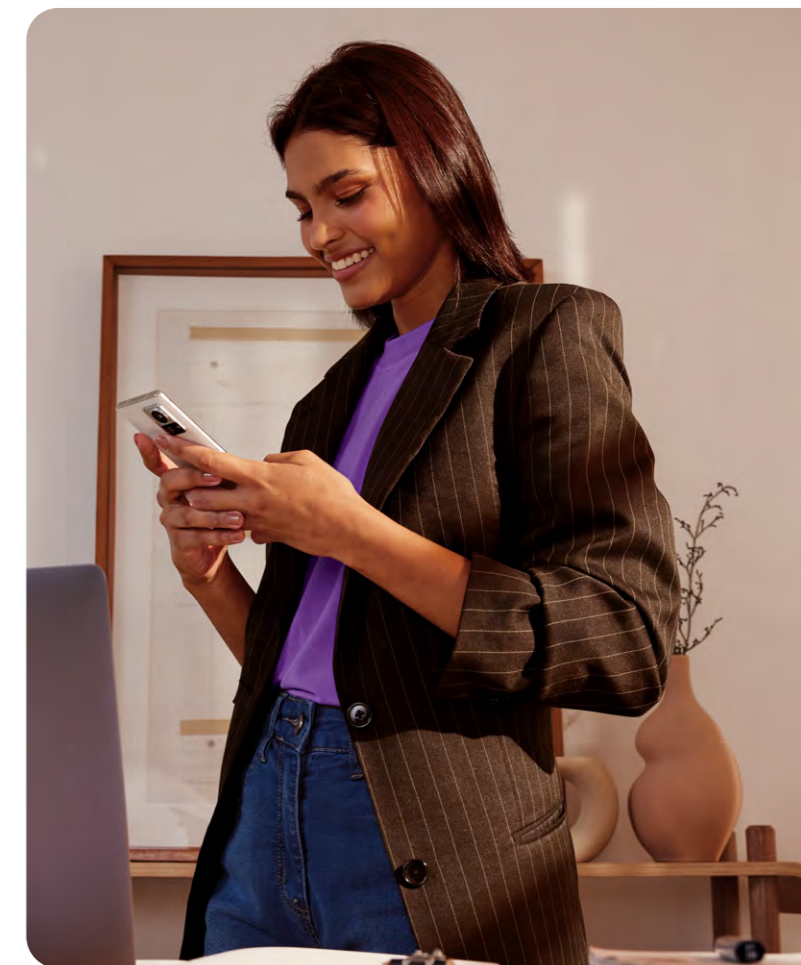
Para garantir a governança da privacidade, a Vivo possui uma área totalmente dedicada a essa função e que dá suporte às unidades de negócio no tratamento adequado de dados pessoais.

A atuação da Companhia é orientada pela **Política de Privacidade do Grupo Telefônica** e pela **Política de Privacidade e Proteção de Dados da Vivo**, atualizada em 2022. Todas essas diretrizes, em conjunto com a **Política e normas de Segurança**, definem as ações realizadas para proteger os dados contra acessos indevidos e vazamentos. Em caso de descumprimento dessas políticas, a Companhia poderá aplicar as medidas disciplinares cabíveis.

São adotados os conceitos de **Security e Privacy by Design** desde a concepção de produtos e serviços

Com base em seu **Programa de Governança em Privacidade e Proteção de dados**, as atividades de negócio que tratam dados pessoais são mapeadas, possibilitando que os times DPO, Jurídico e Segurança Digital avaliem a conformidade com as melhores práticas em privacidade e proteção de dados pessoais, bem como as hipóteses legais de tratamento e em linha com as diretrizes de segurança.

Além disso, são adotados os conceitos de **Security e Privacy by Design** desde a concepção de produtos e serviços,





visando à redução dos riscos associados à segurança e privacidade das informações, criando condições para que as correções sejam feitas antecipadamente.

Com o objetivo de fomentar a transparência no tratamento de dados pessoais, em 2021 foi disponibilizada uma nova versão do **Centro de Transparência e Privacidade da Vivo**, existente desde 2016. Através dele, é possível exercer direitos previstos na LGPD, obter informações sobre a proteção dos dados, entre outras informações relevantes sobre o tema. Ainda em 2021, foi disponibilizada a **Política de Privacidade para Colaboradores**, desenvolvida pela equipe global e aplicável a todas as empresas do Grupo Telefônica. Também foi implementado o **Comitê de Privacidade**, com áreas estratégicas, para abordar temas relevantes relacionados à privacidade e à proteção de dados.

Como resultado do conhecimento acumulado pelas empresas de telecomunicações desde a publicação da LGPG foi lançado, através da organização da Conexis Brasil, o **Código de Melhores Práticas de Proteção de Dados** para o Setor de Telecomunicações no Brasil.

Em 2023, A Vivo continuou a participar das discussões sobre proteção de dados e privacidade no Brasil, ao lado de outras empresas do setor. A Companhia também realizou contribuições em todas as consultas públicas promovidas pela ANPD (Agência Nacional de Proteção de Dados), de acordo com a agenda regulatória, por meio dos grupos de trabalho empresariais e de forma independente.

Em celebração ao dia da privacidade (Privacy Day) foi lançado o novo e-learning **“LGPD na Prática”** para todos os colaboradores

da Companhia, em substituição ao anterior, lançado em 2020. Além de conceitos trazidos pela LGPD, o novo curso traz os procedimentos aplicados pelo Programa de Governança em Privacidade, dicas de segurança e esclarecimentos por meio de cases de tratamentos baseados nas atividades da empresa.

Outra iniciativa implementada foi a disponibilização de um formulário para assinatura eletrônica, com objetivo de trazer segurança e maior facilidade no atendimento dos titulares de dados, pelo canal de contato com DPO. Ademais, ao longo do ano, foram feitas revisões na avaliação de fornecedores em cumprimento à LGPD, a fim de identificar melhorias necessárias.

## LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

O **Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados da Vivo** é conduzido pela equipe DPO e foi estruturado com base em frentes de trabalho derivadas 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. Esse programa busca garantir a conformidade com as diretrizes da LGPD dos processos e da cultura de proteção à privacidade de dados pessoais.





# Frentes de trabalho do Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados da Vivo

## ESCRITÓRIO DE PRIVACIDADE

Compõe a área responsável pela governança do tema de privacidade de dados pessoais, sob a gestão do encarregado (Data Protection Officer) da Vivo. Dentre suas atribuições, funciona como canal de comunicação entre a empresa, os titulares de dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

## GOVERNANÇA

Refere-se principalmente ao processo de mapeamento das atividades que tratam dados pessoais realizadas pelas áreas de negócio para análise de adequação pelo Escritório de Privacidade, Segurança Digital e Jurídico.

## EMBASAMENTO DE USOS DE DADOS

Identifica as atividades de negócio que realizam tratamento de dados pessoais, suas finalidades e a hipótese legal correspondente.

## SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Avalia os sistemas sob o ponto de vista de segurança dos dados. As vulnerabilidades são encaminhadas para um roadmap de ações.

## CONTRATOS

Analisa as minutas contratuais de fornecedores e parceiros, incluídos os termos de tratamento de dados pessoais, e revisa os termos de uso de serviços a clientes.

## ATENDIMENTO AO TITULAR

Por meio do Centro de Transparência e Privacidade da Vivo, os titulares podem exercer seus direitos e entender como seus dados são tratados e protegidos. O espaço disponibiliza um canal direto com o Encarregado e o Escritório de Privacidade, por meio do e-mail [DPO.br@telefonica.com](mailto:DPO.br@telefonica.com).

## CONSCIENTIZAÇÃO E TREINAMENTO

Compreende em estruturar treinamentos e planos de comunicação para disseminar os conceitos da LGPD e aculturar e capacitar os colaboradores para o compromisso no tratamento de dados pessoais, em conformidade com a lei.



# #DNAVivoEm TudoQueSomos



## ODS



## Temas Materiais

- Gestão de talentos



# Cultura Digital Colaborativa

Na Vivo, o olhar digital e o humano andam lado a lado e estão presentes em tudo o que se faz. Para trabalhar cada vez mais pelo propósito de “**Digitalizar para Aproximar**” pessoas, negócios e toda a sociedade, a Vivo tem conduzido um processo de transformação digital, para que a revolução aconteça de dentro para fora, construindo uma nação mais conectada e transformando a vida dos brasileiros.

Buscando se conectar com as formas mais inovadoras e colaborativas para se trabalhar foram implementadas metodologias ágeis por toda a empresa, buscando se conectar com as formas mais inovadoras e colaborativas de se trabalhar. A Vivo acredita que o caminho para oferecer a melhor experiência aos clientes começa pela boa experiência dos colaboradores.

Nesse contexto, a **Cultura Digital Colaborativa** apresenta o que é esperado de cada colaborador da Companhia. Essa cultura é fundamentada em quatro norteadores que evoluíram para **Conexão Humana, Curiosidade Viva, Atitude Transformadora e Ação Responsável**.

Após 2 anos do lançamento da Cultura Digital Colaborativa, foi dado um novo passo na trajetória de evolução e consolidação deste tema e isso por conta de transformações na própria Vivo:

- **Evolução Cultural:** A Vivo evoluiu e por isso os norteadores evoluíram junto, deixando mais claro o foco o cliente, a importância da proximidade, empoderamento, autonomia e curiosidade.
- **Além do Digital:** A amplitude inovadora da empresa engloba conceitos diversos, como a Inteligência Artificial e outros que virão. Por isso, temos agora um norteador que fala de atitude transformadora e não só digital.
- **Novos ingredientes:** Aproveitamos a oportunidade de incorporar pilares que ganharam mais ênfase, como o Bem-Estar e o pilar ESG.
- **Mais inspiração:** Na visão geral, os norteadores culturais estão mais inspiradores e trazem ainda mais o lado humano.





Para fortalecer a **Conexão Humana** norteador que incentiva o **feedback** e a **proximidade a Vivo trabalha o conceito de Empatia Assertiva com as lideranças**. O objetivo é aproximar líderes e liderados, ao propor um equilíbrio entre interesse genuíno pelas pessoas e os desafios profissionais.

Por meio da realização de práticas constantes, que estimulam tanto a empatia como a assertividade, esse equilíbrio promove transparência e confiança, estimula feedbacks consistentes e fomenta a segurança psicológica, servindo como motor para a inovação e para a proatividade.

A Vivo também possui o **Eu+Vivo**, programa de **reconhecimento pessoal**, criado para fortalecer a Cultura Digital Colaborativa por meio dos quatro norteadores culturais. Em 2023 foram realizados dois ciclos, o primeiro ciclo com **mais** de 89 mil reconhecimentos gerados por **cerca** de 12 mil colaboradores, e o segundo ciclo com 80 mil reconhecimentos enviados, gerados por **aproximadamente** 11 mil colaboradores de toda a Companhia. O Eu+Vivo também serve de insumo para celebrações das vice-presidências e diretorias, que por sua vez premiam os colaboradores mais reconhecidos em cada um dos norteadores.

## VIVO CREATORS

A Vivo possui um **grupo de influenciadores internos, chamados de Vivo Creators**, que tem um importante papel nas estratégias e ações de **comunicação interna** da Companhia. Este time, de 30 colaboradores, de diversos cargos, áreas e regiões do país, está sempre acompanhando as mudanças nos hábitos de consumo de informações e ajuda na comunicação interna, fazendo com que ela seja cada vez mais próxima e humana, de pessoas para pessoas. Em 2023, o grupo se reuniu pela primeira vez de forma presencial.

## Indicadores de engajamento (eNPS)

O principal indicador de engajamento dos colaboradores é o **Employee Net Promoter Score (eNPS)**. Em 2023, a pesquisa teve 93% de adesão, o que equivale a 29.534 colaboradores, que participaram compartilhando suas percepções sobre a Vivo. Com base na pergunta: “numa escala de 1 a 10, qual a probabilidade de você recomendar a empresa como um bom lugar para se trabalhar para as pessoas próximas a você?”, alcançamos um resultado de 88 pontos, contra os 84 do ano anterior.

A pesquisa apontou que as principais forças da Vivo são:

- A atuação de forma ética e responsável.
- A inclusão no ambiente de trabalho.

- A inclusão por meio de oportunidades iguais para todos.
- O aprendizado contínuo como parte da rotina.
- O trabalho com um propósito (individual ou para a sociedade).
- Iniciativas de bem-estar.

Além disso, a maioria acredita que seu trabalho tem um propósito pessoal ou para a sociedade e que a aprendizagem contínua é uma das principais fortalezas da Vivo, assim como o sentimento de que todas as ideias e opiniões são consideradas, independentemente de cargo, gênero, identidade de gênero, idade, orientação sexual, deficiência ou raça.

**29.534** colaboradores  
participaram da pesquisa

eNPS de **88** pontos  
contra os 84 do ano anterior.



# Atração e retenção de talentos

GRI 404-1, 3-3 Tema material: Gestão de talentos

Para atrair e reter os melhores talentos, a Vivo, ao longo dos últimos anos, tem implantado **novas metodologias e digitalizado a jornada de atração e seleção, transformando e descomplicando a experiência e inovando o processo no mercado.**

Com o uso da plataforma Gupy - ferramenta de recrutamento e seleção que permite realizar processos seletivos de forma totalmente online -, **foram abertas em 2023 cerca de 13 mil vagas, que contaram com mais de 1 milhão de candidaturas.** Com a utilização de Inteligência Artificial, a Companhia tem

**13 mil** vagas foram abertas, que contaram com + de **1 milhão** de candidaturas

ganhado mais agilidade em seus processos seletivos, chegando a 65% dos candidatos aprovados pertencentes ao primeiro quartil de inscritos.

Os times internos estão sempre atentos às melhores práticas de mercado e às experiências dos candidatos, gestores e recrutadores, buscando incrementar soluções que facilitem a operação, melhorem a jornada de todos e fortaleçam as áreas de negócios da Companhia.

**O programa Jovem Aprendiz** oferece vagas em todas as regiões do Brasil para pessoas com idade entre 16 e 21 anos – sem limite de idade para pessoas com deficiência – e que estejam cursando o ensino regular ou que já tenham finalizado o ensino médio a Companhia assumiu o compromisso de garantir 50% das vagas para pessoas negras. As oportuni-

dades são para trabalhar no escritório e nas lojas Vivo. Os aprovados têm acesso a uma trilha de desenvolvimento que aborda temas de negócios, tecnologias e habilidades interpessoais. Dessa forma, barreiras de entrada na Companhia têm sido reduzidas, uma vez que para participarem do processo seletivo não é necessário que pessoas candidatas tenham experiência prévia e nem que estejam cursando o ensino superior.

**O programa de Estágio**, por exemplo, foi estruturado com objetivos de curto, médio e longo prazo, pelos quais até 2024 a Companhia terá 1.500 estagiários, com o compromisso de garantir ao menos 50% de pessoas negras. O programa tem o compromisso de proporcionar experiências de aprendizados que desenvolvam competências técnicas e comportamentais, preparando talentos iniciantes para uma jornada de sucesso. São

aceitos todos os cursos de graduação e técnico e não se exige experiência em inglês.

Como empresa inclusiva, a Companhia vem promovendo vagas destinadas para profissionais que pertencem a diferentes pilares de diversidade (mulheres, pessoas com deficiência, LGBTI+, negros e 50+), totalizando mais de 2.700 vagas exclusivas abertas ao longo de 2023. Do total de contratações realizadas, 42% foram de talentos negros – considerando pessoas candidatas que se autodeclararam durante sua participação no processo seletivo, seguindo princípios de proteção de dados sensíveis -, 16% de pessoas com deficiência e 52% de mulheres.





## Principais programas e iniciativas

Destaque para as seguintes iniciativas:

### VEM PARA VIVO:

É o posicionamento de **Atração de Talentos da Vivo**. Contempla diversos projetos e ações, tanto online quanto offline, que aproximam a marca empregadora dos mais diversos talentos do mercado, comunicando os valores, o propósito, a cultura e o significado de ser #VivoLover.

### PROGRAMA DE INDICAÇÃO:

A Vivo incentiva os seus colaboradores a participarem da seleção dos #VivoLovers, recomendando os melhores talentos do mercado para oportunidades de carreira dentro da empresa. No caso da contratação de um talento indicado, o colaborador que realizou a indicação é premiado com um voucher, que pode ser utilizado na **loja online**, contribuindo para a receita do negócio da Vivo.

### BLOG DE CARREIRAS:

Um hub digital de conteúdos sobre tecnologia, desenvolvimento e carreira, destinado para talentos externos que queiram ampliar seus conhecimentos e se conectar com a marca empregadora da Vivo.

### VIVO MINHA CARREIRA:

Plataforma de divulgação de oportunidades internas, abrangendo movimentações horizontais e verticais na Vivo.

### VAGAS INTERNACIONAIS:

Plataforma de divulgação de oportunidades internacionais em empresas do Grupo Telefónica.

### PROGRAMAS PARA JOVENS TALENTOS:

Iniciativas com foco na inserção de jovens no mercado de trabalho, como o programa Jovem Aprendiz, o programa de Estágio e o programa de Trainee. A iniciativa conta com 50% de suas vagas reservadas para pessoas negras, contribuindo para a diversificação do quadro de colaboradores da Companhia.

### VIVO MARCA PRESENÇA EM EVENTOS DE CARREIRA PARA JOVENS

Com o objetivo de fortalecer a marca empregadora da Vivo no ecossistema universitário e apoiar as demandas de programas destinados a talentos iniciantes foi necessário o investimento em iniciativas mais imersivas com este público. Com o objetivo de fortalecer a marca empregadora da Vivo no ecossistema universitário e apoiar as demandas de programas destinados a talentos iniciantes foi necessário o investimento em iniciativas mais imersivas com este público. Em 2023, a **Vivo participou de mais de 30 eventos, online e offline, e impactou cerca de 11.700 estudantes por todo o país**. As participações de maior destaque aconteceram no **Encontro Nacional de Empresas Juniores**, o maior evento de empreendedorismo jovem do Brasil; no **Preparadão**, principal feira nacional de empregabilidade para universitários; e na **Feira de Oportunidades Inatel**, um dos centros de maior referência em Tecnologia e Inovação.

As atividades produziram mais de 4 mil leads (contatos) para campanhas de Inbound Recruiting – estratégia de marketing para atrair e engajar candidatos – da Vivo, além de 480 inscritos nos programas de Estágio e Jovem Aprendiz.



# Treinamento e desenvolvimento

GRI 404-1, 3-3 Tema material: Gestão de talentos

Foram investidos

**R\$ 49 milhões**  
em treinamento e desenvolvimento com capacitações presenciais e online

Participaram dos treinamentos

**40.935**  
colaboradores próprios  
e **57.503**  
prestadores de serviço terceirizados

As ações de desenvolvimento e capacitação são muito relevantes para a organização, pois garantem que os colaboradores recebam as informações essenciais para o exercício de suas funções e possam crescer, se desenvolver e contribuir mais decisivamente com os objetivos estratégicos da Companhia.

O modelo de gestão de pessoas da Vivo é voltado à aceleração de carreiras, baseando-se em dados de desempenho que direcionam ações de desenvolvimento de acordo com um plano elaborado com cada colaborador. A evolução na carreira ocorre sempre com base em bons resultados e pode acontecer através de promoções, mudança de área, alteração ou ampliação do escopo de trabalho.

Para tanto, a Companhia procura fornecer ferramentas de treinamentos como coaching e mentoring, além de fortalecer suas lideranças ao fomentar práticas e valores como empatia, feedback e reconhecimento.

Em 2023, foram investidos **R\$ 49.983.213,79 em treinamento e desenvolvimento**, com capacitações presenciais e online. A Vivo chegou a 2.094.238 milhões de horas de treinamento para colaboradores e 3.238.427 milhões para terceiros - o que representa 1.330.389 milhões de participações (colaboradores próprios) e 1.830.832 milhões de participações (terceiros). O alto volume de horas em treinamento é resultado do envolvimento de 40.935 colaboradores próprios e de 57.503 pessoas que prestam serviços terceirizados de áreas administrativas e operações técnicas, entre outras.

No programa de excelência operacional **Lean 6 Sigma da Vivo**, em 2023, **3.574 mil colaboradores foram capacitados** para as certificações Yellow Belt, Green Belt, Black Belt e Innovation Belt, totalizando 900 horas de treinamento. A certificação Yellow Belt foi composta por vagas afirmativas para pessoas negras e pardas, 50+, PcD e de gênero (mulheres cis e trans), reforçando o compromisso da Vivo com a diversidade e a inclusão.

A Companhia deu continuidade, também, à promoção de **desenvolvimentos e certificações técnicas importantes para o negócio e subsídios a cursos de especialização profissional e idiomas**. Isso inclui subsídios de até 100% de cursos de primeira graduação, pós-graduação, extensões, idiomas, certificação técnica e bootcamps.

Nesse contexto, foi oferecido, ainda, **convênio com mais de 50 instituições de ensino**, entre universidades e escolas de idiomas, que concedem descontos de até 80% para colaboradores que buscam o desenvolvimento pessoal e profissional.

A fim de apoiar a gestão das equipes e direcionar os planos de desenvolvimento individual e profissional a Vivo tem, anualmente, o processo de **Avaliação de Performance**. Aplicada a 100% dos colaboradores e gestores, a partir do alinhamento dos objetivos organizacionais aos desafios das áreas, aproxima líderes e liderados e contribui para gerar produtividade, eficiência e desenvolvimento profissional. Em 2023, participaram 26.750 colaboradores elegíveis.



## Treinamentos ESG

# 98,21%

dos colaboradores foram treinados nos princípios do Negócio Responsável

Para avançar na consolidação da sustentabilidade como parte fundamental da cultura da Vivo, em 2023, 98,21% de seus colaboradores foram treinados nos **Princípios do Negócio Responsável**. Além disso, houve comunicações sobre as temáticas ESG e Responsabilidade Social Corporativa nas plataformas internas da Companhia, que abordaram temas como Direitos Humanos, Diversidade, Segurança Digital, entre outros.



## Academia de Líderes

Participação de  
**2.154** líderes

# 40.555

horas de desenvolvimento  
e capacitação

A Companhia entende que é essencial aprimorar continuamente as competências de suas lideranças, reforçando a cultura digital colaborativa e estimulando a criatividade para a geração de novas soluções e negócios. A Vivo conta com uma **Academia de Líderes**, que consiste no desenvolvimento da liderança para os desafios de gestão, com acesso a conteúdos de escolas e instituições renomadas, em linha com as tendências de mercado. Em 2023, ocorreram **8.017 participações, abrangendo 2.154 líderes, com 40.555 horas de desenvolvimento e capacitação.**

Outra iniciativa importante é o programa **Liderar para Aproximar**. A iniciativa tem como foco o desenvolvimento da **empatia assertiva** na liderança, por meio de conteúdos formativos e, principalmente, da realização de diferentes práticas de gestão com os times para fomentar a aproximação e a criação de um ambiente propício ao feedback contínuo. Em 2023, participaram do programa um total de mil pessoas. Ao ingressar na Companhia, o novo líder já passa por essa capacitação.

Há, ainda, o **Tech Mind**, voltado para o desenvolvimento da liderança para a aceleração de conhecimentos e habilidades em tecnologias disruptivas, para que estejam antenados com as tendências em inovação. O programa abrange cinco módulos com conteúdos altamente tecnológicos, como realidades estendidas, universo cripto, negócio sustentável, entre outras tendências. Em 2023, tivemos a participação de 1.514 executivos.

## Vivo Acelera

É um **programa para executivos, focado no desenvolvimento de carreira**, com o objetivo de compreender, acelerar e sustentar o conjunto de talentos da Companhia, a fim de desenvolver e fortalecer ainda mais o desempenho e o potencial desses profissionais.

É composto por três categorias – **Pit Stop, Acelera e Pole Position** –, garantindo o processo de aceleração da maturidade dos executivos para posições futuras. Cada categoria possui um pool de ações de desenvolvimento, tais como: Academia de Líderes, bolsas de estudos, coaching, mentoring, idiomas, Explore+, Universitas, entre outras.



## Vivo Explore

É o **hub de desenvolvimento da Vivo**, que proporciona experiências de aprendizagem capazes de permitir que as pessoas explorem a si mesmas e ao mundo.

Em 2023, o Vivo Explore seguiu consolidando sua marca como o programa de desenvolvimento da Vivo. Foram 253.011 participações em cursos e 331.892 horas dedicadas ao aprendizado.

### É DIVIDIDO EM QUATRO FRENTES:

#### EU + DIGITAL

Pessoas interessadas por tecnologia e pelas possibilidades que ela abre. Com foco em Produtos e Serviços Vivo, Novas Tecnologias (5G, IA, Cloud, Virtualização), UX, Design de Experiência, Programação e Dados.

#### EU + CRIATIVO

Pessoas capazes de colocar seu conhecimento em movimento, gerando ideias e valor para o mundo. Com foco em curiosidade, criatividade, colaboração, comunicação, execução, agilidade, entre outros atributos.

#### EU + PROTAGONISTA

Pessoas que assumem responsabilidades e fazem a diferença nas suas relações. Com ênfase em pensamento sistêmico, foco, tomada de decisão, modo criação versus modo execução, inteligência emocional, empatia assertiva e empoderamento e paradoxos das culturas inovadoras.

#### EU + HUMANO

Pessoas engajadas e humanistas, equilibradas para lidar com os desafios dos novos tempos, e orientadas por propósito e geração de impacto no mundo, saúde mental. Com foco em motivação, autoconsciência, flexibilidade e agilidade.

## Análise de perfil e potencial

Participação de  
**1.972** executivos

**90%**  
de taxa adesão

A Vivo tem o **Management Review**, um processo que auxilia a realizar o **mapeamento de talentos**, identificar potenciais sucessores e analisar riscos de saída, além de oferecer inputs para ações de desenvolvimento.

Também possibilita conversas sobre carreira, nas quais são abordados tendências e movimentos de negócio que impactam em novos skills e a perspectiva de ampliação de atuação. Em 2023, foram 1.972 executivos elegíveis, o que corresponde a uma taxa de 90% de adesão.





# Diversidade

GRI 405-1, 405-2, 3-3 Tema material: Gestão de talentos

A **diversidade é um pilar estratégico na cultura da Vivo** – e considerada essencial para a inovação. A Companhia entende que o seu sucesso está relacionado à capacidade de compartilhar valor para a sociedade e, por isso, a Companhia acredita que equipes diversas geram repertórios inovadores e inclusivos no ambiente de trabalho, no relacionamento com clientes e no compromisso de transformação com a sociedade. É um tema fundamental para sustentabilidade do negócio.

Um ambiente aberto e diverso, **onde as pessoas se sintam confortáveis para serem quem são e se expressarem de maneira autêntica**, é um espaço de criatividade e construção colaborativa de soluções. A Vivo traduz estes conceitos na adoção de políticas internas e no dia-a-dia de seus colaboradores desde a atração a retenção de talentos, criando as condições para que as pessoas possam desenvolver plenamente as suas habilidades, o que gera mais vantagem competitiva e adaptação ao mercado.

A fim de promover avanços relevantes em diversidade e inclusão, desde 2018 a Companhia desenvolve o **Programa Vivo Diversidade**, com ações focadas nos pilares de **Raça, Gênero, Pessoas com Deficiência e LGBTI+** de forma transversal, abordando também questões, geracionais e demais pautas relevantes.

A Companhia conta com uma **Política de Diversidade e Inclusão**, que está fundamentada nos **Princípios de Negócio Responsável** e expressa o compromisso com a igualdade de oportunidades e o tratamento não discriminatório de pessoas em todas as áreas da empresa. A política aborda os conceitos de responsabilidade dos colaboradores e líderes no combate à discriminação e na valorização da diversidade, aspectos da governança e os compromissos da Vivo na jornada do colaborador.

**44,7 %**  
de presença feminina  
na Companhia

**33 %**  
do Conselho é  
composto por mulheres

**+de 41,7 %**  
dos colaboradores  
da Vivo são negros

A partir da **ambição de ser uma das empresas mais diversas do país e referência em equidade racial**, a Vivo estabeleceu um plano estratégico de ações para fomentar a diversidade dentro da empresa, como desenvolvimento de liderança, jornadas para letramento, processos de contratação afirmativas, além de mecanismos de governança para acompanhamento do desenvolvimento dessas medidas.

Com isso, resultados avançam de maneira virtuosa nos pilares de diversidade, com destaque para os pilares de Gênero e Raça, considerando que, ao todo, a Companhia tem mais de 44,7% de presença feminina. No que tange aos cargos de liderança, destacamos a composição do Conselho, com 33% de mulheres, bem como sua presença em 37,3% da liderança executiva.

**Dos colaboradores da vivo, 41,7% são profissionais negros.** E, após o último **Censo de Diversidade**, realizado em 2023, a empresa constatou que, de seu quadro de liderança, **32,8% são negros**, resultado da ampliação de ações afirmativas, principalmente voltadas à contratação de pessoas negras e a tópicos como a proposição de reflexões sobre a luta antirracista, a análise de vieses inconscientes, a responsabilidade da liderança na carreira de colaboradores negros, além do amadurecimento das equipes em relação à autodeclaração racial, que inclui questões de segurança psicológica, aceitação e consciência das raízes históricas.



## Ambição Vivo

- Ser uma das empresas mais diversas do país.
- Ser referência em equidade racial.

O direcionamento em diversidade e inclusão da Companhia está fundamentado nas seguintes ambições:

- Promover a cultura inclusiva, ampliando nossa capacidade de compreender, valorizar e incluir o diverso, para que possamos conviver com um número cada vez maior de ideias, valores, identidades, orientações e origens.
- Garantir a participação de diferentes públicos, ampliando, a representatividade de mulheres, negros, pessoas com deficiência e LGBTI+ em toda a empresa.



## POSICIONAMENTO VIVO EM PROL DA DIVERSIDADE E INCLUSÃO

### COLABORADORES

Construir uma cultura aberta e inclusiva, aumentando a representatividade de grupos minorizados, atraindo, desenvolvendo e retendo os melhores talentos e fomentando a inovação em todos os níveis e áreas.

### SOCIEDADE

Ter um posicionamento com as melhores práticas de mercado, influenciando toda a cadeia de valor e propondo discussões e avanços genuínos no tema.

### CLIENTES

Garantir uma experiência inclusiva e acessível em qualquer ponto de contato com a marca Vivo. Inovar trazendo produtos e serviços que atendam as necessidades de todos os públicos que atendemos e suas necessidades específicas.



### GOVERNANÇA E CONSCIENTIZAÇÃO

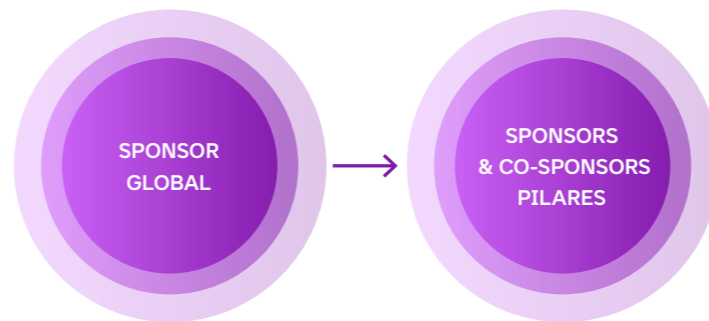
Visando ter uma governança direcionada para as temáticas de diversidade e inclusão na Vivo, foi estabelecida a estrutura de governança a seguir:

#### ÁREA DE DIVERSIDADE VICE-PRESIDÊNCIA DE PESSOAS

Responsável pela governança, estruturação de políticas e por implementar as ações estratégicas nos pilares

#### COMITÊ DE DIVERSIDADE

Composto pela VP Pessoas e por executivos de negócio, é liderado pela Sponsor que tem reporte Global do tema, com o objetivo de monitorar KPIs e validar novas iniciativas



#### SUBCOMITÊ DE DIVERSIDADE

4 subcomitês que representam nossos pilares, para cada um há um Grupo de Afinidade formado por 4 líderes, sendo três eleitos pelos membros do grupo e 1 indicado pela área de Diversidade, os quais realizam acolhimento, abrem diálogos, propõem novas iniciativas e promovem engajamento a todos



AFRO



MULHERES



PRIDE



IGUAL





Os temas são transversais na organização, mas a discussão central é conduzida pela Vice-Presidência de Pessoas, que é responsável pela governança, estruturação de políticas e por implementar as ações estratégicas nos pilares.

Existem **líderes de grupos de afinidades** para cada um dos principais pilares de atuação em diversidade e inclusão. Todos têm o objetivo de atingir a **ambição da Vivo de ser uma das empresas mais diversas do país** e referência em equidade racial.

Há um **Subcomitê de Diversidade** e em cada subcomitê foram constituídos **grupos de afinidades**, os quais realizam acolhimento, abrem diálogos, propõem novas iniciativas e promovem o engajamento de todos.



Para garantir os avanços nos pilares prioritários, o **programa de diversidade é acompanhado mensalmente pelo Comitê Executivo (CEO e vice-presidentes), pelo Comitê de Diversidade e em fóruns específicos com a liderança da Companhia.**

A Companhia possui um **Comitê de Diversidade**, liderado por uma sponsor que responde pelo Brasil na estrutura global da Telefônica e um sponsor e co-sponsor de diferentes áreas atuando diretamente no avanço de cada pilar. O objetivo do comitê é acompanhar o andamento das ações, monitorar KPIs e validar novas iniciativas.

Para promover um maior nível de conhecimento e compromisso de colaboradores e lideranças sobre o tema de **Diversidade e Inclusão**, a Vivo mantém ações específicas de desenvolvimento, como workshops, comunicações internas, campanhas de conscientização, cursos direcionados (Vieses Inconscientes e Web-série Diversidade) e engajamento nos compromissos internos e externos assumidos pela Companhia.

### VIVO É INCLUÍDA NOVAMENTE NO GEI

Em 2023, a Vivo marcou presença mais uma vez no índice de igualdade de gênero coordenado pela Bloomberg. O Gender-Equality Index (GEI) tem por objetivo acompanhar o desempenho de empresas de capital aberto comprometidas com a inclusão de gênero.





## Atuação da Vivo para estimular a diversidade

Existem metas traçadas para o desenvolvimento de líderes, mentorias e processos de contratação desenhados para fomentar a diversidade dentro da Companhia. Em 2023, a Companhia realizou a ação “Roadshow de Diversidade” com todos os executivos, de todos os níveis, com o objetivo de traçar planos intencionais para ampliação da reflexão na liderança e equipe, bem como, atingimento dos indicadores estabelecidos.

A Vivo foi a **primeira empresa do setor de telecomunicações a integrar o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ e a aderir aos Padrões de Conduta para Empresas** – enfrentando a discriminação contra lésbicas, gays, bissexuais, travestis, pessoas trans e intersexo, como parte do movimento Livres & Iguais da ONU.

Pelo segundo ano consecutivo, a Vivo patrocinou, em junho de 2023, a **Parada do Orgulho LGBT+ de São Paulo**, junto com o portal Terra. Foi a 27ª edição da Parada na cidade, realiza-

**A Vivo tem a ambição de ser uma das empresas mais diversas do país e tem metas concretas até 2027.**

da na Avenida Paulista. Com o mote “Eu Vivo esse Orgulho”, a marca levou para a avenida um trio com mais de 24 metros de extensão e substituiu as tradicionais telas de LEDs por painéis criados e confeccionados manualmente por artesãos.

Entre maio e junho de 2023, com a proposta de valorizar a arte, o orgulho e a diversidade em todo o seu potencial, o Teatro Vivo recebeu a mostra “**Cartografias Visuais para uma escrita LGBTI+**”, iniciativa que reúne obras de 17 artistas ligados à causa. A exposição, gratuita e aberta ao público, deu continuidade ao diálogo proposto pela Vivo na SP-Arte, com “**Telas do Orgulho**”.

O Teatro Vivo recebeu a estreia no Brasil da peça “**A Herança**”, que é sucesso na Broadway e já foi

premiada com quatro Tony Awards. O espetáculo coloca em pauta a temática LGBTI+ e geracional sobre pertencimento, amadurecimento e amor.

Em setembro de 2023, durante o festival de música **The Town**, em São Paulo (SP), a Vivo novamente reforçou a iniciativa do movimento “**Presença Preta**”, lançado no ano anterior, com ações voltadas a impulsionar a inclusão racial no evento. A proposta do “Presença Preta” é inspirar mais conversas e fomentar o acesso de pessoas pretas em espaços de entretenimento.

A Vivo também montou um QG de pré-evento, em que 12 empreendedores negros fizeram a produção

do look de convidados e **influenciadores** para curtir o show. O projeto, que integra a plataforma de conteúdo e ativações da marca em festivais de música desde 2022, amplia o senso de comunidade e o empreendedorismo negro.

A Vivo também ajudou a promover o trabalho de mulheres do sistema prisional ou em processo de ressocialização, por meio da distribuição,





ao longo do festival, de brindes reciclados de uniformes descartados, em parceria com a empresa Retalhar e o Movimento Eu Visto o Bem (Movi).

A Companhia tem, também, a iniciativa **Mulheres de Fibra**, que busca impulsionar a presença feminina na área de Serviços ao Cliente e ampliar o acesso de suas colaboradoras às atividades majoritariamente ocupadas por homens. Em 2023, o programa alcançou 412 mulheres entre técnicas de campos e técnicas elite (responsáveis por atendimentos VIP's e especializados).

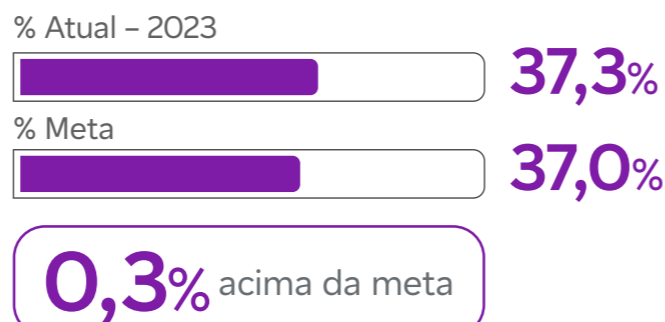
Outras ações estão relatadas nos itens “Gênero”, “Raça”, “LGBTI+”, “Pessoas com Deficiência” e “Plataforma Acolhe”, a seguir.

## Metas e resultados

### GÊNERO



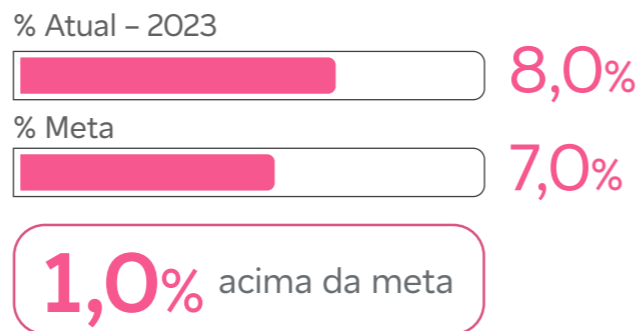
Mulheres em liderança executiva<sup>1</sup>



### LGBTI+



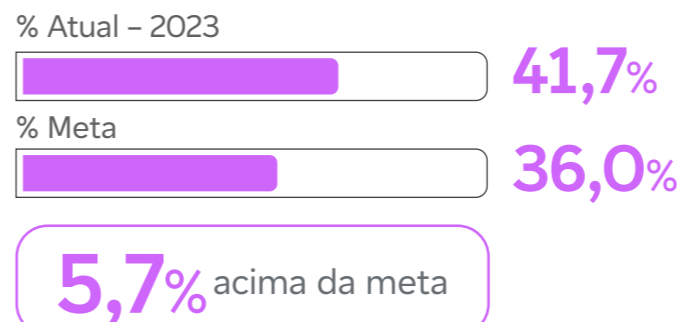
LGBTI + autodeclaração



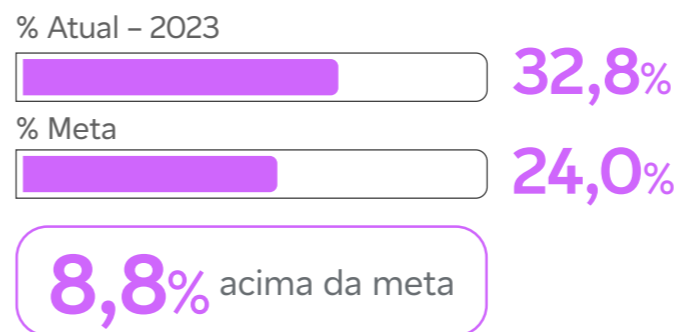
### RAÇA



Pretos e pardos



Pretos e pardos em liderança



### PCD



Pessoas com Deficiência



<sup>1</sup> São considerados como cargos de liderança executiva: presidente, vice-presidente, diretor, gerente sênior e gerente. Nota: empresas (TBRA, Terra e Fundação Telefônica).



## Compromissos Voluntários

A Vivo é signatária dos **Padrões de Conduta para Empresas**, documento elaborado pelo movimento Free & Equal, da ONU. Também participa de movimentos como **Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero**, **Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+**, **Movimento + Mulher 360** e **Rede Empresarial de Inclusão Social**, além de ser signatária dos **Princípios de Empoderamento das Mulheres** (Women's Empowerment Principles – WEPs, na sigla em inglês), uma iniciativa da ONU Mulheres. A empresa aderiu, ainda, aos movimentos “**Elas Lideram**” e “**Raça e Prioridade**”, da **Ambição 2030 do Pacto Global**.

Em dezembro de 2023, a Vivo e a Fundação Telefônica Vivo, como parte do compromisso e da atuação voltados à diversidade e à inclusão, aderiram ao **Pacto Nacional pela Inclusão Produtiva das Juventudes**, iniciativa do Ministério do Trabalho e Emprego, da UNICEF e da Organização Internacional do Trabalho (OIT) Brasil, em parceria estratégica do Pacto Global da ONU.

O chamado reúne o setor privado, governos, sociedade civil e jovens no Brasil para garantir direitos, promover o trabalho decente, a diversidade e a inclusão, bem como gerar políticas públicas para a ampliação e a melhoria da qualidade das oportunidades de formação, trabalho e renda.

A iniciativa reforça as ações da Vivo que promovem a igualdade de oportunidades no ambiente de trabalho, por meio do programa de diversidade e de políticas de contratação de jovem aprendiz, que levam em consideração pessoas em situação de vulnerabilidade.

O pacto é mais uma oportunidade de concretizar as ações relacionadas ao desenvolvimento de habilidades e competências para o mercado de trabalho por meio de formações para jovens, além da realização de pesquisas e análises sobre empregabilidade das juventudes, mapeando os principais desafios, tendências e as melhores práticas.



### GÊNERO

37,3%

Mulheres em liderança executiva<sup>1</sup>

44,7%

de mulheres no quadro de colaboradores

#### Ações afirmativas de recrutamento

No mês da mulher de 2023, foram abertas 320 vagas exclusivas para mulheres. Aconteceu a **Feira de Recrutamento Exclusiva para Mulheres**, um evento virtual pelo compromisso com a diversidade e mais presença feminina no time Vivo. O trabalho, realizado entre março e julho, apresentou resultados surpreendentes e resultou em várias contratações. Cerca de 25% das vagas eram relacionadas ao “**Mulheres de Fibra**”, projeto que seleciona e treina mulheres para atuação em áreas técnicas antes tipicamente ocupadas por homens.

<sup>1</sup> São considerados como cargos de liderança executiva: presidente, vice-presidente, diretor, gerente sênior e gerente.

#### Desenvolvimento e carreira

- Ações de mentoring e coaching.

- Idiomas e cursos técnicos para desenvolvimento de habilidades.

- Campanha #MulheresEmTech, com ações voltadas a estimular a presença feminina em áreas de Engenharia e Tech.

- Ações de desenvolvimento do “Vivo Mulheres”.

#### Carreira e maternidade

- Licença Parental de seis meses, tanto em casos de adoção como gestacionais.

- Acolhimento pós licença maternidade.

- Conexão Materna (espaço de amamentação).



## RAÇA

**32,8%** de negros em cargos de liderança<sup>1</sup>

### Ações afirmativas de recrutamento

A Vivo mantém **programas de Estágio, Jovem Aprendiz e Trainee afirmativos para pessoas negras**, garantindo pelo menos 50% das vagas destinadas a esse público. Além de atrair jovens talentos, a Companhia investe em trilhas de conhecimento, para que tenham uma boa trajetória profissional, com muitas oportunidades para desenvolvimento de carreira.

Em outubro de 2023, foram abertas as inscrições para o programa de Estágio 2024.

**41,7%** de negros no quadro de colaboradores

### Desenvolvimento de talentos negros

Programa de desenvolvimento de carreira que conta com encontros e palestras com referências negras de mercado.

Também traz reflexão sobre autoimagem e valorização da História de Vida, além de temas corporativos.

Engloba, ainda:

- Oficinas de Desenvolvimento do Vivo Afro.
- Mentoria para mulheres negras.

### Posicionamento antirracista

Apoio tecnológico da Plataforma Acolhe, para a desconstrução do racismo (parceria com a plataforma criada pela Universidade Zumbi dos Palmares).

### Marca, cultura e arte negra

Foco na representatividade, discussão e evolução da expressão e da cultura afro.



<sup>1</sup> São considerados como cargos de liderança cargos superiores ou equivalentes a supervisão.



## LGBTI+

**8%** dos colaboradores se identificam como LGBTI+

**111** profissionais são pessoas trans

Com um ambiente seguro, a Vivo quer incentivar a autodeclaração e trazer mais representatividade e visibilidade para as pessoas serem quem são.

### Ações afirmativas de recrutamento

- Abertura de vagas exclusivas em lojas de toda a empresa.
- Programa Jovem Aprendiz Trans.

### Ações de inclusão

- Ações direcionadas: Programa de acolhimento.
- Uso do nome social no crachá e e-mail.
- Retificação: lançamento do programa Vivo Retifica – auxílio financeiro para pessoas trans retificarem seu nome e exercerem plenamente o direito de existirem com o nome com o qual se identificam.
- Sensibilização de gestores e equipes para acolhimento e integração.
- Identificação nos banheiros, de acordo com o gênero com o qual a pessoa se identifica.

### Posicionamento aliado

- Patrocínio e apoio à Parada do Orgulho LGBT+ 2023 de São Paulo.
- Cores da bandeira LGBTI+ nas fachadas das sedes da Companhia, em junho de 2023.
- Participação no Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.
- Peça “Tom na Fazenda” no Teatro Vivo em março de 2023.
- Mostra “Cartografias Visuais para Uma Escrita LGBTI+”, no Teatro Vivo, entre maio e junho de 2023.





## PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

**5%** dos colaboradores são pessoas com deficiência

### Ações afirmativas de recrutamento

Em maio de 2023, a Vivo promoveu uma **feira de recrutamento exclusiva para pessoas com deficiência**, contemplando cerca de 300 vagas, distribuídas nas cidades de São Paulo (SP), Belém (PA), Rio de Janeiro (RJ), Campo Grande (MS), São José (SC), Florianópolis (SC), Cascavel (PR), Londrina (PR), Belo Horizonte (BH), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR) e Aracajú (SE).

Em setembro, mês em que é celebrado o Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência, a Vivo abriu **50 vagas afirmativas** para esse público nas cidades de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Curitiba (PR). As

oportunidades foram direcionadas para perfis tech e digital, para atuação em diferentes áreas da Companhia, em formato híbrido.

Em novembro de 2023, uma **nova feira de recrutamento exclusiva para pessoas com deficiência** foi realizada, com cerca de 250 vagas em todo o Brasil.

O processo seletivo foi efetuado de forma online e os únicos requisitos para participar foram: ter o Ensino Médio completo e conhecimento em informática (pacote Office).

### Acessibilidade atitudinal

Treinamento para gestores e equipe, promovendo inclusão genuína e revisão de processos e práticas.

### Acessibilidade estrutural

- Intérprete de Libras para reuniões e em todos os eventos internos.
- Softwares de leitura e equipamentos de apoio.
- Desenvolvimento acessível – Certificação Yellow Belt.
- Revisão gradual dos espaços na Companhia, para torná-los mais acessíveis.
- Acessibilidade na experiência do cliente.
- Squad para revisar e tornar o atendimento nos canais referência em acessibilidade.

## GERACIONAL

A Vivo tem o projeto 50+, visando estimular a contratação desse público para trabalhar em suas lojas, atendendo também clientes diversos e mostrando que o acesso à tecnologia não tem idade. Essa orientação é válida, inclusive, para os demais cargos da Companhia. Em 2023, 10,2% do nosso quadro de colaboradores foi 50+.

O quadro de colaboradores é formado por diversas gerações, pois a empresa compreende que a convivência entre elas a torna mais inovadora e preparada para responder as demandas da sociedade.

**As políticas de recrutamento e seleção da Vivo não possuem limite de idade, inclusive abrem diversos processos seletivos com vagas exclusivas para o público 50+.** A Companhia valoriza a pluralidade das diferentes gerações trabalhando em conjunto em todas as áreas.



# Plataforma Acolhe

A Plataforma Acolhe, coordenada pela Universidade Zumbi dos Palmares, em parceria com a Vivo, é o primeiro canal de acolhimento psicossocial e de assistência jurídica para vítimas de racismo. Por meio de Inteligência Artificial, a plataforma ajuda a direcionar denúncias. A operadora disponibiliza um serviço de SMS para acolher as vítimas com acompanhamento de psicólogos, assistentes sociais e advogados disponíveis para as medidas judiciais. A plataforma usa a infraestrutura de SMS da Vivo na divulgação do canal, um serviço desenvolvido e operado pela startup de equidade racial da instituição, a HelpZ.

# Jornada Anual Vivo Diversidade 2023

Em uma ação abrangente e transversal, a **Jornada Anual Vivo Diversidade** apresenta temas discutidos ao longo do ano, mobilizando e engajando toda a Companhia, com o objetivo de provocar reflexão, empatia e conectar diversos olhares para mudança de ideias e comportamen-

tos de todos os colaboradores, propiciando uma cultura mais diversa e inclusiva.

A Jornada da Diversidade sugere um tema, que é comunicado e discutido entre os colaboradores, com o apoio dos grupos de afinidade e presença de especialistas (iniciativa aberta a todos os co-

laboradores), e promove marcos e conquistas, desde novas políticas, benefícios ou ações que fortaleçam/ ratifiquem o tema abordado até ações efetivadas.

Em 2023, as seguintes iniciativas e assuntos foram abordados, com destaque na Jornada da Diversidade:





# Segurança do trabalho

GRI 2-25, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 3-3 Tema material: Gestão de talentos

O Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SGSST) da Vivo está orientado pelas normas legais e é aplicável aos colaboradores, prestadores de serviços e dos seguimentos de negócio, tais como:

- **Planta externa:** atividades técnicas de instalação e reparo para atendimento casa e cliente, incluindo teleatendimento de suporte por meio do centro de operações.
- **Planta interna:** atividades desempenhadas para transmissão, manutenção e operação de dados.
- **Datacenter** – Central de Servidores, onde todas as informações ficam armazenadas e salvas, como dados sobre servidores, número de assinantes B2B e B2C, chamadas de voz e tarifação.
- **Lojas** – atividades de vendas, atendimento a clientes para produtos, planos, assinaturas e atividades administrativas que apoiam e suportam todas as operações.

O Sistema de Gestão foi certificado pela AENOR Espanha em 2021 e está em conformidade com as diretrizes da ISO 45001 - Norma Internacional de Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional.

O objetivo de manter o sistema está na melhoria do desempenho da Companhia em SST, buscando continuamente o bem-estar dos colaboradores, a redução de doenças e dos acidentes relacionados ao trabalho.

A Vivo realiza controles de perigos e riscos, monitoramentos de requisitos legais, gestão de riscos e oportunidades, indicadores de desempenho, gerenciamento e avaliação dos prestadores de serviço através da ferramenta digital SOGI (Ambipar).

O número de colaboradores cobertos pela certificação do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho corresponde a 70% do total de colaboradores, com previsão de ampliação para a novas localidades certificadas no futuro.

Para apoiar na divulgação e implementação da cultura de saúde e segurança do trabalho, a Vivo conta com uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), constituída por representantes da empresa. Atualmente, a Companhia mantém 46 CIPAs vigentes, com um total de 468 participantes.





## CONSULTA E PARTICIPAÇÃO DOS COLABORADORES E TERCEIROS NO SISTEMA

Os processos de **consulta e participação dos colaboradores e terceiros no Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho** da Companhia ocorrem com base no subitem 5.4 da Norma ISO 45001. Os trabalhadores são representados por pontos focais das áreas de interface e da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), considerando as entradas, os meios e as

saídas do sistema, como, por exemplo: levantamento de riscos, perigos e oportunidades; requisitos legais; política; objetivos e metas; gestão de não conformidades e incidentes; plano de comunicação; e outros pontos. Essas questões também são discutidas ou abordadas em grupos no Teams e no Workplace, na intranet, em reuniões periódicas ou nos Diálogos Semanais de Saúde e Segurança (DSS).

### SITUAÇÕES DE RISCO OU PERICULOSIDADE, AVALIAÇÃO DE RISCOS E INVESTIGAÇÃO DE INCIDENTES

No ato da contratação, os colaboradores têm acesso à **Ordem de Serviço NR 01**, com orientações sobre situações de risco e direito de recusa para evitar situações de riscos, acidentes ou doença profissional.

Para as atividades operacionais ou com risco envolvido, a Vivo estabeleceu APR (Análise Preliminar de Risco) para as atividades de instalação e reparo, no mesmo sistema que o time de campo recebe as ordens de atividade a serem executadas.

Todos os incidentes e acidentes passam por um processo formal de investigação que acontece através do **formulário padrão de Análise Preliminar da Ocorrência (APO)**, fazendo uso de metodologia padronizada para a análise de causa e definições de ações.

Com o objetivo de prevenir e mitigar impactos de saúde e segurança do trabalho a Companhia possui procedimentos para atividades rotineiras e não rotineiras.

No caso de os colaboradores e prestadores de serviços precisarem relatar situações de risco iminentes ou condições que possam ser consideradas perigosas, a Companhia estabelece os seguintes canais: representantes da ISO 45001; Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA); caixas de e-mail da Área de Segurança do Trabalho e Canal de Denúncias.

### PREVENÇÃO E MITIGAÇÃO DE IMPACTOS DIRETAMENTE RELACIONADOS ÀS OPERAÇÕES

A área de **Segurança do Trabalho da VIVO** lançou o aplicativo AppAutoCheck para o time de campo, no qual os colaboradores realizam uma autoavaliação de segurança antes do início de suas atividades.

As inspeções de Segurança do Trabalho são realizadas diariamente no AplicativoAppAudit, o que contribui para identificar situações de riscos e prevenção de impactos. Essas inspeções consideram avaliações em ambientes operacionais, administrativos, lojas e call center.





Com isso, o **Levantamento de Perigos e Riscos** é atualizado de maneira contínua, o que mantém todas as atividades com seus respectivos controles e níveis de aceitação do risco.

Todos os colaboradores próprios passam por avaliação ocupacional periódica realizados por clínicas especializadas, conforme definido pelo **Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO)**, e realizam exames complementares de acordo com o risco ou a periculosidade envolvida.

### CANAIS FORMAIS DE SAÚDE E SEGURANÇA COMPOSTOS POR REPRESENTANTES DA COMPANHIA E DOS TRABALHADORES

- **Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA):** seguindo as diretrizes da NR-05 (periodicidade e atribuições) e as demandas do SGSST.
- **Pontos focais:** colaboradores das áreas de interface (total de 49 colaboradores).

- **Fórum de Aliados:** ocorre anualmente, com o objetivo de construir e avaliar os monitoramentos de saúde e segurança do trabalho com as empresas terceirizadas.
- **Reunião com a Área de Serviço ao Cliente:** troca de informações dos indicadores de Segurança do Trabalho com o diretor, gerentes e coordenadores de Serviço ao Cliente.

A consulta e a participação dos trabalhadores ocorrem por esses canais, seguindo as diretrizes do plano de comunicação ou conforme necessidade para desenvolvimento, planejamento, comunicação e avaliação dos processos do sistema de gestão. Há também canais de comunicação específicos para o **Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho**, como: Workplace; e-mails; Diálogos Semanais de Saúde e Segurança (DSS); café com técnicos; e outros.

## Capacitação em segurança

GRI 403-5

**Os treinamentos são realizados para colaboradores próprios e estabelecidos conforme elegibilidade.** Dentre eles, são ministradas **capacitações** sobre: Normas Básicas de Segurança, NR-01 – Instruções Gerais de Segurança, Condução Preventiva, NR-10 – Eletricidade, Noções Básicas de Risco Elétrico, NR-17 – Ergonomia, NR-33 – Espaço Confinado e NR-35 – Trabalho em Altura. Além disso, há também o Diálogo Semanal de Saúde e Segurança (DSS), treinamento para integrantes da CIPA conforme a NR-05 e treinamento da ISO 45001 na plataforma Success Factors. A Vivo também desenvolve campanhas que contribuem para a capacitação em segurança do trabalho como, por exemplo, a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT).

A fim de prevenir e mitigar impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios, a companhia possui 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, os processos, as atividades e identificados os perigos e riscos associados a essas etapas, tendo sido construída uma **matriz de riscos** com as probabilidades e severidades de possíveis acidentes. Essa matriz é usada, também, para a análise de necessidades de treinamentos.





# Saúde e bem-estar dos colaboradores

GRI 403-3, 403-4, 403-6, Tema material: Gestão de talentos

O programa **Vivo Bem-Estar** reúne iniciativas de saúde integral que são disponibilizadas aos colaboradores, englobando corpo, mente e ambiente. A iniciativa é voltada ao cuidado integral com as pessoas, com serviços que podem ser utilizados de maneira presencial ou remota.

A Companhia possui o **Espaço Bem-Estar**, na sua sede, em São Paulo (SP), com cerca de 600m<sup>2</sup>, onde funciona a clínica Einstein, que realiza atendimentos com médicos da família. Além disso, o espaço conta com uma equipe multidisciplinar de acupunturistas, psicólogos, nutricionistas, fisioterapeutas, educadores físicos, além de sala para meditação. Os atendimentos estão disponíveis também de forma online, exceto os de acupuntura, osteopatia e eletroestimulação.

Também são realizadas, anualmente, campanhas de conscientização, como Janeiro Branco (Saúde Mental), Setembro Amarelo (Prevenção ao Suicídio), Outubro Rosa (Prevenção ao Câncer de Mama), Novembro Azul (Prevenção ao Câncer de Próstata) e Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT), além do **Festival do Bem-estar**, que foi promovido nos meses de setembro e outubro de 2023 para os colaboradores em todo o país.

No Festival do Bem-estar, a Vivo enfatizou a sua preocupação com a saúde de seus colaboradores e promoveu uma programação intensa de ações em prol da qualidade de vida.

No Festival do Bem-estar, a Vivo enfatizou a sua preocupação com a saúde de seus colaboradores e promoveu uma programação intensa de ações em prol da qualidade de vida. Ao todo, foram cerca de 35 iniciativas, em 21 prédios administrativos e lojas da Companhia, com ações em grupo e sessões individuais. O festival foi finalizado com o **Dia da Família**, em que a Companhia abriu as portas de todos os seus escritórios para os familiares, incluindo filhos, pais e avós, a fim de conhecerem o ambiente de trabalho de seus colaboradores.

Em 2023, a Companhia lançou o programa de parentalidade **Vivo Mais Família**, que tem o objetivo de oferecer suporte às famílias que precisam lidar com o cuidado de crianças que acabam de chegar ao lar, seja em suas jornadas de gestação ou de adoção. O programa conta com uma série de iniciativas, tais como o acompanhamento familiar por profissionais da saúde, visita presencial de enfermeiro, presente de boas-vindas ao programa, kit na chegada do filho, cursos e rodas de conversas.

A Companhia oferece, também, vacinação contra a gripe, parceria com telemedicina e contato frequente com as operadoras para apoio de liberações de procedimentos e tratamentos.

Tendo em vista as diretrizes da 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, em que há abertura e incentivo para a consulta e a participação de todos.

## MODELOS DE TRABALHO

A Vivo entende que evolução digital demanda a adaptação aos **novos modelos de trabalho**. Os colaboradores estão divididos entre trabalho presencial, teletrabalho, mobility (trabalho flexível, três vezes por semana fora do escritório) e full mobility, além da flexibilidade de horário, pois diferentes necessidades podem se adequar aos diversos tipos de trabalho, criando ambientes mais inclusivos e adaptados.



## Principais iniciativas e benefícios

### FAMÍLIA

#### LICENÇA-PARENTAL

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

#### CONEXÃO MATERNA

Algumas filiais, incluindo a sede administrativa, contam com espaços equipados para o armazenamento do leite materno.

#### AUXÍLIO-BABÁ

Reembolso de despesas para os colaboradores que utilizam o serviço de babá até que os filhos completem três anos, com participação de 3% do colaborador no valor do serviço.

#### AUXÍLIO-CRECHE

Reembolso de despesas, para os colaboradores que utilizam creches cadastradas e livremente escolhidas, até que os filhos completem sete anos.

#### PROGRAMA VIVO MAIS FAMÍLIA

Foco na valorização da parentalidade. Inclui ações para monitoramento da saúde da mãe e do bebê, acompanhamento psicológico e jurídico, visita domiciliar, sensibilização da liderança, reboarding da licença-parental, entre outras.

#### AUXÍLIO A DEPENDENTES COM DEFICIÊNCIA

Reembolso de despesas disponibilizado aos colaboradores com filhos ou dependentes com deficiência comprovada por laudo médico e pelo serviço de saúde da empresa, sem qualquer custo para o colaborador.

#### ISENÇÃO DE COPARTICIPAÇÃO PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Colaboradores com deficiência têm isenção de coparticipação em consultas, exames e terapias realizados em prestadores credenciados na operadora de saúde.

#### LICENÇA-PETernidade

Os colaboradores que adotam animais de estimação têm dois dias para se dedicarem à adaptação do novo melhor amigo.

#### VIVO RETIFICA

Auxílio financeiro para pessoas trans que fazem parte do time Vivo e que têm interesse em realizar a retificação de seus documentos.

### ENTRETENIMENTO

#### GAMING HOUSE

Espaço criado pensando no bem-estar e na diversão dos colaboradores. É exclusivo para jogos, com equipamentos de ponta como Notebook Gamer, Cockpit e Xbox.





## SAÚDE E BEM-ESTAR

### NUTRIÇÃO/ACUPUNTURA

Prática de atendimento de primeira consulta e acompanhamento perene com valores acessíveis.

### FISIOTERAPIA

A Vivo tem o programa **Movimento Sem Dor**, que tem por objetivo tratar colaboradores com queixas de dor, alterações posturais ou histórico de lesões osteoarticulares prévias por meio de serviços de fisioterapia e osteopatia.

### MEDITAÇÃO GUIADA

Sessões de meditação guiada presenciais e virtuais. O app Atma é gratuito para todos os colaboradores.

### TELEMEDICINA

É disponibilizada para todos os colaboradores e seus dependentes, em parceria com as operadoras de saúde.

### ACADEMIA

Planos do Gympass, subsidiados pela Vivo com base na escolha do colaborador no programa VIBE.

### CONTE COMIGO

Atendimentos relacionados a aspectos sociais, psicológicos, psicopedagógicos, jurídicos e financeiros, por meio de atendimento presencial e online, com seis sessões de terapia.

### SERVIÇO SOCIAL CORPORATIVO

Suporte a questões pessoais e corporativas, por meio de acolhimento, amparo e aconselhamento, contribuindo com o bem-estar social.

### OSTEOPATIA

Terapia que identifica os fatores limitantes e devolve a mobilidade de todos os sistemas corporais, incluindo músculos, articulações, entre outros.

### ELETROESTIMULAÇÃO

Treinamento que associa impulsos elétricos aplicados sobre os principais grupos musculares com o exercício realizado através de comando muscular voluntário.

## NOVOS MODELOS DE TRABALHO

### HORÁRIO FLEXÍVEL

Possibilidade de antecipar ou adiar o horário de entrada no escritório, com a consequente antecipação ou postergação do horário de saída.

### TRABALHO FLEXÍVEL (MOBILITY)

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

### INICIATIVAS ÁGEIS

Equipes multidisciplinares trabalham conjuntamente em projetos estratégicos e transversais. Este modelo propicia trocas de experiências e visões diferentes a cada projeto.

### VEM DE VOCÊ

Ação implantada que estimula menos regras para o dress code dos colaboradores, incentivando a liberdade de expressão de suas personalidades.

### ESPAÇO COWORKING

Ambientes pensados para proporcionar inovação e troca de informações entre as equipes que trazem conexão, colaboração, criação e celebração. O colaborador pode ocupar qualquer estação de trabalho ou áreas de uso comum, como os cafés nos andares, mesas compartilhadas e outras opções.



# #VivoSustentável

## ODS

7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL



12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA



15 VIDA TERRESTRE



## Temas Materiais

- Digitalização
- Experiência do Cliente
- Gestão Ambiental
- Mudanças Climáticas



# Impacto no desenvolvimento sustentável do país

Para a Vivo, a **sustentabilidade tem valor estratégico no negócio**, norteado por princípios éticos e ações consistentes nos aspectos socioambientais e de governança. A atuação da Companhia é pautada por critérios ESG, que sustentam o compromisso da Companhia em crescer de maneira sustentável, contribuindo para o desenvolvimento do país.

A Companhia tem grande capilaridade no país e, por meio da atuação responsável nas localidades e comunidades onde está inserida, a Vivo cumpre papel na dinamização da economia brasileira. **A Companhia teve um impacto significativo sobre a soma das riquezas do Brasil de aproximadamente 15,4 bilhões de euros em 2023** - cerca de 30% da contribuição do grupo, o que representa aproximadamente 0,9% do PIB do Brasil. Além disso, a operação da Companhia gerou, no mesmo período, mais de 758 mil empregos diretos, indiretos e induzidos - cerca de 0,8% dos empregos existentes no país.

Para alargar a compreensão sobre como a empresa impacta positivamente a sociedade, a Companhia realizou em 2023 uma **análise de impacto, chamada “Vivo pelos ODS 2030”**, que

detalha a visão estratégica da sustentabilidade da Companhia e como ela contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU. Por meio dessa avaliação qualitativa **é possível entender as oportunidades e os riscos que a atuação da Companhia tem sobre o desenvolvimento da cadeia de valor, dos colaboradores e da sociedade.**

Para realizar uma análise ainda mais profunda o Grupo Telefônica divulgou, em 2023, uma atualização do **relatório de medição de impacto socioeconômico**, que identifica e quantifica a sua contribuição em termos financeiros, abrangendo a totalidade das regiões em que a Companhia atua.

A medição foi realizada com base em metodologias reconhecidas internacionalmente pelo mercado e usadas pelas empresas para medir o seu impacto na sociedade e no planeta, tais como: o Measuring Impact do WBCSD (World Business Council for Sustainable Development), o Impact Weighted Accounts (IWI) da Universidade de Harvard e o Natural Capital Protocol, da Capitals Coalition.

## VISÃO GERAL DO ESTUDO VIVO PELOS ODS 2030





### OS 5 PS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Erradicar a pobreza e a fome de todas as maneiras e garantir a dignidade e a igualdade



Garantir vidas prósperas e plenas em harmonia com a natureza

Proteger os recursos naturais e o clima do nosso planeta para as gerações futuras

Implementar a agenda por meio de uma parceria global sólida

Promover sociedades pacíficas, justas e inclusivas

#### PROSPERIDADE

6 ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO



7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL



8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO



9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA



10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES



11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS



#### PESSOAS

1 ERRADICAÇÃO DA POBREZA



2 FOME ZERO E AGRICULTURA SUSTENTÁVEL



3 SAÚDE E BEM-ESTAR



4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE



5 IGUALDADE DE GÊNERO



#### PLANETA

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA



14 VIDA NA ÁGUA



15 VIDA TERRESTRE



#### PAZ

16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES



#### PARCERIAS

17 PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO



Para conhecer o documento na íntegra clique aqui







### MAPA-RESUMO DO IMPACTO DA VIVO PARA A AGENDA 2030 DA ONU



Tipo de impacto: ● Direto    □ Meta atingida    Impacto gerado: + Positivo    - Negativo



## TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E GERAÇÃO DE IMPACTO POSITIVO

A Vivo, por ser **parte do setor de telecomunicações e líder de mercado**, tem grande potencial de gerar impacto positivo em questões socioambientais por meio da transformação e inclusão digital. Por isso, a Companhia conta com uma série de linhas de atuação que ampliam a sua geração de valor:

**Inclusão digital:** cobertura e acesso de internet para todos, com serviços digitais inclusivos e sustentáveis.

**Redução da brecha digital:** garantia da inclusão social e alcance da igualdade de oportunidades para todos.

**Direitos digitais:** promoção da transparência e respeito aos direitos humanos por meio do uso ético e responsável da tecnologia.

**Competências digitais:** enfrentamento da desigualdade social pelo aumento substancial de jovens e adultos inseridas no meio digital.

**Economia circular:** no uso de equipamentos eletrônicos por meio do ecodesign, reutilização e reciclagem.

**Mudança do clima:** Integração de medidas para reduzir a emissão de CO<sub>2</sub> na operação, na cadeia de valor e para os clientes.

## AMBIÇÃO 2030

A Vivo é uma das empresas brasileiras que fazem parte da **Ambição 2030**, iniciativa lançada em 2022 pelo Pacto Global das Nações Unidas no Brasil, para atuar em linha com os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)** e trabalhar para um planeta mais justo e sustentável. O programa compreende 10 movimentos, contemplando aspectos críticos para a sustentabilidade. Já aderiram à Ambição 2030 quase 300 empresas, que assumiram mais de 450 compromissos.

A Vivo se tornou a primeira companhia do setor de telecomunicações a fazer parte dos movimentos da Ambição 2030, **assumindo seis compromissos:**

- **Ambição Net Zero**
- **Elas Lideram**
- **Raça é Prioridade**

- **Mente em Foco**
- **Salário Digno**
- **Conexão Circular**

Em março de 2024 o Pacto Global da ONU - Rede Brasil reconheceu boas práticas de empresas participantes dos Movimentos de Direitos Humanos da estratégia Ambição 2030.

O CEO da Vivo, C. Gebara recebeu o troféu de CEO mais engajado na categoria "Raça é Prioridade", segundo a análise de boas práticas de companhias.

A Vivo também foi reconhecida na categoria Mente em Foco pelo programa do Vivo Bem-estar, chamado EMPODERA - Jornada de Promoção à Saúde Mental para Pessoas Transexuais.



# Responsabilidade social corporativa

GRI 2-25

A Vivo acredita que ser sustentável é também estar atenta e conectada com os anseios e as expectativas de uma sociedade em constante mudança. Dessa maneira, procura pautar a sua atuação para gerar **impacto positivo**, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da sociedade.

Desde 2020 a Companhia incorporou o modelo de gestão proposto pela **ISO 26000 (Diretriz Internacional sobre Responsabilidade Social Corporativa)** à sua estratégia, a fim de monitorar o seu desempenho nessa área e promover melhorias. A Companhia utilizou as diretrizes e os princípios desta diretriz para aprimorar a cultura organizacional e reduzir os riscos do negócio, assegurando uma atuação cada vez mais sustentável por meio de uma atuação ética e transparente.

Em 2023, a Companhia reforçou o seu compromisso com a gestão, realizando a reavaliação de políticas e processos documentais, além de avaliações in loco de áreas de grande relevância para operações como manutenção de redes, lojas e call center próprios e de terceiros. A verificação contou com o apoio de uma avaliadora independente, onde a empresa foi reconhecida como **Nível Ouro** ao apresentar 89% de atendimento à diretriz, considerando um alto nível de aderência.

Por meio da **Fundação Telefônica Vivo**, a Companhia atua no pilar social através do desenvolvimento de competências digitais junto a alunos e educadores de escolas públicas. Em 2023, a **Fundação impactou positivamente mais de 3,6 milhões de pessoas** em diferentes iniciativas, o que atesta o alcance e a capilaridade de sua atuação.

## Governança organizacional da responsabilidade social na Vivo

GRI 2-23, 2-24, 2-25

No direcionamento da responsabilidade social corporativa, o **Sistema de Gestão de Responsabilidade Social atua de maneira que** desempenho da Companhia nessa frente possa ser mensurado e percebido, na prática, por todos. Por meio das diretrizes e dos princípios da ISO 26000, foram impulsionadas melhorias na cultura organizacional da empresa e minimizados os riscos do negócio.

Os **temas centrais abordados pela diretriz** são considerados nas decisões, atividades e projetos de responsabilidade social corporativa da Companhia e a orientam para uma atuação cada vez mais responsável.

Esses temas são:

- **Governança organizacional** – abrange os processos e estruturas de tomada de decisão, atribuição de poder e controle. O tema traz discussões e definições sobre como a organização deve agir e incorporar práticas de responsabilidade social à sua atuação cotidiana.
- **Direitos humanos** – inclui temas como o due diligence, situações de risco para os direitos humanos; como evitar cumplicidade; resolução de queixas; discriminação e grupos vulneráveis; direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais; princípios e direitos fundamentais do trabalho.



- **Práticas trabalhistas** – abrange emprego direto, terceirizado e autônomo, além de temas como: emprego e relações do trabalho; condições de trabalho e proteção social; diálogo social; saúde e segurança no trabalho; e desenvolvimento humano e treinamento no local de trabalho.
- **Meio ambiente** – inclui tópicos relacionados à prevenção da poluição; utilização sustentável de recursos; redução e adaptação às mudanças climáticas; proteção do meio ambiente e da biodiversidade; e restauração de habitats naturais.
- **Práticas leais de operação** – compreende: práticas anticorrupção; envolvimento político responsável; concorrência leal; promoção da responsabilidade social na cadeia de valor; e respeito aos direitos de propriedade.
- **Questões dos consumidores** – inclui temas como marketing leal, informações factuais e não tendenciosas e práticas contratuais justas; proteção à saúde e à segurança do consumidor; consumo sustentável; atendimento e suporte ao consumidor; solução de problemas e reclamações; proteção e privacidade dos dados do consumidor; acesso a serviços essenciais; e educação e conscientização.
- **Envolvimento e desenvolvimento da comunidade** – refere-se ao envolvimento da comunidade; educação e cultura; geração de emprego e capacitação; desenvolvimento tecnológico e acesso a tecnologias; geração de riqueza e renda; e saúde e investimento social.

## Direitos Humanos

GRI 2-25

O tema direitos humanos é uma das diretrizes dos **Princípios de Negócio Responsável** da Vivo, sendo tema central da **Política Global de Direitos Humanos** da organização, que está em linha com os Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos, e refletido em diversos regulamentos, iniciativas e procedimentos internos.

Entre as ações da Companhia para evitar qualquer tipo de não conformidade relacionada ao tema, tanto internamente como em sua cadeia de valor, são realizadas **avaliações semestrais sobre riscos relacionados aos direitos humanos**, de acordo com o processo de Gestão de Riscos Corporativos (Enterprise Risk Management) do Grupo Telefónica.

Atualmente, a Companhia utiliza uma matriz de risco voltada para o tema dos direitos humanos que, além de contar os riscos do Grupo, considera outros que também apresentam ameaças ao negócio do ponto de vista do contexto legal.

A Vivo também conta com um **processo de due diligence aplicado aos fornecedores ou prestadores de serviços** para de verificar, prevenir, mitigar e remediar possíveis impactos aos direitos humanos. No caso de compra, fusão e incorporação de novas empresas, também há uma avaliação dos riscos relacionados à temática.

Desde 2022, a Companhia passou a **inserir, em seus contratos, um item específico de direitos humanos**, visando formalizar o comprometimento deste tema junto aos fornecedores e parceiros de negócio.



Visando aprimorar a gestão sobre o assunto, a Companhia realizou o projeto local para a **Avaliação de Impacto em Direitos Humanos** em toda a operação da Vivo, com o apoio de uma consultoria externa. O projeto tem como objetivo avaliar os impactos de direitos humanos na Vivo como parte da estratégia de sustentabilidade.

Como resultado deste mapeamento, além de uma Matriz de Impactos, a Vivo teve recomendações de melhorias em políticas e normas corporativas relacionadas à gestão, o que impulsionou avanços sistêmicos na atuação de direitos humanos da Companhia.

Confira os principais riscos avaliados pela Companhia na **Avaliação de Impacto em Direitos Humanos**:

## RELAÇÃO DE RISCOS RESIDUAIS CRÍTICOS E ALTOS

	Demissões arbitrárias/injustas
	Práticas / padrões inadequados de SST
	Condições de assédio moral
<b>Crítico</b>	Condições de assédio sexual
	Mudanças climáticas
	Presença de trabalho forçado / análogo à escravidão
	Confidencialidade / vazamento de dados pessoais (não intencional)
	Inequidade na remuneração entre homens e mulheres
	Condições inadequadas de igualdade de oportunidades
	Degradação ambiental (descarte incorreto de produtos)
<b>Alto</b>	Presença de trabalho infantil e/ou outras práticas abusivas
	Eventos de corrupção
	Incidentes de segurança (agressão física)
	Ausência ou insuficiência de mecanismos de resolução extrajudicial/ litígios

No dia a dia, a Vivo trabalha para evitar, de forma proativa, qualquer tipo de abuso, discriminação ou não conformidade em direitos humanos ou qualquer cumplicidade derivada de situações de abuso de seus parceiros comerciais. Como principais ações, podem ser destacadas:

- A Companhia tem um compromisso firme com o **respeito e a promoção dos direitos humanos**, monitorados no mais alto nível e com responsabilidades claras.
- Do ponto de vista da gestão interna, o Grupo Telefónica realiza Avaliações Globais de Impacto dos Direitos Humanos, aplicadas a 100% dos países em que opera, a cada três ou quatro anos. Com a ajuda de especialistas externos e a consulta aos stakeholders, essas avaliações permitem compreender como as atividades comerciais, as relações, os produtos e serviços da Companhia impactam os direitos humanos. Dessa forma, são identificadas as questões materiais em que a organização deve trabalhar.



- Todos os colaboradores são treinados sobre Direitos humanos. O treinamento faz parte da formação de **Princípios de Negócio Responsável**. A Vivo fechou o ano de 2023 com 98% de nosso efetivo também treinado em Direitos Humanos. Além de abordar a importância da promoção e respeito ao tema, também são trazidas a importância dos direitos humanos digitais, a liberdade de expressão, a confidencialidade das comunicações e a privacidade e a proteção dos dados pessoais, questões centrais para a sociedade atual e para o negócio.
- É amplamente divulgada a existência do **Canal de Denúncias da Vivo**, reforçando a todos que, em caso de identificação de ocorrências que possam ferir qualquer direito fundamental, seja feito o reporte, acionando o canal. Além disso, o Grupo Telefônica também disponibiliza com o **Canal de Negócio Responsável**, onde as manifestações sobre possíveis violações também podem ser direcionadas.

## VISÃO GERAL DA GESTÃO DE DIREITOS HUMANOS

### ASSUNTOS DE DIREITOS HUMANOS

Abolição do trabalho infantil e forçado  
 Proteção do meio ambiente  
 Condições de trabalho  
 Segurança e saúde  
 Liberdade de associação  
 Não discriminação  
 Acesso à informação  
 Privacidade e segurança dos dados  
 Liberdade de expressão

### CADEIA DE VALOR

Fornecedores  
 ↑  
 Upstream

Colaboradores  
 Downstream  
 ↓  
 Clientes

### POLÍTICAS INTERNAS

Princípios de Negócio Responsável  
 Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento  
 Política Ambiental  
 Política de Saúde e Segurança do Trabalho  
 Política de Diversidade e Inclusão  
 Política Anticorrupção  
 Política Global de Segurança  
 Política Global de Privacidade  
 Normativa de Comunicação Responsável  
 Política Global de Direitos Humanos

## Uso consciente e responsável da tecnologia

A premissa “Digitalizar para Aproximar” **significa atuar como protagonista na discussão com a sociedade sobre o uso consciente e responsável da tecnologia**, com iniciativas que contribuem para promover o equilíbrio entre as dimensões física e digital, apoiando a conexões verdadeiras, sejam elas online ou offline.

Desde 2016, a Vivo mantém o **portal Dialogando**, que está presente em 10 países. A iniciativa permite que a Companhia leve à sociedade, de forma didática, conteúdos relevantes sobre o uso consciente e responsável da tecnologia e seus impactos na vida das pessoas e da coletividade. Com versões em português e espanhol, os conteúdos da plataforma estão baseados em cinco pilares: **comportamento, inovação, segurança, educação e sustentabilidade**.

**Em novembro de 2023, o portal completou oito anos no ar, com mais de 900 conteúdos publicados, 5,5 milhões de acessos e cerca de 10 mil downloads nos podcasts.** O alcance dos



conteúdos ocorreu em sua maioria por tráfego orgânico (79,3%), sem o uso de mecanismos de impulsionamento e publicidade, o que indica um índice de reputação positivo da qualidade do conteúdo e revela o vínculo da Companhia com as comunidades que se articulam em torno dos temas por ela levantados.



## Fundação Telefônica Vivo

Em 2024, a Fundação Telefônica Vivo chega aos seus 25 anos de trajetória no país, integrando o pilar social da estratégia ESG da Companhia. Com o propósito de “**Educar para Transformar, Digitalizar para Aproximar**”, está amparada na premissa de que a digitalização, no Brasil, é um importante viabilizador para uma sociedade mais justa, empática e inclusiva.

O seu foco de atuação é contribuir com o **desenvolvimento de competências digitais de educadores e estudantes das escolas públicas** brasileiras, além de apoiar secretarias de educação na implementação de políticas públicas relacionadas à **adoção qualificada de tecnologia** nos ensinos fundamental e médio.

Por meio da plataforma **Escolas Conectadas**, oferece formação continuada de professores com cursos à distância e gratuitos, contribuindo com a inovação de práticas pedagógicas em prol da equidade e da garantia de aprendizagem de todos os estudantes. Em 2023, teve presença massiva em 86% dos municípios brasileiros, formando 67 mil professores e acumulando mais de 4 milhões de horas de estudo nessas formações.

No ano passado, também avançou na implementação do Programa de Formação Docente em Competências Digitais em Recife - PE e na rede estadual do Mato Grosso. A iniciativa visa a distribuição equitativa de tecnologia na rede pública de ensino. E vai além, para que os meios digitais sejam adotados com qualidade, potencializando o desenvolvimento integral dos estudantes.

Além disso, possui parcerias com organizações da área de educação, para apoiar no avanço de pautas prioritárias como a valorização da carreira docente e a inclusão de tecnologias digitais no ambiente escolar.

Tudo isso sob uma perspectiva que coloca a **equidade racial como um tema transversal** a todos os programas e projetos da Fundação. A instituição entende que é impossível avançar na inclusão social e digital sem reconhecer o recorte racial ainda presente no acesso à educação no Brasil.

A Fundação Telefônica Vivo trabalha, ainda, o **voluntariado corporativo**, com a finalidade de sensibilizar e engajar colaboradores da Vivo em ações que geram impacto social, tanto no formato presencial quanto digital.



Em 2023, a Fundação foi uma das idealizadoras da pesquisa “O Futuro do Mundo do Trabalho para as Juventudes Brasileiras”. A publicação apresenta um retrato da inclusão produtiva, social e tecnológica das juventudes do país, além das tendências para esses setores. O estudo traça um perfil de jovens entre 14 e 29 anos, cerca de 24% da população brasileira. Além da utilização de dados sobre a inserção educacional e laboral desse grupo mostram que há falhas na sua formação para o mundo do trabalho. Para 67,65% das 34 organizações questionadas na pesquisa, faltam cursos de qualificação profissional e de formação técnica, o que afeta diretamente as taxas de empregabilidade.

A digitalização da economia é um dos principais fatores para desocupação, especialmente em postos de trabalho com menor complexidade. Por isso, o letramento digital de alunos, professores e gestores é apontado como o caminho para a inclusão produtiva e social com dignidade das juventudes.

O levantamento traz ainda uma série de recomendações para diferentes atores: agentes públicos, setor privado e terceiro setor, com base nas tendências do mundo do trabalho. Além disso, apresenta mecanismos de apoio às escolas e de incentivo à formação e valorização dos professores para a Educação Profissional e Tecnológica (EPT).

## FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO EM 2023

**3,7 milhões**

de pessoas impactadas por nossos projetos educacionais e ações solidárias

**3,3 milhões**

milhões de estudantes beneficiados

**240,5 mil**

beneficiados pelo Programa de Voluntariado Corporativo

**89,6 mil**

professores formados (EAD e presencial)

**R\$ 56,4 milhões**

para investimentos sociais em 2023, com recursos próprios

**21,5 mil**

voluntários





## PROGRAMA PENSE GRANDE TECH - CIÊNCIA DE DADOS

### Objetivos:

- Contribuir para o desenvolvimento de competências digitais de estudantes da Educação Profissional na área Tech, em redes públicas.
- Colaborar com o fortalecimento de atuação no setor produtivo com a formação e empregabilidade de estudantes do Ensino Médio na área de tecnologia.

### ALCANCE 2023

<b>3</b> estados	<b>41</b> turmas
<b>20</b> municípios	<b>889</b> estudantes
<b>25</b> escolas	<b>287</b> professores*

\* Professores formados, nos estados de Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Santa Catarina, além do Centro Paula Souza, em São Paulo

## PROGRAMA DE FORMAÇÃO DOCENTE EM COMPETÊNCIAS DIGITAIS

O programa é uma resposta direta à urgência para o desenvolvimento de competências digitais de professores e gestores. O objetivo é potencializar as práticas pedagógicas, contribuindo para a melhoria da aprendizagem dos estudantes, além de aprimorar atividades da gestão escolar.

### RESULTADOS EM 2023 -

#### RECIFE E MATO GROSSO

**16.324** formados entre gestores, multiplicadores e professores

**342.084** estudantes foram beneficiados

#### MATO GROSSO

**51%** dos municípios aderiram à política em regime de colaboração com o estado

**90%** dos professores da rede com mais de 10 horas de formação

Avanço de **25,4%** para **52,6%** de professores com níveis adequados de desenvolvimento de competências digitais segundo o Guia EduTec.

## Voluntariado

O programa de voluntariado da Vivo promove a cidadania e reforça os princípios de solidariedade e empatia, contribuindo para um mundo melhor, mais justo e igualitário. Além disso, promove a aproximação e o alcance de ações sociais, incentivando os colaboradores a se envolverem em atividades nas quais possam experimentar esses valores.

Este programa conta, em 2024, com **56 embaixadores** responsáveis pelos comitês de voluntariado, formados por pessoas que planejam e executam os projetos espalhados em 39 cidades brasileiras, compostos por quase 500 colaboradores voluntários.

### PRINCIPAIS INICIATIVAS DO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

A cada ano, é celebrado o **Dia dos Voluntários**, um projeto global que envolve os colaboradores de todas as empresas do Grupo Telefónica, mobilizando esforços e atuando em ações solidárias que se concretizam em um único dia, depois de serem



Em todo país, cerca de

# 240,5 mil

pessoas foram beneficiadas com o Programa de Voluntariado.

planejadas ao longo de todo o ano. O objetivo é impactar positivamente a vida de milhares de pessoas, através da solidariedade. Em 2023, foi realizada a 19ª edição da iniciativa.

No Brasil, a ação contribui para a melhoria e o desenvolvimento de instituições beneficiadas pelo programa de Voluntariado da Fundação Telefônica Vivo. O dia é uma das datas mais esperadas do ano, por ter se tornado símbolo de interação, engajamento e colaboração dentro da cultura do Grupo.

Em 2023, o Dia dos Voluntários foi realizado em 25 de agosto, onde 9,5 mil colaboradores se mobilizaram em ações de voluntariado realizadas em 59 entidades, beneficiando 30 mil pessoas de 45 cidades brasileiras. Cerca de 70% das instituições beneficiadas foram do segmento de educação, entre elas 10 escolas públicas. As

ações também ocorreram em organizações que trabalham com assistência social, diversidade e saúde e **beneficiaram cerca de 30 mil pessoas em todo o país.**

Pela primeira vez, os familiares dos colaboradores da Vivo puderam vivenciar o dia de solidariedade e participar das atividades. Os colaboradores puderam convidar seus filhos, cônjuges, pais, mães e irmãos para vivenciarem o dia e contribuir com os projetos.

A participação de diversas pessoas, que representam diferentes segmentos da sociedade, enriqueceu o Dia dos Voluntários com intervenções como a revitalização de espaços, a capaci-

Em 2023, a Fundação incluiu dois novos projetos ao seu Programa de Voluntariado: **Voluntário Multiplicador** e **Voluntariado em Família**.

tação de jovens e adultos, pinturas, adequações para acessibilidade, a montagem de bazar social e a criação de laboratórios de ciências, matemática, informática, robótica e espaço maker.

Promovemos a participação dos técnicos em atividades no período pré-DVT (junho e julho) para a manutenção das instalações e fiação das instituições atendidas pela iniciativa.

Além disso, ampliamos a atuação nas Lojas Vivo no Dia dos Voluntários com uma campanha de sensibilização para reforçar o compromisso da Fundação Telefônica Vivo de apoiar a educação pública em parceria com a organização não governamental (ONG) Todos pela Educação. Ao todo, 153 lojas de todo o Brasil participaram da ação, que contou com a participação de 1.341 clientes.

O projeto piloto **Voluntário multiplicador** foi implementado em São Paulo - SP e contou com a participação de 140 colaboradores que se dedicaram a capacitar 300 jovens de três instituições sociais com uma formação gamificada sobre análise e interpretação de dados.

A participação de familiares não ficou restrita ao DVT. Em outubro, o projeto Voluntariado em Família, ampliou essa experiência e engajou 145 pessoas – entre colaboradores e seus filhos, com idades entre 5 e 15 anos, na reforma de brinquedotecas em duas instituições sociais na cidade de São Paulo, beneficiando 330 crianças.

Para a Vivo, o Dia dos Voluntários representa a união de dois compromissos:

## Digitalizar para Aproximar e Educar para Transformar.



## Patrocínios e outros investimentos sociais

A **Vivo acredita no poder da arte, esporte e tecnologia para a transformação da sociedade** e, por isso, apoia projetos relevantes e engajadores em todo país, levando experiências construtivas e de qualidade aos mais diversos públicos. Em 2023, a Companhia patrocinou mais de 50 projetos, o que totalizou de investimento R\$ 92 milhões e mais 100 milhões de pessoas impactadas em todo o Brasil.

As iniciativas patrocinadas pela Companhia contemplam a cultura, no âmbito das artes cênicas, visuais, música e festivais, além de investir em esportes, como games. Em sua grande maioria, os patrocínios são viabilizados com recursos incentivados - Lei Rouanet, Lei de Incentivo ao Esporte e ICMS.

### CULTURA E MÚSICA

Há 19 anos, a Vivo apoia os principais espaços multiculturais e renovou os patrocínios ao Museu de Arte de São Paulo (MASP), Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP), Pinacoteca, Museu da Imagem e do Som (MIS), MIS Experience, Instituto Inhotim (MG), Palácio das Artes (MG) e Museu Oscar Niemeyer (PR).

No Rio de Janeiro (RJ), a Companhia mantém o patrocínio desde 2015 à casa de espetáculos Vivo Rio ao Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ). Além disso, a Vivo também apoia as exposições da SP - Arte, SP - Arte-Foto e Bienal de São Paulo, e ampliou sua atuação com o patrocínio ao Museu Afro Brasil Emanuel Araujo em São Paulo (SP).

Em fevereiro de 2023, a Companhia retomou o “**Vivo Música**”, projeto que tem o incentivo do Ministério da Cultura (MinC) e reforça o posicionamento da Vivo no segmento, com a proposta de promover encontros inéditos nos palcos e democratizar o acesso à cultura no país. Como parte do projeto, foram realizados shows abertos e gratuitos em cinco estados brasileiros, reunindo orquestras sinfônicas locais e grandes nomes da música brasileira.

Ainda no âmbito musical, a Vivo patrocinou o Lollapalooza e o The Town, os maiores festivais de música do país. Nos dois eventos levou a “Presença Preta”, com o objetivo de promover mais inclusão e representatividade nos espaços de música e entretenimento. Com a mensagem “**O futuro é um corre coletivo**”, a Vivo se destacou no cenário por seu compromisso contínuo com a valorização e promoção de artistas negros, e levou todos os dias a Batalha da Aldeia no stand principal, complementando a

programação do evento e promovendo diversas ativações com empreendedores negros.

Presente em diferentes iniciativas culturais e artísticas, a Vivo fomentou o maior evento folclórico do mundo, o **Festival de Parintins**. O evento acontece no Amazonas e é reconhecido como Patrimônio Cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. O festival é o principal evento do estado e mobiliza mais de 60% da economia no município de Parintins (AM). Além disso, a Companhia também estreou o patrocínio à **Festa do Çairé**, maior evento folclórico do estado do Pará, e ao Galo da Madrugada em Recife (PE).

Nas artes cênicas, o Teatro Vivo, que conecta o público a temas relevantes para a sociedade de forma totalmente acessível, exibiu 12 espetáculos vistos por mais de 42 mil pessoas durante o ano de 2023, além das produções itinerantes que contemplaram mais nove cidades pelo Brasil.

### ESPORTE

No início de 2023, a **Vivo anunciou o patrocínio da World Surf League** com os naming rights da etapa brasileira em Saquarema



Com o objetivo de apoiar a realização das Olimpíadas de 2024, em Paris, a Vivo anunciou o patrocínio ao Comitê Olímpico do Brasil (COB).

(RJ) (Vivo Rio Pro), que contou com a participação dos maiores surfistas do mundo. Durante a competição, foi montada uma piscina de ondas artificiais para todos os participantes do evento, com presença especial dos atletas Gabriel Medina e Italo Ferreira, que são patrocinados pela Vivo.

Além disso, entrou na competição da etapa no Brasil do Challenger Series, que classifica os atletas para o CT, o Corona Saquarema Pro. O surf se tornou um pilar muito relevante para a marca com foco nas narrativas relacionadas à saúde e o bem-estar físico e mental.

Com o objetivo de apoiar a realização das Olimpíadas de 2024, em Paris, a Vivo anunciou o patrocínio ao Comitê Olímpico do Brasil (COB). Dessa forma, a Companhia reforçou o apoio aos atletas brasileiros e ampliou o quadro de embaixadores, com a chegada de nomes de destaque, como Ana Marcela Cunha, atleta das maratonas aquáticas e atual campeã olímpica, Alison dos Santos (Piu), campeão mundial dos 400 metros com barreiras, e Rafaela Silva, campeã olímpica e mundial brasileira.

A Vivo expandiu sua presença no automobilismo brasileiro e anunciou em março de 2023 o apoio à Stock Car Pro Series, a principal categoria no país. Com 12 etapas pelo Brasil e grande repercussão nas transmissões pela TV e internet, a Stock Car reúne, hoje, grandes nomes do esporte com destaque internacional, como

Rubens Barrichello, Felipe Massa, Tony Kanaan, Ricardo Zonta e Nelsinho Piquet, além de nomes consagrados na Stock, como Cacá Bueno, Daniel Serra, Ricardo Maurício e Gabriel Casagrande, campeão da temporada 2023.

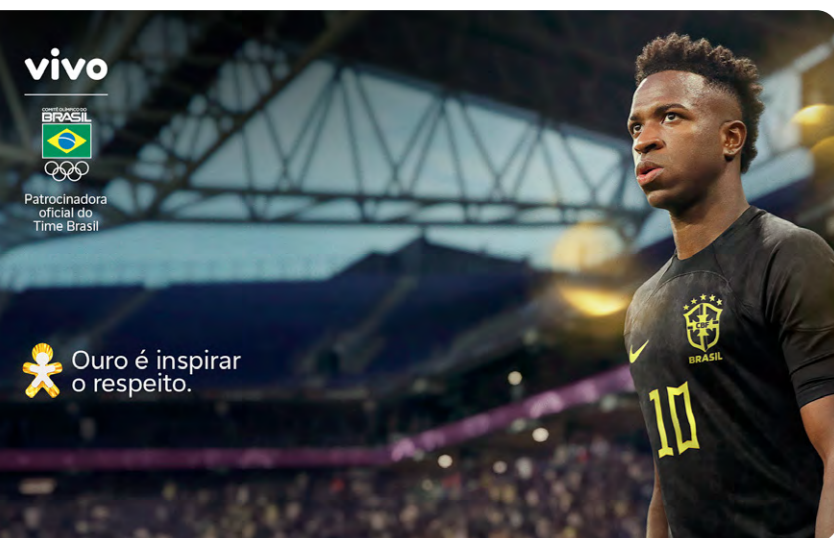
Ainda no campo do esporte, a Vivo utiliza, constantemente, seus patrocínios e embaixadores para dar visibilidade e promover pautas relevantes no âmbito da diversidade e da equidade de gênero. Às vésperas da Copa do Mundo feminina, realizada entre julho e agosto de 2023, na Austrália e Nova Zelândia, a marca anunciou o patrocínio ao projeto “Em Busca de Uma Estrela”, que oferece a meninas entre 11 e 19 anos a oportunidade de se tornarem jogadoras profissionais e busca revelar talentos para o esporte.

As seletivas aconteceram no Nossa Arena, em São Paulo (SP), primeiro espaço exclusivo voltado para a prática esportiva feminina, também patrocinado pela Vivo. A ação faz parte do #JogueComElas, movimento da Vivo em apoio à equidade de gênero no esporte que foi iniciado em 2021. Na ocasião, a Vivo assumiu o compromisso como “Patrocinadora da Seleção

do Hoje e do Amanhã” e reforçou sua posição em atuar como uma incentivadora do esporte no Brasil, seja da elite ou das categorias de base do futebol feminino.

Em agosto de 2023, a Vivo anunciou a renovação e a ampliação do seu patrocínio à Confederação Brasileira de Futebol (CBF), reforçando o seu apoio ao esporte brasileiro. O novo contrato, além de contemplar a continuidade das categorias de base das seleções masculinas e femininas de futebol, prevê a ampliação para as modalidades beach soccer, futsal e games. A Vivo é patrocinadora oficial das seleções masculina e feminina de futebol desde 2005.

Pelo segundo ano consecutivo, a Vivo esteve presente no maior rally de aventura da América Latina, o Rally dos Sertões, com saída em Petrolina (PE) e chegada na Praia do Preá (CE), em agosto de 2023. A marca ampliou seu patrocínio aos Sertões e esteve também no Sertões Kitesurf 2023, o maior rally de kitesurf do mundo, que foi realizado em setembro de 2023, no litoral cearense. Com o crescimento da parceria,





a Vivo fortaleceu o seu apoio aos esportes outdoor no Brasil.

Também firmou o patrocínio à Street League Skateboarding, a maior competição profissional de skate do mundo, com a parceria de [Rayssa Leal como embaixadora da marca](#). O skate é uma modalidade democrática e diversa, que está presente em todas as regiões do Brasil, assim como a Vivo. Patrocinar eventos como esse reforça o compromisso da marca em prol do esporte brasileiro e na ampliação de oportunidades e sonhos para atletas de todo o país.

## GAMES

Neste território, a Vivo está presente com o patrocínio de mais de 10 anos em um dos mais importantes e tradicionais clubes de esportes eletrônicos profissionais do Brasil, a Vivo Keyd Stars, além do patrocínio à SPQR Brasil Team, time profissional de FIFA. A Companhia também esteve presente no Geek Verse Festival, evento de cultura geek que aconteceu em Brasília (DF).

# Sistema de Gestão Ambiental (SGA)

GRI 2-25

A Vivo possui um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), baseado na norma ISO 14001, com o objetivo de identificar, monitorar, conter e mitigar potenciais impactos resultantes das interações dos negócios com o meio ambiente. O princípio da proteção ambiental faz parte da estratégia de ter um negócio responsável e se materializa no atendimento ao arcabouço das normativas, planos, programas e procedimentos do SGA.

A Política Ambiental, aprovada pelo Conselho de Administração da Telefônica Brasil, direciona a Companhia a seguir e implementar 10 compromissos, cujos principais são:

- atendimento legal ambiental;
- uso eficiente dos recursos naturais;
- gestão dos resíduos e promoção da economia circular;
- mitigação e adaptação às mudanças climáticas;
- proteção da biodiversidade e ecossistemas;
- gestão de fornecedores para promover as melhores práticas ambientais na cadeia de valor.

Esses compromissos se desdobram em objetivos e metas ambientais de curto, médio e longo prazo. Para garantir o padrão de desempenho ambiental e cumprir aos objetivos do SGA, são desenvolvidos os processos e controles relacionados aos aspectos ambientais das operações da Companhia. São exemplos disso as nossas iniciativas relacionadas a: reciclagem de resíduos sólidos eletrônicos, cálculo e compensação das emissões atmosféricas, obras para mitigação da poluição sonora e medições de emissão de radiação não ionizante.

Periodicamente, são realizadas auditorias internas e externas nas **operações** da Companhia, que são fundamentais para atestar a conformidade e performance ambiental, bem como, para propor novas medidas de prevenção e mitigação de riscos. Desde a implantação do SGA, **100% dos municípios do escopo já passaram por auditorias.**

A Companhia ainda mantém instrumentos para medir e avaliar o nível de eficácia deste sistema,

a partir de indicadores de desempenho analisados periodicamente pela alta direção do SGA.

Na cadeia de fornecimento, todos os contratos críticos para o **SGA** possuem **cláusulas de sustentabilidade e de gestão ambiental específicas**. Para garantir a aderência às determinações formais em sua cadeia, a Companhia conta com o monitoramento da evolução do compliance ambiental de fornecedores por meio de um indicador mensal. Essa iniciativa, além de verificar a conformidade dos fornecedores para critérios ambientais também auxilia no seu desenvolvimento por meio de uma consultoria que orienta e acompanha a implementação de planos de ação.

Em uma esfera mais ampla, considerando o impacto positivo da digitalização para o meio ambiente e toda a sociedade, a Vivo segue investindo no potencial de seus produtos e serviços para contribuir para um ambiente mais equilibrado e saudável.



# Biodiversidade

GRI 2-25

A biodiversidade para os negócios, sob o aspecto da sustentabilidade ambiental, tem um papel de relevância na manutenção dos recursos naturais e serviços ecossistêmicos que sustentam a vida e as atividades econômicas.

Com atuação em nível nacional, tanto em áreas urbanas como em áreas rurais, fica evidente a necessidade da Companhia em desenvolver o engajamento de partes interessadas em relação à biodiversidade.

A fim de estabelecer uma estratégia, foram conduzidos estudos para diagnosticar o potencial impacto ambiental das estruturas de telecomunicações sobre a vegetação e habitats de fauna nas áreas protegidas ou de influência.

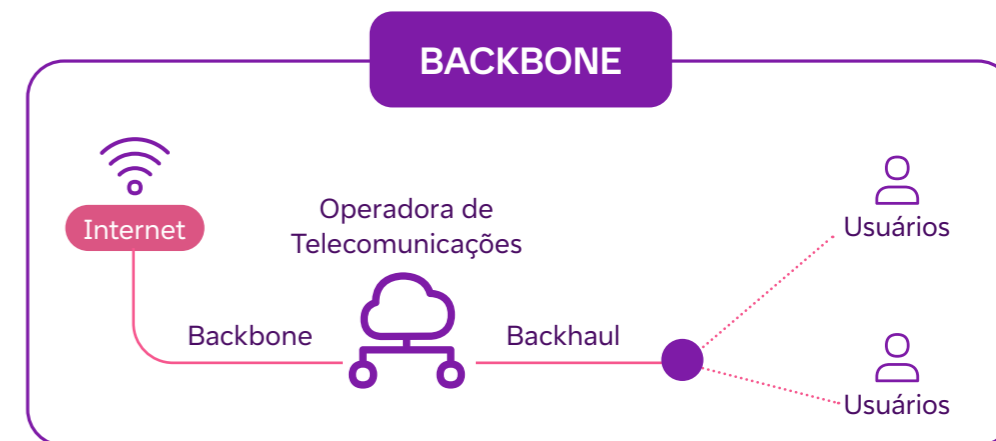
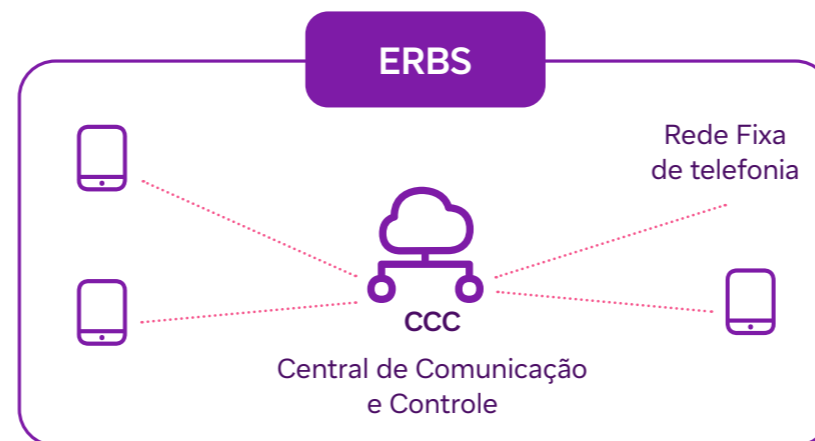
Esse estudo teve como base referências internacionais do setor, além de visitas técnicas em estruturas de telecomunicações próprias e da cadeia de valor, presentes em áreas naturais. As atividades de maior relevância identificadas no estudo foram a de transmissão da rede móvel via Estações Rádio Base (ERB) e as redes de transporte de dados,

conhecidas como backbone, que atendem tanto a rede móvel quanto a rede fixa por meio de cabos de fibra óptica, que podem ser aéreos ou subterrâneos.

Os riscos mapeados das atividades de transmissão da rede móvel (ERBs) estão relacionados à: incêndio; colisão de pássaros; remoção de vegetação; e geração de resíduos. Nos backbones, os possíveis impactos estão mais relacionados à construção das estruturas.

A partir desse mapeamento, foi elaborada uma matriz que relaciona os riscos potenciais aos impactos que poderiam ocorrer sobre a biodiversidade e à proposição de ações mitigadoras, utilizando como referência a metodologia LEAP do TNFD e a norma ISO 31000:2018 - Gestão de Riscos.

Para backbones, por exemplo, uma das principais estratégias de mitigação de impacto é a utilização de redes existentes através do compartilhamento da estrutura com ou-





tras companhias. Além disso, as rotas seguem preferencialmente o curso das rodovias e o formato de construção aéreo. Na impossibilidade desse tipo de instalação, a implantação da estrutura subterrânea utiliza o método não destrutivo, cuja tecnologia é mais sustentável e causa menor impacto à natureza.

Ao avaliarmos a localização das nossas antenas de transmissão, verificamos que 0,15% das 29.257 torres utilizadas pela Telefónica em todo o Brasil estão dentro de unidades de conservação e somente 2 são de propriedade da Vivo, todas devidamente licenciadas. Como medida preventiva deste tipo de impacto, atualmente nossos contratos com as empresas que constroem as torres preveem alternativas locais a fim de desviar das áreas naturais onde se encontram unidades de conservação, de maneira a mitigar os impactos a flora e fauna existentes.

Por fim, os resultados mostraram que as atividades da Vivo, de maneira geral, possuem baixo impacto ambiental sobre a biodiversidade. Tais impactos se dividem em impactos diretos relativos a operação da Vivo e impactos da cadeia de fornecimento (upstream), que se referem a fase de construção dessas estruturas locais pela Companhia. Apesar de baixo, devido à pequena área utilizada e a segurança da estrutura, ao considerar a totalidade dos pontos de operação e a abrangência da cadeia de valor, o impacto ganha relevância.

Assim, a partir deste ano, o tema da biodiversidade passou a fazer parte da matriz de materialidade do negócio e a Vivo foi uma das primeiras empresas no mundo, e a primeira empresa do setor na América Latina, a se comprometer em adotar as recomendações do Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD).

Além disso, o Grupo Telefónica é signatário da iniciativa 1t.org, do Fórum Econômico Mundial, que busca acelerar soluções baseadas na natureza e mobilizar empresas para conservar, restaurar e cultivar um trilhão de árvores até 2030. O compromisso do Grupo inclui cultivar e conservar 1,5 milhão de árvores entre 2020 e 2030. Isso não apenas evitará e absorverá 700 mil toneladas de CO<sub>2</sub> da atmosfera em dez anos, mas também ajudará a conservar ecossistemas florestais, reduzindo a perda de biodiversidade.

A fim de estruturar melhorias no controle da mitigação dos impactos ambientais em áreas naturais, iniciamos um plano de engajamento para os prestadores de serviços que atuam nas obras de construção de torres.

## Gestão da água

GRI 2-4, 303-1, 303-3, 3-3 Tema material: Gestão ambiental

A Política Ambiental da Vivo aborda o **uso consciente do recurso hídrico**, promovendo a eficiência na gestão integral da água e a redução da pegada hídrica das operações. Além disso, a política tem como princípio potencializar a inovação de serviços e produtos digitais que contribuam para a solução dos desafios ambientais globais e locais, como a escassez de água.

A água utilizada pela Companhia é originária das concessionárias, poços, caminhões pipa e de reuso sendo que o descarte acontece por meio do sistema de esgoto. A maior parte do consumo está atrelado ao abastecimento de escritórios e prédios técnicos e serve para manter o funcionamento de equipamentos refrigerantes, o consumo humano e a limpeza das instalações.

A Vivo adota procedimentos para aumentar a **eficiência de consumo** nestes locais, como torneiras de acionamento automático e avaliações periódicas nas instalações para corrigir eventuais vazamentos, promovendo o uso consciente e a redução do impacto ambiental sobre os recursos hídricos.



A falta de abastecimento pode impactar o consumo dos funcionários e ocasionar a parada de equipamentos que necessitam de refrigeração. Para evitar situações como essas, a Companhia possui metas relacionadas ao consumo de água que estão presentes no Plano de Negócio Responsável (PNR) e que são monitoradas pelo Conselho de Administração.

Além disso, os esforços de gestão da água incluem a **articulação multidisciplinar** para identificar oportunidades de melhoria que podem aumentar a ecoeficiência, em especial nos edifícios com maior número de colaboradores. A Vivo participa de duas iniciativas externas de discussão que promovem o uso eficiente da água, proporcionando alternativas de redução: Câmara Temática (CT) sobre Água do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS); e plataforma Ação pela Água e Oceano do Pacto Global da ONU.

Entre as ações de gestão da água implementadas pela Companhia destacamos:

- **Comitê de crise**, no qual são monitorados os níveis das represas, para ações preventivas em caso de escassez hídrica;
- Projeto específico para **avaliação da variação e da tendência de consumo**;

- **Alinhamento com as concessionárias** sobre possíveis vazamentos e ocorrência de falta de água devido à manutenção na rede, para atuação preventiva e corretiva;
- Ações voltadas a **engajar os colaboradores no uso consciente da água, por meio de campanhas de conscientização interna**, como o Dia Mundial da Água e o Consumo Consciente;
- Na sede em São Paulo (SP), localizada no Edifício Eco Berrini, a Companhia conta com um sistema de **tratamento de águas cinzas**, para reaproveitamento nos sistemas de descargas sanitárias, além de equipamentos hidrossanitários eficientes e de baixo consumo quando comparados com dispositivos convencionais.

### CAPTAÇÃO DE ÁGUA COM REÚSO EM M<sup>3</sup>

GRI 303-3

	2022	2023
Captação de água total	971.934	903.741
Captação de água doce	971.934	903.741

\*Em alinhamento com os dados publicados em outros reportes da Companhia, a fim de manter a isonomia entre os dados, e em decorrência da adoção do indicador de consumo, foi utilizada uma estimativa baseada no consumo médio para os três últimos meses do ano. O valor de Captação fechado, sem estimativa, é igual a 906.134,63, o que representa -0,3% de diferença em relação ao valor adotado nesse reporte.

## Energia

GRI 302-1, 3-3 Tema material: Gestão ambiental, SASB TC-TL-130A.1

Como maior Companhia de telecomunicações do Brasil, a Vivo reconhece a importância da **energia como um recurso vital para manter sua rede em funcionamento**, bem como para atender os mais de **113 milhões de acessos dos clientes**.

Em conformidade com suas estratégias comerciais e ambientais, a Vivo foi a **primeira companhia de telecomunicações no Brasil e do Grupo Telefónica fora da Europa a adotar energia elétrica 100% renovável**, antecipando a meta estabelecida em 12 anos.

Esse direcionamento é fundamental para diversificar as fontes de geração e garantir a confiabilidade do fornecimento de energia, sendo parte integrante do plano de gestão de riscos relacionados às mudanças climáticas.

Além disso, como **signatária da RE100**, uma iniciativa global que reúne empresas comprometidas em alcançar 100% de consumo de energia renovável em suas operações, a Vivo está empenhada em liderar a **transição para um futuro de baixo carbono**.

A Companhia conta com um **Plano de Energia Renovável** e um **Programa de Eficiência Energética**, que a auxiliam no combate às mudanças climáticas. A atuação está embasada na **Política**





TIPO DE CONSUMO	UNIDADE	2021	2022	2023
Consumo total de energia elétrica	GJ	6.147.592	6.180.585	6.216.830
Consumo total de energia elétrica	MWh	1.707.664	1.716.829	1.726.897
Percentual proveniente do mercado livre (renovável)	%	34%	33,4%	32%
Percentual certificado com I-REC	%	56%	53%	44%
Percentual de geração distribuída	%	7%	10,1%	21%
Percentual total de eletricidade proveniente de fontes renováveis (data centers)	%	3%	3%	3%
Percentual total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	%	100%	100%	100%
Gastos com energia elétrica	R\$ milhões	1.093	1.121	1.158

FONTES RENOVÁVEIS	UNIDADE	2021	2022	2023
Etanol	GJ	102.314	176.466	217.039
Etanol	MWh	28.322	48.848	60.289

FONTES NÃO RENOVÁVEIS	UNIDADE	2021	2022	2023
Diesel	GJ	44.479	45.381	51.107
Diesel	MWh	12.567	12.822	14.197
Gasolina	GJ	116.347	44.613	5.566
Gasolina	MWh	32.876	12.606	1.547
Gás natural	GJ	2.032	1.170	-
Gás natural	MWh	500	288	-

Nota: Energia elétrica: Dados de consumo das faturas de energia elétrica, contratos de compra e venda de energia no ambiente de contratação livre, projetos de geração distribuída e certificados I-REC. Para conversão dos dados para GJ, adotamos os fatores de conversão do Balanço Energético Nacional. Os dados de combustíveis abrangem a queima de combustíveis na frota e nas operações (geradores). Apenas o etanol é considerado de fonte renovável; as porcentagens de biocombustível da gasolina e do diesel não foram separadas e consideradas como tal.

**Energética**, que orienta para uma gestão mais sustentável.

Há também a **Instrução de Compras de Baixo Carbono**, que emana orientações para aplicar os princípios de eficiência energética e baixo carbono nas compras de equipamentos que são grandes consumidores de energia e gases refrigerantes. Essa instrução está alinhada com a **Normativa de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento**, bem como com a **Política Energética**.

Por meio dela, foi incorporado 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 dessa instrução 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 (GEE).

Desde 2020, a Companhia conta com a **Certificação ISO 50001 (Gestão de Energia)** na

sede em São Paulo (SP) – Eco Berrini, e em um site técnico no bairro de Americanópolis, também na capital paulista. Os objetivos, com o sistema de gestão, são promover a redução do consumo e do custo de energia elétrica, aprimorar a eficiência energética nas operações, manter fontes renováveis e mitigar outros impactos ambientais relacionados por meio da gestão sistemática da energia.





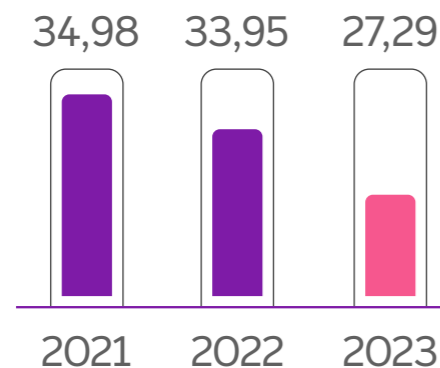
## Intensidade energética

GRI 302-3

A avaliação de intensidade energética da Vivo considera o consumo de energia dentro da organização (combustíveis em frota e em operações, além de eletricidade) versus o tráfego na rede. Em 2023, **houve uma redução de aproximadamente 20% na intensidade energética (MWh/PB)** em relação ao ano anterior, mesmo diante do aumento de 25% do tráfego na rede da Companhia.

O consumo de energia permaneceu praticamente estável, com um aumento de apenas 0,6%. Essa tendência demonstra que a Vivo está operando de forma mais eficiente.

**INTENSIDADE ENERGÉTICA\***  
em (MWh/PB)



\*Combustíveis e eletricidade.

## Redução do consumo de energia

GRI 302-4

**Desde 2018, a Vivo é uma companhia com consumo de energia 100% renovável.** Isso acontece tanto em função do projeto de geração distribuída de energia de fontes solar, hídrica e de biogás, em expansão por todo o país, quanto pela energia obtida no mercado livre. O total do consumo da Companhia é complementado com a aquisição de certificados, os **International Renewable Energy Certificates (I-RECs)**, de fonte eólica.

No caso dos data centers, onde o consumo é de alta tensão, a energia consumida também é sempre **100% renovável**, proveniente do mercado livre, para os data centers próprios, e de I-RECs, para os terceirizados.

A Companhia conta, também, com um **Plano de Eficiência Energética**, com diversas ações atreladas. Em 2023, os projetos de eficiência energética alcançaram uma economia de 102,6 GWh<sup>1</sup>, tendo um aumento de 42% em relação ao ano anterior.

Diversas iniciativas contribuíram para esse resultado, a exemplo do desligamento de tecnologias obsoletas das infraestruturas 2G e 3G da Vivo. Além disso, a Companhia realiza a desativação de armários e iluminação de seus edifícios.

Na operação, as centrais de comutação e data centers consomem grande quantidade de energia para alimentar servidores, sistemas de refrigeração e outras infraestruturas, por isso, a Companhia também atua permanentemente para **reduzir este consumo**. A Vivo trabalha de modo intensivo em iniciativas de eficiência energética, dentre elas a renovação de equipamentos com mais recursos tecnológicos, a otimização do uso e a desativação dessas estruturas. Também são adotados novos modelos de data center em nuvem, que permitem a otimização do uso da rede e, por consequência, menor consumo de energia.

O **resfriamento** é uma parte crucial do funcionamento das centrais e data centers, uma vez que os equipamentos e servidores geram calor e precisam ser mantidos em uma temperatura adequada para funcionar corretamente. Os modelos mais comuns de resfriamento são equipamentos de ar-condicionado a água, que são alimentados por chillers.

<sup>1</sup> A redução de energia reportada é proveniente de medições diretas obtidas através de multimedidores de energia ou através do protocolo internacional de medição e verificação, o que pode variar de acordo com a disponibilidade de informações ou viabilidade de instalação de medidores exclusivos. A diferença existente entre o dado publicado nos Destaques ESG 2023 (97,5 GWh) e o dado publicado no Relatório Integrado, se deve ao ajuste temporal após consolidação dos dados anuais 2023.



## METAS DE ENERGIA

Seguir usando **100%** de eletricidade gerada a partir de fontes renováveis, fomentando o desenvolvimento com contratos de compra de energia de longo prazo e autoprodução.

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

## Programa de Geração Distribuída

Com o objetivo de adotar as melhores práticas no uso de energia renovável, desde 2018 a **Companhia** produz parte de sua própria energia. A Vivo mantém um **Programa de Geração Distribuída**, que contempla a **instalação gradativa de usinas de energia solar, hídrica e de biogás**, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a diversificação da matriz energética em todas as regiões do país e que já conta com 67 usinas de energia renovável em funcionamento.

Os investimentos no modelo de geração distribuída são realizados por empresas contratadas, por meio da contrapartida de uma parceria de até 20 anos. Depois de serem inauguradas todas as usinas previstas, a Companhia produzirá cerca de 710 mil MWh de energia por ano, o suficiente para abastecer 340 mil residências. Quando concluído, o projeto responderá por aproximadamente 90% do consumo da Companhia em baixa tensão, atendendo em torno de 30 mil unidades, entre lojas, torres, antenas, equipamentos de telecomunicações e escritórios.

### VANTAGENS DO MODELO

A geração de energia a partir de fontes renováveis é essencial para combater o aquecimento global, minimizando as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) associadas à produção de eletricidade. Além de ser importante para o meio ambiente por ser renovável e de baixo impacto, a geração distribuída de energia ajuda a aliviar o sistema de distribuição, reduz ineficiências e perdas na transmissão e possibilita redução de custos. No âmbito social, o projeto favorece o desenvolvimento das comunidades do entorno, ao gerar empregos diretos e indiretos nas fases de construção e operação das usinas.

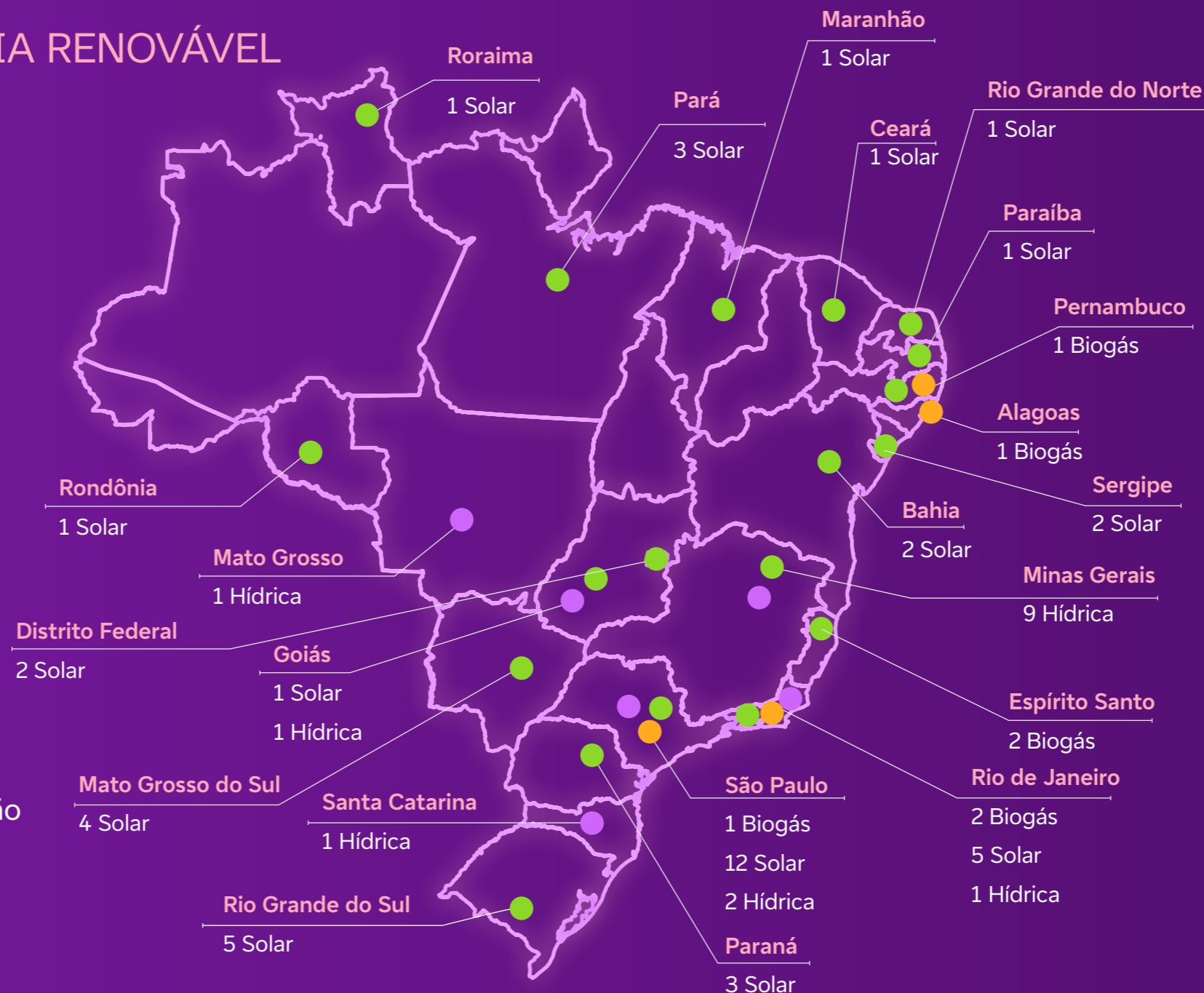
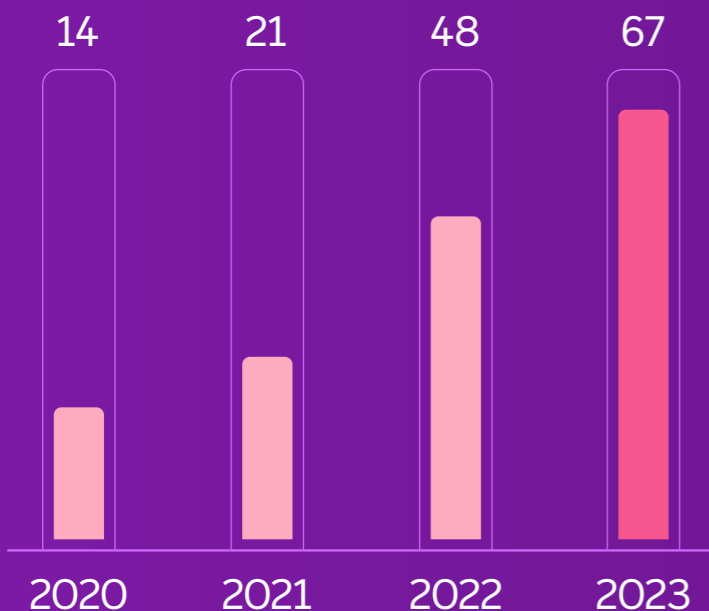
Por fim, a energia produzida em cada usina é injetada no Sistema Nacional Integrado (SIN), especificamente na rede distribuidora local, e se transforma em créditos para a Vivo, que obtém, assim, economia em suas faturas de energia elétrica, ao mesmo tempo em que avança em direção à sustentabilidade energética.

Encerramos 2023 com 67 usinas em operação na modalidade de geração distribuída, presentes em 21 estados e no Distrito Federal e atendendo em torno de 22 mil sites. Juntas, as usinas produzem 600 mil MWh / ano, o suficiente para abastecer 288 mil residências.

Em junho, a Vivo firmou uma parceria para iniciar o processo de se tornar uma autoprodutora em quatro parques solares, que somam 237 MWp, instalado em Janaúba (MG), o que possibilitará o abastecimento de mais de 200 unidades consumidoras em média tensão. Com a medida, 76% do consumo da Companhia que provém do mercado livre de energia migrará para modalidade de autoprodução. Isso reduz a dependência na aquisição de energia no mercado livre e torna a empresa menos suscetível a variações do setor.



# NÚMERO DE USINAS DE ENERGIA RENOVÁVEL



**NÚMERO DE USINAS**

- 7 biogás
- 45 solar
- 15 hídrica

Total: **67** usinas

**21** UFs + Distrito Federal

**29** áreas de concessão Distribuidoras de Energia



# Mudanças climáticas

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 3-3 Tema material: Mudanças climáticas

As mudanças climáticas constituem um dos principais desafios da humanidade nos dias atuais. De acordo com a Copernicus, o ano de 2023 foi marcado como o mais quente da história, registrando uma temperatura média global de 1,48 °C. No Brasil, a média de temperaturas, em 2023, ficou em 24,92 °C, sendo 0,69 °C acima da média histórica de 1991/2020, que é de 24,23 °C.

Ademais, o país vivenciou uma série de fenômenos climáticos, incluindo períodos de seca na região Norte, temperaturas acima da média em grande parte do Sudeste, ocorrência de ciclone e chuvas intensas no Sul, além de chuvas torrenciais em várias regiões, causando episódios de enchentes e inundações.

Para mitigar a probabilidade de ocorrência de eventos climáticos extremos, prevenir os seus impactos adversos, além de preservar a estabilidade global, são necessários esforços conjuntos de governos, de empresas e da sociedade para limitar o aquecimento global a 1,5 °C até 2100, atingindo zero emissões líquidas em 2050, conforme recomendando pelo Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). Para isso, as organizações, os governos e a sociedade precisam

se engajar na redução de emissões Gases de Efeito Estufa (GEE) e na neutralização das emissões residuais.

Como compromisso e contribuição para uma economia de baixo carbono, a Companhia estabeleceu, logo após o **Acordo de Paris**, as suas primeiras metas ambientais voltadas à redução de emissões e uso de energia renovável.

O setor de telecomunicações depende de uma quantidade significativa de eletricidade para o funcionamento da rede de transmissão e comutação de dados. Diante dessa dependência, **a Vivo utiliza 100% de eletricidade renovável em sua operação**. O consumo da Companhia deriva do projeto de geração distribuída em baixa tensão (saiba mais no item sobre o Programa de Geração Distribuída, neste capítulo) e da energia obtida no mercado livre. O total de consumo da Companhia é complementado com a aquisição de certificados do International Renewable Energy Certificates (I-RECs), de fonte eólica.

Desde 2019, **a Vivo vem compensando 100% das emissões próprias** que não podem ser evitadas por meio da aquisição de créditos de carbono de projetos dedicados à restauração e proteção de florestas nativas.

Mas a contribuição da Vivo frente ao desafio das mudanças climáticas vai muito além das ações de mitigação das emissões de sua operação. A transformação digital é considerada uma das alavancas rumo a uma economia de baixo carbono, pois possibilita a substituição de deslocamentos por atividades remotas e o aumento do uso eficiente de recursos energéticos nas infraestruturas urbanas, bem como nas produções agrícolas e industriais. Por intermédio da digitalização e de serviços de **Nuvem (cloud computing), Internet das Coisas (IoT) e Big Data**, a Vivo busca facilitar essa transição para os negócios e a sociedade, oferecendo soluções que ajudam a reduzir as emissões de clientes.

Em 2023, a Vivo lançou o **Plano de Ação Climática**, no qual são apresentados os objetivos de **Energia e Mudanças Climáticas** para os anos 2025, 2030 e 2040. Esses objetivos estão alinhados com o cenário 1,5 °C do Acordo de Paris e foram validados pela iniciativa Science Based Targets (SBTi) em nível de grupo. O plano reforça a preocupação da Companhia com as mudanças climáticas e detalha a estratégia da organização para o clima em cinco vertentes: **operacional; cadeia de valor; comercial; financeiro; e governança**.



## PLANO DE AÇÃO CLIMÁTICA

**Modelo operacional:** visa gerar eficiências em processos internos da Telefônica Brasil, com o objetivo de reduzir emissões dos Escopos 1 e 2, e compensar/neutralizar aquelas que ainda não foram possíveis de evitar.

**Modelo de cadeia de valor:** atua sobre as emissões do Escopo 3, por meio do engajamento e desenvolvimento de fornecedores e fabricantes e da aplicação e critérios de circularidade na compra de equipamentos e materiais.

**Modelo comercial:** incentiva a Telefônica Brasil a desenvolver e oferecer produtos e serviços digitais que possibilitam a redução das emissões dos clientes e promove o consumo consciente de maneira que os consumidores utilizem critérios de sustentabilidade em suas decisões de compra.

**Modelo financeiro:** compreende as ferramentas para investimento em eficiência da operação e a internalização do preço de carbono como alavancas para apoiar a tomada de decisões e a análise financeira das mudanças climáticas.

**Modelo de governança:** transversal a toda a Companhia, de forma a guiar os demais modelos, trabalha para o cumprimento de metas, o reconhecimento do seu poder em influenciar a sociedade e estabelece alianças com grupos que estejam alinhados a seus interesses, a fim de fomentar as discussões e ações para o combate às mudanças climáticas.

E para reforçar o seu engajamento em iniciativas contra o avanço das mudanças climáticas, a **Companhia aderiu aos seguintes compromissos públicos voluntários:**

- Neutralidade Climática, Líderes Empresariais pelo Clima, e Compromisso Empresarial Brasileiro com a Biodiversidade;
- Carta de Apoio do Setor Empresarial ao Mercado Compulsório de Carbono Brasileiro;
- TNFD Early Adopters – primeira empresa do setor, na América Latina, a se comprometer em adotar as recomendações do Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD).

## Metas de curto e longo prazo rumo a zero emissões líquidas

Em 2023, a Companhia conquistou o objetivo intermediário de reduzir em 90% as suas emissões nos Escopos 1 e 2, meta que foi inicialmente estabelecido para o ano de 2030. **Para toda a cadeia de valor (Escopo 3), a meta é reduzir em 56% até 2030 e chegar a emissões líquidas zero até 2040.** O plano é que as emissões residuais, que não forem possíveis de serem eliminadas, sejam neutra-

lizadas e compensadas por intermédio de soluções baseadas na natureza.

Como parte do Grupo Telefónica, a Vivo trabalha em estreita colaboração para enfrentar os desafios de redução de emissões. As metas do Grupo Telefónica estão estruturadas em: curto (2025); médio (2030); e longo prazo (2040), considerando 2015 como o ano-base. Essas metas estão de acordo com a expansão da rede e a qualidade do serviço, o que contribui para aumentar a competitividade da Vivo.

### RESUMO DAS METAS VIGENTES EM 2023:

- Reduzir as emissões dos Escopos 1 e 2 em 90% até 2030, em relação a 2015;
- Reduzir as emissões do Escopo 3 em 39% até 2025, 56% até 2030 e 90% até 2040, em relação a 2016;
- Neutralizar e compensar as emissões residuais dos escopos 1 e 2 e alcançar o Net-zero até 2040<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Houve a revisão da meta de Net Zero para 2035 no ESG Day em junho de 2024.



# Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

GRI 305-4

A Vivo reduziu em 90% as suas emissões nos Escopos 1 e 2, o que mostra a sua contribuição efetiva para uma economia de baixo carbono. O resultado deriva de uma série de iniciativas realizadas nos últimos anos que foram consolidadas em um Plano de Ação Climática, lançado em 2023. A Vivo também conta com um Plano de Eficiência Operacional, que articula uma série de medidas para mitigar suas emissões próprias.

Nesse sentido, a Vivo mantém uma frota sustentável e, em 2023, realizou a aquisição de 200 veículos elétricos, tornando-se a primeira empresa do setor de telecomunicações em eletrificação da frota. Desde 2015, as ações da Companhia foram incluídas na carteira do **Índice Carbono Eficiente (ICO 2)** da B3, que lista as empresas com melhor eficiência de gestão das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), o que atesta a assertividade das diversas ações e programas da Companhia no tema.

A Companhia **acompanha mensalmente as emissões de Gases de Efeito Estufa de mais de 36 mil equipamentos e 5 mil veículos** em todo o Brasil. Trimestralmente, os resultados das emissões são apresentados à alta administração para o acompanhamento do cumprimento da meta anual de redução de emissões, que tem impacto de 5% no bônus de todos os executivos e na participação de resultados dos demais colaboradores.

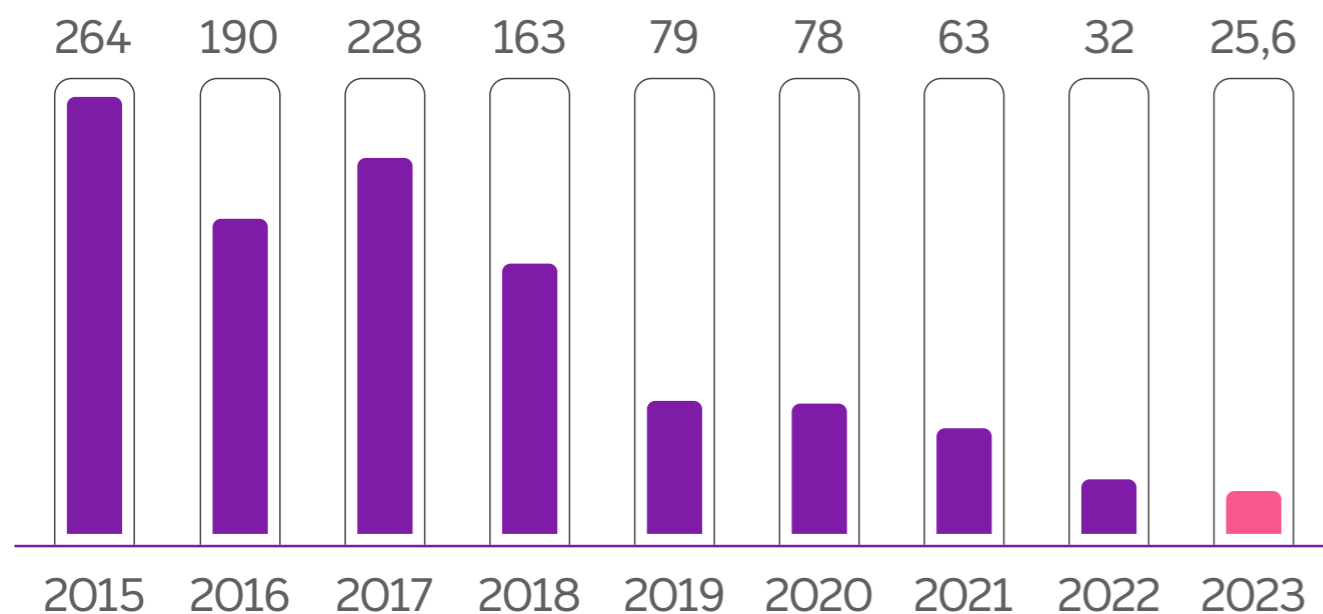
## INVENTÁRIO DE GASES DO EFEITO ESTUFA (tCO<sub>2</sub>e)

ESCOPO 1	2021	2022	2023
<b>Emissões diretas (Escopo 1)</b>	<b>63.018</b>	<b>32.190</b>	<b>25.567</b>
Protocolo de Quioto - CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> , N <sub>2</sub> O, HFC	26.550	12.781	11.273
Protocolo de Montreal - HCFC	36.468	19.409	14.294
Emissões biogênicas de CO <sub>2</sub>	8.907	12.922	15.326
<b>ESCOPO 2</b>			
Abordagem de localização	230.945	74.682	63.429
Abordagem de escolha de compra	0	0	0
<b>ESCOPO 3</b>			
<b>Emissões indiretas (Escopo 3)</b>	<b>346.715</b>	<b>281.581</b>	<b>302.358</b>
Compra de produtos ou serviços	179.145	177.770	186.712
Bens de capital	48.334	52.933	55.482
Atividades relacionadas ao consumo de energia	6.439	4.979	6.819
Viagens de negócios	106	3.352	3.143
Uso de produtos vendidos	112.691	42.547	50.202



As ações climáticas da Companhia acontecem há muito tempo e nos últimos 5 anos acelerou-se a redução das emissões da operação própria.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA, ENERGIAS RENOVÁVEIS E OTIMIZAÇÃO DE INSUMOS DE OPERAÇÃO (Mil tCO<sub>2</sub>e)



90%  
redução das emissões de GEE (2015-2023)

## Riscos e oportunidades das mudanças climáticas

As Políticas Ambientais e de Energia, aprovadas pelo Conselho de Administração, orientam o Compromisso da Companhia com o desenvolvimento sustentável e a proteção do meio ambiente. Essas políticas promovem a transição para a descarbonização, desvinculando o crescimento da Vivo das emissões de carbono, e adaptam a Vivo às mudanças climáticas, incorporando os riscos físicos e de transição das mudanças climáticas na gestão da Companhia.

Na Vivo, reconhecemos que os riscos climáticos são fatores sistêmicos que podem impactar a Companhia em diversas frentes, desde impactos socioeconômicos e financeiros até questões ambientais. Estamos cientes dos desafios que enfrentamos e, para garantir a resiliência dos nossos negócios, monitoramos de perto tanto os fatores internos quanto externos que possam afetar nossas operações. Isso inclui uma análise abrangente dos riscos relacionados às mudanças climáticas, os quais integram nossa avaliação geral de riscos.

Adotamos uma abordagem proativa, conduzindo avaliações periódicas para quantificar o potencial impacto de eventos climáticos adversos em nosso fluxo de caixa operacional, considerando os riscos físicos (crônicos e agudos) e de transição.

Além disso, garantimos transparência e responsabilidade em nossa gestão de riscos, reportando regularmente ao Comitê de Auditoria e Controle nossas avaliações.

Para os riscos relacionados às **mudanças climáticas**, a **Companhia segue as diretrizes da Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)**, para analisar e gerenciar os riscos físicos e de transição, considerando toda a sua operação. Foram implementadas recomendações da TCFD para atender às demandas dos principais públicos de relaciona-





mento da Vivo e à transparência exigida neste tema. **A Vivo monitora e está permanentemente atenta às questões relacionadas às mudanças climáticas.** No dia a dia das operações, as alterações climáticas colocam uma série de riscos potenciais, tanto em termos físicos como regulatórios.

Na parte física, as alterações climáticas globais exacerbam a gravidade e a frequência de desastres naturais e de fenômenos como secas, calor intenso e inundações. A crescente intensidade e a frequência da ocorrência de tempestades, ondas de calor e incêndios florestais pode aumentar os danos às infraestruturas e as falhas em redes fixas e sem fios. Caso ocorram catástrofes naturais graves em rápida sucessão, pode-se enfrentar problemas de recursos insuficientes para reparar e restaurar as infraestruturas de forma adequada e no tempo certo. O aumento da probabilidade da infraestrutura ser danificada em função de ocorrências climáticas apresenta riscos de impactos adversos relevantes nas operações da Companhia.

Além disso, a elevação das temperaturas médias é fator de aumento dos custos operacionais devido, principalmente, a maior necessidade de **refrigeração** dos equipamentos de rede. As altas temperaturas podem também afetar os equipamentos de telecomunicações e, portanto, elevar o risco de interrupção do serviço. Nesse sentido, o resfriamento é imprescindível.

Outro ponto importante refere-se aos possíveis aumentos nos custos de energia devido à escassez de recursos naturais ou à sua indisponibilidade em situações de desastres climáticos. É necessário mitigar ou prevenir danos decorrentes de desastres naturais, eventos climáticos extremos ou outros incidentes inesperados, pois, a suspensão, interrupção ou encarecimento das operações pode ter um efeito adverso sobre a continuidade operacional e sobre a obtenção de resultados financeiros compatíveis. Para gerenciar esses custos, são realizadas ações em prol da maior eficiência energética, desenvolvidos planos de energias renováveis e incrementada a geração distribuída de energia, apoiando a resiliência da Companhia frente aos riscos de mercado.

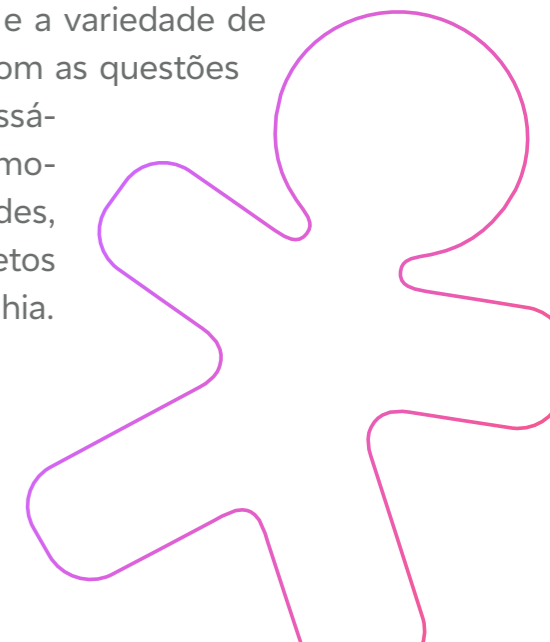
A fim de gerenciar os principais riscos identificados, a Companhia conta com **Programa de Adaptação, que incluem Planos de Eficiência Energética, Plano de Energia Renovável**, além de ter uma área dedicada de **Continuidade do Negócio**, orientada pelo Regulamento de Continuidade Global de Negócios (GBC), que prescreve a gestão preventiva dos riscos, garantindo a máxima resiliência das operações da Companhia diante de qualquer eventual interrupção.

Além dos riscos, também foram identificadas oportunidades para impulsionar o crescimento dos negócios, como a venda de produtos que reduzem as emissões de carbono dos clientes, impulsionando-os para a descarbonização por meio da tecnologia e da conexão digital (selo Eco Smart – mais informações no item sobre “produtos e serviços sustentáveis”, adiante).

A Vivo entende que **a digitalização será fundamental para enfrentar a transição para uma economia de baixo carbono e está alinhando suas 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.**

O **Comitê de Qualidade e Sustentabilidade** é o responsável por revisar a estratégia de sustentabilidade, na forma do Plano de Negócios Responsável (PNR) e do Plano de Ação Climática. No que diz respeito ao Pilar Gestão Ambiental e Mudanças Climáticas do PNR, o Comitê de Qualidade e Sustentabilidade acompanha o desempenho em relação às metas de emissões de CO<sub>2</sub>, planos de ação de redução de GEE, além das estratégias e resultados do Programa de Eficiência Energética e os Planos de Energia Renovável. Além disso, considerando a dispersão geográfica e a variedade de áreas envolvidas com as questões climáticas, é necessário consolidar e monitorar as atividades, indicadores e projetos dentro da Companhia.





Os principais riscos físicos e de transição identificados pela Telefônica Brasil e sua estratégia de gestão são apresentados a seguir:

CATEGORIA	NATUREZA	DESCRIÇÃO	IMPACTO FINANCEIRO	GESTÃO
Riscos Físicos	Crônicos	Maior consumo de eletricidade devido a uma maior necessidade de refrigeração associada ao aumento da temperatura global.	Aumento de custos operacionais (OPEX de eletricidade e manutenções), além de aumento de CAPEX devido a aposentadoria antecipada de equipamentos.	Plano de Eficiência Energética que tem como objetivo reduzir o consumo de eletricidade, através, por exemplo, de projetos free-cooling, modernização de equipamentos e inclusão de especificações técnicas mais críticas nos equipamentos de rede que a Companhia está adquirindo, para que possam funcionar em temperaturas mais altas.
Riscos Físicos	Agudos	Maior chance de interrupção dos serviços e danos aos equipamentos devido a maior ocorrência de eventos climáticos extremos, como chuvas/ventos fortes, inundações etc.	Aumento de custos operacionais e CAPEX para reposição de ativos danificados, e perda de receita devido a indisponibilidade do serviço (lucro cessante).	Sistema Global de Continuidade do Negócio, que garante a máxima resiliência das operações diante de qualquer interrupção. Além disso, o possível dano a ativos causado por eventos climáticos extremos é considerado no modelo de seguros da Companhia.
Riscos de Transição	Mercado	Aumento do preço da energia devido a uma maior dependência de combustíveis fósseis e precificação do carbono no Brasil.	Aumento de custos operacionais (OPEX de eletricidade).	Além do Plano de Eficiência Energética que visa reduzir o consumo de energia, a Companhia também conta com um Plano de Energia Renovável (como a atuação em projetos de geração distribuída), que permite que a Telefônica Brasil seja menos dependente das flutuações dos preços regulados de energia no país.

Nota adicional: A Telefônica Brasil também avalia e faz a gestão de outros riscos de transição, como os regulatórios (aumento do preço de determinados produtos e serviços, por causa de impostos ou taxas aplicáveis às emissões de CO<sub>2</sub>, diretas ou indiretas), tecnológicas (necessidade de aposentar antecipadamente ativos ligados à climatização ou energia por uma transição de baixo carbono) e reputacionais (aumento de exigência neste tema por parte de grupos de interesse e custos crescentes de compensação de CO<sub>2</sub>), porém estes aparecem com menor impacto, não estando entre os principais riscos.



As principais oportunidades para a Telefônica Brasil vinculadas às mudanças climáticas e sua estratégia de gestão são apresentadas a seguir:

CATEGORIA	NATUREZA	DESCRIÇÃO	IMPACTO FINANCEIRO	GESTÃO
Oportunidades	Eficiência de recursos	Otimização de custos em redes e operações, por meio de uma melhor gestão energética.	Redução de custos operacionais (OPEX de eletricidade).	O Plano de Eficiência Energética possibilita uma importante vantagem competitiva do setor, aumentando a eficiência e resiliência da rede sem causar um aumento do consumo de energia.
Oportunidades	Fontes de energia	Redução da exposição à volatilidade dos preços de energia e economias no OPEX, através do emprego da compra de energias renováveis em vez das convencionais.	Redução de custos operacionais (OPEX de eletricidade).	Manter o consumo de eletricidade 100% renovável é um dos principais objetivos climáticos da Telefônica Brasil. A Companhia enxerga oportunidades de redução de custos apostando em contratos de longo prazo em projetos de geração.
Oportunidades	Produtos e serviços	Crescimento do volume de negócios em uma economia de baixo carbono, através da venda de produtos e serviços digitais que reduzam as emissões de CO <sub>2</sub> de clientes.	Aumento de receita como consequência de uma maior demanda por produtos e serviços que contribuam para a descarbonização da economia.	As soluções digitais baseadas na conectividade, IoT, Cloud e Big Data têm o potencial de otimizar o consumo de recursos e reduzir o impacto ambiental dos clientes. Por isso, as unidades de negócio da Companhia veem como oportunidade o impulsionamento dos serviços digitais, contribuindo para a descarbonização dos clientes.

## Estudo de riscos climáticos

Em 2021, a Vivo realizou um estudo aprofundado sobre os riscos climáticos para a Companhia, considerando dois cenários de concentração (Representative Concentration Pathways - RCP) de CO<sub>2</sub> do Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC): o RCP 2.6 e o RCP 8.5.

Para avaliar os riscos físicos, foram analisados os impactos de ambos os cenários. Quanto aos riscos de transição, adotamos

o Sustainable Development Scenario da International Energy Agency (IEA) considerando o cenário RCP 2.6, uma vez que o RCP 8.5 representa um cenário de “business as usual”, no qual não se prevê transição para uma economia de baixo carbono.

Com base nas recentes atualizações do IPCC em seu sexto relatório (Sixth Assessment Report – AR6), a Vivo iniciou o desenvolvimento de um novo estudo sobre riscos climáticos

considerando os cenários Shared Socio-Economic Pathways (SSP). Este estudo visa alinhar a Vivo aos objetivos do IFRS S2 Climate-Related Disclosures, assim como atualizar o estudo realizado em 2021.



# Programa Carbono na Cadeia de Fornecedores

DESENVOLVEMOS UM CICLO CONTÍNUO DE ENGAJAMENTO E DESENVOLVIMENTO



Buscamos transformar toda a cadeia de valor frente aos desafios climáticos. Nossos fornecedores são orientados para a transição de baixo carbono.

**~85%**  
das emissões de CO<sub>2</sub> de fornecedores

**2040<sup>1</sup>**  
Atingir zero líquido para a cadeia de valor (Escopo 3)

**Ciclo 2022-2023**  
**60%** de 125 fornecedores atuando pelo clima, o que representa **+80%** das emissões de fornecedores

**+1.200**  
fornecedores

**125** empresas em categorias carbono intensivas

- Equipamentos Eletrônicos B2B e B2C
- Equipamentos de Rede
- Materiais de Rede
- Serviços de Rede
- Transporte e Logística

**CLASSIFICAÇÃO EM NÍVEIS DE MATURIDADE**

**69%** dos fornecedores ainda não mensuravam CO<sub>2</sub>

**CAPACITAÇÃO**

- Trilha de Aprendizagem em 3 módulos
- **+80** fornecedores treinados

**CONSULTORIA PARA APOIO INDIVIDUAL**

Suporte de acordo com as particularidades de cada empresa

<sup>1</sup> Meta revisada para 2035 no ESG Day.



A Vivo tem realizado um importante trabalho em sua descarbonização e, conseqüentemente, na redução das emissões de Escopo 1 e 2. Em 2023, as emissões do Escopo 3 passaram a representar 92% das emissões totais. Isso significa que a cadeia de fornecedores concentra a maior parte dessas emissões, ou seja, 80% das emissões de toda a cadeia de valor da Telefônica Brasil.

Para fazer cumprir a meta de reduzir em 56% as emissões de sua cadeia até 2030 e zerar essas emissões até 2040<sup>1</sup>, a Vivo tem intensificado o engajamento dos seus principais fornecedores e o desenvolvimento de **planos de ação para aprimorar a gestão das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)**.

Para isso, a Companhia estruturou o **Programa Carbono na Cadeia de Fornecedores**, com o objetivo de engajá-los sobre os impactos das mudanças climáticas nos negócios e propor iniciativas de mensuração, gestão e redução de Gases de Efeito Estufa (GEE).

Cerca de 1.200 fornecedores foram selecionados de um total de 125 empresas que fazem parte das categorias mais intensivas em carbono. São elas: equipamentos eletrônicos (B2B e B2C), equipamentos de redes (energizados), materiais de rede (passivos), serviços de rede, logística e transporte que usam muitos combustíveis. Inicialmente, esses fornecedores responderam a um questionário para avaliar a maturidade de cada um referente à atuação no tema de emissões. Os resultados do diagnóstico mostraram que grande parte dos fornecedores (69%) não realizava o inventário de emissões. Na sequência, o programa compreendeu uma trilha de aprendizagem em três módulos através de webinars conduzidos por instrutores especializados. Com isso, a Companhia promoveu uma jornada de aquisição de conhecimento sobre o tema das emissões, desde o nível mais básico até o mais avançado, trazendo temas como riscos climáticos e transparência nos reportes.

As empresas que se mantiveram no programa tiveram acesso a uma consultoria individualizada, com a contrapartida de assumirem um

objetivo climático com a Vivo e o planeta. No total, **80 empresas foram treinadas, impactando, assim, mais de 200 profissionais**.

Como avanço do primeiro ciclo, o número de empresas atuando pelo clima foi dobrado, chegando a 60% dos 125 fornecedores, o que representa mais de 80% das emissões provenientes dos nossos fornecedores.

Como a cadeia de fornecimento está em constante evolução, a Vivo atua em um processo contínuo de desenvolvimento de seus fornecedores. O ciclo se inicia com a avaliação e seleção de fornecedores representativos em carbono, passa pelo estágio de engajamento e capacitação, identifica e mede o seu impacto de CO<sub>2</sub>, depois trabalha junto a essas empresas no estabelecimento de metas voluntárias, seja em redução de emissões, uso de energia renovável ou compensação de carbono. Todo o processo terá uma engrenagem de sustentação por meio do monitoramento da evolução de cada fornecedor nas etapas de cadastro e renovação para novas concorrências.

## Compras de baixo carbono

A Companhia conta com a **Instrução de Compras de Baixo Carbono**, a qual orienta sobre a necessidade de **aplicação dos princípios de eficiência energética e baixo carbono nas compras de equipamentos que são grandes consumidores de energia e gases refrigerantes**. Essa instrução está alinhada com a Normativa de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento e com a Política Energética.

Por meio dessa Instrução, a empresa incorporou o conceito de Custo Total de Propriedade (TCO) no processo de aquisição, considerando a quantidade de energia que o equipamento consumirá durante a sua utilização, e não apenas o custo de compra. Também foi incorporado à Instrução o preço interno do carbono, como forma de aprimorar a gestão e direcionar as escolhas. O principal objetivo, ao implementar um preço interno de carbono, é **gerenciar os riscos e as oportunidades associados à pegada de carbono da Companhia** e, assim, internalizar os custos derivados das emissões de GEE.

<sup>1</sup> Meta revisada para 2035 no ESG Day.

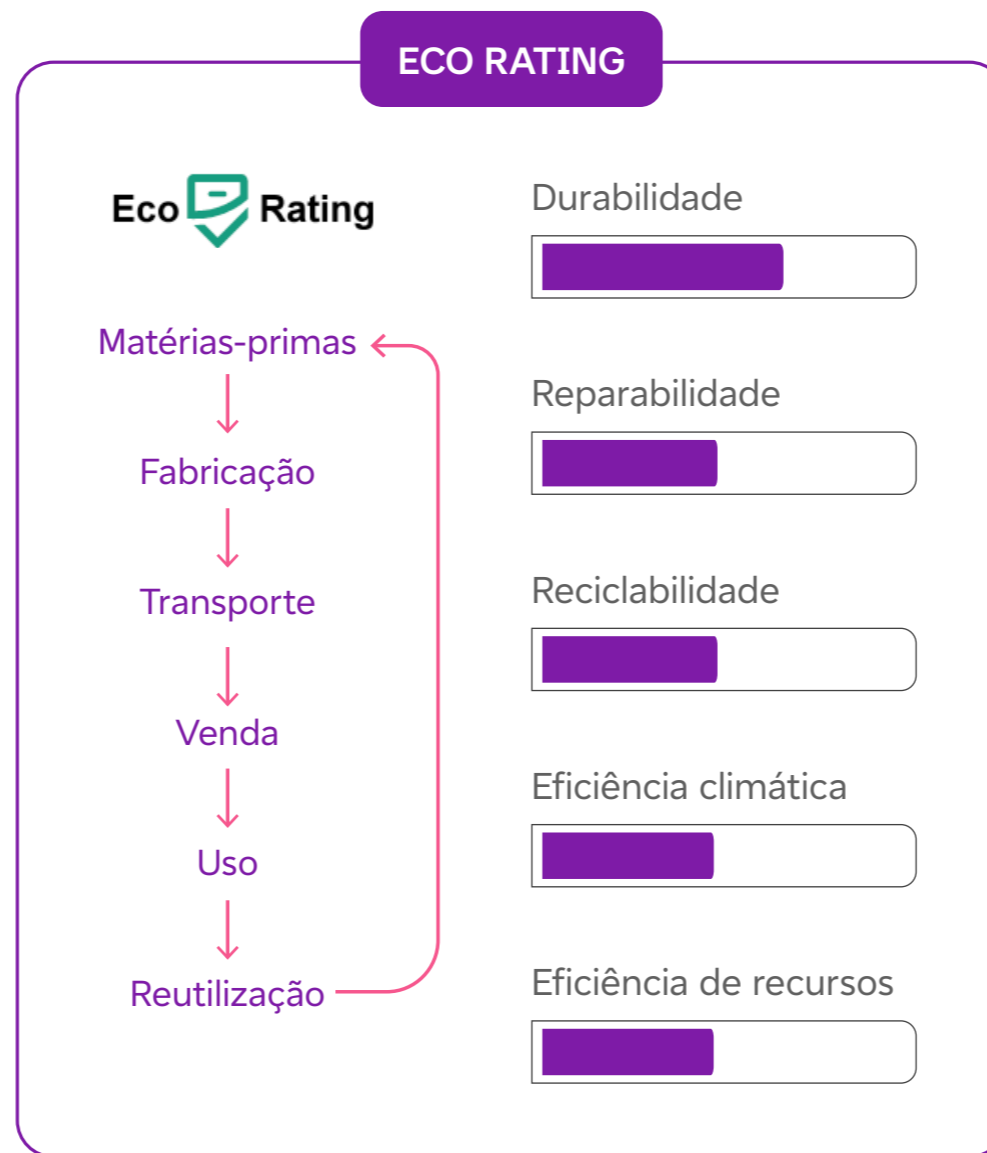


## Produtos e serviços sustentáveis

Faz parte da estratégia de sustentabilidade da Vivo desenvolver e disponibilizar produtos, serviços e soluções sustentáveis. A Companhia estimula o **consumo responsável e consciente** durante toda a jornada do cliente.

Nas lojas físicas e online é oferecido um **selo, denominado Eco Rating**, que funciona como orientação para que os clientes tomem decisões mais sustentáveis na hora de comprar os seus smartphones.

**Por terem um selo Eco Rating, os dispositivos são pontuados por uma metodologia baseada na avaliação do ciclo de vida**, que mede os impactos das mudanças climáticas, como pegada de carbono de matérias-primas, fabricação e transporte, além de economia de energia e eficiência do carregador durante o uso do telefone celular. Outros aspectos envolvem questões de redução de resíduos, como durabilidade, embalagem responsável e potencial de reciclabilidade após o descarte.



Em relação ao uso dos serviços da Vivo, os clientes têm à disposição uma **calculadora online que demonstra as emissões de Gases de Efeito Estufa geradas a partir do consumo de serviços de dados, voz e TV por assinatura**. Para isso, basta acessar: <https://www.vivo.com.br/a-vivo/sustentabilidade/pegada-carbono>.

Além da calculadora de pegada de carbono, há também o **selo Eco Smart**. A Vivo evolui cada vez mais sua proposta dentro dos critérios ESG com soluções digitais baseadas em nuvem (cloud computing), Internet das Coisas (IoT) e Big Data, que passam por verificação para receber o selo de sustentabilidade Eco Smart. Com a iniciativa, as empresas, no momento da contratação do serviço, já sabem os benefícios ambientais que a solução poderá gerar em sua operação.

**Clique aqui** para saber mais sobre Sustentabilidade - Pegada de Carbono





O selo passou pela verificação de terceira parte da **Associação Espanhola de Normalização e Certificação (AENOR)** e dispõe de quatro variações, que representam os ganhos que os produtos e serviços geram ao meio ambiente: eficiência energética, redução do consumo de água, redução das emissões de CO<sub>2</sub> e economia circular. **A receita dessas soluções, em 2023, atingiu R\$ 2,3 bilhões nos últimos 12 meses**, com crescimento de cerca de 22% na comparação anual.

Os serviços que são oferecidos aos clientes, além de serem ancorados em uma rede de baixo carbono, **também ajudam os usuários a reduzirem suas próprias emissões e se adaptarem às mudanças climáticas**, incentivando ações concretas em favor do planeta e das pessoas.

O Eco Smart e a conectividade foram fundamentais para que os clientes da Vivo pudessem evitar a **emissão de 25,5 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub> em 2023**. Deste total, 25,2 milhões corresponde a serviços de conectividade banda larga e móvel para o segmento B2C. Um total de 300 mil resultou de serviços IoT e nuvem em que são oferecidos serviços de conectividade, dispositivos IoT, plataformas, servidores e/ou software, sendo que esses dados incluem as emissões geradas pela conectividade e infraestrutura de rede que fazem parte destes serviços.

O selo dispõe de quatro variações, que representam diferentes benefícios ambientais: eficiência energética, redução do consumo de água, redução das emissões de CO<sub>2</sub> e economia circular.

#### EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Serviços que permitem ao cliente controlar e gerir a energia das instalações e/ou equipamentos, reduzindo o seu consumo de energia e/ou combustíveis.

**Gestão de frotas**, serviços de gestão de frotas que permitem a economia de combustível.

**Serviços em nuvem**, que reduzem o consumo de energia do cliente em plataformas ou servidores em data centers altamente eficientes.

#### REDUÇÃO DO CONSUMO DE ÁGUA

Medidores inteligentes de água em instalações ou edifícios, ou aplicados a serviços como o gerenciamento de irrigação em cidades ou na agricultura, que reduzem o consumo de recursos hídricos.

As **soluções Smart Agro** promovem a digitalização no setor agrícola e melhoram a tomada de decisões com base em dados de safra e parâmetros ambientais, para otimizar o uso de recursos, principalmente de água na irrigação, como também de fertilizantes, produtos fitossanitários e pesticidas.

#### REDUÇÃO DE EMISSÕES DE CO<sub>2</sub>

Soluções de Digital Workplace, que permitem o trabalho remoto e híbrido, podendo reduzir os deslocamentos dos colaboradores ao local de trabalho.

Soluções de mobilidade como a nossa solução **Frota Inteligente**, que permite as empresas a monitorarem suas frotas de veículos, aumentando a segurança e o controle sobre os veículos. Além disso, essa solução também permite que as empresas otimizem as rotas, que se traduz em menos consumo de energia e emissões de CO<sub>2</sub> associadas.

#### ECONOMIA CIRCULAR

Serviços que permitem monitorar os equipamentos/ativos e fornecer informações sobre o seu estado de funcionamento, otimizando a manutenção, evitando quebras e, portanto, prolongando sua vida útil.

Produtos e serviços que otimizam os processos produtivos, reduzindo o consumo de matéria-prima ou minimizando perdas.

Através da solução **Vivo Tech Microinformatica**, oferecemos aos nossos clientes do B2B a possibilidade de locarem equipamentos de escritórios como computadores, celulares, monitores, acessórios, entre outros, onde a Vivo se responsabiliza pela atualização e manutenção desses equipamentos, prolongando a vida desses equipamentos e promovendo a economia circular.



# Economia circular

A Companhia visa atingir a meta de **Zero Resíduos até 2030**

Vivo recicla anualmente mais de **97%** dos resíduos provenientes da sua operação

A economia circular é um fator-chave para minimizar o desperdício de recursos e a geração de resíduos, na medida em que busca fechar os ciclos produtivos, reduzindo a necessidade de extração da matéria-prima.

Por meio da estratégia de economia circular, a Companhia visa atingir a meta de **Zero Resíduos até 2030 em sua operação**, priorizando a reutilização, o reparo, a reciclagem e a redução da geração de resíduos. Dessa forma, além de diminuir as emissões indiretas de Gases de Efeito Estufa (GEE), a Vivo também promove a extensão da vida útil dos equipamentos e a reintrodução da matéria-prima na cadeia de valor através da reciclagem.

Para alcançar este objetivo, é utilizado o **Sistema de Gestão de Resíduos da Telefónica (GRe-Tel)**, no qual são acompanhados os volumes de

resíduos oriundos das atividades das diversas áreas da Companhia.

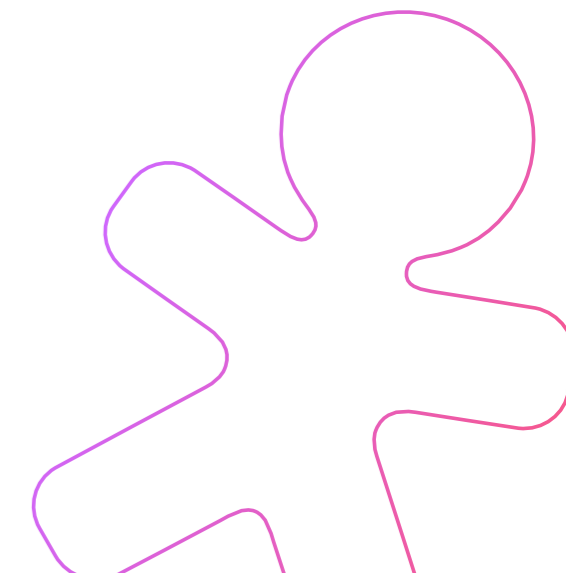
O GReTel confere a rastreabilidade de todo o processo de gerenciamento dos resíduos, desde a geração, transporte, reutilização ou tratamento final. São registrados e organizados no Sistema os dados operados por mais de 300 empresas responsáveis por realizar estas atividades. As informações são auditadas periodicamente, assegurando confiabilidade nos indicadores de economia circular e melhoria contínua no desempenho ambiental.

Como resultado desse processo, a **Vivo recicla anualmente mais de 97% dos resíduos provenientes da sua operação**.

Com a expansão da infraestrutura da rede de fibra óptica, é gerado um volume maior desse

tipo de resíduo, o que representa um desafio devido à sua complexa estrutura, constituída por materiais como vidro e polímeros, que dificultam a separação dos seus componentes.

Mesmo diante desses desafios, a Vivo tem direcionado os seus esforços e investimentos para encontrar soluções que permitam a reciclagem e uso desse material, contribuindo para a sustentabilidade do ciclo de vida da fibra óptica, principal elemento para levar a conectividade a milhões de clientes.







## PREVENÇÃO DE IMPACTOS RELACIONADOS A RESÍDUOS

GRI 301-3

A Vivo utiliza uma abordagem abrangente na prevenção de impactos decorrentes de resíduos, por meio de uma estratégia que engloba a sua cadeia de fornecedores. Para garantir a gestão adequada de resíduos, a Companhia utiliza um software para homologar e monitorar a conformidade ambiental das empresas responsáveis por esta atividade.

Como parte de sua responsabilidade ambiental, a Vivo engaja seus parceiros para que também cumpram a Política de Sustentabilidade na cadeia de suprimentos, buscando garantir o cumprimento dos princípios de sustentabilidade em todas as etapas. Em todas as minutas de contrato com os fornecedores geradores de resíduos existem cláusulas específicas detalhando as exigências legais e de gestão da empresa sobre o tema.

Dessa maneira, todo o processo de gestão de resíduos da Companhia segue as legislações ambientais e os preceitos dos órgãos fiscalizadores, como a emissão do Manifesto de Transporte de Resíduos (MTR) e o Certificado de Destinação Final (CDF), documentos avaliados pelas auditorias de Sustentabilidade, que visam identificar oportunidades de valorização dos materiais e minimizar impactos ambientais das operações da empresa.

O compromisso da Vivo com a redução, reutilização, rastreio e reciclagem dos resíduos reflete sua preocupação em garantir um planeta mais limpo e saudável para as gerações futuras. A partir dos processos, controles e treinamentos com fornecedores, fazemos que este valor seja compartilhado por toda a nossa cadeia de valor.

### PROJETO MATRIX – RECONECTAR E REUTILIZAR

Em 2023, a Vivo lançou o projeto Matrix com o objetivo de reaproveitar e evitar o desperdício de cabos de fibra óptica usados nas instalações dos serviços de internet e TV por assinatura. **A iniciativa permitiu que fossem evitados o uso de aproximadamente 32 mil quilômetros de cabos.**

Assim, o projeto contribui para que conexões sejam realizadas de forma mais eficiente, considerando os cabeamentos de fibras existentes nos endereços e locais que anteriormente eram de clientes ativos da Vivo. Já para as novas instalações, são utilizados conjuntos de conectores avulsos de montagem em campo e a bobina de cabo de fibra de 500 metros, substituindo os cabos com metragens definidas.

O projeto reaproveita cabos de drops existentes nos locais de instalação e em boa qualidade que seriam descartados, reduzindo o consumo de materiais.

A iniciativa teve início em 2022 e foi expandida a nível nacional em 2023, **ano em que foram capacitados 12 mil colaboradores entre instaladores e reparadores de campo.**

## Brindes sustentáveis

GRI 306-3, 306-4, 306-5

A **busca por uma economia circular está presente em tudo que a Companhia faz**, com um olhar atento a todos os tipos de resíduos gerados, incluindo também os dos uniformes de colaboradores de campo.

Com o objetivo de prolongar a vida útil dos tecidos, a Vivo reaproveita os uniformes que seriam descartados em um projeto que une os pilares ambiental e social: os resíduos são transformados em produtos com o uso de trabalho justo e inclusivo que, após finalizados, são comprados pela Companhia.

Em parceria com a **Retalhar** e o **Movimento Eu Visto o Bem (Movi)**, o projeto emprega mulheres em situação de vulnerabilidade da periferia de SP e ressocializa egressas e detentas do sistema prisional que procuram uma nova chance de integração à sociedade por meio do trabalho.

Uma nova linha de produtos foi criada para o uso em eventos internos, com modelos de shoulders bags e pochetes com visual streetwear. Os itens substituíram brindes convencionais que seriam comprados para grandes eventos como o festival Lollapalooza, o The Town, a Parada



do Orgulho LGBTI+ e eventos internos, como a SIPAT. Em 2023, **foram confeccionados 10.800 produtos, o que gerou renda para 57 mulheres e impactou positivamente 119 familiares.**

## Vivo Recycle

GRI 301-3, 306-1, 306-2, 3-3 Tema material: Gestão ambiental, SASB TC-TL-440A.1

Como forma de reforçar seu compromisso com a redução e reciclagem de resíduos, **a Vivo se tornou, em 2023, uma das primeiras empresas a aderir ao movimento “Conexão Circular”, da Ambição 2030**, anunciado pelo Pacto Global da ONU no Brasil para engajar empresas no tema.

A Vivo tem uma grande preocupação com a destinação de dispositivos e equipamentos eletrônicos dos consumidores. **O programa Vivo Recycle**, por exemplo, busca estimular o descarte adequado de resíduos eletrônicos, que podem ser depositados em coletores disponíveis em lojas da Vivo em todo o país. Esses materiais, uma vez reciclados, são reintroduzidos como matéria-prima na indústria, promovendo a **economia circular** e impulsionando a conscientização sobre o tema.

Em junho, mês em que é celebrado o **Dia Mundial do Meio Ambiente**, a Companhia lançou a campanha **“Eu Vivo o Meio Ambiente”**, com o objetivo de engajar os colaboradores em práticas sustentáveis.

Foram realizadas ativações nos principais prédios administrativos, com distribuição de vouchers e brindes aos colaboradores que levaram seus resíduos eletrônicos. Os influenciadores digitais **“Vivo Creators”** fizeram e divulgaram para os colaboradores vídeos sobre economia circular, mudanças climáticas, escolhas sustentáveis, sistema de gestão ambiental e práticas sustentáveis, promovendo maior conscientização sobre o tema.

Além disso, a campanha contou com a presença do Professor Marcus Nakawaga, que palestrou no encerramento sobre o tema **“O ESG como valor de mudança na organização”**. **Mais de 5 mil colaboradores foram alcançados pela live** que foi realizada através de uma plataforma online. O programa também conscientizou e engajou crianças e adolescentes de escolas públicas do estado de São Paulo (SP) e do Rio de Janeiro (RJ).

As ações realizadas ao longo destes anos através do Vivo Recycle resultaram em dois importantes reconhecimentos: o **Prêmio da Amcham Eco 2023**, na modalidade Práticas de Sustentabilidade, na Categoria “Processos para Grandes Empresas”, em que concorreram 195 projetos de mais de 100 empresas em todo o país; e ficou em 21º lugar entre 59 iniciativas selecionadas e quase 250 inscritas na lista da **Change The World da Fortune**, uma das principais revistas de negócio norte-americanas. Com isso, a Vivo se tornou a única companhia do setor no mundo e no Brasil presente na lista.

Todas essas iniciativas de conscientização e ações práticas para promover a economia circular fizeram com que, em 2023, a Companhia coletasse **12,1 toneladas de lixo eletrônico de consumidores e colaboradores**, garantindo a destinação correta e reciclagem do material. Desde 2006, quando o Vivo Recycle foi implementado, foram coletadas mais de **150 toneladas e 5,2 milhões de equipamentos eletrônicos**.

Para promover a logística reversa da rede fixa, a Vivo realiza a recuperação de modems e deco-

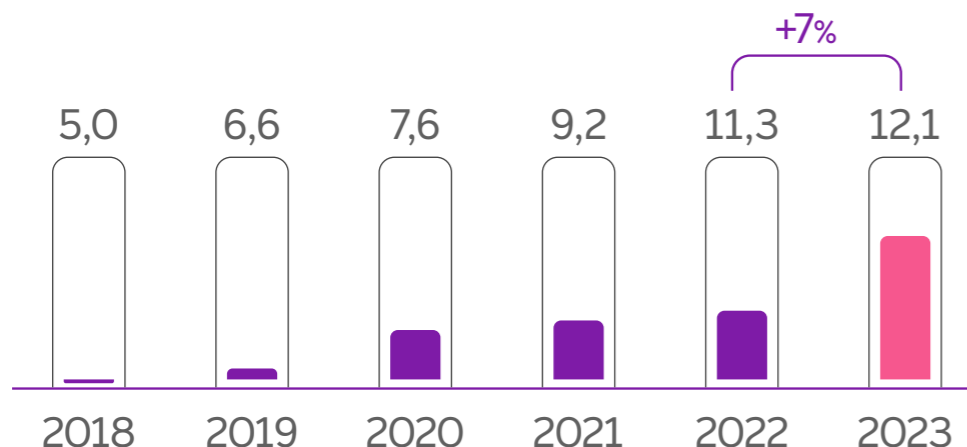
dificadores, isto é, equipamentos instalados em comodato na casa dos clientes para a prestação dos serviços de banda larga e TV. Este programa diminui a necessidade de extração de matéria-prima e reduz as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) associados à fabricação de novas unidades. Em 2023, foram reutilizados mais de **1 milhão de modems e decoders, que totalizam 535,10 toneladas**, através deste fluxo.

A Companhia tem a meta de chegar a 90% de condicionamento e reutilização desses equipamentos até 2024.

O cliente pode solicitar a retirada do modem e decodificador fora de uso no conforto de sua casa, ou encaminhá-lo até um dos pontos de coleta localizados nas cerca de 1,8 mil lojas da Vivo em todo o país.



## RESÍDUOS ELETRÔNICOS COLETADOS NO VIVO RECICLE



**142%**  
de crescimento  
desde 2018

## VIVO RECICLE

	2021	2022	2023
Total de celulares recolhidos (nº)	5.303	8.822	3.293
Total de equipamentos recolhidos (toneladas)	9,2	11,2	12,1

## REÚSO DE MODEMS E DECODERS

	2021	2022	2023
Telefonia fixa - reciclagem (nº)	452.913	1.054.112	300.724
Telefonia fixa - reciclagem (toneladas)	169,8	348,5	86,2
Telefonia fixa - recuperação (nº)	139.166	1.276.029	1.093.773
Telefonia fixa - recuperação (toneladas)	631,5	632,5	535,1

## Vivo Renova

Para ampliar o engajamento dos consumidores em práticas sustentáveis, a Companhia criou o programa **Vivo Renova**, que incentiva a reutilização de aparelhos celulares, aumenta o tempo de vida dos dispositivos e facilita o acesso de clientes a novas tecnologias.

O programa oferece a possibilidade de troca de aparelho usado por créditos na compra de um novo celular. O crédito é representado por um voucher em que o valor poderá variar de acordo com o modelo e condições físicas do aparelho. Os aparelhos recolhidos são entregues à empresa parceira que faz a restauração e comercialização do produto. Em 2023, foram **reutilizados mais de 145 mil aparelhos celulares e, desde o início do programa, já foram coletados cerca de 915 mil celulares.**

Além disso, a Vivo impulsiona a venda de celulares e acessórios utilizados em exposições e degustação nas lojas, em que os equi-

pamentos são ofertados aos clientes e colaboradores com preços promocionais. Assim, garante-se o aumento de vida útil dos eletrônicos. Em 2023, foram vendidos **858 itens, sendo 734 aparelhos e 125 acessórios.**





## Digitalização – Projeto Paper Less

Para a Vivo, “**Digitalizar para Aproximar**” é a combinação do uso de estratégias, tecnologias, pessoas e cultura para proporcionar uma boa experiência aos clientes e colaboradores, o que contribui para a diminuição dos custos e do tempo levado em transações, tornando-as mais organizadas, eficazes e sustentáveis.

Por meio do Projeto Paper Less, a Companhia **reduz o consumo e o armazenamento de papel em todas as áreas e reforça a segurança nos documentos, com a digitalização e a impressão consciente**. A iniciativa envolve todas as operações da Vivo, desde os processos administrativos até as lojas e demais canais de vendas B2B e B2C. Inclui, também, operações terceirizadas e fornecedores. Com isso, em 2023, a Companhia reduziu substancialmente o seu acervo de 588.630 caixas de documentos para, aproximadamente, 70 mil.

A digitalização é empregada na assinatura de documentos administrativos e nos contratos com fornecedores. Atualmente, a Companhia conta com o Portal de Assinaturas, uma ferramenta própria que conta com cerca de 712 mil documentos processados.



Anexos

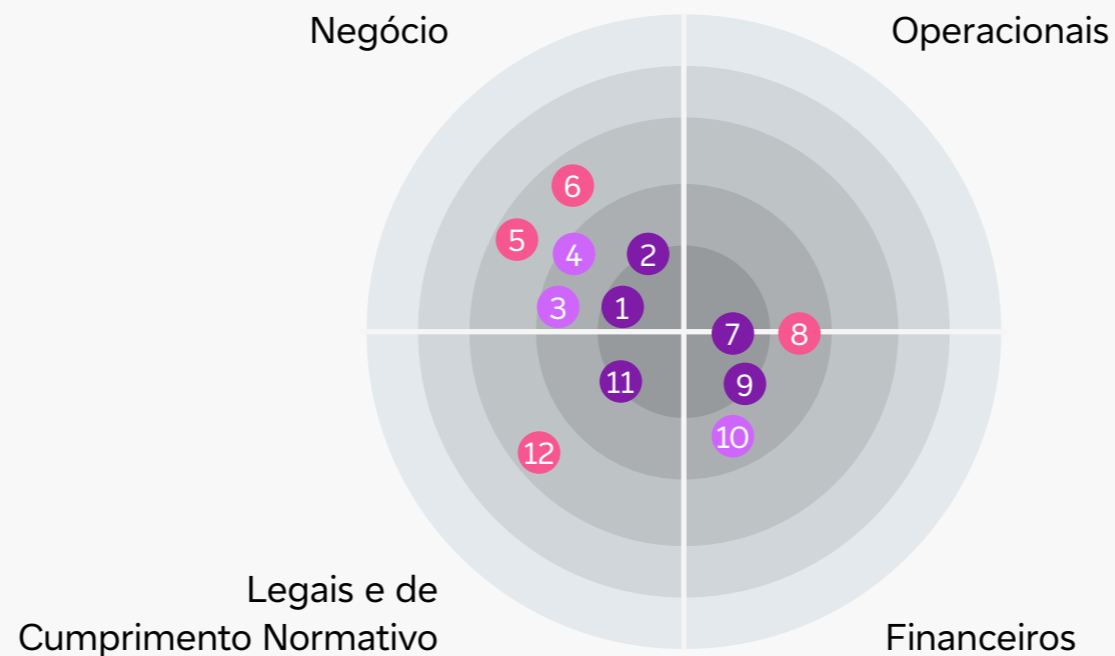
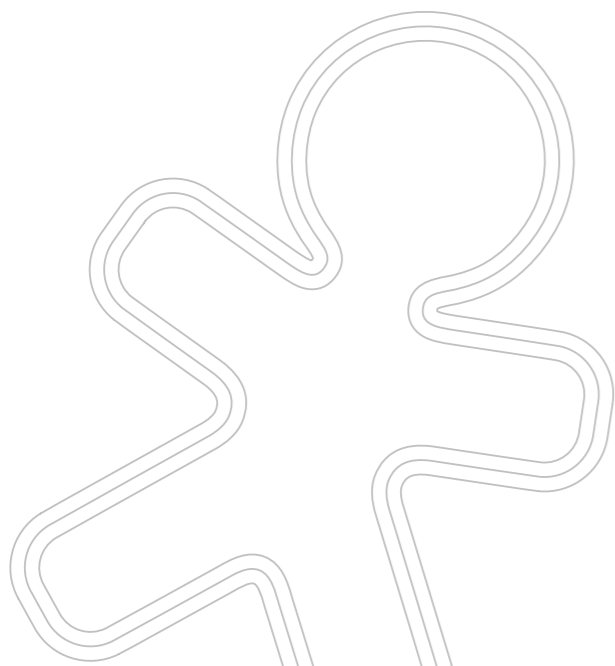


# Gestão de riscos corporativos – fatores de riscos

## Priorização dos Riscos

Os riscos de mercado que podem impactar a Companhia<sup>1</sup> são priorizados com base em seu nível de criticidade. Todas as temáticas de riscos apresentadas nesta seção são detalhadas nos Fatores de Riscos mais adiante.

<sup>1</sup>Risk Factors do Brasil, referenciados do 20-F



- 1** Escassez de talento tecnológico e necessidade de novas habilidades no modelo de trabalho devido às rápidas mudanças tecnológicas
- 2** Gestão de Terceiros
- 3** Consolidação de Mercado e Concorrência
- 4** Entorno Regulatório
- 5** Mudança Tecnológica
- 6** Privacidade / LGPD
- 7** Cibersegurança
- 8** Mudança Climática, catástrofes naturais e outros fatores podem provocar falhas na rede, interrupções de serviço e perda de qualidade
- 9** Entorno Fiscal
- 10** Entorno Econômico e Político
- 11** Litígios e Contingências
- 12** Cumprimento da Legislação Anticorrupção



## Fatores de riscos

Dentre estas temáticas, destacamos os fatores de riscos, que poderiam afetar o negócio, a situação financeira, os resultados e/ou os fluxos de caixa da Companhia. Atualmente, estes são os fatores de riscos específicos que a Companhia considera relevantes e materiais para a tomada de decisão de investimentos. No entanto, é importante destacar que a Companhia está sujeita a outros riscos que não foram incluídos nesta seção devido as características da avaliação realizada pela probabilidade de ocorrência e potenciais impactos econômicos, de cumprimento, reputacionais e de ESG (ambiental, social e governança).

### LISTA DOS FATORES DE RISCOS 2023

#### DETALHAMENTO COMPLETO DISPONÍVEL NO ITEM D. RISK FACTORS DO 20-F (P. 12 A 21)

- A inflação e as ações do governo para refreá-la podem contribuir para uma incerteza econômica no Brasil, afetando negativamente nossos negócios e os resultados operacionais.
- A tecnologia da informação é essencial para nossos negócios e pode estar sujeita a riscos de segurança cibernética.
- Dependemos de pessoal-chave e de nossa capacidade de contratar e reter funcionários.

- Estamos sujeitos a passivos relacionados à contratação de terceiros.
- A consolidação no mercado de telecomunicações pode aumentar a concorrência no futuro próximo e poderá alterar a dinâmica do mercado brasileiro.
- Enfrentamos concorrência significativa no mercado brasileiro.
- Potenciais eventos globais ou nacionais relacionados à saúde, incluindo surtos de doenças contagiosas, epidemias ou pandemias podem afetar significativamente nossas operações.
- Ampla regulação governamental do setor de telecomunicações e de nossa concessão pode limitar, em alguns casos, nossa flexibilidade em responder às condições do mercado, à concorrência e às mudanças em nossa estrutura de custos ou impactar nossas tarifas.
- Nossa concessão pode ser revisada pelo governo brasileiro sob determinadas circunstâncias.
- A revisão de nossos contratos de concessão e/ou a implementação de um novo marco regulatório no Brasil pode ter um efeito adverso relevante sobre nossas operações.
- Nossas licenças de radiofrequência atuais podem não ser renovadas por períodos adicionais.
- Estamos expostos a riscos relacionados ao cumprimento de leis e regulamentações voltadas ao combate à corrupção e programas de sanções econômicas.
- Dependemos de fornecedores-chave para obter os serviços e equipamentos necessários para nosso negócio.
- Certos insumos-chave estão sujeitos a riscos relacionados com importações, e adquirimos outros insumos-chave de um número limitado de fornecedores locais, o que pode limitar ainda mais nossa capacidade de adquirir tais insumos de maneira compensadora do ponto de vista dos custos.
- Fazemos investimentos tendo como base projeções de demandas que podem ser imprecisas devido à volatilidade econômica e resultar em receitas abaixo do volume estimado.
- Enfrentamos riscos associados a ações judiciais.
- Nossos resultados operacionais podem ser afetados negativamente por alterações nas regras do STFC ou do SMP.



- Novas regulamentações definidas pela ANATEL podem ter efeito adverso sobre muitas de nossas áreas de atuação.
- O setor em que exercemos nossas atividades está sujeito a rápidas mudanças tecnológicas, o que exige alterações adequadas no ambiente regulatório.
- Estamos sujeitos a certos riscos relacionados a condições e obrigações impostas pela ANATEL para uso do espectro necessário para os serviços de 4G e 5G que oferecemos.
- Caso haja aumento significativo de reclamações dos nossos clientes em razão de problemas com a qualidade dos serviços, isso pode resultar na suspensão de nossas vendas.
- Estamos sujeitos ao risco de descumprimento das leis de privacidade e proteção de dados, o que pode levar a sanções, inclusive penalidades financeiras.
- A regulamentação da Internet no Brasil ainda é limitada, e algumas questões legais relacionadas à Internet ainda são incertas.
- Certos acordos de dívida contêm compromissos financeiros, e qualquer inadimplência nesses acordos de dívida pode ter um efeito desfavorável relevante em nossa situação financeira e fluxos de caixa.
- As operações da Companhia estão sujeitas a leis e regulamentos ambientais. O descumprimento da legislação e regulamentações poderão ter efeito adverso nos negócios e na reputação da Companhia.
- Desastres naturais ou provocados pelo homem, incluindo condições climáticas extremas devido às mudanças climáticas (altas temperaturas, inundações, tempestades) ou outros eventos inesperados podem afetar negativamente redes, sistemas e infraestrutura e poderiam interromper as operações da Companhia.
- Empresas do setor de telecomunicações, inclusive nós, podem ser prejudicadas por restrições quanto à implantação e manutenção da infraestrutura de rede.
- Mudanças nos impostos e outras autuações podem afetar adversamente a Companhia e nossos acionistas.
- A guerra entre a Rússia e a Ucrânia pode ter um efeito material adverso nas economias global e brasileira, bem como na Companhia.

## Fatores de riscos na perspectiva ambiental

Os **riscos relativos às alterações climáticas** estão incluídos na avaliação de riscos da Companhia. É realizada, periodicamente, avaliação de criticidade, considerando-se os riscos físicos (oriundos de eventos climáticos) e de transição no curto, médio e longo prazos, incluindo, por exemplo, aspectos como custo da energia.

Nos riscos ambientais as operações e propriedades da empresa estão sujeitas a diversas leis e regulamentos ambientais que regem licenças, registros, proteção da fauna e da flora, uso da energia, emissões atmosféricas, gestão de resíduos e remediação de áreas contaminadas, entre outros. Para prevenir e mitigar possíveis impactos ambientais, a Companhia além de acompanhar constantemente as demandas ambientais e possuir controles internos para essa finalidade. Para maiores informações, consultar a nota explicativa Riscos ambientais presentes nas Demonstrações Financeiras 2023.

O detalhamento dos fatores de riscos citados estão disponíveis nas páginas de 01 a 23 do “FORM 20-F publicado em 22/02/2024, para acessar clique aqui







## Riscos emergentes

No processo de identificação de novos riscos, a Vivo considera também os riscos emergentes, que são ameaças identificadas recentemente e que potencialmente podem impactar o desenvolvimento futuro da empresa ou do setor nos médio e longo prazos, ainda que o seu potencial resultado e horizonte temporal ainda sejam incertos e difíceis de prever.

Destacamos abaixo os seguintes cenários:

	<b>Sofisticação e Automatização do Crime Cibernético</b>	<b>Novas aplicações da Inteligência Artificial (IA)</b>	<b>Interrupções ou tempo de inatividade de infraestrutura crítica e resiliência</b>	<b>Mudanças no comportamento do consumidor e preferências de gerações</b>
<b>Descrição do risco</b>	A necessidade constante do desenvolvimento de segurança da informação em todo o ecossistema de negócios, incluindo cadeia de suprimentos e o desenvolvimento de novas tecnologias e ambientes Cloud, IoT, 5G, machine learning e inteligência artificial, acarretarão um aumento do crime cibernético através de táticas automatizadas de ataque, resultando na redução da margem de tempo disponível para as equipes de cibersegurança protegerem os ativos digitais da Companhia.	O desenvolvimento e o uso da IA (Inteligência Artificial) pode gerar potenciais riscos associados à ética, privacidade, transparência, explicabilidade e a propriedade intelectual, ter impacto na sociedade e no meio ambiente, na segurança e nos direitos fundamentais das pessoas, se não forem utilizados modelos de governança que identifiquem e abordem esses riscos.	Conforme a atual situação geopolítica internacional, bem como, pela imprevisibilidade da evolução dos conflitos armados, existem riscos associados à intensificação de ataques cibernéticos contra operações críticas e de serviços essenciais, que poderiam causar interrupções ou paralisações da infraestrutura e de serviços críticos. Da mesma forma, é importante garantir a resiliência da infraestrutura da empresa, em um ambiente de disrupção digital.	Riscos associados a mudanças no comportamento do consumidor e diferentes preferências das novas gerações que, entre outras, incluem maior requisito de conectividade, transição para interação 100% digital, preferência por dados em vez de voz, consumo de streaming de conteúdos e o aumento das preocupações com a sua segurança, e privacidade.
<b>Impacto</b>	Pode resultar em potenciais prejuízos ao funcionamento das operações, à imagem e/ou ao negócio, a seus clientes ou terceiros, incluindo, entre outros, incidentes que afetem a privacidade, casos de fraude, roubo de dados, espionagem.	A ausência de controles nos diferentes contextos de riscos associados à inteligência artificial podem acarretar dano reputacional da empresa, bem como favorecer situações de quebra de confiança do cliente e usuários, podendo impactar o desempenho do negócio e resultados da Companhia.	Poderá causar prejuízos ao funcionamento das operações da empresa, à imagem e/ou negócio, e impactar clientes e terceiros, incluindo incidentes que afetem os serviços prestados pela operadora aos seus clientes.	Se a Companhia não for capaz de antecipar e se adaptar às mudanças e preferências do cliente, fornecendo uma experiência digital fim a fim, pode correr o risco de não captar novos clientes, bem como perder os clientes atuais, podendo impactar o desempenho do negócio e resultados da Companhia.

**Sofisticação e Automatização  
do Crime Cibernético**

As principais medidas adotadas pela Companhia para mitigar os riscos gerais de segurança cibernética estão descritas no Item 16k. Cybersecurity do Form 20-F. E para mitigar o risco emergente causado pelo possível aumento da sofisticação do crime cibernético, a Companhia está avançando nos seguintes aspectos:

- Adoção de modelos de confiança zero;
- Medidas para garantir a segurança dos serviços em nuvem;
- Monitoramento de ataques cibernéticos e atividades de inteligência cibernética;
- Aumento dos controles de segurança digital na Cadeia de Suprimentos;
- Automação das atividades de detecção e resposta;
- Fomento das atividades de treinamento e conscientização do usuário em relação a cibersegurança;

Adicionalmente, possuímos sistemas de backup desenhados para a recuperação total ou parcial da informação, bem como programas e coberturas de seguros que incluem riscos cibernéticos, como detalhado no Anexo 16k do 20-F.

**Novas aplicações da Inteligência  
Artificial (IA)**

A gestão dos diferentes contextos ocorre pelo ciclo de melhoria contínua da análise de riscos de acordo com cada aplicação de uso da IA, que consideram a ética, transparência, privacidade, explicabilidade, a propriedade intelectual, a gestão da segurança de dados, os direitos fundamentais, o meio ambiente e a sociedade como um todo, baseando-se em um modelo interno de governança relacionado a novas soluções digitais.

**Interrupções ou tempo de inatividade de  
infraestrutura crítica e resiliência**

A Companhia definiu planos de continuidade de negócio e são realizados simulados para verificar a modelagem de continuidade de negócios em diferentes cenários de crise. Isso nos permite estar preparados e ter planos de ação, caso ocorra um determinado tipo de evento.

**Mudanças no comportamento do  
consumidor e preferências de gerações**

As áreas de negócio estão focadas na adaptação contínua das ofertas às necessidades do cliente. Com base no pilar estratégico #temtudonaVivo, seguimos avançando no desenvolvimento de um ecossistema com parceiros relevantes para alavancar a nossa consolidação como hub de serviços digitais, destacando os serviços financeiros, entretenimento e saúde para o segmento B2C. Já para o segmento empresas, a Vivo oferece serviços que vão além da conectividade, composto por serviços de cloud, cibersegurança, IoT, big data, mensageria, venda e aluguel de equipamentos de TI, entre outros.

**Ações  
mitigatórias**



# GRI - Global Reporting Initiative

## EMPREGADOS | GRI 2-7

Número total de empregados por região e gênero	2021	2022	2023
Região Norte	562	533	579
Região Nordeste	3.540	3.615	3.823
Região Sul	8.282	7.236	6.617
Região Sudeste	18.353	19.724	20.436
Região Centro-Oeste	1.814	1.760	1.751
<b>Total</b>	<b>32.551</b>	<b>32.868</b>	<b>33.206</b>
Feminino	14.004	14.581	14.838
Masculino	18.547	18.334	18.414
<b>Total</b>	<b>32.551</b>	<b>32.915</b>	<b>33.252</b>

Nota: (total de empregados / equivalentes em tempo integral). Nulos/não preenchidos somaram, em 2023, 46 casos para o tempo integral para a segregação por região, por isso a diferença nos totais em relação à gênero.

## TRABALHADORES QUE NÃO SÃO EMPREGADOS | GRI 2-8

Número total de trabalhadores que não são empregados e cujo trabalho é controlado pela organização	2021	2022	2023
Região Norte	1.870	1.807	1.856
Região Nordeste	5.811	5.719	5.682
Região Sul	9.037	7.566	7.396
Região Sudeste	80.477	78.889	77.257
Região Centro-Oeste	3.727	3.901	3.864
<b>Total</b>	<b>100.922</b>	<b>97.882</b>	<b>96.055</b>
Feminino	43.364	41.226	41.492
Masculino	57.558	57	54.563
<b>Total</b>	<b>100.922</b>	<b>97.882</b>	<b>96.055</b>

Nota: Os tipos mais comuns de trabalhadores, são os prestadores de serviço de Call Center; Rede de Telecomunicações e Vendas. Todos os contratos exigem que as contratações sejam por regime CLT.



## ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E SUA COMPOSIÇÃO | GRI 2-9

## KPIS COMPLEMENTARES

Estrutura		2021	2022	2023
Tamanho do Conselho de Administração	Número	12	12	12
Conselheiros Independentes <sup>1</sup>	Número	9	10	10
Conselheiros Executivos	Número	1	1	1
Conselheiros não executivos	Número	2 <sup>2</sup>	1	1
Conselheiros Independentes	Porcentagem	75%	83,33%	83,33%
Conselheiros Executivos	Porcentagem	8,33%	8,33%	8,33%
Conselheiros não Executivos	Porcentagem	16,67%	8,33%	8,33%

<sup>1</sup>A Companhia atende aos critérios de independência fixados na Resolução CVM nº 80/2022.

<sup>2</sup> 2 conselheiros não executivos e não independentes.

Eficácia		2021	2022	2023
Tempo de mandato	Número	5	5,4	6,201
Membros não executivos/ independentes com 4 ou menos mandatos em Conselho de Administração de outras companhias abertas	Número	10	11	11
Outros mandatos para membros não executivos/ independentes restritos	Número	5	5	5
Membros com Experiência no Setor <sup>1</sup>	Número	4 <sup>2</sup>	3 <sup>3</sup>	3 <sup>4</sup>
Membros com Experiência no Setor <sup>1</sup>	Porcentagem	26,66%	18,75%	18,75%

Participação		2021	2022	2023
Conselho de Administração - Número de Reuniões		20	21	29
Conselho de Administração - Média de Participação em Reuniões		99,58%	100%	100%
Comitê de Auditoria e Controle - Número de Reuniões		8	9	10
Comitê de Auditoria e Controle - Média de Participação em Reuniões		100%	100%	100%
Comitê de Nomeação, Remuneração e Governança Corporativa - Número de Reuniões		5	4	10
Comitê de Nomeação, Remuneração e Governança Corporativa - Média de Participação nas Reuniões		86,664%	100%	100%
Comitê de Qualidade e Sustentabilidade - Número de Reuniões		4	4	4
Comitê de Qualidade e Sustentabilidade - Média de Participação em Reuniões		100%	100%	88,88%

<sup>1</sup> Considerados apenas os membros não executivos e independentes do Conselho de Administração que possuem experiência em telecomunicações e tecnologia da informação.

<sup>2</sup> Membros com experiência no setor: Julio Esteban Linares López, Juan Carlos Ros Brugueras, Eduardo Navarro de Carvalho, Antônio Carlos Valente da Silva.

Além dos membros indicados, vale destacar que os Conselheiros de Administração, Srs. Javier de Paz, José Maria Del Rey, Luiz Fernando Furlan, Narcís Serra Serra, possuem experiência no setor em cargos não executivos.

<sup>3</sup> Membros com experiência no setor: Eduardo Navarro, Juan Carlos e Solange Targa. Além dos membros indicados, vale destacar que os Conselheiros de Administração, Srs. Javier de Paz, José Maria Del Rey, Jordi Gual Solé e Ignacio Moreno Martinez, possuem experiência no setor em cargos não executivos.

<sup>4</sup> Membros com experiência no setor: Eduardo Navarro, Juan Carlos e Solange Targa. Além dos membros indicados, vale destacar que os Conselheiros de Administração, Srs. Javier de Paz, José Maria Del Rey, Jordi Gual Solé e Ignacio Moreno Martinez, possuem experiência no setor em cargos não executivos.



Membros do conselho	Gênero	Nacionalidade	Data de nascimento	Membro executivo	Membro independente	Nomeado <sup>2</sup>	Auditoria e controle	Nomeação, remuneração e governança corporativa	Qualidade e sustentabilidade
Alfredo Arahuetes García	Masculino	Espanhol	8 de janeiro de 1956	Não	Sim	26/04/2022	Membro	-	-
Ana Theresa Masetti Borsari	Feminino	Brasileira	1º de setembro de 1971	Não	Sim	11/04/2019	-	Membro	-
Andrea Capelo Pinheiro <sup>3</sup>	Feminino	Brasileira	13 de agosto de 1966	Não	Sim	26/04/2022	-	-	Presidente
Christian Mauad Gebara	Masculino	Brasileiro	29 de setembro de 1972	Sim	Não	01/01/2019	-	-	-
Denise Soares dos Santos	Feminino	Brasileira	23 de julho de 1968	Não	Sim	31/01/2023	-	-	-
Eduardo Navarro de Carvalho <sup>4</sup>	Masculino	Brasileiro	30 de janeiro de 1963	Não	Não	13/07/2005	-	Presidente	Membro
Francisco Javier de Paz Mancho	Masculino	Espanhol	24 de julho de 1958	Não	Sim	19/02/2008	-	Membro	-
Ignácio Moreno Martínez	Masculino	Espanhol	30 de julho de 1957	Não	Sim	26/04/2022	-	-	-
Jordi Gual Solé	Masculino	Espanhol	12 de junho de 1957	Não	Sim	26/04/2022	-	-	-
José María Del Rey Osorio	Masculino	Espanhol	11 de setembro de 1951	Não	Sim	04/01/2017	Membro	-	-
Juan Carlos Ros Brugueras	Masculino	Espanhol	10 de junho de 1961	Não	Sim	08/12/1998	Presidente	-	-
Solange Sobral Targa <sup>1</sup>	Feminino	Brasileira	20 de setembro de 1972	Não	Sim	26/04/2022	-	-	Membro

<sup>1</sup> Membro do Conselho de Administração responsável pela Revisão da Estratégia de Segurança Digital da Companhia.

<sup>2</sup> Data da primeira eleição. Alguns conselheiros de administração deixaram o Conselho de Administração e retornaram após período de ausência. São eles: Eduardo Navarro de Carvalho (Saída do primeiro mandato: 19/02/2008 / Eleição do segundo mandato: 07/11/2011) e Juan Carlos Ros Brugueras (Saída do primeiro mandato: 16/04/2013 / Segundo mandato eleição: 21/02/2020).

<sup>3</sup> Presidente do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.

<sup>4</sup> Representante para liderar assuntos de mudanças climáticas.

Dados atualizados referentes a 2024.



## PROPORÇÃO DA REMUNERAÇÃO TOTAL ANUAL | GRI 2-21

### Proporção entre remuneração máxima e mínima e aumento percentual médio

	2021	2022	2023
Proporção entre o indivíduo mais bem pago e a média dos demais colaboradores	101,35	121,48	157,78

Nota: Considerada a remuneração total do CEO dividido pela média de todos os colaboradores (empresas TBRA e TERRA).

### Aumento percentual da remuneração total anual

	2021	2022	2023
Aumento percentual médio na remuneração total anual para todos os empregados da organização, exceto o indivíduo mais bem pago	-	10,10%	8,30%

## PRINCIPAIS PARTICIPAÇÕES EM ASSOCIAÇÕES | GRI 2-28

### Contribuição financeira com organizações e associações

	2021	2022	2023
ABTA	R\$ 572.094,98	R\$ 436.051,30	R\$ 303.977,12
ABRAREC	R\$ 15.000,00	R\$ 18.520,00	-
AMCHAM	R\$ 75.719,88	R\$ 1.750,00	R\$ 181.310,80
Brasscom	R\$ 110.252,43	R\$ 110.252,40	R\$ 177.588,04
Conexis Brasil Digital	R\$ 7.092.082,30	R\$ 6.928.971,38	R\$ 8.763.720,48

## PRINCIPAIS PARTICIPAÇÕES EM ASSOCIAÇÕES | GRI 2-28

### Contribuição financeira com organizações e associações

	2021	2022	2023
Telebrasil	R\$ 31.905,24	R\$ 131.987,95	R\$ 215.801,96
CEBDS	-	-	R\$ 96.147,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.897.054,83</b>	<b>R\$ 7.627.533,03</b>	<b>R\$ 9.738.545,40</b>

## ACORDOS DE NEGOCIAÇÃO COLETIVA | GRI 2-30

### Indicadores

	2021	2022	2023
Número de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	32.551	32.915	33.252
Número total de empregados	32.551	32.915	33.252
Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	100%	100%	100%

Nota: 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.

**VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO** | GRI 201-1

Indicadores (R\$ mil)	2021	2022	2023
<b>VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO</b>	<b>27.260.658</b>	<b>27.289.197</b>	<b>27.787.640</b>
Receitas	27.260.658	27.289.197	27.787.640
<b>VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO</b>	<b>27.260.658</b>	<b>27.289.197</b>	<b>27.787.640</b>
Salários e benefícios de empregados	4.842.006	5.653.090	6.181.499
Remuneração de capitais a terceiros	3.573.706	5.189.809	5.556.728
Remuneração de capitais próprios	6.229.357	4.057.902	5.039.977
Pagamentos ao governo - impostos, taxas e contribuições	12.615.589	12.388.396	11.009.436

**PROPORÇÃO DE GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS** | GRI 204-1

Fornecedores	2022	2023
Total de fornecedores adjudicados ( Tier-1)	1.175	1182
Número de fornecedores significativos em sustentabilidade (Tier-1)	151	133
Total de gastos com fornecedores adjudicados (bilhões euros)	4,92	5,33
Total de gastos com fornecedores significativos (bilhões euros)	3,69	3,88
% gastos com fornecedores significativos (Tier-1)	75%	73%
Número de fornecedores significativos (Non-Tier-1)	4	4
Total de fornecedores significativos (Tier-1 + Non-Tier-1)	155	137

**OPERAÇÕES AVALIADAS QUANTO A RISCOS RELACIONADOS À CORRUPÇÃO**

| GRI 205-1

A atuação dos nossos fornecedores, dentre os quais encontram-se os prestadores de serviços, e parceiros comerciais 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 nossos parceiros comerciais e prestadores de serviço atendam estas normas, tais como: aplicação de questionário de integridade em fornecedores de alto risco, medidas de conscientização relacionadas à integridade e melhores práticas, negociação de cláusulas contratuais relacionadas ao combate à corrupção, certificados anticorrupção, realização e análise de pesquisas reputacionais (due diligence de integridade) da base de fornecedores da Companhia, incluindo os prestadores de serviços e de determinados parceiros comerciais com os quais nos relacionamos, bem como a 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.

Nota de omissão: 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.



## COMUNICAÇÃO E CAPACITAÇÃO EM POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO | GRI 205-2

Número de colaboradores treinados em combate à corrupção, e o percentual de colaboradores que receberam capacitação em combate à corrupção.

Treinamento sobre combate à corrupção	Nº de pessoas treinadas			% de pessoas treinadas		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Integrantes do órgão de governança (ex.: Conselho de Administração)	20	20	20	100%	100%	100%
Empregados (total)	30.409	30.057	30.817	-	94,80%	98,21%
Diretivo	105	103	104	-	90,35%	100%
Liderança intermediária	5.223	4.197	3.965	-	94,11%	99,37%
Demais cargos	25.081	25.757	27,073	-	94,79%	97,66%

Para cálculo dos colaboradores treinados em combate à corrupção, é utilizado o total de colaboradores elegíveis. Anualmente, os membros da Alta Administração participam de treinamentos específicos sobre aspectos relevantes das legislações anticorrupção (Lei 12.846/13 e FCPA) e do programa de compliance da Companhia. Com relação aos colaboradores da Companhia, diversos treinamentos são desenvolvidos e ministrados pela Diretoria da Compliance com temas sobre legislação anticorrupção, ética, integridade, entre outros.

Número total e percentual de empregados, membros do órgão de governança e parceiros de negócios aos quais foram comunicadas as políticas e os procedimentos de combate à corrupção adotados pela organização

Comunicação sobre combate à corrupção*	Nº de pessoas treinadas			% de pessoas treinadas		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Integrantes do órgão de governança (ex.: Conselho de Administração)	20	20	23	100%	100%	100%

Especificamente, com relação aos membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal e Estatutários, asseguramos o conhecimento sobre os nossos Princípios de Negócio Responsável, Código de Ética e Conduta da Companhia, e a Política Anticorrupção, por meio da Certificação Anual de Diretivos em Matéria Anticorrupção. Em 2023, 100% dos membros dos órgãos de governança (total de 23) assinaram o referido documento. Todas as comunicações são realizadas por meio dos nossos canais internos de comunicação que alcançam todas as áreas, todos os cargos, todas as regionais (NO, NE, SUL, SP, MG, CO e LESTE), os grupos administrativo e de negócios (CAMPO, CALL CENTER E LOJAS) e todas as origens (GVT, TELEFONICA, TERRA, TVA, VIVO, etc.). Algumas comunicações são específicas, adequando-se a linguagem apropriada ao conteúdo (formal, informal ou mista) e ao público-alvo, conforme risco ou área de atuação. No total, foram realizadas 113 comunicações em 2023, totalizando mais de 62 mil visualizações internamente sobre temas de ética, integridade, transparência, combate à corrupção e demais informativos relacionados a compliance.

As comunicações sobre temas de ética e integridade também são encaminhadas para nossos fornecedores e parceiros comerciais que atuam em nome da Telefônica, utilizando os canais diretos de comunicação com eles, para informá-los de políticas, diretrizes e ações necessárias. No final do ano de 2023, foi encaminhado uma comunicação reforçando as diretrizes para oferecimento e recebimento de brindes, presentes e convites para toda a base ativa de fornecedores, impactando 4.837 fornecedores com esse comunicado.



**CASOS CONFIRMADOS DE CORRUPÇÃO E MEDIDAS TOMADAS** | GRI 205-3

Canal de denúncias	2021	2022	2023
Número total de empregados demitidos ou punidos por corrupção	0	0	0
Número total de casos confirmados em que contratos com parceiros de negócios foram rescindidos ou não renovados em decorrência de não conformidades relacionadas à corrupção	0	0	0
Processos judiciais relacionados à corrupção movidos contra a organização ou seus empregados no período de relato e o resultado desses processos	0	0	0

No Canal de Denúncias oficial da Telefônica Brasil, não houve registro de denúncias de corrupção em 2022 e 2023.

**AÇÕES JUDICIAIS POR CONCORRÊNCIA DESLEAL, PRÁTICAS DE TRUSTE E MONOPÓLIO**

| GRI 206-1

Em 2023 não houve ingresso de ações judiciais em desfavor da Telefônica Brasil em temas de concorrência desleal, práticas de truste e monopólio.

A Telefônica Brasil reafirma seu compromisso com as melhores práticas de governança corporativa e transparência, e a integridade de seus processos, a idoneidade de seus gestores, e os mecanismos adotados para o cumprimento da legislação concorrencial.

**PRODUTOS REAPROVEITADOS** | GRI 301-3

Vivo Recicle	Unidade	2021	2022	2023	Acumulado
Total de itens recolhidos	nº	87.596	41.610	23.188	4.124.569
Total de celulares recolhidos	nº	5.303	8.822	3.293	1.131.369
Total de equipamentos recolhidos	Toneladas	9,2	11,3	12,1	151,6

Vivo Renova	Unidade	2021	2022	2023
Total de itens recolhidos	nº	136.295	124.788	145.217
Peso total de itens recolhidos	Toneladas	22,58	21,69	26,30

Logística reversa (telefonia fixa)	Unidade	2021	2022	2023
Telefonia fixa - reciclagem	nº	452.913	1.054.112	300.724
Telefonia fixa - reciclagem - peso	Toneladas	169,84	348,5	86,2
Telefonia fixa - recuperação	nº	139.166	1.276.029	1.093.773
Telefonia fixa - recuperação - peso	Toneladas	631,5	632,5	535,1

O programa recolhe resíduos de pequeno porte, como aparelhos celulares, acessórios cabos, carregadores, fones, baterias, pilhas usadas, danificados, de qualquer modelo, de qualquer operadora por meio de lixeiras disponíveis em todas as lojas da Vivo no país, nosso processo de logística reversa também inclui a circularidade de modems e decoders antigos ou fora de uso. Somente em 2023, foram mais de 1 milhão de aparelhos reutilizados, o que equivale a pouco mais de 535 toneladas.



## CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO | GRI 302-1

Tipo de consumo	Unidade	2021	2022	2023
Consumo total de energia elétrica	GJ	6.147.592	6.180.585	6.216.830
Consumo total de energia elétrica	MWh	1.707.664	1.716.829	1.726.897
Total proveniente do Mercado Livre (Renovável)	GJ	2.092.165	2.066.054	1.997.894
Total proveniente do Mercado Livre (Renovável)	MWh	581.157	573.904	554.971
Percentual proveniente do Mercado Livre (renovável)	%	37%	33%	32%
Total certificado com I-REC	GJ	3.443.696	3.297.468	2.748.331
Total certificado com I-REC	MWh	956.582	915.963	763.425
Percentual certificado com I-REC	%	56%	56%	44%
Total geração distribuída	GJ	427.490	622.955	1.273.753
Total geração distribuída	MWh	118.747	173.043	353.820
Percentual de geração distribuída	%	7%	10%	21%
Total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	GJ	184.240	194.107	196.852
Total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	MWh	51.178	53.919	54.681
Percentual total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	%	3%	3%	3%
Gastos com energia elétrica	R\$ milhões	1.093	1.121	1.158

O cálculo de energia elétrica compreende: dados de consumo das faturas de energia elétrica, contratos de compra e venda de energia no ambiente de contratação livre, projetos de geração distribuída e certificados I-REC. Para conversão dos dados para GJ foram adotados os fatores de conversão do Balanço Energético Nacional. Os dados de combustíveis abrangem a queima de combustíveis na frota e nas operações (geradores). Apenas o etanol é considerado de fonte renovável; as porcentagens de biocombustível da gasolina e do diesel não foram separadas e consideradas como tal.

Os dados abrangem toda a operação da Telefônica Brasil, não havendo exclusões.

Fontes renováveis	Unidade	2021	2022	2023
Etanol	GJ	102.314	176.466	217.039
Etanol	MWh	28.322	48.848	60.289

Fontes não renováveis	Unidade	2021	2022	2023
Diesel	GJ	44.479	45.381	51.107
Diesel	MWh	12.567	12.822	14.197
Gasolina	GJ	116.347	44.613	5.566
Gasolina	MWh	32.876	12.606	1.547
Gás natural	GJ	2.032	117	-
Gás natural	MWh	500	288	-

Consumo total de energia	Unidade	2021	2022	2023
Consumo total de energia não-renovável	MWh	45.943	25.716	15.744
Consumo total de energia renovável	MWh	1.735.986	1.765.678	1.787.186



## INTENSIDADE ENERGÉTICA | GRI 302-3

Intensidade energética	Unidade	2021	2022	2023
Energia consumida dentro da organização*	MWh	1.781.929	1.791.393	1.802.930
Tráfego	PB	50.943	52.767	66.064
Intensidade energética	Mwh/PB	34,98	33,95	27,29
Receita Operacional Líquida	R\$ milhões	44.033	48.041	52.100
Intensidade energética	Mwh/R\$ milhões	40,47	37,29	34,60
Intensidade energética	Mwh/US\$ milhões**	225,83	194,56	167,53

\*Combustíveis e eletricidade. Receita convertida de reais para dólar considerado: 2023: 1 BRL = 4,8413 (31/12/2023); 2022: 1 BRL = 5,2177 (31/12/2022); 2021: 1 BRL = 5.5805 USD (31/12/2021); 2020: 1 BRL = 5.1967 USD (31/12/2020); 2019: 1 BRL = 4.0307 USD (31/12/2019).

Varição ano base/ ano atual (consumo de energia e intensidade energética)	2015 (Ano base)	Varição 2023 x 2015
Energia consumida dentro da organização (MWh)	1.816.689	1.802.930
Intensidade energética (Mwh/PB)	6,81	27,29
Varição	266,81	-90%

Nossa avaliação de intensidade energética considera o consumo de energia dentro da organização (combustíveis em frota e operações, além de eletricidade) versus o tráfego em nossas operações (medida que mais tangibiliza a entrega dos nossos serviços). Em 2022, houve uma redução de 3% em nossa intensidade energética (MWh/PB).

## KPI COMPLEMENTAR - SISTEMA DE GESTÃO DE ENERGIA

Possuímos certificação ISO 50001 em duas unidades da Companhia. Além das auditorias da ISO, são realizadas anualmente auditorias do Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa e do Relato Integrado, que também contemplam o escopo do uso de energia durante o processo de asseguração.

Para garantir a efetiva redução do uso de energia, contamos com diversas iniciativas dentro do nosso Plano de Eficiência Energética, como a desativação de equipamentos que faziam parte da infraestrutura da tecnologia 3G, que já está obsoleta em algumas cidades do Brasil. Como resultado, em 2023 os projetos de eficiência energética obtiveram uma economia de 102,6 GWh, um aumento de 42,5% em relação ao ano anterior e alcançaram 167% da meta anual de 61,3 GWh.

Nosso Programa de Geração Distribuída garante para nossas operações o fornecimento de energias de fontes renováveis, e também por meio de energia obtida no mercado livre de energia. O total do consumo da Companhia é complementado com a aquisição de I-RECs (International Renewable Energy Certificates).

Os colaboradores da Vivo recebem capacitação permanente sobre os conceitos da ISO 50001, o curso é oferecido por meio de plataforma online de aprendizagem. Em 2023, 3.164 colaboradores realizaram o treinamento.

## KPI COMPLEMENTAR - EFICIÊNCIA DO DATA CENTER

Média PUE (Power Usage Effectiveness)	2021	2022	2023	META 2023
Média PUE	2,74	2,78	2,92	3,00

## KPI COMPLEMENTAR - ENERGIA RENOVÁVEL DOS DATA CENTERS

Uso de energia do Data Center	2021	2022	2023
Porcentagem de energia renovável (da energia total)	100	100	100

**REDUÇÃO DO CONSUMO DE ENERGIA** | GRI 302-4

Iniciativa do programa de eficiência energética	Unidade	2021	2022	2023
Desligue de 3G	KWh	31.424.957	10.587.099	1.944.852
Desmobilização de Centrais	KWh	-	8.010.902	25.699.099
Refarming Portadora LTE 2100 (Desligue de 3G para LTE)	KWh	-	-	16.354.843
BBIP - Fusion Camada Acesso (RAM/RAC/RAV para RSD/HL4) (SUL)	KWh	-	-	11.119.543
BBIP - Fusion Camada Acesso (RAM/RAC/RAV para RSD/HL4) (NORTE)	KWh	-	-	7.237.648
Compactação e Desligue das Centrais	KWh	8.458.459	7.651.997	2.965.394
Desligue de Armários	KWh	-	3.602.550	4.384.933
Power Saving Features 2020 (Consolidadas)	KWh	7.209.118	0	5.091.200
Obras de Ar-Condicionado	KWh	4.358.311	907.713	6.406.456
Desligue de 2G	KWh	1.454.771	2.203.188	1.526.179
Desligues de equipamentos da rede de acesso metálico	KWh	-	904.384	3.766.464
Infill	KWh	1.194.708	897.059	720.588
Iluminação Eco Berrini	KWh	-	682.203	1.369.111
Demais projetos	KWh	8.279.425	19.698.930	14.004.259

Os cálculos são feitos com base em medições utilizando multimeditores de energia, a variação de energia de cada um dos projetos detectada nos multimeditores é transformada através de cálculo em redução de kWh e também em redução financeira, em R\$, já para sites que possuem telemetria (medidor inteligente capaz de medir o consumo em tempo real de forma remota) é possível realizar as validações dos projetos através da plataforma do sistema.

**CAPTAÇÃO DE ÁGUA** | GRI 303-3; 2-4

Captação de água	Unidade	2021	2022	2023
Captação total de água	m <sup>3</sup>	935.693	971.934	903.741
Captação de água doce	m <sup>3</sup>	935.693	971.934	903.741
Captação da concessionária	m <sup>3</sup>	910.143	952.217	881.126
Captação de caminhão pipa	m <sup>3</sup>	2.532	1.570	2.541
Captação de poços	m <sup>3</sup>	12.943	12.919	13.308
Água reciclada/recuperada	Unidade	2021	2022	2023
Total de água reciclada/recuperada	m <sup>3</sup>	10.075	5.228	6.766
Total de água reciclada/recuperada	%	0,01%	0,50%	0,75%

Para os meses em que não foi possível considerar o consumo efetivo dos locais analisados, foi feita uma estimativa com base no consumo médio dos meses disponíveis.

Captação de água em áreas de estresse hídrico	Unidade	2021	2022	2023
Captação total de água	m <sup>3</sup>	-	494.566	82.045
Captação de água doce	m <sup>3</sup>	-	494.566	82.045
Captação da concessionária	m <sup>3</sup>	-	493.251	68.597
Captação de caminhão pipa	m <sup>3</sup>	-	1.315	140
Captação de poços	m <sup>3</sup>	-	-	13.308

Para os meses em que não foi possível considerar o consumo efetivo dos locais analisados, foi feita uma estimativa com base no consumo médio dos meses disponíveis. A Telefônica Brasil realiza uma análise da captação de água em regiões de estresse hídrico. Essa análise avalia se os sites estão localizados em áreas de baixo-médio, médio-alto ou alto estresse hídrico (de acordo com a ferramenta Aqueduct do World Resources Institute - WRI). A tabela acima mostra a captação de água em locais com elevado stress hídrico (147 locais). Os cálculos de estresse hídrico do relatório anterior (dados 2022), foram calculados utilizando a ferramenta do Aqueduct™ Water Risk Atlas (Aqueduct 3.0). Para os dados desse novo relatório, utilizamos a versão Aqueduct™ 4.0 da ferramenta, atualizada em agosto de 2023. A nova versão da ferramenta inclui dados mais granulares, maior resolução e acesso a modelos hidrológicos subjacentes. Nessa nova versão, o sistema está com uma estrutura atualizada de risco hídricos, construída a partir de 13 indicadores de risco global hídrico global, que refletem tanto as condições atuais como as projeções futuras do abastecimento de água, da procura, do stress e outros.



## CONSUMO DE ÁGUA | GRI 303-5; 2-4

Consumo de água	Unidade	2021	2022	2023
Consumo total de água	m <sup>3</sup>	-	93.949	166.594
Consumo de água doce	m <sup>3</sup>	-	93.949	166.594

Para os meses em que não foi possível considerar o consumo efetivo dos locais analisados, foi feita uma estimativa com base no consumo médio dos meses disponíveis.

Os dados de consumo de água são contabilizados após aferição de cada cobrança pelo recurso fornecido, ou seja, toda a água consumida pela TBRA é fornecida por uma empresa terceira, que emite uma cobrança pelo consumo, independente da forma de captação. Estão sendo considerados todos os 1.715 sites que consomem água proveniente de concessionária, poço, caminhões pipa e água de reúso.

Para o cálculo do valor estimado de consumo de água, foi realizado um estudo de perdas de água envolvendo os processos mais relevantes para a Telefônica Brasil no que se refere ao uso da água na empresa: (1) Evaporação em equipamentos de refrigeração (chillers): para o cálculo da evaporação, foram consideradas (i) análises de empresas especializadas em equipamentos de refrigeração; (ii) estimativas internas baseadas no consumo de energia dos sites e equipamentos da empresa; (2) Consumo humano: para o cálculo, foi considerado um coeficiente de retorno de 0,80, de acordo com a NBR 9649 - Projeto de Rede Coletora de Esgoto Sanitário.

Descarte de água	Unidade	2021	2022	2023
Descarte total de água	m <sup>3</sup>	-	872.757	737.147

Para os meses em que não foi possível considerar o consumo efetivo dos locais analisados, foi feita uma estimativa com base no consumo médio dos meses disponíveis.

Intensidade de água	Unidade	2021	2022	2023
Retirada de água doce por receita	M <sup>3</sup> /R\$ milhões	21,02	20,12	17,35
Retirada de água doce por receita	M <sup>3</sup> /US\$ milhões	117,3	105,0	83,98
Consumo de água doce por receita	M <sup>3</sup> / R\$ milhões	-	1,95	3,20
Consumo de água doce por receita	M <sup>3</sup> /US\$ milhões	-	10,2	15,48

Para os meses em que não foi possível considerar o consumo efetivo dos locais analisados, foi feita uma estimativa com base no consumo médio dos meses disponíveis.

Receita Operacional Líquida convertida de BRL para USD considerando 1 USD = 4,8413 BRL (31/12/2023); 1 USD = 5,2177 BRL (31/12/2022); 1 USD = 5,5805 BRL (31/12/2021); 1 USD = 5,1967 BRL (31/12/2020).

## KPI COMPLEMENTAR - USO DA ÁGUA

Captação de água	Unidade	2021	2022	2023
Uso total de água	milhões de metros cúbicos	0,935693	0,971934	0,903741



## KPI COMPLEMENTAR - PROGRAMAS DE GESTÃO DE EFICIÊNCIA HÍDRICA

A Política Ambiental da Telefônica Brasil aborda o uso eficiente dos recursos hídricos, promovendo a eficiência na gestão integral da água e a redução da pegada hídrica das operações. Contamos também com um projeto específico para avaliação da variação e tendência de consumo.

A maior parte do consumo de água das operações da Telefônica Brasil está atrelado ao abastecimento de escritórios e prédios técnicos, nos quais são adotadas práticas de eficiência, como torneiras de acionamento automático, e avaliações periódicas nas instalações para corrigir eventuais vazamentos. O edifício da sede da empresa, que concentra o maior número de colaboradores e maior volume de água consumida, o Eco Berrini, possui sistema de tratamento de águas cinzas para reaproveitamento no sistema de descargas sanitárias, além de equipamentos hidrossanitários eficientes e de baixo consumo quando comparados aos dispositivos convencionais.

Nossos colaboradores recebem capacitação constante sobre uso eficiente dos recursos hídricos no treinamento de introdução ao Sistema de Gestão Ambiental e Política Ambiental, o curso é oferecido por meio de plataforma online de aprendizagem. Além disso, são realizadas periodicamente campanhas de conscientização interna, como o Dia Mundial da Água e Consumo Consciente.

## EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) | GRI 305-1

Emissões diretas (escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Unidade	2021	2022	2023	Gases incluídos no cálculo
Emissões diretas (Escopo 1)	tCO <sub>2</sub> e	63.018	32.190	25.567	CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> , N <sub>2</sub> O, HFC, HCFC
Protocolo de Quioto	tCO <sub>2</sub> e	26.550	12.781	11.273	CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> , N <sub>2</sub> O, HFC
Protocolo de Montreal	tCO <sub>2</sub> e	36.468	19.409	14.294	HCFC
Emissões biogênicas de CO <sub>2</sub>	tCO <sub>2</sub> e	8.907	12.922	15.326	CO <sub>2</sub>

Em 2023, a Telefônica Brasil alcançou o primeiro marco de seu plano Net Zero, com uma notável redução de 90% das emissões de escopos 1 e 2 em comparação com os níveis de 2015. Em relação ao ano anterior, registramos uma queda de 21% nessas emissões. Esses resultados expressivos são resultados diretos de uma série de ações estratégicas, incluindo a transição para o consumo de energia elétrica 100% renovável, a adoção de biocombustíveis em nossa frota e a otimização operacional dos equipamentos de refrigeração. Essas medidas demonstram nosso compromisso efetivo com a sustentabilidade e nossa determinação em alcançar nossas metas ambientais de longo prazo. Todos os sites/frota da empresa sob gestão da Telefônica Brasil estão sendo considerados (ou seja, todas as empresas abaixo da TBRA).

Varição ano base/ano atual (escopo 1)	2015 (ano base)	Varição 2023 x 2015
Emissões diretas (Escopo 1)	97.926	-74%
Protocolo de Quioto	27.293	-59%
Protocolo de Montreal	70.633	-80%



## EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 2) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) PROVENIENTES DA AQUISIÇÃO DE ENERGIA | GRI 305-2

### Emissões indiretas (escopo 2) de Gases de Efeito Estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia\*

	Unidade	2021	2022	2023
Abordagem de localização	tCO <sub>2</sub> e	230.945	74.682	63.429
Abordagem de escolha de compra	tCO <sub>2</sub> e	0	0	0

Nota: Gases incluídos no cálculo: CO<sub>2</sub>.

### Variação ano base/ano atual (escopo 2)

	2015 (ano base)	Variação 2023 x 2015
Abordagem de localização	211.809	-70%
Abordagem de escolha de compra	165.818	-100%

Nota: Do ponto de vista da abordagem de localização, a variação apresentada no escopo 2 é devido a mudança significativa no fator de emissão do GRID nacional (SIN). Do ponto de vista da abordagem de mercado, desde 2019, atingimos zero emissões e mantivemos assim desde então (100% energia renovável). O consumo de energia elétrica em si se manteve estável (aumentou somente 0,6%).

## OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 3) DE GASES DE EFEITO ESTUFA | GRI 305-3

### Emissões de gee (escopo 3 tCO<sub>2</sub> e)

	2021	2022	2023
Emissões indiretas (Escopo 3)	346.715	281.581	302.358
Compra de produtos ou serviços	179.145	177.770	186.712
Bens de capital	48.334	52.933	55.482
Atividades relacionadas ao consumo de energia	6.439	4.979	6.819
Viagens de negócios	106	3.352	3.143
Uso de produtos vendidos	112.691	42.547	50.202

Nota: Gases incluídos no cálculo: CO<sub>2</sub>.

### Variação ano base/ano atual (escopo 3)

	2016 (ano base)	Variação 2023 x 2016
Emissões indiretas (Escopo 3)	640.349	-53%
Compra de produtos ou serviços	265.588	-30%
Bens de capital	132.140	-58%
Atividades relacionadas ao consumo de energia	39.681	-83%
Viagens de negócios	19.560	-84%
Uso de produtos vendidos	183.379	-73%

Nota: De 2021 para 2022 houve uma redução de 19%, devido principalmente à categoria de uso de produtos vendidos (o impacto foi devido a redução do fator de emissão de energia elétrica do GRID nacional).

## INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) | GRI 305-4

### Intensidade de emissões de GEE

	Unidade	2021	2022	2023
Emissões diretas (Escopo 1)	tCO <sub>2</sub> e/PB	1,2	0,6	0,4
Emissões indiretas (Escopo 2)	tCO <sub>2</sub> e/PB	0	0	0
Emissões diretas (Escopo 1) + Emissões indiretas (Escopo 2)	tCO <sub>2</sub> e/PB	1,2	0,6	0,4

Gases incluídos no cálculo: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC, HCFC.

O escopo contempla as emissões de escopos 1 e 2 (market based), em linha com a meta de redução que existe para as operações. No denominador, foi utilizado o tráfego que seria a medida (produto) dos serviços. A redução de, aproximadamente, 37% no indicador, ocorreu em decorrência a dois fatores: a redução das emissões de Escopo 1 e o aumento 25% no tráfego. Isso mostra que estamos desacoplando o crescimento da empresa do crescimento de emissões (ou seja, há mais eficiência, pois, apesar do tráfego crescer, as emissões estão diminuindo).



## REDUÇÃO DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) | GRI 305-5

Em 2023, a Telefônica Brasil alcançou o primeiro marco de seu plano Net Zero, com uma notável redução de 90% das emissões de escopo 1 e 2 em comparação com os níveis de 2015. Em relação ao ano anterior, registramos uma queda de 21% nessas emissões (6.666 tCO<sub>2</sub>eq). Esses resultados expressivos são resultados diretos de uma série de ações estratégicas, incluindo: a transição para o consumo de energia elétrica 100% renovável; a adoção de biocombustíveis em nossa frota, bem como a aquisição de veículos elétricos; e a otimização operacional dos equipamentos de refrigeração. Essas medidas demonstram nosso compromisso efetivo com a sustentabilidade e nossa determinação em alcançar nossas metas ambientais de longo prazo.\*

\*Gases incluídos: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC, HCFC

\*Linha de Base: O ano-base foi delimitado com base na meta submetida ao SBTi pela Telefonia S.A. 2015 para emissões de escopo 1 e 2 2016 para emissões de escopo 3

\*Escopo: No escopo 1, registramos uma queda de 21% em nossas emissões. Esses resultados expressivos são resultados diretos de uma série de ações estratégicas, incluindo: a adoção de biocombustíveis em nossa frota e a otimização operacional dos equipamentos de refrigeração. No escopo 2 (location-based), a redução apresentada pode ser atribuída principalmente à redução de 10% no fator de emissão do GRID nacional (Sistema Interligado Nacional - SIN). Ao analisarmos o consumo de energia elétrica, observa-se que este permaneceu praticamente estável, registrando um aumento mínimo de 0,6%.

## RESÍDUOS GERADOS | GRI 306-3

### RESÍDUOS GERADOS, RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL E RESÍDUOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL

| GRI 306-3, 306-4, 306-5

Gestão de resíduos de operação (ton)	2021	2022	2023
<b>RESÍDUOS PERIGOSOS</b>	<b>1.050,1</b>	<b>704,8</b>	<b>1.409,4</b>
<b>Resíduos gerados</b>			
<b>Resíduos não destinados à disposição final</b>	<b>1.034,6</b>	<b>701,6</b>	<b>1.401,4</b>
Preparação para reutilização	0	0	0
Reciclagem	1.034,6	701,6	1.401,4
- Baterias	855,5	675,5	1.379,7
- Óleo lubrificante	10,4	9,2	11,5
- Lâmpadas	1,4	15,2	7,0
- Outros	167,3	1,8	3,1
Outras operações de recuperação	0	0	0
<b>Resíduos destinados à disposição final</b>	<b>15,5</b>	<b>3,1</b>	<b>8,1</b>
Incineração (com recuperação de energia)	0	0,5	2,3
Incineração (sem recuperação de energia)	0	0	0,4
Confinamento em aterro	0,9	0,06	5,0
- Lâmpadas	0,0006	0	0
- Outros	0,9	0,06	5,0
Outras operações de disposição	14,6	2,5	0,4
- Lâmpadas	9,51	0	0
- Outros	5,1	2,5	0,4

Nota: Sempre há controle das destinações finais dos resíduos, mediante aos Manifesto de Transportes de Resíduos (MTR) e Certificados de Destinação Final (CDF).





Gestão de resíduos + Renova (ton)	2021	2022	2023
<b>RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS</b>	<b>27.293,4</b>	<b>28.578,0</b>	<b>19.402,8</b>
<b>Resíduos gerados</b>			
<b>Resíduos não destinados à disposição final</b>	<b>26.558,3</b>	<b>28.213,0</b>	<b>18.918,2</b>
Preparação para reutilização	654	715,7	561,4
- Modems, roteadores e decodificadores	631,5	632,5	535,1
- Celulares de clientes (Vivo Renova)	22,6	83,2	26,3
Reciclagem	25.904,3	27.497,3	18.356,8
- Cabos e metais	22.674,0	23.584,5	16.497,2
- RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos)	1.666,5	1.807,3	1.181,5
- Papel e papelão	1.015,5	1.585,2	541,2
- Modems, roteadores e decodificadores	169,9	348,5	86,2
- Celulares e acessórios de clientes (Vivo Recicle)	9,2	11,3	12,1
Outros resíduos de clientes	-	-	1,4
- Plástico	-	160,6	37,2
Outras operações de recuperação	0	0	0

Gestão de resíduos + Renova (ton)	2021	2022	2023
<b>Resíduos destinados à disposição final</b>	<b>735,1</b>	<b>365,0</b>	<b>484,5</b>
Incineração (com recuperação de energia)	0	68,3	452,3
Incineração (sem recuperação de energia)	0	0,1	0
Confinamento em aterro	644,3	116,5	29,2
- Cabos e metais	293,3	93,0	26,6
- RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos)	7,9	22,4	1,9
Outros resíduos de clientes	-	-	0,1
Outras operações de disposição	90,8	180	3,0
- Cabos e metais	41,5	180	3,0
- Papel e papelão	0,5	0	0
Outros	-	-	0,4



Gestão de resíduos orgânicos + RCC Telefônica/Vivo	2022	2023
<b>Reciclagem</b>	<b>497,5</b>	<b>1.039,1</b>
Resíduos de construção civil	146,8	705,7
Orgânicos/Urbanos/Biosanitários	350,6	333,4
<b>Aterro</b>	<b>802,4</b>	<b>1.724,6</b>
Resíduos de construção civil	327,9	1.053,8
Orgânicos/Urbanos/Biosanitários	474,5	670,8
<b>Valorização Energética/Incineração (com recuperação de energia)</b>	<b>45,1</b>	<b>0,2</b>
Resíduos de construção civil	0,1	0,02
Orgânicos/Urbanos/Biosanitários	45,0	0,2
<b>Incineração (sem recuperação de energia)</b>	<b>0</b>	<b>0,01</b>
Resíduos de construção civil	0	0
Orgânicos/Urbanos/Biosanitários	-	0,01
<b>Outras operações de disposição</b>		<b>278,2</b>
Resíduos de construção civil	-	269,2
Orgânicos/Urbanos/Biosanitários	-	9,0

A gestão dos resíduos orgânicos e de construção civil é feita separadamente dos resíduos de operação. As ações de recuperação e a destinação final são realizadas dentro e fora da Companhia. Desde o Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), a Telefônica Brasil está comprometida a realizar ações para promover a destinação ambientalmente adequada aos resíduos gerados. Além disso, ao trabalhar com uma extensa rede de fornecedores, a Companhia capacita e estende as práticas de gestão de resíduos a para a sua rede de aliados para que todos possam adotá-las.

Em 2023, o volume total de resíduos foi reduzido em relação a 2022. Isso se deve à substituição da rede de cobre por fibra óptica, que resultou em menos reparos necessários na planta. Além disso, observamos um aumento no descarte de resíduos de fibra óptica e redução nas devoluções de cabos e fios pela área de serviços ao cliente. Também é importante destacar que o projeto Paperless, iniciado em 2022, contribuiu para a redução do volume de papel armazenado com a digitalização de muitos documentos em 2023. De maneira geral, também houve um aumento na geração de resíduos de baterias devido à necessidade de troca em site com maior necessidade.

KPI complementar	Unidade	2021	2022	2023
Total de resíduos reciclados/reutilizado	ton	27.592,4	28.441,8	20.795,1
Total de resíduos descartados	ton	751,6	411,3	2.505,7
Resíduos depositados em aterro	ton	646,2	108,2	1.766,2
Resíduos incinerados com recuperação de energia	ton	0,0	0,0	457,2
Resíduos incinerados sem recuperação energética	ton	0,0	114,2	0,4
Resíduos destinados de outra forma, especificar: resíduos de coprocessamento em fornos de cimento, tratamento em autoclave de resíduos hospitalares e depósito de segurança	ton	105,4	186,8	281,9
Resíduos com método de descarte desconhecido	ton	0,0	2,0	0,0

Nota: Com a mudança da rede de cobre para fibra óptica, tivemos uma redução desse resíduo destinado para reciclagem. Como consequência, a redução no total de resíduos reciclados. Em 2023 tivemos um aumento de resíduos de construção civil (expansão e melhorias em lojas), o que gerou aumento em total de resíduos descartados. Aumento no valor de resíduos incinerados com recuperação de energia total devido a inclusão do coprocessamento fibra óptica. Os dados de resíduos apresentados na tabela “KPI complementar”, possuem uma classificação menos restritiva do que aqueles apresentados na tabela GRI logo acima. Nesta tabela são apresentados os dados compilados de resíduos reciclado e reutilizados, além daqueles classificados como RCC (resíduos de construção civil). Também são adicionadas as informações “Preparação para reutilização”, que incluem dados do Vivo Renova e Reutilização de Modems e Decoders.

## KPI COMPLEMENTAR - GESTÃO DE RESÍDUOS

Por meio da plataforma de Gestão de Resíduos da Companhia, o Gretel, é possível identificar a rastreabilidade dos resíduos e rede de fornecedores, identificando oportunidades de melhoria no desempenho conectadas à economia circular e gestão de resíduos.



## KPI COMPLEMENTAR - GESTÃO DE RESÍDUOS

Em nossa estratégia de economia circular, visamos atingir a meta de Zero Resíduos até 2030 em sua operação, priorizando a reutilização, reparo, reciclagem e redução da geração de resíduos. As atividades do plano incluem: Recondicionar e reutilizar 90% dos equipamentos fixos (modens e decoders) que são recolhidos da casa do cliente até 2024; 100% dos novos equipamentos de conectividade residencial projetados pela Telefônica com critérios ambientais a partir de 2025; Recondicionar e reutilizar 100% dos dispositivos móveis até 2030, Reutilizar e Reciclar 100% dos equipamentos de rede até 2025 e; alcançar a meta de zero resíduo para aterro em 2030.

No ano de 2023, a Telefônica economizou aproximadamente 32 mil km de cabos de fibra o que corresponde a mais de R\$ 50 MM com a implantação do Projeto Matrix, que visa o reaproveitamento do cabo de fibra já instalado no local, assim como também, dando autonomia ao técnico para confeccionar o cabo de acordo com a metragem necessária para a instalação em locais que não possuem cabos previamente instalados. O projeto iniciou em 2022 como piloto e foi expandido em 2023. Desde a sua implementação já foram capacitados mais de 12 mil colaboradores entre terceiros e próprios em todo Brasil. Atualmente, cerca de 80% das instalações são realizadas com o conjunto de conectores avulsos de montagem em campo mais a bobina de fibra de 500 metros, substituindo os cabos com metragens definidas (cabos pré-conectorizados 50, 100, 150, 220 e 300 metros).

Em nossa estratégia de economia circular, visamos atingir a meta de Zero Resíduos Eletrônicos na operação até 2030, priorizando a reutilização, reparo, reciclagem e redução da geração de resíduos. Dessa forma, além de diminuir as emissões indiretas de gases de efeito estufa, também promovemos a extensão da vida útil dos equipamentos e reintrodução da matéria prima na cadeia de valor. Faz parte da nossa estratégia o programa Vivo Recicle, que tem como objetivo fomentar uma economia mais circular, impulsionando em todo o país a conscientização sobre o descarte ambientalmente adequado dos resíduos eletrônicos e garantindo que todo o material coletado seja reciclado e reintroduzido novamente no ciclo produtivo. O programa recolhe resíduos pequenos, como aparelhos celulares, acessórios cabos, carregadores, fones, baterias e pilhas usadas de qualquer modelo, de qualquer operadora, por meio de lixeiras disponíveis em todas as lojas da Vivo no país.

## IMPACTOS AMBIENTAIS NEGATIVOS DA CADEIA DE FORNECEDORES E MEDIDAS

### TOMADAS | GRI 308-2

Avaliação de impactos ambientais	2021	2022	2023
Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos ambientais	146	127	166
Número de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos reais e potenciais	146	127	166
Impactos ambientais negativos significativos - reais e potenciais - identificados na cadeia de fornecedores.	146	127	166
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos - reais e potenciais - com os quais foram acordadas melhorias como decorrência da avaliação realizada	18%	15%	17%
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos significativos - reais e potenciais - com os quais a organização encerrou as relações de negócios em decorrência da avaliação e as razões que motivaram esse encerramento	Não tivemos contratos encerrados por decorrência do não atendimento aos requisitos do SGA.		

Nota: Todos os fornecedores monitorados no Sogi são identificados como causadores de impactos ambientais. Número de fornecedores com INA acima da 50% vs quantidade de fornecedores monitorados.

### NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS AMBIENTAIS | GRI 308-1

Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais	2021	2022	2023
Total de fornecedores	1.230	1.175	1.182
Total de fornecedores contratados com base em critérios ambientais	1.230	1.175	1.182
Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais	100%	100%	100%



## NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS | GRI 401-1

Novas contratações	Número de novas contratações		Taxa de novas contratações	
	2023	2023	2023	2023
<b>Por faixa etária</b>	<b>5.500</b>		<b>16,5%</b>	
Menos de 30 anos	2.430		35,3%	
De 30 a 50 anos	2.880		12,5%	
Acima de 50 anos	189		5,6%	
Nulos/Outros	1		0%	
<b>Por gênero</b>	<b>5.500</b>		<b>16,5%</b>	
Homens	2.646		14,4%	
Mulheres	2.851		19,2%	
Não binários	0		0%	
Nulos/Outros	3		0%	
Não informado	0		0%	
Não preenchido	0		0%	
<b>Percentagem de novas contratações de mulheres</b>	<b>-</b>		<b>51,8%</b>	
<b>Por região</b>	<b>5.500</b>		<b>16,5%</b>	
Centro-Oeste	270		15,4%	
Nordeste	897		23,5%	
Norte	203		35,1%	
Sudeste	3.230		15,8%	
Sul	875		13,2%	
Nulos/Outros	25		54,3%	
<b>Total</b>	<b>5.500</b>		<b>16,5%</b>	

Nota: Não considerado estagiários, aprendizes, colaboradores de operação Global e as empresas Fundação, TIS, Cloud, OIT e Tlog. As taxas faltantes referentes a “Nulos/Outros” e “Não binários”, acontece porque essas classificações são novas e, atualmente, somente as controlamos na fase de “novas contratações”, portanto, uma vez que a taxa depende do número total de colaboradores, ainda não temos essa refletida.

GRI 2-4 | O número de novas contratações foi atualizado em relação ao parâmetro dos anos anteriores que consideravam vagas fechadas, e a partir deste ano consideram pessoas contratadas.



Rotatividade consolidada de empregados	Número de demissões		Taxa de rotatividade	
	2023		2023	
<b>Por faixa etária</b>	<b>5.148</b>		<b>16,1%</b>	
Menos de 30 anos	1.637		6,2%	
De 30 a 50 anos	3.190		9,3%	
Acima de 50 anos	321		0,7%	
<b>Por gênero</b>	<b>5.148</b>		<b>16,1%</b>	
Homens	2.557		7,9%	
Mulheres	2.591		8,2%	
<b>Por região</b>	<b>5.148</b>		<b>16,1%</b>	
Centro-Oeste	292		0,9%	
Nordeste	697		2,4%	
Norte	150		0,5%	
Sudeste	2.528		8,7%	
Sul	1.458		3,5%	
Nulos/Outros	23		0,1%	
<b>Total</b>	<b>5.148</b>		<b>16,1%</b>	

Nota: Não considerado estagiários, aprendizes, colaboradores de operação Global e as empresas Fundação, TIS, Cloud, OIT e Tlog. Foi considerado o calculo de turnover, que é: (Desligados + Admitidos) / 2 / Média HC GRI 2-4 | O número de turnover foi atualizado utilizando a média anual da quantidade de colaboradores.

Movimentações internas	2021	2022	2023
Rotatividade voluntária de empregados	9,7%	8,0%	5,0%
<b>Percentual de posições preenchidas com candidatos internos</b>	<b>38,0%</b>	<b>28,3%</b>	<b>39,9%</b>

Nota: Não considerado estagiários, aprendizes, colaboradores de operação Global e as empresas Fundação, TIS, Cloud, OIT e Tlog.

## KPI COMPLEMENTAR - CONTRATAÇÕES

	2021	2022	2023
Número total de novas contratações de funcionários	7.586	7.230	5.500
Percentual de vagas abertas preenchidas por candidatos internos (contratações internas)	38,0	28,3	39,9

	2023 (%) Contratações externas	2023 (%) Contratações internas
<b>Gênero</b>		
Mulheres	51,8	55,3
Homens	48,1	43,8
Outros	-	0,9
<b>Idade</b>		
Menor de 30 anos	44,2	34,7
De 30 a 50 anos	52,4	62
Maior de 50 anos	3,4	2,8
Não informado	-	0,5

2023 (%) Contratações  
externas2023 (%) Contratações  
internas**Raça**

Negro	51,9	36,6
Branco	46,2	34,9
Asiático	1,5	2
Outros	0,1	0,2
Sem declaração	0,3	26,4

**Nível de gestão**

Cargos de gestão júnior	70,8	66
Cargos de gerência média	29,2	34
Cargos de gestão sênior/superior	0	0

Notas: Cargos de média gestão: gerentes e gerentes sênior.  
Cargos de gestão sênior/superior: direção e vice-presidência.

**KPI COMPLEMENTAR - ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS**

2021

2022

2023

Taxa total de rotatividade de funcionários	23,6	20,9	15,6
Taxa de rotatividade voluntária de funcionários	9,7	2,5	5,0

## 2023 (%)

**Gênero**

Mulheres	50,3
Homens	49,7

**Idade**

Abaixo de anos	31,8
De 30 a 50 anos	62,8
Maior de 50 anos	5,4

**Raça**

Negro	40,6
Branco	53,8
Asiático	2,0
Outros	0,2
Sem declaração	3,4

**Nível de gestão**

Cargos de gestão júnior	67,6
Cargos de gerência média	31,0
Cargos de gestão sênior/superior	1,3

Nota: Cargos de gestão júnior: coordenação, supervisão, gerentes de operações de lojas e gerentes de lojas.  
Cargos de média gestão: gerentes e gerentes sênior. Cargos de gestão sênior/superior: direção e vice-presidência.



## ACIDENTES DE TRABALHO | GRI 403-9

Taxa de frequência de acidentes - por gênero e região		2021		2022		2023	
Gênero	Qtd	Taxa	Qtd	Taxa	Qtd	Taxa	Taxa
Homens	74	0,41	94	0,43	74	0,33	
Mulheres	13	0,09	25	0,15	24	0,13	
Região							
Norte e Centro-Oeste	17	0,77	13	0,47	8	0,27	
Nordeste	11	0,37	11	0,25	13	0,3	
Sudeste (sem São Paulo)	16	0,45	22	0,49	12	0,25	
São Paulo	22	0,16	47	0,26	42	0,21	
Sul	21	0,25	26	0,29	23	0,28	
Consolidado	87	0,27	119	0,31	98	0,24	
<b>Total de horas trabalhadas</b>		<b>6.567.392</b>		<b>64.807.667</b>		<b>80.431.800</b>	

Quantidade de Acidentes e Taxa de Frequência - por gênero e região		2021		2022		2023	
Gênero	D. de Afast.	Taxa	D. de Afast.	Taxa	D. de Afast.	Taxa	Taxa
Homens	492	3,14	854	3,89	7.742	34,98	
Mulheres	46	0,33	102	0,6	384	2,14	
Região							
Norte e Centro-Oeste	103	5,57	114	4,15	368	12,50	
Nordeste	69	2,28	113	2,62	253	5,73	
Sudeste (sem São Paulo)	115	3,51	168	3,76	337	7,19	
São Paulo	152	1,19	362	1,97	745	3,76	
Sul	99	1,35	199	2,17	6.423	77,01	
Consolidado	538	1,94	956	2,45	8.126	20,21	
<b>Total de horas trabalhadas</b>		<b>6.567.392</b>		<b>64.807.667</b>		<b>80.431.800</b>	

Nota: Em 2023 ocorreu um acidente de percurso fatal no Rio Grande do Sul. Trabalhadores considerados: TBRA + Aprendizes sem estagiários e sem afastados no INSS.



## MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR ANO, POR EMPREGADO | GRI 404-1

Média de horas de capacitação realizada pelos empregados da organização

Horas de treinamento	Total de horas			Média de horas		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Por gênero	3.400.659	2.902.843	2.094.238	86,7	72,5	51,2
Homens	1.590.228	1.676.590	971.308	73,7	94,2	23,7
Mulheres	1.810.431	1.226.253	1.122.930	102,6	55,1	27,4
Por faixa etária	3.400.659	2.902.843	2.094.238	86,7	72,5	51,2
Até 30 anos	1.340.118	1.140.531	604.038	113,0	99,8	14,8
Entre 30 anos e 50 anos	1.967.883	1.623.579	1.351.842	78,9	62,8	33,0
Acima de 50 anos	92.658	138.733	138.357	38,3	50,2	3,4
Por categoria funcional	3.400.659	2.902.843	2.094.238	86,7	72,5	51,2
Cargos diretivos	879	2.650.913	1.173	6,7	77,4	0,0
Cargos de liderança intermediária	97.531	3.274	152.132	28,5	11,5	3,7
Demais cargos	3.302.249	248.657	1.940.933	92,6	45,2	47,4
<b>Total</b>	<b>3.400.659</b>	<b>2.902.843</b>	<b>2.094.238</b>	<b>86,7</b>	<b>72,5</b>	<b>51,2</b>

Nota: A informação reportada inclui apenas os funcionários internos contratados pela Telefônica Brasil.

### KPI complementar - valor investido em treinamentos

	2021	2022	2023
Valor total investido em treinamentos - R\$	R\$ 40.543.163,22	R\$ 44.196.905,69	R\$ 49.983.213,79
Média de investimento em treinamento por empregado - R\$*	R\$ 1.033,63	R\$ 1.103,93	R\$ 1.221,04

Nota: Para não distorcer o resultado por conta do turnover que ocorre ao longo do ano, estamos considerando os colaboradores (matrícula única) que realizaram no mínimo um treinamento no ano em questão.

## DIVERSIDADE EM ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA E EMPREGADOS | GRI 405-1

Número total e percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança da organização em cada uma das seguintes categorias de diversidade

Integrantes do órgão de governança	Percentual de integrantes 2023
<b>Gênero</b>	<b>100%</b>
Homens	70%
Mulheres	30%
<b>Por faixa etária</b>	<b>100%</b>
Abaixo dos 30 anos	0%
De 30 a 50 anos	26%
Acima de 50 anos	74%
<b>Por raça</b>	<b>100%</b>
Brancos	91%
Negros	9%
Amarelos	0%
Outros	0%
Não declarados	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Nota: A informação reportada inclui apenas dados da Telefônica Brasil.





## Número total e percentual de empregados por categoria funcional em cada uma das seguintes categorias de diversidade (gênero e faixa etária)

Empregados por categoria funcional e gênero	2021				2022				2023			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Cargos executivos	-	-	-	-	7	70,0%	3	30,0%	7	70,0%	3	30,0%
Cargos de direção	78	70,3%	33	29,7%	70	66,7%	35	33,3%	69	65,7%	36	34,3%
Cargos de liderança intermediária	2.362	69,4%	1.041	30,6%	2.601	64,9%	1.406	35,1%	2.656	64,7%	1.452	35,3%
Demais cargos	16.107	55,5%	12.931	44,5%	15.667	54,3%	13.167	45,7%	15.691	54,0%	13.380	46,0%
<b>Total</b>	<b>18.547</b>	<b>57,0%</b>	<b>14.004</b>	<b>43,0%</b>	<b>18.345</b>	<b>55,7%</b>	<b>14.611</b>	<b>44,3%</b>	<b>18.423</b>	<b>55,3%</b>	<b>14.871</b>	<b>44,7%</b>

Nota: Cargos Executivos: CEO e VPs; Cargos de Direção: Diretores; Cargos de Liderança Intermediária: Supervisor, Coordenador, Gerentes de Loja, Gerente, Gerente Sr; Demais cargos: Excluídos Cargos de Liderança.

Empregados por categoria funcional e faixa etária	2021						2022						2023					
	< 30 anos		entre 30 e 50		> 50 anos		< 30 anos		entre 30 e 50		> 50 anos		< 30 anos		entre 30 e 50		> 50 anos	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Cargos executivos	-						0	0,0%	5	50,0%	5	50,0%	0	0,0%	4	40,0%	6	60,0%
Cargos de direção	0	0,0%	82	73,9%	29	26,1%	0	0,0%	81	77,1%	24	22,9%	0	0,0%	75	0,0%	30	28,6%
Cargos de liderança intermediária	127	3,7%	2.886	84,8%	389	11,4%	190	4,7%	3.466	86,5%	351	8,8%	191	4,6%	3.515	4,6%	402	9,8%
Demais cargos	7.677	26,4%	19.153	66,0%	2.208	7,6%	7.109	24,7%	19.537	67,8%	2.188	7,6%	6.706	23,1%	19.861	23,1%	2.504	8,6%
<b>Total</b>	<b>7.804</b>	<b>24,0%</b>	<b>22.121</b>	<b>68,0%</b>	<b>22.121</b>	<b>8,1%</b>	<b>7.299</b>	<b>22,1%</b>	<b>23.089</b>	<b>70,1%</b>	<b>2.568</b>	<b>7,8%</b>	<b>6.897</b>	<b>20,7%</b>	<b>23.455</b>	<b>20,7%</b>	<b>2.942</b>	<b>8,8%</b>

Nota: Cargos Executivos: CEO e VPs; Cargos de Direção: Diretores; Cargos de Liderança Intermediária: Supervisor, Coordenador, Gerentes de Loja, Gerente, Gerente Sr; Demais cargos: Excluídos Cargos de Liderança.



KPI complementar - integrantes por raça e % em cargos de liderança	2021			2022			2023		
	nº de integrantes	% de lideranças		nº de integrantes	% de lideranças		nº de integrantes	% de lideranças	
Branços	20.680	63,5%	77,0%	20.177	61,2%	73,5%	18.025	54,1%	63,1%
Negros	9.855	30,3%	19,5%	11.092	33,6%	22,4%	13.879	41,7%	32,8%
Amarelos	466	1,4%	1,4%	536	1,6%	1,4%	815	2,5%	2,7%
Outros	39	0,1%	0,0%	38	0,1%	0,1%	87	0,3%	0,3%
Não declarados	1.511	4,6%	2,1%	1.113	3,4%	2,6%	488	1,5%	1,2%

Nota: Negros - inclui profissionais pretos e pardos.

KPI complementar - integrantes por raça e % em cargos de gerência	2023	
	nº de integrantes	%
Branços	1.573	68,1%
Negros	629	27,2%
Amarelos	73	3,2%
Outros	8	0,4%
Não declarados	26	1,1%

Nota: Negros - inclui profissionais pretos e pardos.

KPI complementar - integrantes por raça e % em cargos de diretoria	2023	
	nº de integrantes	%
Branços	92	87,6%
Negros	5	4,8%
Amarelos	6	5,7%
Outros	0	0,0%
Não declarados	2	1,9%

Nota: Negros - inclui profissionais pretos e pardos.

KPI complementar - integrantes por raça e % em cargos de primeiro nível (C-level)	2023	
	nº de integrantes	%
Branços	7	77,8%
Negros	0	0,0%
Amarelos	1	11,1%
Outros	0	0,0%
Não declarados	1	11,1%

Nota: Negros - inclui profissionais pretos e pardos.



## KPI COMPLEMENTAR - DIVISÃO DA FORÇA DE TRABALHO: GÊNERO

## Indicador de diversidade

2023 %

Mulheres na força de trabalho total	44,7%
Mulheres em todos os cargos de gestão, incluindo gestão júnior, média e sênior/superior	35,0%
Mulheres em cargos de gestão júnior, ou seja, primeiro nível de gestão	33,8%
Mulheres em cargos de gestão de sênior/superior, ou seja, no máximo a dois níveis de distância do CEO ou cargos comparáveis	32,9%
Mulheres em cargos de gestão em funções geradoras de receitas	51,3%
Mulheres em cargos STEM	25,8%
Meta 2023 (%) - Mulheres em cargos de gestão de sênior/superior, ou seja, no máximo a dois níveis de distância do CEO ou cargos comparáveis	37%

Notas: Em 2023, passamos a considerar novos cargos nas classificações “Mulheres em todos os cargos de gestão, incluindo gestão júnior, média e sênior/superior” e “Mulheres em cargos de gestão de sênior/superior, ou seja, no máximo a dois níveis de distância do CEO ou cargos comparáveis”. Mulheres em cargos de gestão júnior, ou seja, primeiro nível de gestão: coordenadoras, supervisoras, gerentes de operações de lojas e gerentes de lojas.

Mulheres em cargos de gestão sênior/superior, ou seja, no máximo a dois níveis de distância do CEO ou cargos comparáveis: diretoras e vice-presidentes.

Mulheres em cargos de gestão em funções geradoras de receitas: Mulheres VP Negócios.

Mulheres em cargos STEM: Mulheres da VP Engenharia e CIO

## KPI COMPLEMENTAR - DIVISÃO DA FORÇA DE TRABALHO: RAÇA/ETNIA

## Indicador de diversidade

## Porcentagem na força total de trabalho

## Porcentagem em todos os cargos de gestão, incluindo gestão júnior, média e top/superior

Branços	54,1%	63,1%
Negros	41,7%	32,8%
Asiáticos	2,5%	2,7%
Outros	0,3%	0,3%
Não declarados	1,5%	1,2%

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é o principal fornecedor de dados demográficos do país. O IBGE pesquisa a cor ou raça da população brasileira com base na autodeclaração. Essas mesmas categorias foram usadas para responder à pergunta.

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

Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens para cada categoria funcional, por unidades operacionais importantes.

Descrição	Proporção mulheres / homens		
	2021	2022	2023
<b>Salário recebido</b>			
Mês	77,3%	78,9%	78,7%
<b>Por categoria funcional</b>			
Cargos de direção	85,7%	87,2%	99,9%
Cargos de liderança intermediária	108,7%	98,6%	100,6%
Demais cargos	79,5%	80,8%	79,0%
<b>Por nível de gestão</b>			
Nível executivo (salário base apenas)	85,7%	87,2%	99,9%
Nível executivo (salário base + outros incentivos)	82,9%	83,4%	101,0%
Nível de gestão (salário base apenas)	108,7%	98,6%	100,6%
Nível de gestão (salário base + outros incentivos em dinheiro)	111,3%	102,0%	100,6%
Nível de não gestão	79,5%	80,8%	79,0%

## Indicador

## Diferença entre empregados homens e mulheres (%)

Disparidade salarial média entre homens e mulheres	21,29%
Disparidade salarial mediana entre homens e mulheres	30,02%
Diferença média de bônus	24,00%
Diferença mediana de bônus	29,33%



Número total de denúncias ocorridas durante o período de relato	2021	2022	2023
Total de denúncias recebidas	646	487	515
Denúncias procedentes	250	228	149
Medidas de encerramento de contratos de trabalho adotadas como consequência de denúncias procedentes.	77	88	73

Nota: Os números reportados acima se referem às denúncias registradas no canal oficial da Companhia, que conta com um sistema global da Telefônica, onde estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração e respectivos planos de ação.

Denúncias procedentes	2021	2022	2023
Assédio moral/sexual e discriminação	0,00%	1,32%	10,07%
Conduta inadequada e outros conflitos laborais	55,60%	58,77%	35,57%
Conflito de interesses	1,20%	1,32%	4,70%
Fraude	14,80%	13,16%	18,79%
Descumprimento normativo	8,80%	17,54%	26,85%
Outros	18,40%	5,70%	3,36%
Privacidade/segurança da informação	1,20%	2,19%	0,67%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>228</b>	<b>149</b>

Nota: Os números reportados acima se referem às denúncias registradas no canal oficial da Companhia, que conta com um sistema global da Telefônica, onde estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração e respectivos planos de ação. Não há caso de lavagem de dinheiro a reportar no Brasil.

## OPERAÇÕES E FORNECEDORES COM RISCO SIGNIFICATIVO DE CASOS DE TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO | GRI 409-1

Risco de trabalho escravo	Operações e fornecedores com risco significativo	2021		2022		2023			
		Tipo de operação ou fornecedor	País ou área geográfica	Operações e fornecedores com risco significativo	Tipo de operação ou fornecedor	País ou área geográfica	Operações e fornecedores com risco significativo	Tipo de operação ou fornecedor	País ou área geográfica
Risco de trabalho escravo	não identificado	não identificado	não identificado	não identificado	não identificado	não identificado	não identificado	não identificado	não identificado

Nota: Adotamos políticas e procedimentos alinhados aos Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos. A Política Global de Direitos Humanos contempla, entre outros assuntos, o compromisso da empresa contra o trabalho forçado, escravo e infantil.



## NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS SOCIAIS | GRI 414-1

Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	2021	2022	2023
Total de novos fornecedores	1.230	1.175	1.182
Total de novos fornecedores contratados com base em critérios sociais	1.230	1.175	1.182
<b>Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## IMPACTOS SOCIAIS NEGATIVOS DA CADEIA DE FORNECEDORES E MEDIDAS TOMADAS | GRI 414-2

Avaliações de fornecedores em relação a impactos sociais	2021	2022	2023
Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos sociais.	285	266	310
Número de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos reais e potenciais.	40	45	33
Impactos sociais negativos significativos - reais e potenciais - identificados na cadeia de fornecedores.	-	8.092	6.628
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos - reais e potenciais - com os quais foram acordadas melhorias como decorrência da avaliação realizada.	14,0%	16,9%	10,6%
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos significativos - reais e potenciais - com os quais a organização encerrou as relações de negócios em decorrência da avaliação e as razões que motivaram esse encerramento.	1,1%	1,1%	1,0%
Percentual de Impactos sociais negativos significativos - reais e potenciais - identificados na cadeia de fornecedores.	-	30,4%	48,2%

Possuímos uma normativa interna de contratação de serviço especializado (Normativa 010), além dos manuais de gestor e de fornecedor. Avaliamos os prestadores de serviços que possuem mão de obra atrelada e buscamos monitorar cerca de 30% das empresas, que abrange cerca de 90% das pessoas envolvidas. Buscando assim, mitigar impactos trabalhistas que envolve a Vivo e buscando a garantia dos direitos trabalhistas das pessoas envolvidas.

## KPIs COMPLEMENTARES DE AVALIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES

Cobertura e progresso do nosso programa de avaliação de fornecedores	
Avaliação de fornecedores	2023
Número total de fornecedores avaliados por meio de avaliações documentais/avaliações no local	133
Número de fornecedores avaliados com impactos negativos reais/potenciais substanciais	69
Número de fornecedores com impactos negativos reais/potenciais substanciais que foram rescindidos	0
Cobertura e evolução dos fornecedores com planos de ações corretivas	
Apoio ao plano de ação corretiva	2023
Número total de fornecedores apoiados na implementação do plano de ações corretivas	52
Cobertura e evolução dos fornecedores com planos de ações corretivas	
Programas de capacitação	2023
Número total de fornecedores em programas de capacitação	49



## QUEIXAS COMPROVADAS RELATIVAS À VIOLAÇÃO DA PRIVACIDADE E PERDA DE DADOS DE CLIENTES | GRI 418-1

Queixas recebidas	2021	2022	2023
De partes externas e comprovadas pela organização (processos judiciais)	12	12	13
De agências reguladoras	0	0	0

Nota: Os processos que geraram sanções, não estão associados à incidentes de segurança com uso indevido de dados pessoais

Relação dos problemas identificados relacionados aos dados dos clientes	2021	2022	2023
Vazamentos	0	0	0
Furtos	0%	0%	0%
Perda de Dados	0%	0%	0%

Nota: Não houve incidentes de segurança com uso indevido de dados pessoais.

## KPI COMPLEMENTAR - TAXONOMIA DE SUSTENTABILIDADE

Agrupamento de Elegibilidade e Alinhamento	Receita		Despesas de capital		Despesas operacionais	
Totais em unidade monetária	52.100.000	100,0%	13.424.730	100,0%	4.179.410	100,0%
Total elegível para taxonomia	2.580.000	5,0%	2.075.460	15,5%	111.550	2,7%
Total alinhado à taxonomia	1.489.000	2,9%	81.080	0,6%	-	0,0%
Total não elegível para taxonomia	48.031.000	92,2%	11.268.190	83,9%	4.067.860	97,3%

Nota: No Brasil, onde a Telefônica Brasil atua, atualmente não existe regulamentação sobre o assunto. Porém, como parte do Grupo Telefônica, que atende à taxonomia europeia, a empresa realizou estudos internos para avaliar também seu alinhamento com a regulamentação europeia. Esse esforço não só contribui para o reporte do Grupo, mas também permite que a empresa avance na avaliação quantitativa das receitas e dos investimentos vinculados à sustentabilidade. Dessa forma, estamos não apenas nos preparando para futuras regulamentações aplicáveis ao Brasil, mas também garantindo a necessária transparência em relação ao impacto da sustentabilidade no nosso negócio, com base em critérios robustos e internacionalmente aceitos.

O setor de ICT tem um potencial significativo para reduzir as emissões globais. Algumas soluções digitais da Telefônica estão incluídas na taxonomia por sua potencial contribuição para a mitigação das mudanças climáticas. A Telefônica Brasil, como parte do Grupo Telefônica, contribuiu com informações que ajudaram a criar um conjunto de dados com as principais atividades econômicas elegíveis para a taxonomia da Telefônica. (a) Atividades que podem contribuir substancialmente para a mitigação das mudanças climáticas (CCM de acordo com a nomenclatura definida pela regulamentação): Atividade 8.1 Processamento de dados, hospedagem e atividades relacionadas; Atividade 8.2 Soluções baseadas em dados para reduzir as emissões de gases de efeito estufa. (b) Atividades que podem contribuir substancialmente para a transição para uma economia circular (EC de acordo com a nomenclatura da regulamentação): Atividade 5.1 Reparo, renovação e remanufatura; Atividade 5.4 Venda de bens de segunda mão; Atividade 5.5 Produto como serviço e outros modelos de serviços circulares orientados para o uso e os resultados.



# SASB - Sustainability Accounting Standards Board

## NÚMERO DE ASSINANTES SEM FIO (MILHÕES) | TC-TL-000.A

Número total de assinantes sem fio	2021	2022	2023
Pós-pago	49.633.652	58.673	61.808
M2M	12.466.974	14.725.972	15.905
Pré-pago	34.287.314	39.305.872	37.267
<b>ACESSOS MÓVEIS</b>	<b>83.920.966</b>	<b>97.979.062</b>	<b>99.075.395</b>

## NÚMERO DE ASSINANTES DE TELEFONIA FIXA (MILHÕES) | TC-TL-000.B

Número total de assinantes de telefonia fixa	2021	2022	2023
IPTV	916.836	898.328	845
Outras tecnologias	198.008	67.941	0
TV por assinatura	1.114.844	966.269	845
<b>VOZ FIXA</b>	<b>7.507</b>	<b>7.012.688</b>	<b>6.458</b>

## NÚMERO DE ASSINANTES DE BANDA LARGA (MILHÕES) | TC-TL-000.C

Número total de assinantes de banda larga	2021	2022	2023
FTTH	4.609	5.482.423	6.175
Outras tecnologias	1.608.635	889.434	448
Banda larga	6.217.305	6.371.857	6.622.583

## TRÁFEGO DE REDE (PETABYTES) | TC-TL-000.D

	2021	2022	2023
Tráfego de rede	-	52.767	66.064

## PEGADA AMBIENTAL DAS OPERAÇÕES | TC-TL-130A.1

### Pegada Ambiental das Operações - Energia

Iniciativa	Unidade	2021	2022	2023
(1) Energia total consumida	GJ	6.147.591,64	6.180.584,88	6.216.829,78
(2) Porcentagem de eletricidade da rede	GJ	100%	100%	100%
(3) Porcentagem de energia renovável (GJ / %)	GJ	100%	100%	100%

Nota: Os cálculos são feitos com base em medições utilizando multimedidores de energia. A variação de energia de cada um dos projetos detectada nos multimedidores é transformada através de cálculo em redução de kWh e também em redução financeira, em R\$. Já para sites que possuem telemetria (medidor inteligente capaz de medir o consumo em tempo real de forma remota) é possível realizar as validações dos projetos através da plataforma do sistema. Considerando que toda a eletricidade que compramos, mesmo sendo 100% renovável, chega aos nossos sites através do SIN - Sistema Interligado Nacional.

## NÚMERO DE CLIENTES CUJAS INFORMAÇÕES SÃO UTILIZADAS PARA FINS SECUNDÁRIAS | TC-TL-220A.2

Número de clientes únicos cujas informações são usadas para fins secundários:	2021	2022	2023
Informações captadas para uso próprio da firma	-	32.641.983	39.219.443



### MONTANTE TOTAL DE PERDAS MONETÁRIAS COMO RESULTADO DE PROCESSOS JUDICIAIS ASSOCIADOS À PRIVACIDADE DE DADOS DO CLIENTE | TC-TL-220A.3

Valor total em Reais das perdas monetárias incorridas durante o período do relatório	2021	2022	2023
R\$	77.569,78	86.975,33	87.656,14

### NÚMERO DE PEDIDOS DE APLICAÇÃO DA LEI PARA INFORMAÇÕES DO CLIENTE, (2) NÚMERO DE CLIENTES CUJAS INFORMAÇÕES FORAM SOLICITADAS, (3) PERCENTUAL RESULTANDO EM DIVULGAÇÃO | TC-TL-220A.4 (1)

Indicadores	Unidade de medida	2021	2022	2023
Interceptações telefônicas e telemáticas	nº	-	349.741	333.032
Metadados	nº	-	3.025.610	3.699.732
Bloqueios de websites	nº	-	2.395	4.957
Suspensão de serviços	nº	-	11.644	13.662

93% das solicitações são atendidas conforme as diretrizes e restrições presentes na legislação e nos regulamentos vigentes. As solicitações não atendidas dizem respeito a diversos motivos como solicitação de linhas de outras operadoras das quais a operadora não possui gestão, impossibilidade técnica, entre outros.

### NÚMERO DE VIOLAÇÕES DE DADOS, (2) PORCENTAGEM DE VIOLAÇÕES DE DADOS PESSOAIS, (3) NÚMERO DE CLIENTES AFETADOS | TC-TL-230A.1

Número total de não-conformidades com dados identificadas durante o período do relatório	2021	2022	2023
Número total de não-conformidades com dados identificadas durante o período do relatório	0	0	0
Número de não-conformidades com informações de identificação pessoal (PII)	0	0	0
Porcentagem de não-conformidades com informações de identificação pessoal (PII)	0%	0%	0%
Número total de clientes únicos que foram afetados	0	0	0

### MATERIAIS RECUPERADOS POR MEIO DE PROGRAMAS DE DEVOLUÇÃO | TC-TL-440A.1

Gestão de resíduos em fim de vida do produto	2022 Toneladas	2023 Toneladas	2023 Porcentagem
Total de materiais recuperados por meio de programas de devolução (t)	384.033,32	165.999,05	100%
Total de materiais recuperados / gerenciados que foram reutilizados (t)	-	145.752,1	87,8%
Total de materiais recuperados / gerenciados que foram reciclados (t)	-	19.758,17	11,9%
Total de materiais recuperados/ gerenciados que forma depositados em aterro e outras formas de disposição (t)	-	488,78	0,29%



**(1) FREQUÊNCIA MÉDIA DE INTERRUPÇÃO DO SISTEMA E (2) DURAÇÃO MÉDIA DA INTERRUPÇÃO DO CLIENTE | TC-TL-550A.1 (1)****(1) Frequência média de interrupção do sistema (FIXA) - AIF**

	2021	2022	2023
Quantidade de acessos envolvidos em cada massiva	41.109.621	36.932.832	34.739.831
Quantidade de acessos em serviço da planta	202.313.627	125.992.588	132.104.345
Frequência	0,20	0,29	0,26

Nota: 1º Average Interruption Frequency (AIF) mensal é calculada com o número total de clientes afetados em cada serviços (Voz e Banda Larga) dividido pelo número total de clientes atendidos (Base de Clientes Voz + Banda Larga).

**(1) Frequência média de interrupção do sistema (MÓVEL) - AIF**

	2021	2022	2023
Quantidade de acessos (ERBs) envolvidos em cada massiva	1.405.829	1.288.922	1.275.815
Quantidade de acessos (ERBs) em serviço da planta	802.870	822.869	860.163
Frequência	1,75	1,57	1,48

Nota: 1º Average Interruption Frequency (AIF) mensal é calculada com o número total de clientes afetados em cada serviços (Voz e Banda Larga) dividido pelo número total de clientes atendidos (Base de Clientes Voz + Banda Larga).

**(2) Duração média da interrupção do cliente (FIXA) - AID (horas)**

	2021	2022	2023
Horas de interrupção	438.156.051	477.000.926	519.843.523
Quantidade de acessos em serviço da planta	202.313.627	125.992.588	132.104.345
Duração média	2,17	3,79	3,94

**(2) Duração média da interrupção do cliente (MÓVEL) - AID (horas)**

	2021	2022	2023
Horas de interrupção	70.212	124.941	141.697
Quantidade de acessos (ERBs) em serviço da planta	802.870	822.869	860.163
Duração média	0,09	0,15	0,16

**(1) Duração Média de Interrupção do Sistema (FIXA) - AID**

	2021	2022	2023
Duração média (minutos)	131,82	226,41	236,13

**(1) Duração Média de Interrupção do Sistema (MÓVEL) - AID**

	2021	2022	2023
Duração média (minutos)	5,24	9,05	9,88

**(3) Duração média da interrupção do cliente (FIXA) -**

	2021	2022	2023
Duração média (minutos)	637,18	784,27	896,14

**(3) Duração média da interrupção do cliente (MÓVEL)**

	2021	2022	2023
Duração média (minutos)	3,02	5,94	7,00

Nota: A Companhia não dispõe dos indicadores TC-TL-550A.2; TC-TL-520A.3 e TC-TL-520A.2 no formato indicado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) - 2024/2026.

# Sumário de Conteúdo GRI e SASB





# Sumário de conteúdo da GRI e SASB

**Declaração de uso:** A Vivo (Telefônica Brasil), relatou em conformidade com as Normas GRI para o período 01 de janeiro de 2023 a 31 de dezembro de 2023

**GRI 1 usada:** GRI 1: Fundamentos 2021

**Norma(s) Setorial(ais) da GRI e outras normas aplicável(eis):** Não aplicável

Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Conteúdos gerais</b>						
<b>A organização e suas práticas de relato</b>						
	2-1	Detalhes da organização	20, 30			
	2-2	Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	11			
	2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	11, 228			
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-4	Reformulações de informações	151, 188, 189, 196	Informamos que houve uma alteração no formato de publicação do indicador 303. Até o ano passado, considerávamos apenas captação de água. No entanto, após uma análise detalhada, concluímos que seria mais adequado reportar separadamente os indicadores captação de água e consumo de água. Essa mudança visa fornecer uma visão mais clara e detalhada do nosso desempenho em relação ao uso de recursos hídricos. Para mais informações, acessar: <a href="https://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/gestao-de-agua/agua-final-portugues.pdf">https://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/gestao-de-agua/agua-final-portugues.pdf</a> . Em relação ao indicador 401-1, o número de novas contratações foi atualizado em relação ao parâmetro dos anos anteriores que consideravam vagas fechadas, e a partir deste ano consideram pessoas contratadas. O número de turnover foi atualizado utilizando a média anual da quantidade de colaboradores.		
	2-5	Verificação externa	11, 226			



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Atividades e trabalhadores</b>						
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	20, 100, 101			
	2-7	Empregados	20, 179	b.	Não aplicável	Os itens “Número de empregados temporários” e “Número de empregados sem garantia de carga horária”, não são aplicáveis, pois não há esse tipo de contrato de trabalho na Telefônica Brasil.
	2-8	Trabalhadores que não são empregados	20, 179			
<b>Governança</b>						
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-9	Estrutura de governança e sua composição	32, 180			
	2-10	Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	30, 33			
	2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	30, 33	O presidente do Conselho de Administração não exerce o cargo de CEO ou outro cargo executivo na Vivo (Telefônica Brasil).		
	2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	30, 32, 37, 44, 52			
	2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	30, 37	Além dos comitês instituídos com reporte ao CEO e Conselho de Administração, a gestão ampla dos aspectos ESG da Companhia é conduzida no nível executivo pela VP de Relações Institucionais e Sustentabilidade. Os aspectos ESG e stakeholders específicos são conduzidos por cada Vice-Presidência conforme seu escopo de atuação.		



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão			
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
<b>Governança</b>							
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-14	Atribuições do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	11, 12, 30	A aprovação do Relato Integrado é realizada pela Diretoria Estatutária. O estudo de materialidade e suas aplicações na estratégia e relato da Companhia, bem como temas ESG tratados ao longo do documento são parte do escopo das reuniões trimestrais do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.			
	2-15	Conflitos de interesse	32, 48				
	2-16	Comunicação de preocupações cruciais	30, 34, 37, 48, 52	Os temas e práticas ASG são consolidados e reportados aos respectivos comitês de assessoramento do Conselho de Administração, abrangendo processos como o programa de compliance, gestão de riscos, auditoria interna e canal de denúncias, estratégia e gestão da sustentabilidade/ESG, entre outros.	b.	Informações indisponíveis/incompletas	As preocupações cruciais são comunicadas através dos respectivos comitês de assessoramento do Conselho de Administração, entretanto as informações de quantidade de comunicações feitas e a quebra por natureza não está disponível no formato indicado (item b. do indicador). Conforme descrito no comentário, o reporte realizado aos respectivos comitês de assessoramento abrangem processos pulverizados entre as diversas áreas da Companhia, e o formato de consolidação dessas comunicações por quantidade e natureza está em processo de preparação e adequação e estes avanços serão implementados a partir do Plano de Negócio Responsável (PNR 2024-2026), referente à entidade Telefônica Brasil S.A.
	2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	30, 33, 37	O treinamento dos Princípios de Negócio Responsável, o código de conduta e política de sustentabilidade da Vivo é disponibilizado à todos os conselheiros. Além disso, informações atuais e fontes de consulta sobre aspectos ESG, sustentabilidade e desenvolvimento sustentável são compartilhados nas reuniões trimestrais do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.			
	2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	33				



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão			
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
<b>Governança</b>							
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-19	Políticas de remuneração	36				
	2-20	Processos para determinação da remuneração	35				
	2-21	Proporção da remuneração total anual	182				
<b>Estratégias, políticas e práticas</b>							
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	3, 37				
	2-23	Compromissos de política	139				
	2-24	Incorporação de compromissos de política	139				
	2-25	Processos para reparar impactos negativos	15, 32, 51, 128, 139, 140, 149, 150	Os processos conduzidos pela Vivo estão atrelados ao sistema de gestão aplicáveis conforme o escopo de cada temática ESG, como a ISO 14001 (Gestão Ambiental), ISO 26000 (Responsabilidade Social Corporativa/Direitos Humanos), ISO 50001 (Gestão da Energia), ISO 27001 (Segurança Digital), ISO 45001 (Segurança do Trabalho), entre outros.	d. e e.	Informações indisponíveis/incompletas	Os processos de reparação dos impactos negativos, são atrelados a diversos mecanismos e processos internos, de forma pulverizada na Companhia. Conforme descrito no comentário, todos os certificados de sistema de gestão, gestão de stakeholders, os mecanismos de Canal de Denúncia entre outros, trazem a descrição dos compromissos, mecanismos e processos estabelecidos, entretanto, a consolidação dessas informações no formato indicado nos itens d. e e. está em processo de preparação e adequações para o reporte completo deste indicador a partir de planos de ação vinculados ao Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026, referente a entidade Telefônica Brasil S.A.
	2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	51				



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Estratégias, políticas e práticas</b>						
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-27	Conformidade com leis e regulamentos		2-27	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia segue os requisitos legais e regulatórios de reporte em seu Formulário de Referência e em notas das Demonstrações Financeiras, quando aplicável. Entretanto, para o reporte completo deste indicador conforme os requisitos da norma GRI (2021) serão estruturados planos de ação vinculados ao Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.
	2-28	Participação em associações	182			
<b>Engajamento com as stakeholders</b>						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-29	Abordagem para engajamento de stakeholders	12, 15			
	2-30	Acordos de negociação coletiva	182			
<b>Temas Materiais</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1	Processo de definição de temas materiais	12			
	3-2	Lista de temas materiais	12			
<b>Gestão ambiental</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 151, 152, 170			
GRI 301: Materiais 2016	301-3	Produtos e suas embalagens reaproveitados	169, 170, 185			
GRI 302: Energia 2016	302-1	Consumo de energia dentro da organização	152, 186			
	302-3	Intensidade energética	154, 187			
	302-4	Redução do consumo de energia	154, 188			



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Gestão ambiental</b>						
	303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	151			
GRI 303: Água 2018	303-3	Captação de água	151, 152, 189	Devido ao fechamento dos dados da Companhia em alinhamento com o calendário global em dezembro de 2023, realizamos uma estimativa para captação de água para os últimos três meses do ano. Essa estimativa é necessária porque nem todas as faturas de água são recebidas a tempo de serem incluídas no fechamento anual. O método de estimativa utilizado é baseado no consumo médio dos meses com dados disponíveis. Avaliamos regularmente a precisão de nossas estimativas e, com base nas comparações realizadas entre os dados estimados e os dados reais posteriormente recebidos, constatamos que a diferença é inferior a 0,3%.		
	303-5	Consumo de água	189			
GRI 306: Resíduos 2018	306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	170			
	306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	170			
GRI 306: Resíduos 2018	306-3	Resíduos gerados	169, 192			
	306-4	Resíduos desviados de disposição	169, 192			
	306-5	Resíduos enviados à disposição final	169, 192			
SASB Environmental Footprint of Operations	TC-TL-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade da rede, (3) porcentagem de energia renovável (GJ / %)	152, 207			
SASB Product End-of-life Management	TC-TL-440a.1	(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 (%)]	170, 208			





Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Mudanças climáticas</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 157			
GRI 305: Emissões 2016	305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	157, 190			
	305-2	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	157, 191			
	305-3	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3)	157, 191			
	305-4	Intensidade de emissões de GEE	159, 191			
	305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	192			
<b>Gestão de talentos</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 112, 114, 117, 128, 131			
GRI 401: Emprego 2016	401-1	Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados	196			
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	112, 114, 200			
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	117, 200			
	405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos por mulheres e homens	117, 203			



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Gestão de talentos</b>						
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas		O conceito de “casos de discriminação” seguem as leis nacionais, e os Padrões de Conduta para Empresas – enfrentando a discriminação contra lésbicas, gays, bissexuais, travestis, pessoas trans e intersexo, parte do movimento Livres & Iguais, da ONU. Os números reportados se referem às denúncias registradas no canal oficial da Companhia, que conta com um sistema global da Telefônica, onde estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração e respectivos planos de ação. Políticas referente a essas temáticas: <a href="http://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/principais-politicas/politica-global-direitos-humanos.pdf">www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/principais-politicas/politica-global-direitos-humanos.pdf</a>		
<b>Sustentabilidade na cadeia de valor</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 100			
GRI 204: Práticas de Compras 2016	204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	101, 183			
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores	308-1	Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios ambientais	195	Na área ambiental, os fornecedores são avaliados considerando suas atividades e seus aspectos ambientais, como Cumprimento da Lei; Ciclo de vida e de atuação preventiva; Política ambiental; Gestão ambiental; Mudanças climáticas, Resíduos; Plástico de uso único; Eco Rating; Substancias perigosas e produtos químicos; Consumo de materiais, recursos e emissões atmosférica. Dessa forma, conseguimos priorizar a gestão sobre os fornecedores em relação ao impacto ambiental potencial. Conforme política de fornecedores: <a href="https://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/responsabilidade-social-corporativa/politica-de-sustentabilidade-na-cadeia-de-fornecimento.pdf">https://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/responsabilidade-social-corporativa/politica-de-sustentabilidade-na-cadeia-de-fornecimento.pdf</a>		
	308-2	Avaliação Ambiental de Fornecedores	195			



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão			
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
<b>Sustentabilidade na cadeia de valor</b>							
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	204	Qualquer forma de trabalho forçado, em condições análogas a escravidão ou relacionado a tráfico humano, segundo as legislações nacionais. Toda a operação é avaliada sobre esse risco, inclusive os fornecedores. Políticas referente a essas temáticas: <a href="http://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/principais-politicas/politica-global-direitos-humanos.pdf">www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/principais-politicas/politica-global-direitos-humanos.pdf</a> <a href="http://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/responsabilidade-social-corporativa/politica-de-sustentabilidade-na-cadeia-de-fornecimento.pdf">www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/responsabilidade-social-corporativa/politica-de-sustentabilidade-na-cadeia-de-fornecimento.pdf</a>			
	414-1	Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios sociais	101, 205				
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores	205	Na área social, os fornecedores são avaliados considerando suas atividades e seus aspectos sociais, como Relação laboral; Horário de trabalho; Salários; Violência e Assédio no Trabalho; Trabalho forçado e tráfico de pessoas, Trabalho infantil e jovens; Liberdade de associação e direito a negociação coletiva; Diversidade, inclusão e Não discriminação; Condições de segurança e saúde; Minerais provenientes de áreas afetadas por conflitos e de alto risco (conflict minerals). Dessa forma, conseguimos priorizar a gestão sobre os fornecedores em relação ao impacto social potencial. Conforme política de fornecedores: <a href="https://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/responsabilidade-social-corporativa/politica-de-sustentabilidade-na-cadeia-de-fornecimento.pdf">https://www.telefonica.com.br/content/dam/others-sites/telefonica/telefonica-com-br/homepage/pdf/sustentabilidade/responsabilidade-social-corporativa/politica-de-sustentabilidade-na-cadeia-de-fornecimento.pdf</a>			



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Proteção da privacidade</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 106			
GRI 418: Privacidade do Cliente	418-1	Queixas comprovadas relativas à privacidade e perda de dados de clientes	103, 206			
SASB Data Privacy	TC-TL-220a.1	Descrição das políticas e práticas relacionadas à publicidade comportamental e privacidade do cliente	103			
	TC-TL-220a.2	Número de clientes cujas informações são usadas para fins secundários	207			
	TC-TL-220a.3	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados à privacidade do cliente	208			
	TC-TL-220a.4	(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	208			
SASB Data Security	TC-TL-230a.1	(1) Número de não-conformidades com dados (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII) (3) número de clientes afetados	208			
	TC-TL-230a.2	Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados, incluindo o uso de padrões de segurança cibernética de terceiros	103			
<b>Ética e competitividade</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 48, 52			
GRI 205: Anticorrupção 2016	205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	183			
	205-2	Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção	48, 184			
	205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	48, 185			



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão		
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
<b>Ética e competitividade</b>						
GRI 206: Concorrência Desleal 2016	206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	52, 185			
SASB Competitive Behavior & Open Internet	TC-TL-520a.1	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a regulamentos de comportamento anticompetitivo	52			
<b>Experiência do cliente</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 97			
SASB Managing Systemic Risks from	TC-TL-550a.1.	(1) Duração média de interrupção do sistema, (2) frequência média de interrupção do sistema e (3) duração média de interrupção do cliente.	209			
SASB Technology Disruptions	TC-TL-550a.2.	Discussão de sistemas para fornecer um serviço sem interrupções durante as interrupções de serviço	103, 209			
<b>Digitalização</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 67			
<b>Inovação</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 89			
<b>Gestão de riscos</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 44			
<b>Cibersegurança</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	12, 103			
<b>Disclosures extras - indicadores não contemplados na materialidade, mas reportados para manter a série histórica e comparabilidade</b>						
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	57, 183			



Norma GRI/SASB	Conteúdo	Página	Comentários	Omissão			
				Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	64, 67				
	203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	67				
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	128				
	403-2	Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	128				
	403-3	Serviços de saúde ocupacional	128, 131				
	403-4	Participação do trabalhador, consulta e comunicação sobre saúde ocupacional e segurança	128, 131				
	403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	128, 130				
	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	128, 131				
	403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	128				
	403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde ocupacional e segurança	128	Com base no escopo de sistema de gestão, a porcentagem de colaboradores próprios cobertos equivale a 70%			
	403-9	Acidentes de trabalho	199		a. b.	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia segue os requisitos legais e regulatórios previstos para os dados de saúde e segurança do trabalho, bem como em seu escopo certificado pela ISO 45001. Entretanto, para o reporte completo deste indicador conforme os requisitos da norma GRI (2021) que se relacionam com dados de colaboradores terceiros, serão estruturados planos de ação vinculados ao Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026, referente à entidade Telefônica Brasil S.A.



Norma GRI/SASB	Conteúdo		Página	Comentários	Omissão		
					Requisitos omitidos	Motivo	Explicação
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-10	Doenças profissionais			403-10	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia segue os requisitos legais e regulatórios previstos para os dados de saúde e segurança do trabalho, bem como em seu escopo certificado pela ISO 45001. Entretanto, para o reporte completo deste indicador conforme os requisitos da norma GRI (2021) serão estruturados planos de ação vinculados ao Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024 - 2026, referente à entidade Telefônica Brasil S.A.
GRI 415: Políticas públicas 2016	415-1	Contribuições políticas		Em alinhamento com os Princípios de Negócio Responsável e seu compromisso com a neutralidade política, em 2023, a Vivo não realizou contribuições para grupos isentos de impostos, como gastos com campanhas políticas, organizações políticas, lobistas ou organizações de lobby.			
SASB Telecommunication Services	TC-TL-000.A	Número de assinantes sem fio (milhões).	207				
	TC-TL-000.B	Número de assinantes de telefonia fixa (milhões).	207				
	TC-TL-000.C	Número de assinantes de banda larga (milhões).	207				
	TC-TL-000.D	Tráfego de rede (petabytes).	207				
SASB Competitive Behavior & Open Internet	TC-TL-520a.2	Velocidade de download sustentada real média de (1) conteúdo próprio e comercialmente associado e (2) conteúdo não associado	209				
	TC-TL-520a.3	Descrição dos riscos e oportunidades associados à neutralidade da rede, peering pago, classificação zero e práticas relacionadas	64, 209				



# Vivo: uma plataforma de conexões humanas



A Vivo encerra o ano de 2023 comemorando bons resultados financeiros e a evolução da qualidade de suas operações. E vai além disso: o ciclo de enfoque deste relato foi marcado pelo reconhecimento público de diversas ações da Companhia que derivam de seu posicionamento estratégico, indicando um desempenho ainda mais promissor para 2024.

Trabalhamos com o propósito de **Digitalizar para Aproximar pessoas, negócios e toda a sociedade**, apoiando a construção de um país mais conectado e transformando a vida de milhões de brasileiros.

Por isso, os mais de 33 mil colaboradores da Companhia, sua base de 113 milhões de clientes, além de acionistas e parceiros, podem comemorar o fato de que a Vivo chegou à liderança da sustentabilidade empresarial.

Não foi por acaso, portanto, que a Vivo superou muitas de suas metas para o ano, com destaque para os indicadores de diversidade, e ampliou ainda mais seu elo com as pessoas, fazendo cumprir o seu pilar **#TemTudoNaVivo**.

A Vivo também avançou no amadurecimento de suas áreas e frentes de negócio, tornando-se cada vez mais complexa e capilarizada.

Esses resultados foram possíveis porque a Vivo sempre está pensando no próximo passo. **Como uma Companhia que carrega a vida em seu nome, a Vivo acredita que não basta seguir o movimento.** Para se sentir Vivo, é necessário assumir a dianteira da própria trajetória. É por isso que a Vivo carrega a liderança do setor em sua alma e propõe um novo jeito de olhar para o futuro por meio de uma mudança profunda do presente.





Como uma Companhia inserida no cerne da revolução tecnológica e digital, a Vivo quer construir, coletivamente e de maneira consciente, um tipo específico de transformação: a que tornará a vida de milhões de brasileiros melhor.

**Por isso, para a Vivo, a tecnologia é uma grande plataforma de conexão, cujo elo principal são sempre as pessoas.**

Mais do que mensagens instantâneas, o interessante é usá-las para promover encontros. Mais do que velocidade, é importante manejar de maneira inteligente o tempo para que cada um possa viver o seu momento. Mais do que ondas de Wi-Fi, a Vivo quer que as pessoas desfrutem da Companhia umas das outras ao ar livre.

O posicionamento da Vivo representa uma decisão diante da realidade que está posta. É o sorriso e a alegria das pessoas que até pouco

tempo não costumavam estar nas vitrines e nem nos cargos de liderança.

É a recusa em aceitar o estado das coisas e guiar trajetórias de maneira ativa, **usando a tecnologia como um suporte tecnológico que pode nos levar mais rápido em direção ao país dos nossos sonhos.**

Ao final de um ciclo e de mais um Relato Integrado de Sustentabilidade, a Vivo se consolida como uma Companhia multifacetada, andando a passos largos para **ser um reflexo da diversidade de rostos e histórias que compõem o país.** Essa é a verdadeira conexão, de dentro para fora, que a Vivo encampa, pois ela está mesclada à paisagem da vida que se vive nas ruas e casas do Brasil.

Além de garantir acesso à internet e uma grande variedade de produtos a milhões de brasileiros

e brasileiras, com o objetivo de promover a inclusão digital, a Vivo se desafia a guiar o setor de telecomunicações.

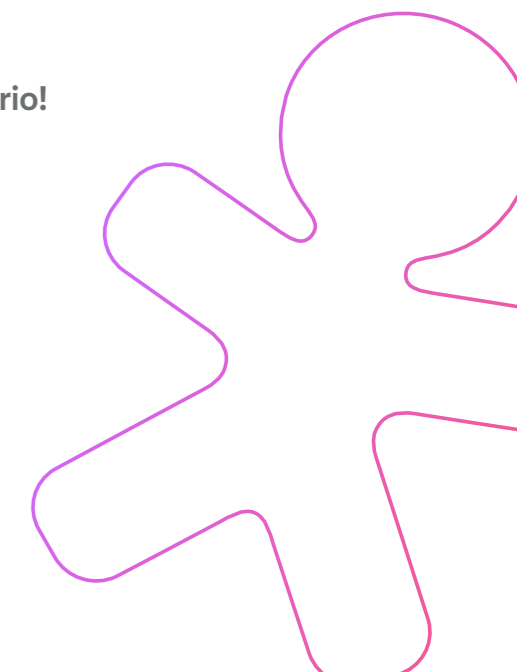
Em 2023, a Companhia moldou os algoritmos de suas plataformas e, portanto, a inteligência artificial, para que eles respeitem e reconheçam, em suas interações com humanos, a face diversa do Brasil, contribuindo na luta do combate ao racismo e outras formas de discriminação também no campo da tecnologia. Esse é apenas mais um exemplo do papel que uma companhia com esse porte e essa posição pode cumprir, além de indicar que o **futuro está, definitivamente, em nossas mãos.**

Ao publicar mais um relato de como se deu suas operações e tomadas de decisão ao longo de 2023, a Vivo divulga bons resultados e compartilha com os seus stakeholders as diversas iniciativas e aprendizados que acumulou. Nada

seria possível sem que essa fosse uma construção inteiramente coletiva, e a **Vivo não seguiria sonhando alto se não estivesse profundamente conectada aos principais desafios de seu tempo.**

Para o próximo ano, a Companhia planeja continuar a conectar os brasileiros, sempre pensando em priorizar relações mais humanas e solidárias. Para dar conta do desafio, a Vivo conta com os seus colaboradores, acionistas, lideranças, clientes e demais parceiros nessa jornada.

**Até o próximo relatório!**





# Relatório de asseguração

GRI 2-5

## RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES SOBRE AS INFORMAÇÕES NÃO FINANCEIRAS CONTIDAS NO RELATO INTEGRADO 2023

**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 2023 da Telefônica relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2023.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relato Integrado 2023, 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 2023;
- preparar as informações de acordo com a *GRI Standards*, com a base de preparação, elaborada pela própria Companhia e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado, emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC), correlata à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council – IIRC;
- desenhar, implementar e manter controles internos sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relato Integrado 2023, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

### NOSSA INDEPENDÊNCIA E CONTROLE DE QUALIDADE

Cumprimos com os requisitos de independência e outras exigências éticas do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) nas NBCs PG 100 e 200 e NBC PA 291, que são fundamentados nos princípios de integridade, objetividade e competência profissional e que, também, consideram o sigilo e o comportamento dos profissionais.

Aplicamos os padrões brasileiros e internacionais de controle de qualidade estabelecidos na NBC PA 01, emitida pelo CFC, e, dessa forma, mantemos um apropriado sistema de controle de qualidade que inclui políticas e procedimentos relacionados ao cumprimento dos requerimentos de ética, padrões profissionais, exigências legais e requerimentos regulatórios.

### RESPONSABILIDADE DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2023 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 elas, 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 2023, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da 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 Relato Integrado 2023, 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 2023, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre atividades e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relato Integrado 2023, 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 2023;
- (b) o entendimento das metodologias 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 2023; 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 auditadas.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a análise da aderência à *GRI Standards*, aos princípios do Relato Integrado, conforme a Orientação CPC 09 – Relato Integrado e ao disposto na base de preparação elaborada pela Companhia.

Nossos procedimentos não incluíram a avaliação da adequação do desenho ou da eficácia operacional dos controles, o teste dos dados nos quais as estimativas se baseiam ou separadamente desenvolver nossa própria estimativa para comparar com a estimativa da Telefônica.

Acreditamos que as evidências obtidas em nosso trabalho são suficientes e apropriadas para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.



## ALCANCE E LIMITAÇÕES

Os procedimentos executados em trabalho de asseguarção limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguarção razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguarção limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguarção razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguarção razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relato Integrado 2023. 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 a *GRI Standards*. portanto, as informações

apresentadas no Relato Integrado 2023 não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões prevêm, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguarção deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados e previamente mencionados neste parágrafo.

A ausência de um conjunto significativo de práticas estabelecidas nas quais se basear para avaliar e medir informações não financeiras permite técnicas de avaliação e medição diferentes, porém aceitáveis, que podem afetar a comparabilidade entre entidades e ao longo do tempo.

Os conteúdos incluídos no escopo desta asseguarção são apresentados na Base de Preparação do Relato Integrado 2023.

## 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 2023 da Telefônica, não

foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os critérios estabelecidos pela base de preparação, pela GRI e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado.

São Paulo, 27 de junho de 2024

PricewaterhouseCoopers  
Auditores Independentes Ltda.  
CRC 2SP000160/O-5

Maurício Colombari  
Contador CRC 1SP195838/O-3



# Expediente

## COORDENAÇÃO GERAL

Negócio Responsável/Sustentabilidade

## CONSULTORIA GRI E CONTEÚDO

blendON

## PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

blendON

## TRADUÇÃO

blendON

## FOTOS

Banco de Imagens Vivo

Envie comentários, dúvidas e sugestões relacionadas ao Relatório para a nossa equipe pelo e-mail

[sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com)

GRI 2-3