

# Relato Integrado 2025



**vivo**

# Sumário

Clique em qualquer item para acessar o conteúdo correspondente

## Mensagem do CEO

### Apresentação

- Sobre o Relato Integrado
- Índices, rankings e ratings
- Jornada em sustentabilidade
- Dupla materialidade
- Engajamento de stakeholders
- Atuação

### Governança e integridade

- Governança Corporativa
- Composição Acionária
- Estrutura de Governança Corporativa
- Avaliação do Conselho de Administração
- Política de Remuneração
- Ética e Integridade
- Governança da Sustentabilidade
- Gestão de Riscos

### Digitalizar para Aproximar

- O propósito da Vivo
- Desempenho econômico-financeiro
- Atuação tributária responsável

### Vivo Total

- Totalização
- Vivo Travel
- Rede móvel e 5G
- Rede fixa e fibra
- Infraestrutura e operação

### Vivo Max

- Novos Negócios
- Saúde e bem-estar
- Serviços financeiros
- Casa Inteligente
- Consumer electronics
- Energia
- Vivo Empresas
- IoT, Big Data e Open Gateway
- Cloud
- Cibersegurança
- Networking
- Inovação Aberta

### Vivo Sempre

- Experiência e jornada do cliente
- Índices de satisfação
- Cultura centrada no cliente
- Canais de relacionamento
- Autorregulação das telecomunicações
- Cobertura nacional e inclusão digital
- Pacto Digital
- Comunicação responsável

### Vivo IA Digital

- Arquitetura tecnológica
- Inteligência Artificial e automação
- Segurança digital
- Privacidade e proteção de dados

### Futuro Vivo

- Responsabilidade social corporativa
- Mensuração e gestão de impactos
- Conduta empresarial responsável
- Fundação Telefônica Vivo
- Energia
- Mudanças climáticas
- Uso de recursos e economia circular
- Produtos e serviços sustentáveis
- Relacionamento com fornecedores

### Eu, nós, Vivo

- Paixão Púrpura
- Atração, retenção e desenvolvimento
- Treinamento e desenvolvimento
- Diversidade, equidade e inclusão
- Saúde, segurança e bem-estar
- Posicionamento da marca
- Patrocínios e outros investimentos sociais

### Anexos

- Estrutura de governança e sua composição
- Gestão de riscos corporativos
- Gestão integrada de materialidade
- Principais compromissos públicos do Plano de Sustentabilidade (PS)
- Global Reporting Initiative (GRI) e Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- Sumário de conteúdo da GRI
- Sumário de conteúdo da SASB
- Relatório de asseguuração



Este Relato é interativo. Para voltar ao sumário, clique no ícone localizado na parte superior direita das páginas internas.

## Mensagem do CEO

GRI 2-22

Em 2025, reafirmamos a consistência de uma trajetória construída com visão de longo prazo. Pelo quarto ano consecutivo, registramos crescimento de receitas acima da inflação, demonstrando a força do nosso modelo de negócios e a capacidade de evoluirmos de forma sustentável em um contexto cada vez mais complexo e competitivo. Este desempenho, reforçado pelos menores níveis de churn da nossa história – 1,0% no pós-pago e 1,5% na fibra –, consolida um marco importante no encerramento do ano. São resultados que refletem uma estratégia orientada pelo propósito de Digitalizar para Aproximar, inserindo o cliente no centro das nossas decisões e oferecendo serviços e soluções que conectam pessoas e empresas, simplificam a vida e geram impacto positivo em cada experiência.

Nossa força operacional se traduz também no reconhecimento público. A Vivo atingiu um valor de mercado de R\$ 107 bilhões<sup>1</sup>, um crescimento de 41,5% no ano, período no qual desembolsamos R\$ 6,4 bilhões, se somarmos os proventos distribuídos aos nossos acionistas e a recompra de nossas ações. Em 2026, distribuiremos ao menos 100% do lucro líquido gerado, por meio de dividendos, juros sobre

<sup>1</sup> Em 31 de dezembro de 2025

capital próprio, recompra de ações e redução de capital. Este conjunto de realizações nos coloca entre as empresas mais valiosas do Brasil e expressa não apenas a nossa solidez financeira, mas também a confiança de clientes, parceiros e investidores em uma companhia preparada para o futuro e comprometida com o crescimento responsável.

O avanço está diretamente conectado à forma como pensamos e agimos. **As 5 Paixões Púrpura – O tempo do cliente é agora; Gente é a nossa melhor tecnologia; Ser curioso pega bem; Dá para ser mais simples; Resultado é comigo** – revisadas e ampliadas como fundamentos de nossa cultura, deixaram de ser apenas valores declarados e se transformaram em compromissos práticos do dia a dia. Elas fortalecem uma atuação mais madura e resiliente, capaz de sustentar os desafios atuais e as oportunidades que se apresentam. É a partir dessa base que se estruturam nossos pilares estratégicos, responsáveis por direcionar decisões, investimentos e prioridades do negócio em 2025.

No **Vivo Total**, o primeiro deles, reforçamos a liderança em conectividade ao investir, no último ano, R\$ 9,3 bilhões na expansão e modernização de

“

Inserir o cliente no centro das nossas decisões e oferecer serviços e soluções que conectam pessoas e empresas, simplificam a vida e geram impacto positivo em cada experiência.”

CHRISTIAN MAUAD GEBARA  
PRESIDENTE DA TELEFÔNICA BRASIL



nossa rede. Conectamos cada vez mais pessoas e empresas com as principais tecnologias, com destaque para 5G e fibra. Em 2025, alcançamos 716 cidades com mais de 67% da população brasileira coberta com a tecnologia 5G. Considerando todas as redes móveis, nossa cobertura atende 98% das pessoas. Mantivemos o pioneirismo com a entrega comercial do 5.5G e avançamos em network slicing, viabilizando novas soluções habilitadas pelo 5G para o setor corporativo.

No mercado móvel, seguimos na liderança, com 38,1% de participação, e a maior base do país, com mais de 103 milhões de acessos. Ao analisar cada segmento individualmente, nosso desempenho também se destaca: somos líderes no market share de pós-pago e no pré-pago, com, respectivamente, 40,3% e 34,1%. Para ampliar nossa proposta de valor, renovamos nosso portfólio e oferecemos novas categorias de planos, com ativação rápida, flexibilidade e a qualidade do 5G da Vivo, reconhecido pela OpenSignal, pela segunda vez consecutiva, como o mais rápido do mundo.

Em paralelo, a fibra permanece como um dos nossos principais motores de crescimento, alcançando 31,0 milhões de domicílios e empresas em 453 cidades. A ampliação da nossa rede ganhará ainda mais tração graças a um importante marco alcançado em abril do ano passado, quando celebramos com a ANATEL o Termo de Autorização nº 1/2025, oficializando a migração do modelo de Concessão para o de Autorização. Uma conquista que abre espaço para investimentos adicionais na digitalização do Brasil, permitindo à Vivo direcionar



**38,1% de participação no mercado móvel, mantendo a liderança e a maior base do país, com mais de 103 milhões de acessos.**

novos aportes para tecnologias mais relevantes para a população, como o avanço da cobertura 4G e 5G em mais de mil municípios nos próximos anos, reduzindo o gap digital do país com aumento da capacidade de rede em centenas de localidades e modernização da infraestrutura de fibra. Neste contexto, esperamos uma monetização de ativos legados de aproximadamente R\$ 4,5 bilhões, sendo R\$ 3 bilhões da venda de cobre e R\$ 1,5 bilhão pela comercialização de imóveis.

A liderança da Vivo, a qualidade do serviço que oferecemos aos nossos clientes e a capilaridade da nossa rede, tanto fixa quanto móvel, são alicerces da nossa proposta de valor, cujo carro-chefe é o **Vivo Total** – oferta convergente que reúne conveniência e vantagens para nossos clientes. Encerramos o ano com 3,4 milhões de acessos de fibra nesta oferta, crescimento anual de 40,9%. O Vivo Total é um forte diferencial competitivo para a Vivo, tendo em vista que o churn de clientes totalizados chega a ser 40% menor em comparação àqueles não-convergentes.

Aliada a isso está nossa inovadora estratégia comercial, que une o melhor do digital ao contato olho no olho. Além do app Vivo, que nos conecta com mais de 28 milhões de clientes todos os meses, mantemos cerca de 1,8 mil lojas físicas que funcionam como hubs de tecnologia, incluindo unidades icônicas como a nova loja da Oscar Freire, em São Paulo, ambiente que valoriza conexões humanas e possibilita ao público viver uma experiência que une inovação, gastronomia, literatura e arte. Complementamos nossa

presença em canais indiretos, contando com cinco mil vendedores B2B e três mil profissionais porta a porta em todo o Brasil.

Esta estrutura cria a base para a diversificação da nossa atuação. No pilar **Vivo Max**, evoluímos com um ecossistema digital robusto, que posiciona a Vivo como uma potente empresa de tecnologia. Estamos presentes em diferentes áreas como serviços financeiros, saúde e bem-estar, educação, casa inteligente, entretenimento, energia, além de soluções de cloud, cibersegurança, IoT, big data e equipamentos de TI. As receitas somadas desses serviços já representam cerca de 12% do faturamento da Companhia.

Projetos estruturantes ilustram essa diversificação. A parceria com a Sabesp para a instalação de 4,4 milhões de hidrômetros inteligentes nas cidades de São Paulo e São José dos Campos (SP) – maior iniciativa desse tipo no mundo – demonstra o papel da Vivo na modernização de serviços essenciais, combinando tecnologia, eficiência operacional e impacto ambiental positivo. Em serviços financeiros, os destaques são nosso empréstimo pessoal, que encerrou o ano com mais de R\$ 1 bilhão em operações concedidas desde sua estreia, e a venda de seguros, com coberturas acessíveis para smartphones e eletrônicos, além de residências e viagens. Também fortalecemos parcerias com OTTs de áudio e vídeo, com ofertas exclusivas, reforçando o leque de possibilidades para que nossos clientes tenham uma experiência cada vez mais completa e relevante. Em 2025, chegamos a 4,1 milhões de assinaturas dessas plataformas por meio da Vivo.



**Mais de 28 milhões de clientes conectados todos os meses pelo app Vivo e cerca de 1,8 mil lojas físicas que funcionam como hubs de tecnologia.**

Aquisições tiveram destaque no ano e fortaleceram o Vivo Max. Compramos a i2GO, uma das principais marcas de acessórios para smartphones e eletrônicos do Brasil, criando uma sinergia estratégica com a Owi, nossa marca própria lançada em 2022, que já se destaca no segmento premium. Juntas, unem forças para oferecer um portfólio completo e de qualidade para diferentes perfis de consumidores. No corporativo, assumimos a divisão de cibersegurança da Telefônica Tech no Brasil, expandindo nosso portfólio B2B com soluções avançadas de segurança da informação.

Recorremos ainda à inovação aberta para fortalecer todo esse ecossistema. Com a expansão do Vivo Ventures, nosso fundo de corporate venture capital, ampliamos o montante total a ser investido para R\$ 470 milhões, um incremento de R\$ 150 milhões em relação ao valor original. Desde a sua criação, já alocamos R\$ 200 milhões em 14 investimentos. Somente em 2025, realizamos sete aportes, incluindo investimentos no Asaas e na 180 Seguros.

Ao expandirmos o portfólio, mantemos o cliente no centro de tudo o que fazemos. No **Vivo Sempre**, nosso próximo pilar, reforçamos a convicção de que, na Vivo, vendemos experiências. Nosso foco é oferecer uma jornada encantadora em todos os pontos de contato, apoiada por excelência de rede, serviços de campo e uma atuação cada vez mais preventiva. Em 2025, alcançamos o melhor NPS da nossa história; iniciativas de monitoramento e comunicação proativa reduziram em 77% o volume de reparos na fibra do cliente; e o

app Vivo se consolidou como principal canal de interação, respondendo por 89% dos contatos.

Com o **Vivo IA Digital**, avançamos de forma consistente na integração entre negócio e tecnologia, impulsionando o uso da Inteligência Artificial (IA) para ampliar nossa eficiência operacional, apoiar decisões e melhorar a experiência dos clientes. Utilizamos soluções de IA há anos e, com a chegada da sua versão generativa, aceleramos nossa jornada rumo a ser uma empresa data-driven. Além de ganhos de produtividade, aprimoramos governança, segurança, qualidade e ética no uso de dados, preparando a Vivo para um futuro de novos ciclos de crescimento com base em tecnologia confiável e escalável.

Olhar para o futuro também significa assumir responsabilidades. No pilar **Futuro Vivo**, os critérios ESG ditam nossas decisões, investimentos e atuação em toda a cadeia. No ano passado, consolidamos nossa posição de referência ao conquistar reconhecimentos importantes, como a liderança no ISE, o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3, que abrange empresas de todos os setores da economia brasileira; a 5ª posição global entre as empresas de telecomunicações do Corporate Sustainability Assessment da S&P Global; além de outros rankings que nos colocam entre as companhias mais sustentáveis do país e com destaque no cenário internacional.

Avançamos também em uma agenda que busca regenerar. Durante o Encontro Futuro Vivo – evento que promoveu reflexões por um mundo

mais sustentável e humano –, firmamos um compromisso inédito e de longo prazo com a biodiversidade por meio da iniciativa **Floresta Futuro Vivo**, desenvolvida em parceria com a re.green. A ação prevê a recuperação e proteção de mais de 800 hectares de floresta na Amazônia, entre o Maranhão e o Pará, nos próximos 30 anos. O projeto contempla o plantio e a conservação de aproximadamente 900 mil árvores, de 30 espécies nativas, a reconexão de fragmentos florestais, a restauração de funções ecológicas e a proteção de espécies ameaçadas, além de gerar oportunidades sustentáveis para as comunidades do entorno.

Como empresa líder em temas ambientais, participamos da COP 30 como apoiadora e painelistas no inédito Pavilhão da Ciência Planetária. Estivemos, junto aos mais renomados cientistas climáticos, contribuindo para fortalecer as discussões que fomentam o desenvolvimento sustentável, com soluções que priorizam as pessoas e a natureza.

No âmbito social, seguimos atuando para reduzir desigualdades no Brasil, com foco em educação e inclusão digital. Em 2025, em paralelo a vários avanços na busca por desenvolver competências digitais para estudantes e educadores do ensino público no país, a Fundação Telefônica Vivo foi selecionada pelo Ministério da Educação (MEC) para contribuir com a ampliação e qualificação dos programas de formação digital de docentes e gestores da rede pública nacional. A plataforma AVAMEC, do MEC, disponibiliza 24 cursos de nossa Fundação voltados ao desenvolvimento

de competências digitais. No voluntariado, mobilizamos mais de 10 mil colaboradores, impactando 45 mil pessoas em 34 cidades brasileiras. Foram apoiados 52 projetos, sendo 26 realizados em escolas públicas.

Tudo isso só é possível graças às pessoas, a nossa melhor tecnologia. No pilar **Eu, nós, Vivo**, valorizamos o indivíduo e a coletividade, promovendo diversidade, inclusão, saúde e bem-estar. Encerramos 2025 com 35% de mulheres em cargos diretos, 39,8% de liderança executiva feminina, 44,8% de colaboradores pretos e pardos, 34,1% de liderança de pessoas pretas e pardas, 5,8% de pessoas com deficiência e 10,1% autodeclarados LGBTI+.

Concluimos o ano ainda mais convictos do nosso propósito de **Digitalizar para Aproximar**. Agradeço a dedicação dos nossos colaboradores, a confiança dos nossos clientes e parceiros e o apoio dos nossos acionistas. Seguimos construindo, juntos, uma Vivo cada vez mais relevante para o Brasil e preparada para o futuro.

**Christian Mauad Gebara**  
Presidente da Telefônica Brasil

# Apresentação

- Sobre o Relato Integrado
- Índices, rankings e ratings
- Jornada em sustentabilidade
- Dupla materialidade
- Engajamento de stakeholders
- Atuação

# Sobre o Relato Integrado

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

A Vivo apresenta o **Relato Integrado 2025**, que compartilha os principais avanços, compromissos e resultados da Companhia com a sociedade e seus públicos de relacionamento. O documento cobre o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025, com exceções pontuais devidamente sinalizadas.

Este relato anual foi estruturado com base nos pilares estratégicos que orientam a atuação da Vivo: Vivo Total, Vivo Max, Vivo IA Digital, Vivo Sempre, Futuro Vivo e Eu, nós, Vivo. Eles refletem o propósito de Digitalizar para Aproximar e conectam a estratégia da Companhia à sua forma de gerar valor e promover a transformação.

Em 2025, as informações socioambientais e de governança representam cerca de 95,3% do escopo das demonstrações financeiras consolidadas da Vivo no Brasil<sup>1</sup>. O conteúdo foi revisado e aprovado pela Diretoria Estatutária da Companhia e contempla informações significativas sobre os índices e provedores de dados ambientais, sociais e de governança (environmental, social and governance – ESG), como o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3) e o Dow Jones Best-in-Class World Index (DJBIC).

A asseguarção externa independente foi realizada pela PricewaterhouseCoopers. As informações financeiras foram

auditadas no momento da divulgação das demonstrações financeiras completas de 2025. O relatório da asseguarção pode ser acessado na **página 186** deste documento.

## Uso de inteligência artificial

Ferramentas de IA foram utilizadas como apoio na organização de informações, elaboração inicial do conteúdo e revisão ortográfica. As demais etapas e seu conteúdo final contaram com suporte de consultoria especializada, assim como a revisão e validação dos executivos e colaboradores da Companhia em conformidade com as diretrizes de transparência, governança e segurança da informação da Vivo.



Para dúvidas, sugestões, comentários sobre este relatório ou qualquer questão relacionada ao negócio, a Vivo disponibiliza o e-mail: [sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com).

## Diretrizes usadas neste relatório



### Global Reporting Initiative (GRI Standards)

De acordo com os conteúdos gerais e específicos, conforme materialidade da Vivo.



### Integrated Reporting Framework (IR Framework)

Alinhado aos capitais, à orientação técnica CPC 09 e às exigências da instrução CVM 14/2020.



### Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Com correlação entre as ações da Vivo e os compromissos globais da ONU.



### Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

Com indicadores específicos do setor de telecomunicações.



### Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

Com diretrizes sobre riscos e estratégias relacionados à natureza.



### Task Force on Nature-related Financial Disclosures (TNFD)

Com diretrizes sobre riscos e estratégias relacionados à natureza.

<sup>1</sup> Empresas consolidadas (Controladas diretas): Terra Networks Brasil Ltda; Telefônica Transportes e Logística Ltda; POP Internet Ltda; FIDC Vivo Pay I, Fundo de Investimento em Direitos Creditórios; FIDC Vivo Pay II, Fundo de Investimento em Direitos Creditórios; FIDC Vivo Pay III, Fundo de Investimento em Direitos Creditórios; Telefônica Cloud e Tecnologia do Brasil S.A.; Telefônica IoT, Big Data e Tecnologia do Brasil S.A.; Vivo Ventures Fundo de Investimento em Participações; Vivo Pay Holding Financeira Ltda; e FiBrasil Infraestrutura e Fibra Ótica S.A..

Empresas consolidadas (Controladas indiretas): Recicla V Comércio e Reciclagem de Sucatas e Metais Ltda (antiga denominação social da TLF 05 Empreendimentos e Participações Ltda.); Vale Saúde Administradora de Cartões S.A.; Telefônica Infraestrutura e Segurança Ltda; TLF01 Empreendimentos e Participações Ltda.; Samauma Brands Comércio, Importação Exportação de Eletro-eletrônicos Ltda.; Telefônica Cibersegurança e Tecnologia do Brasil Ltda. e Vivo Pay Sociedade de Crédito Direto.

Empresas não consolidadas (Controle conjunto): Aliança Atlântica Holding B.V; Companhia AIX de Participações; Companhia ACT de Participações; e GUD Comercializadora de Energia S.A

## Acessibilidade e navegabilidade

Este Relato foi desenvolvido para assegurar clareza, inclusão e facilidade de uso.

- Estruturação e marcação técnicas do relatório, conectando os tópicos para garantir leitura contínua e lógica para leitores de tela e outras tecnologias assistivas, sempre respeitando a ordem correta dos conteúdos.
- Adoção de cores e contrastes adequados para assegurar clareza visual e facilitar a leitura.
- Tamanhos e espaçamentos tipográficos que favorecem o conforto visual e a compreensão.
- Descrições textuais para imagens e gráficos.
- Versão em audiolivro do documento.

## Interatividade e navegação

- ≡ Acesso rápido aos principais temas por meio de um sumário funcional.
- 👁️ Acesso direto às seções relacionadas nas aberturas de capítulo.
- 🔗 Identificação clara de links internos ao longo do relatório.
- 📄 Referências a conteúdos complementares externos ao documento.
- ≡ Navegação previsível e consistente entre páginas e seções.

# Destques 2025<sup>1</sup>

## Governança

**+100**

indicadores integrados ao Plano de Sustentabilidade (PS) compõem a estratégia ESG da Vivo

**20%**

da remuneração de curto prazo vinculada a metas ESG

**10%**

da remuneração de longo prazo de executivos vinculada a metas ESG

**R\$ 230 milhões**

investidos pelo Vivo Ventures em 13 startups desde 2022

**23 startups**

no portfólio da Wayra

**Fundos de Corporate Venture Capital**

usados como motor de inovação

**98%**

dos colaboradores treinados nos Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética da Companhia)

**Segurança Digital**

Estratégia acompanhada por membro do Conselho de Administração

**Programa Parceiro Plural**

Desenvolvimento de fornecedores em ética, direitos humanos, diversidade, privacidade e gestão de riscos

## Ambiental

**30 anos**

de compromisso com a restauração e conservação da biodiversidade na Amazônia

**+800 hectares**

da Amazônia serão restaurados

**900 mil**

árvores serão plantadas

**91%**

de redução de emissões de GEE (escopos 1 e 2 vs. 2015)

**90%**

dos fornecedores carbono-intensivos com compromissos climáticos

**R\$ 3,5 bilhões**

em receitas ligadas à transição para economia de baixo carbono

**71 GWh**

de economia com eficiência energética

**100%**

da energia elétrica de fontes renováveis

**78 usinas**

de geração distribuída para sites de baixa tensão

**COP30**

Apoiadora e painelista no primeiro Pavilhão da Ciência Planetária

**232 toneladas**

de resíduos eletrônicos reciclados por meio do Vivo Recycle, desde o início do programa em 2006

<sup>1</sup>Fechamento em 31/12/2025

## Social

**34,1%**

de pessoas negras em cargos de liderança

**39,8%**

da liderança executiva são mulheres

**10,1%**

do quadro de colaboradores é formado por pessoas LGBTQIA+

**5,8%**

do quadro corresponde à participação de pessoas com deficiência

**2,4 milhões**

de pessoas beneficiadas pela Fundação Telefônica Vivo

**R\$ 47 milhões**

de investimento social, com recursos próprios

**11 mil voluntários**

no Dia dos Voluntários Telefônica, beneficiando 52 projetos

**32 mil colaboradores**

e 50 mil dependentes com acesso ao Hospital Púrpura, com atendimento médico virtual 24 horas por dia, 7 dias por semana

**Uso consciente da tecnologia e saúde mental**

Liderança do movimento por um uso mais equilibrado das telas, por meio de iniciativas que convidam as pessoas a refletirem sobre sua relação com a tecnologia

## Negócios

**116,7 milhões**

de acessos

**R\$ 107 bilhões<sup>1</sup>**

em valor de mercado  
41,5% de crescimento

**R\$ 59,6 bilhões**

em receita líquida  
6,7% de crescimento

**R\$ 24,8 bilhões**

de EBITDA  
8,5% de expansão

**67,7%<sup>1</sup>**

da população brasileira coberta por 5G

**716**

municípios com cobertura 5G

**31 milhões**

de domicílios com fibra

**R\$ 5,3 bilhões**

em receitas digitais B2B com crescimento de 29,5%

**12% das receitas associadas à atuação como ecossistema digital**

Considerando áreas como serviços financeiros, saúde e bem-estar, casa inteligente, entretenimento, energia, além de soluções de cloud, cibersegurança, IoT, big data e equipamentos de TI

<sup>1</sup>Em 31 de dezembro de 2025

# Principais Reconhecimentos

## Governança

- **Empresa do Ano** na premiação Melhores do ESG 2025 da revista Exame.
- Única telecom brasileira no **Dow Jones Best-in-Class World Index** e 6º ano consecutivo no **The Sustainability Yearbook** da S&P.
- 1º lugar no **Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3)**.
- Pelo terceiro ano consecutivo, **uma das 100 empresas mais sustentáveis do mundo**, segundo a Corporate Knights.
- Programa de Compliance do Ano no **Leaders League Compliance Summit and Awards 2025**.
- Top 10 e Líder do Setor no ranking **Merco de Reputação Corporativa**.
- Líder do setor em inovação segundo o prêmio **Valor Inovação Brasil 2025**.

## Ambiental

- **A List no CDP**, figurando pelo 6º ano consecutivo entre as líderes na agenda climática.
- **A-List do Supplier Engagement Assessment (SEA) do CDP**, entre as líderes em engajamento climático com fornecedores.
- Presente no **Índice Carbono Eficiente (ICO2 B3)** desde 2010.
- Programa de Carbono na Cadeia de Fonecedores da Vivo integrou o **Business Action Bank**, de melhores práticas corporativas, do WBCSD (World Business Council for Sustainable Development).
- **Selo Ouro** no GHG Protocol desde 2012.

## Social

- Top 6 das **Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil 2025**, na categoria Gigantes (mais de 10 mil colaboradores), no ranking nacional da **Great Place to Work (GPTW)**.
- Única brasileira e do setor na **Change the World List** da revista Fortune.
- Prêmio da **Ambição 2030 do Pacto Global da ONU**, com case de Mulheres na Liderança.
- Premiação de **Diversidade da GPTW** Brasil, destaque no ranking étnico-racial (6º lugar), LGBTI+ (7º lugar) e mulher (13º lugar).
- Prêmio **Estadão Empresas Mais**, categoria Ética e Cidadania.
- Prêmio Anatel de Acessibilidade – 1º lugar no **Prêmio Anatel de Acessibilidade em Telecomunicações 2025**.

## Negócios

- **Marca mais lembrada** em Telefonia Celular, Banda Larga e 5G pelo Prêmio Top Of Mind 2025.
- **Melhor Banda Larga** da América Latina, **Melhor Banda Larga** do Brasil, **Melhor Fibra** do Brasil e **Melhor Wi-Fi** do Brasil pelo NPERF AWARDS 2025.
- Vencedora na categoria Tecnologia e Telecomunicações, no **Melhores e Maiores 2025**, da Revista Exame.
- **7ª marca mais valiosa** do Brasil no ranking Kantar BrandZ 2024/2025.
- Troféu Ouro de **Maturidade em Experiência do Cliente** no Prêmio CX Cliente SA, da Cliente SA em parceria com a V2 Consulting.
- Destaque no **Anuário Telecom** no segmento de **Serviços Convergentes** (inclui banda larga, telefonia móvel e prestação de serviços).

# Índices, rankings e ratings

	Desempenho	Última atualização
Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)	Constituinte	Maio de 2025
Dow Jones Best-in-Class World Index	Única telecom brasileira no índice, e 5º melhor desempenho do setor no mundo	08/12/2025
S&P Global 1200 Scored & Screened Index	Constituinte	Março de 2025
S&P Global LargeMidCap Scored & Screened Index	Constituinte	Março de 2025
Índice S&P/B3 Brasil ESG	Top 10 constituintes do índice (market share)	Março de 2026
CDP Climate Change	“A List” (D- a A)	Janeiro de 2026
CDP Avaliação do Engajamento do Fornecedor (SEA)	“A List”	Abril de 2026
Índice de Carbono Eficiente (ICO <sub>2</sub> )	Constituinte	Janeiro de 2026
FTSE4Good	Constituinte	Junho de 2024
Bloomberg Gender-Equality Index (GEI)	Listados no índice da Bloomberg focado em transparência em relação a gênero	Abril de 2025
Índice Teva Mulheres	Constituinte	Abril de 2026
Bloomberg	7,23 (0 a 10)	Março de 2026
MSCI	A (CCC a AAA)	Março de 2026
Sustainalytics	14,5 (0 a 40 / Quanto menor, melhor)	Abril de 2025
ISS ESG (IG Corporate Rating)	B (D- a A+)	Prime Status
ISS ESG (Quality Score)	Env: 1 / Soc: 1/ Gov: 1 (1 a 10 / Quanto menor, melhor)	E e S: Dezembro de 2025 / G: Fevereiro de 2026
FTSE	44 (0 a 100)	Junho de 2025
Moody's	66 (0 a 100)	Outubro de 2024
S&P Global CSA	90 (0 a 100)	Março de 2026

Sistema de gestão	Norma / Referência	Auditoria interna	Auditoria externa
Gestão de Ética e Integridade	DSC 10000	–	✓
Gestão Ambiental	ISO 14001	✓	✓
Responsabilidade Corporativa	ISO 26000	–	✓

Sistema de gestão	Norma / Referência	Auditoria interna	Auditoria externa
Gestão de Segurança da Informação	ISO 27001	✓	✓
Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional	ISO 45001	✓	✓
Gestão de Energia	ISO 50001	✓	✓

# Jornada em sustentabilidade

Em sua jornada de sustentabilidade, orientada pelo pilar Futuro Vivo, a Vivo tem alcançado marcos importantes que reforçam seu compromisso com o desenvolvimento responsável.

- 2004** Primeiro informe de responsabilidade corporativa no Brasil, alinhado à Global Reporting Initiative (GRI).
- 2005** Aprovação do Código de Ética pelo Conselho de Administração.
  - Implantação do Vivo Recycle, com 5 milhões de itens recolhidos, incluindo mais de 1 milhão de celulares.
- 2006** Primeiro compromisso com a sustentabilidade nos Princípios de Atuação.
  - Instituição das primeiras metas globais de sustentabilidade.
- 2007** Aprimoramento da performance ambiental alinhada à SBTi.
  - Realização da 1ª materialidade para os informes de responsabilidade corporativa.
- 2009** Criação da primeira política ambiental, aprovada pela Alta Administração.
- 2010** Adesão da Vivo ao Pacto Global da ONU.
  - Entrada da Vivo na carteira do ISE B3, índice de empresas com melhores práticas de sustentabilidade e governança.
- 2011** Divulgação de informações ESG em relatórios financeiros e de mercado.
- 2012** Obtenção do Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol.
- 2014** Criação do Comitê de Princípios de Atuação para incorporar melhores práticas empresariais, incluindo sustentabilidade, à estratégia da Companhia.
- 2015** Lançamento da Política de Sustentabilidade para a cadeia de fornecimento.
  - Criação de página para comunicação de projetos e ações de sustentabilidade e governança.
  - Divulgação do Plano de Negócios Responsáveis (PNR) com indicadores estratégicos de sustentabilidade.
- 2016** CEO torna-se sponsor da estratégia ESG, com reporte anual ao Conselho de Administração da Espanha.
  - Certificação ISO 14001 do Sistema de Gestão Ambiental em mais de 80% dos estados brasileiros.
  - Adesão aos Women's Empowerment Principles (WEPs) da ONU Mulheres.
- 2018** Reformulação do Centro de Privacidade, com informações sobre proteção de dados dos clientes.
  - Criação do Comitê de Negócio Responsável e Reputação, liderado pelo CEO.
  - 100% de energia renovável no Escopo 2 desde novembro de 2018.
- 2019** Divulgação de resultados ESG nas apresentações a investidores.
  - Primeira empresa carbono neutro do Grupo Telefônica no setor na América Latina.
  - Lançamento da Política Global de Direitos Humanos.
  - 20% da remuneração variável dos executivos vinculada a temas de sustentabilidade.
- 2020** Certificação LEED Platinum da loja Vivo Shopping Villa Lobos (SP).
  - Reformulação do Comitê de Qualidade, incorporando sustentabilidade.
  - Implementação e certificação da ISO 26000.
  - Primeiro reporte da Vivo no questionário climático do CDP.
  - Certificação ISO 50001.
- 2021** Inclusão de seção ESG no site de Relações com Investidores.
  - Mobilização de fornecedores intensivos em CO<sub>2</sub> para redução de emissões e fortalecimento da economia de baixo carbono.
  - Realização do Estudo de Riscos Climáticos.
- 2022** 1ª emissão de debêntures ESG (SLB) com metas de redução de CO<sub>2</sub> e diversidade racial na liderança.
  - Atualização dos Princípios de Negócio Responsável, o Código de Ética do Grupo Telefônica.
  - Criação do Vivo Ventures, fundo de investimento em startups.
- 2019** Divulgação de resultados ESG nas apresentações a investidores.
  - Primeira empresa carbono neutro do Grupo Telefônica no setor na América Latina.
  - Lançamento da Política Global de Direitos Humanos.
  - 20% da remuneração variável dos executivos vinculada a temas de sustentabilidade.
- 2022** Compromissos assumidos na Ambição 2030 do Pacto Global: Net Zero, Elas Lideram, Raça é Prioridade, Mente em Foco e Salário Digno.
  - Remuneração de longo prazo ESG vinculada à VIVT3 com metas climáticas.
  - Compromisso com a biodiversidade junto ao CEBDS.
- 2023** Divulgação do estudo “Vivo pelos ODS 2030”, com a visão estratégica de sustentabilidade alinhada à Agenda 2030.
  - Sexto compromisso da Ambição 2030 do Pacto Global: Conexão Circular.
  - Lançamento do Plano de Ação Climática.
  - Diagnóstico de impactos à biodiversidade.
- 2024** Inclusão no DJSI World, reconhecimento pela estratégia de sustentabilidade.
  - Criação do pilar Futuro Vivo, do propósito “Digitalizar para Aproximar”.
  - Primeira empresa do setor signatária do TNFD.
  - ESG Day Vivo: antecipação da meta Net Zero (2035), ampliação de metas de diversidade racial e de gênero e lançamento da meta de circularidade.
- 2025** Encontro Futuro Vivo: lançamento do Projeto Floresta Futuro Vivo, compromisso de 30 anos com a regeneração da Amazônia.
  - Vivo na COP30: apoiador e painalista do primeiro pavilhão da Ciência Planetária, e coordenador de painel no Pavilhão Brasil.
  - ISE B3: mais um ano entre as líderes no Índice de Sustentabilidade Empresarial.

# Dupla materialidade

GRI 3-1

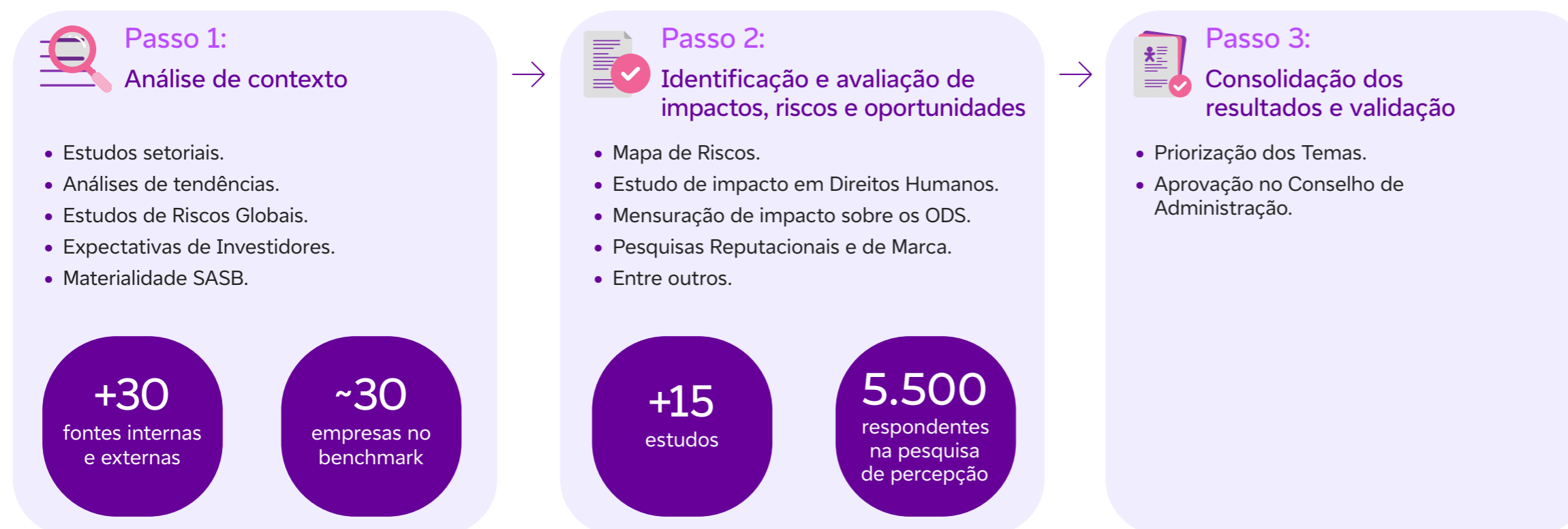
Em 2025, a Vivo finalizou a atualização de sua análise de dupla materialidade para refletir mudanças na cadeia de valor, expectativas dos stakeholders e a evolução dos seus impactos, riscos e oportunidades. A revisão da dupla materialidade ocorre anualmente, sendo adotada pela Companhia desde 2021.

Para condução do processo, a Companhia adotou as diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI) e Relato Integrado – CVM 14/ CPC 09. Também monitorou a aderência aos requisitos de outros frameworks e assessments ESG, incluindo AA1000, ISE, CSA/S&P, COSO ISCR, entre outros. Além disso, atuou de forma

colaborativa com o Grupo Telefónica para o atendimento aos Padrões Europeus de Relato de Sustentabilidade (Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD).

## Processo de Dupla Materialidade

GRI 3-1



### Passo 1: Análise de contexto

GRI 3-1

A análise de contexto determina quais questões devem ser consideradas na identificação e avaliação de impactos, riscos e oportunidades. Neste processo foram consideradas:

- **Fontes internas e externas:** cadeia de valor da Companhia, documentos internos de estratégia, expectativas de investidores e analistas, contexto regulatório de sustentabilidade, benchmark de empresas do setor, frameworks setoriais (SASB) e outras publicações.
- **Partes interessadas:** análise de expectativas dos stakeholders a partir de canais e formas de relacionamento com a empresa. Além disso, consultas com diferentes partes interessadas foram realizadas.

Nesta etapa, a Vivo considerou **mais de 30 fontes internas e externas**, como estudos setoriais, análises de tendências e riscos globais. Foram analisadas **cerca de 30 empresas** do setor de telecomunicações e de setores correlatos aos negócios da Vivo, permitindo posicionar a Companhia em relação às melhores práticas do mercado.



## Passo 2: Identificação e avaliação de impactos, riscos e oportunidades

GRI 3-1

### Impactos

Os impactos podem ser potenciais ou reais, positivos ou negativos e representam o impacto que a Companhia pode gerar no meio ambiente e nas pessoas como resultado de sua estratégia, modelo de negócios ou cadeia de valor. A partir da lista de tópicos levantada na etapa anterior, mais de 20 áreas da empresa responsáveis por estes tópicos foram envolvidas, identificando, avaliando e validando os diferentes impactos.

### Riscos e oportunidades

Os riscos e as oportunidades decorrem de eventos ou condições externas relacionados à sustentabilidade que podem causar um efeito negativo (no caso dos riscos) ou um efeito positivo (no caso das oportunidades) para o valor econômico da Companhia. Para os riscos, o Modelo Global de Gestão de Riscos (Enterprise Risk Management - ERM) é a principal fonte de informação, a partir do exercício de gestão de riscos, que a empresa realiza regularmente. Para as oportunidades, além da participação das diferentes áreas da empresa, o time de Estratégia foi envolvido, identificando os tópicos associados ao Planejamento Estratégico.

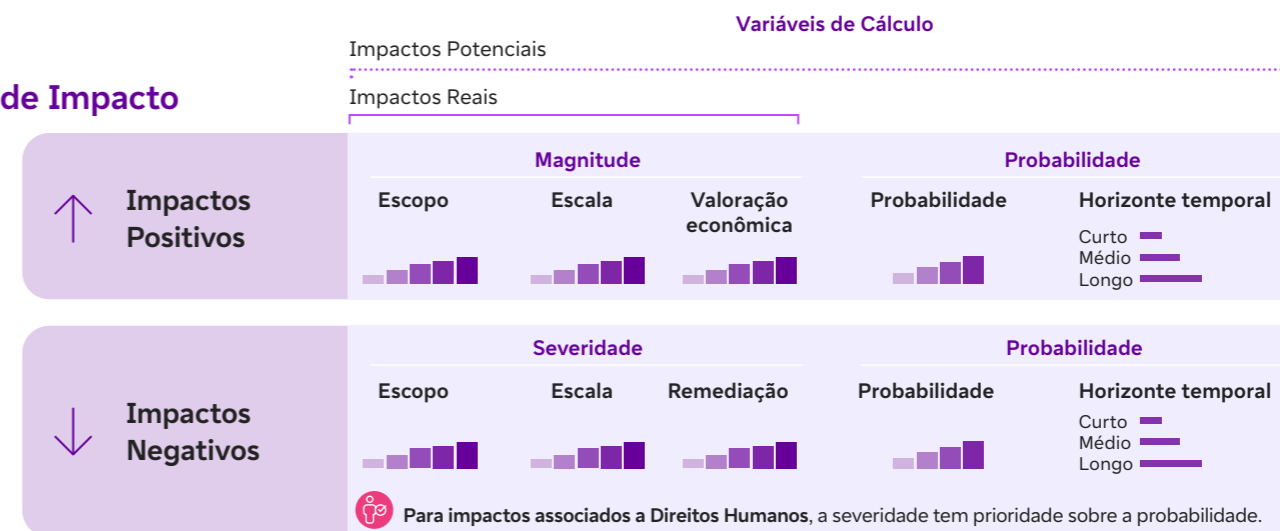
Nessa etapa, foram analisados mais de 15 estudos desenvolvidos pelas áreas gestoras internas, que apresentaram avaliações sobre a forma como a organização afeta ou é afetada sobre os tópicos avaliados, tais como: impacto de direitos humanos na operação e cadeia de suprimentos, mensuração de impacto socioambiental e sobre os ODS, estudo de riscos e oportunidades climáticas, pesquisas reputacionais, pesquisas com colaboradores (eNPS), avaliação de aspectos e impactos ambientais, entre outros

### CONSULTA A STAKEHOLDERS

Para coleta de percepções em relação a importância dos tópicos, a Vivo também realizou pesquisa com mais de 5.500 respondentes, que avaliaram os temas sob duas perspectivas: impactos para os negócios e impactos da Companhia na sociedade e no meio ambiente. O processo de consulta seguiu as orientações da norma AA1000.

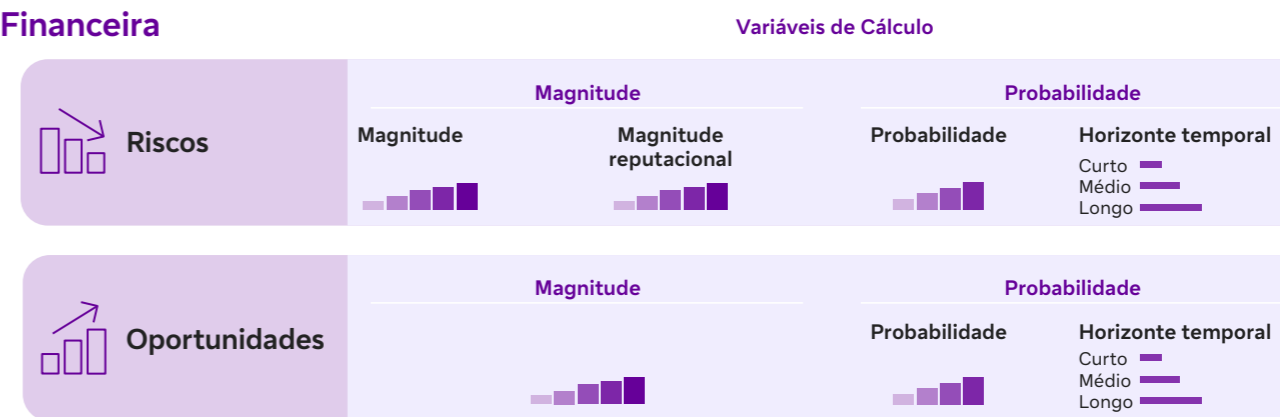
### Materialidade de Impacto

Temas que representam impactos na economia, meio ambiente e nas pessoas



### Materialidade Financeira

Temas cuja omissão influencia os usuários de relatórios financeiros



### Variáveis utilizadas na avaliação

A **magnitude / severidade** abrange a escala, o escopo e, quando aplicável, a valoração econômica e o caráter remediável. A **probabilidade** é calculada multiplicando-se a probabilidade de ocorrência pelo horizonte temporal.

#### Materialidade de Impacto

- **Escala:** dimensão ou relevância do impacto.
- **Valoração econômica:** impacto econômico sobre pessoas e recursos (apenas impactos positivos).
- **Escopo:** extensão do impacto.
- **Caráter remediável:** dificuldade de neutralizar ou corrigir danos (apenas impactos negativos).
- **Probabilidade de impacto:** chance de ocorrência do impacto.
- **Horizonte temporal:** prazo em que o impacto tende a ocorrer (curto, médio ou longo prazo).

#### Materialidade Financeira

- **Magnitude:** impacto potencial financeiro.
- **Magnitude reputacional:** nível de exposição ao risco (apenas riscos).
- **Probabilidade:** chance de ocorrência do risco ou oportunidade.
- **Horizonte temporal:** prazo de materialização (curto, médio ou longo).

As faixas representam a escala aplicada na avaliação da variável.



### Passo 3: Consolidação dos resultados e validação

GRI 3-1, 2-14

Posteriormente, foi definido o limiar de determinação da materialidade de impacto e da materialidade financeira com base na priorização da importância relativa dos temas.

- **Materialidade de impacto:** considera temas com maior potencial de gerar efeitos significativos sobre pessoas, meio ambiente e demais partes interessadas.
- **Materialidade financeira:** considera o nível de influência que cada tema pode exercer sobre o desempenho econômico e financeiro da Companhia.

Essa abordagem permitiu a organização, a priorização e a testagem dos temas, evitando inconsistências entre os dados. Este processo de atualização, bem como os temas avaliados, foram apresentados e discutidos no Comitê de Qualidade e Sustentabilidade e **aprovados no Conselho de Administração.**

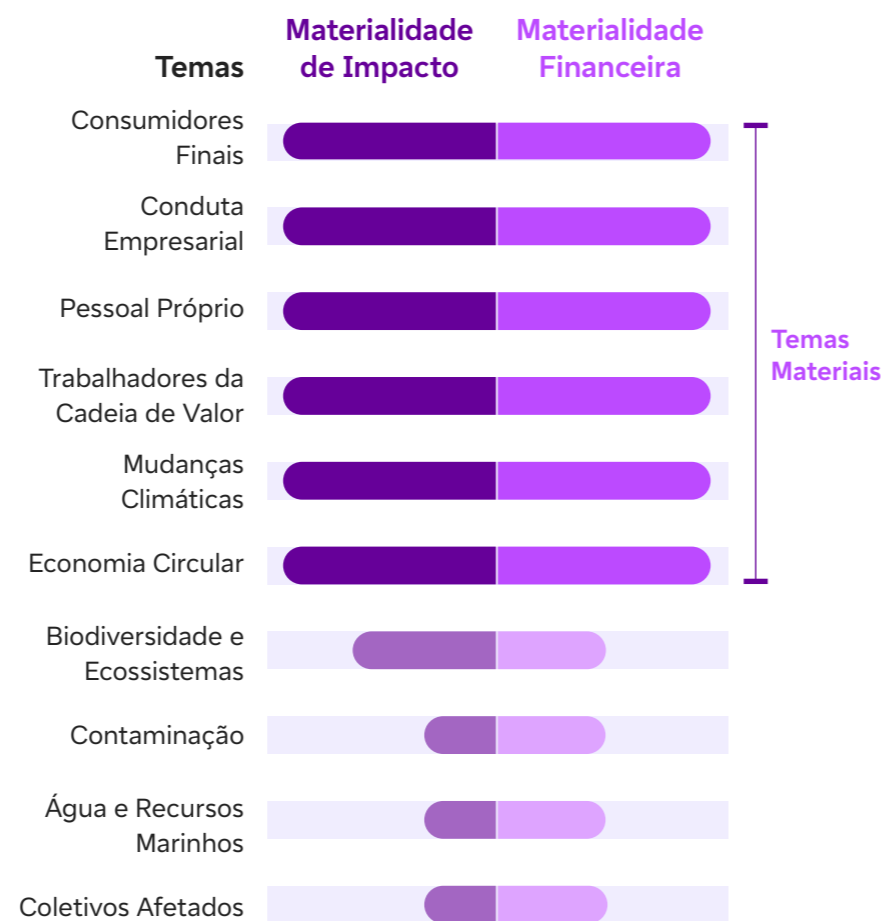


Mais informações sobre os temas materiais na página 137.

Compromissos associados aos temas materiais na página 138.

### Priorização dos Temas Materiais




















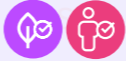





GRI 3-2



### Visão integrada dos temas materiais

GRI 3-2

A tabela consolida a relação entre os temas materiais da Vivo e os principais referenciais e conteúdos utilizados em sua gestão e reporte.

	Tema Material	Capitais do Relato Integrado	ODS Prioritários	Itens Relacionados
	<b>Mudanças Climáticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Natural</li> <li>Manufaturado</li> <li>Social e de Relacionamento</li> <li>Financeiro</li> </ul>	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adaptação climática</li> <li>Mitigação climática</li> <li>Energia</li> </ul>
	<b>Economia Circular</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Natural</li> <li>Manufaturado</li> <li>Financeiro</li> </ul>	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestão de resíduos</li> <li>Práticas circulares</li> </ul>
	<b>Condução Empresarial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manufaturado</li> <li>Intelectual</li> <li>Humano</li> <li>Social e de Relacionamento</li> </ul>	   	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ética, transparência e gestão de riscos</li> <li>Qualidade de rede</li> <li>Segurança digital</li> <li>Gestão de fornecedores</li> </ul>
	<b>Pessoal Próprio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intelectual</li> <li>Humano</li> <li>Social e de Relacionamento</li> </ul>	   	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atração, retenção e desenvolvimento de talentos</li> <li>Condições de trabalho</li> <li>Diversidade, Igualdade e Inclusão</li> <li>Privacidade</li> </ul>
	<b>Trabalhadores da Cadeia de Valor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intelectual</li> <li>Humano</li> <li>Social e de Relacionamento</li> </ul>	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atração, retenção e desenvolvimento de talentos</li> <li>Condições de trabalho</li> <li>Privacidade</li> </ul>
	<b>Consumidores Finais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financeiro</li> <li>Manufaturado</li> <li>Humano</li> <li>Social e de Relacionamento</li> </ul>	    	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digitalização</li> <li>Experiência e relacionamento com o cliente</li> <li>Inclusão Digital</li> <li>Inovação e Inteligência Artificial</li> <li>Privacidade</li> <li>Uso responsável e seguro da tecnologia</li> </ul>



# Engajamento de stakeholders

## GRI 2-29

A Vivo conduz suas atividades com base nos **Princípios de Negócio Responsável (PNR)**, que orientam sua atuação ética, transparente e responsável junto às partes interessadas. Para garantir que esses valores sejam compreendidos, a Companhia mantém uma comunicação contínua, acessível e clara com seus públicos.

O engajamento é guiado pela **Política de Engajamento com as Partes Interessadas**, que estabelece diretrizes para identificar grupos relevantes, definir níveis de interação e monitorar o alinhamento entre expectativas e entregas. A metodologia, desenvolvida internamente e alinhada às melhores práticas, envolve consultas a diversas áreas e permite mapear e analisar as relações com stakeholders, priorizando-os por categorias.

A Vivo se compromete a fornecer informações precisas, completas e no momento adequado, tanto em relatórios regulatórios quanto em comunicações públicas. Os engajamentos estratégicos são acompanhados por indicadores específicos.

## Estratégia de gestão

### Mapa de partes interessadas

- Mapa de todas as partes interessadas.
- Identificação de aspectos materiais.
- Priorização dos stakeholders principais.

### Objetivos de negócio

- Definição de temas materiais com base na dupla materialidade.
- Identificação de parceiros internos e processos externos de engajamento.
- Estabelecimento de objetivos e planos de ação.

### Engajamento das partes interessadas

- Seleção dos stakeholders prioritários.
- Definição do modelo de engajamento.
  - a. Diálogo especializado.
  - b. Monitoramento periódico.
  - c. Colaboração em desafios comuns.
- Identificação de diferenças de percepção e desempenho.
- Planos de ação e remediação.

Parte interessada	Canal de diálogo	KPI impactado
<b>Cientes</b>	Conselho de Usuários	Reuniões com conselheiros
	Canais digitais	Total de clientes
	Pesquisa de relacionamento multicanal	Número de pesquisas concluídas
<b>Colaboradores</b>	eNPS	Taxa de resposta
	Workvivo	Porcentagem de usuários ativos mensais
<b>Fornecedores, parceiros estratégicos e de negócios</b>	Pesquisa de fornecedores	Índice de satisfação
<b>Acionistas e investidores institucionais</b>	Assembleia Geral de Acionistas	Número de acionistas presentes
	Atividades de engajamento	Reuniões com acionistas minoritários
		Roadshow e conferências (investidores institucionais)
		Acionistas minoritários
		Investidores institucionais
<b>Conselho de Administração Telefônica</b>	Reuniões com conselheiros	Número de reuniões realizadas
<b>Instituições financeiras</b>	Área financeira da Vivo	Número de reuniões realizadas
<b>Sociedade</b>	Reputação	Número de entrevistas RepTrak concluídas
	Mídias sociais	Número de seguidores (@Vivo)
<b>Comunidades locais</b>	Canal de consultas	Número de consultas respondidas e resolvidas
<b>Entidades governamentais, agências reguladoras e de análise</b>	Reuniões com reguladores	Número médio de reuniões
	Área de Relações Institucionais da Vivo	Número de reuniões realizadas
<b>Formadores de opinião e mídia</b>	Relacionamento com imprensa (comunicados, entrevistas, convites e respostas)	Processos de gestão de comunicação
<b>Órgão de proteção e defesa do consumidor e órgãos reguladores</b>	Área de Relações Institucionais da Vivo	Número de reuniões realizadas por ano
<b>Associações e ONGs</b>	Fundação Telefônica Vivo e Área de Sustentabilidade	Número de consultas respondidas

# Atuação

GRI 2-6

A Telefônica Brasil S.A. é a detentora da marca **Vivo**, líder do setor de telecomunicações no país. 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, fornecendo um ecossistema digital que atrai **mais de 116 milhões de acessos**, 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.

A sede da Vivo está localizada em São Paulo (SP), mas a Companhia possui operações em todo o Brasil, com mais de 32 mil colaboradores diretos e quase 100 mil indiretos. Seu modelo de negócio é orientado para prover infraestrutura de rede nacional, posicionando-se como um hub digital, oferecendo um amplo portfólio de serviços.

O modelo de marca está orientado pela visão de “ter o cliente no centro de tudo o que é feito”, sustentando o objetivo da Vivo de atuar como plataforma de conexão entre as pessoas.

Desde sua estruturação em 2009, o modelo passou a organizar a atuação das marcas do grupo, atribuindo à marca Telefônica o papel corporativo e institucional nas diferentes localidades e à marca Vivo, juntamente com outras marcas comerciais, a materialização da oferta integrada de produtos e serviços, com foco na padronização e na simplificação da experiência do cliente.

A Vivo está presente em todo o país e cobre cerca de:

**31 milhões**  
de domicílios com fibra

A Companhia chegou a:

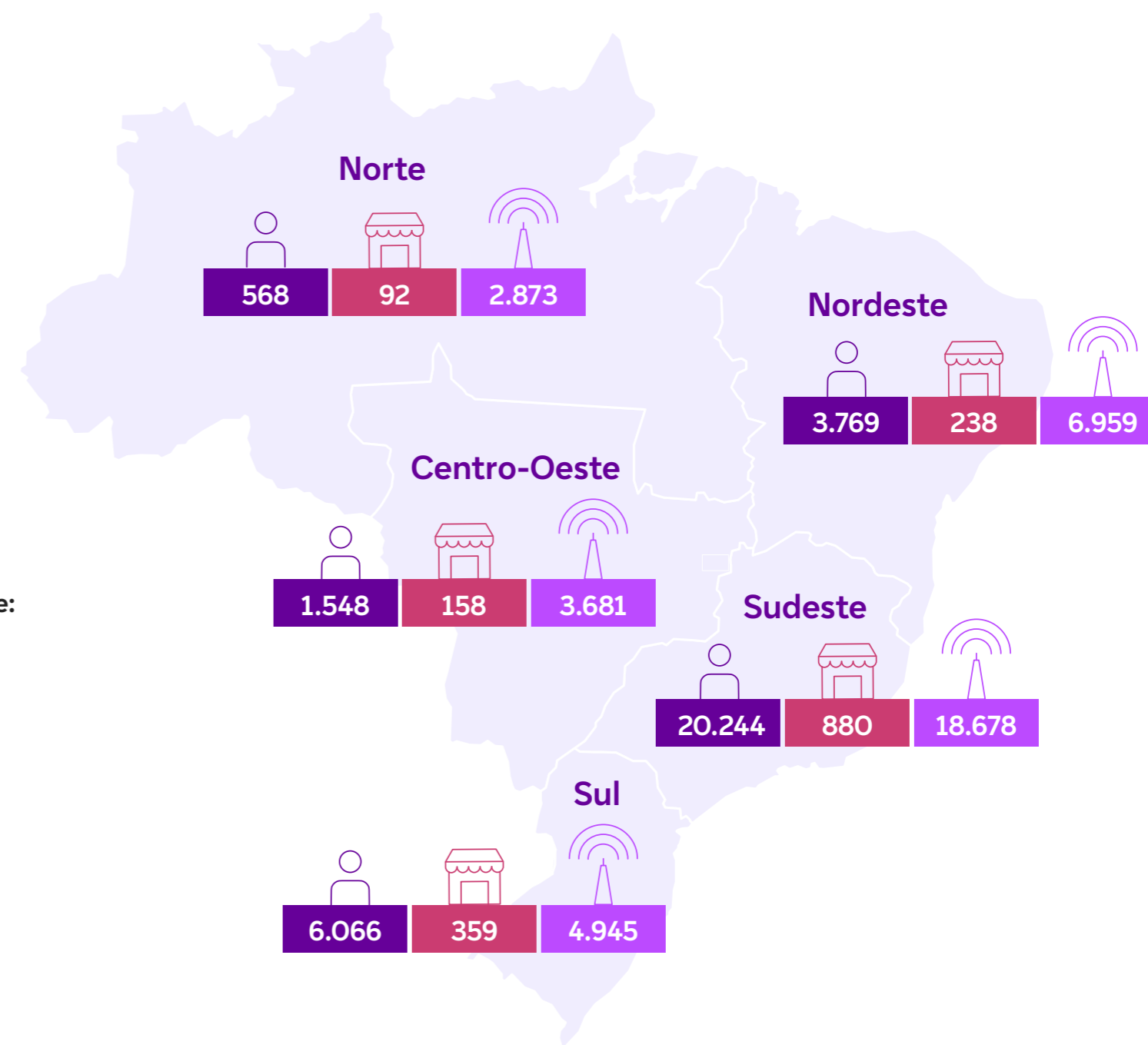
**716**  
municípios com cobertura 5G



### Estrutura

**1.727** lojas próprias e revendas

**37.136** estações rádio base (ERBs)



# Governança e integridade

- Governança Corporativa
- Composição Acionária
- Estrutura de Governança Corporativa
- Avaliação do Conselho de Administração
- Política de Remuneração
- Ética e Integridade
- Governança da Sustentabilidade
- Gestão de Riscos

## Governança Corporativa

GRI 2-12, 2-13, 3-3 Tema material: Conduta empresarial

A Vivo é uma companhia de capital aberto, com ações listadas na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão (B3) e com valores mobiliários American Depositary Receipts (ADR) negociados na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE). A governança corporativa segue padrões elevados de ética e transparência, em conformidade com a legislação aplicável vigente e as normas do mercado de capitais. As diretrizes relativas à governança corporativa da Vivo estão formalizadas no **Estatuto Social** e em normativas internas da Companhia que orientam a atuação da Administração.

## Composição Acionária

GRI 2-1

A Telefônica Brasil S.A. é uma sociedade por ações de capital aberto, com operação no Brasil e com sede na Avenida Eng. Luiz Carlos Berrini, 1376, na cidade de São Paulo, estado de São Paulo, que possui a Telefónica S.A. como acionista controladora, detentora, direta e indiretamente, de 77,13% do seu capital social. **A estrutura societária da Vivo é apresentada na página seguinte.**

Acionistas	Quantidade	(% ) Capital Social
Telefónica	2.488.480.640	77,13
Telefónica S.A.	1.268.797.680	39,32
Telefónica Latinoamerica Holding S.L.	1.219.682.960	37,80
Minoritários	707.125.712	21,92
Ações em Tesouraria	30.940.270	0,96
<b>TOTAL</b>	<b>3.226.546.622</b>	<b>100,00</b>

Atualizado em 8 de abril de 2026



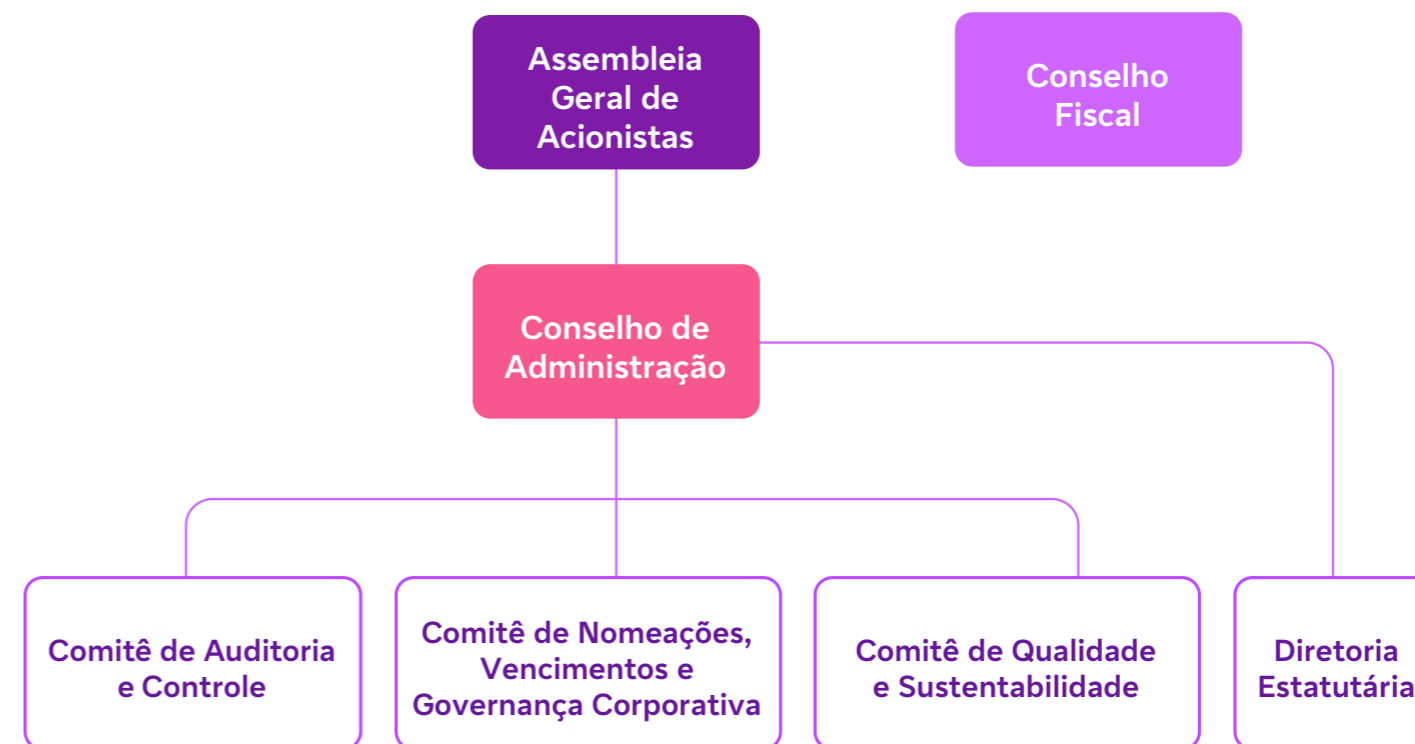
Acesse o [Estatuto Social](#) e conheça as normas internas da Companhia.

## Estrutura de Governança Corporativa

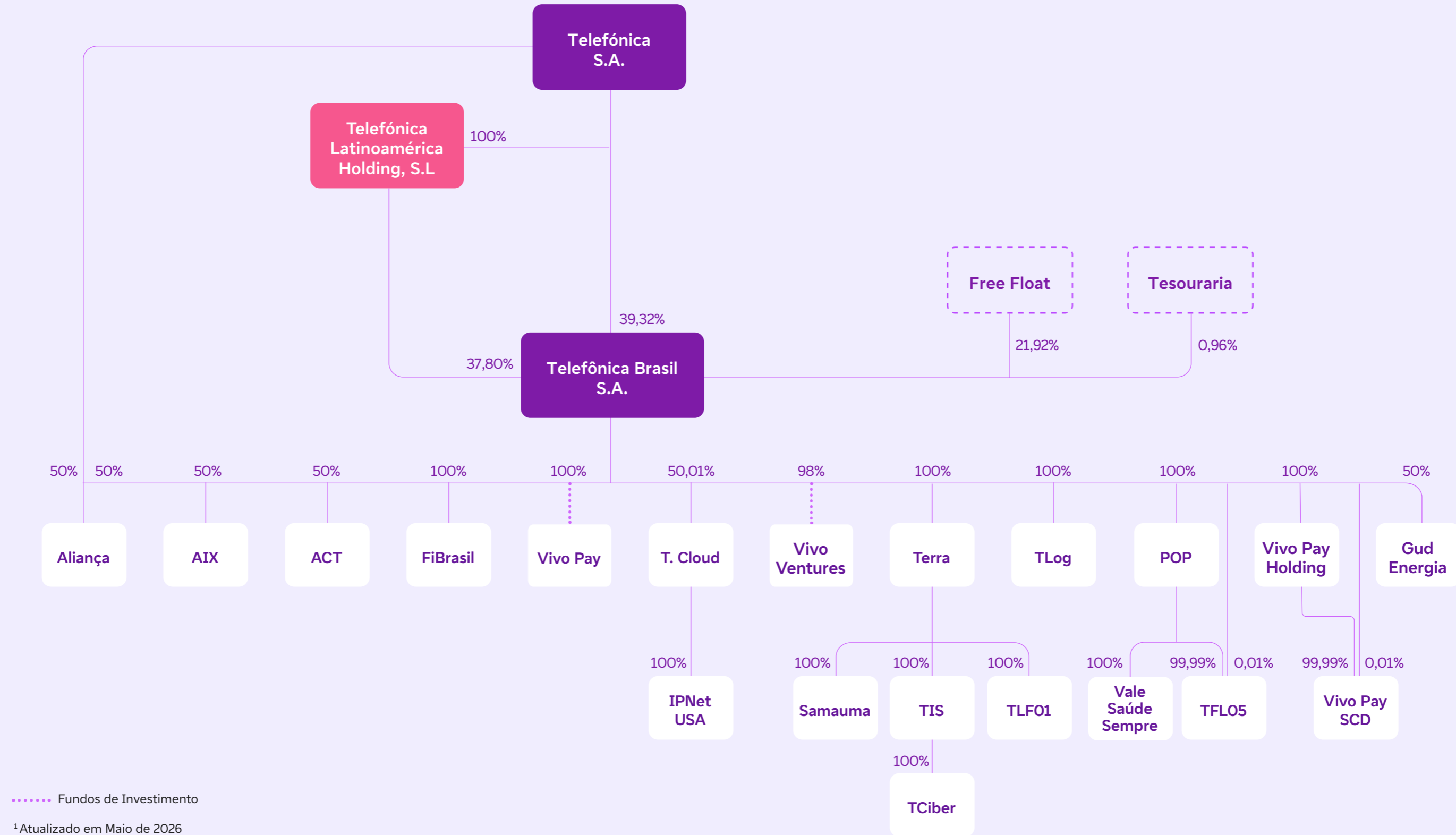
GRI 2-9

A governança corporativa da Companhia se estrutura por meio da Assembleia Geral de Acionistas, do Conselho de Administração e seus comitês de assessoramento (Comitê de Auditoria e Controle, Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa e Comitê de Qualidade e Sustentabilidade), Diretoria Estatutária e Conselho Fiscal, conforme apresentado no organograma a seguir.

Essa estrutura garante decisões alinhadas à estratégia da Companhia e aos temas relevantes da agenda ESG, como conduta nos negócios, diversidade, segurança digital e sustentabilidade.



## Entenda a estrutura societária da Vivo<sup>1</sup>



## Conselho de Administração

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-17

O Conselho de Administração da Companhia possui atualmente doze membros<sup>1</sup> em exercício, sendo cinco mulheres e dez conselheiros independentes<sup>2</sup>, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. O Conselho de Administração conta, ainda, com o assessoramento de três comitês não estatutários, conforme detalhado na sequência.

O processo de indicação e eleição dos membros do Conselho de Administração da Companhia considera, sempre que possível, além das competências requeridas para o exercício das funções, a diversidade de conhecimento, formação e experiência profissional, idade, raça, gênero, origem geográfica e formação cultural, conforme estabelecido na Política de Diversidade e Inclusão da Companhia.

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 2025, a média de tempo de permanência dos membros no Conselho foi de 5,14 anos<sup>3</sup>.

O presidente do Conselho de Administração não exerce funções executivas na Companhia. Os conselheiros participam de treinamentos periódicos sobre os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética e a Política de Sustentabilidade da companhia).

## Comitês de assessoramento ao Conselho de Administração

GRI 2-9

Para apoiar a qualidade do processo decisório e a supervisão estratégica, o Conselho de Administração pode criar comitês técnicos e consultivos. Atualmente, o Conselho de Administração conta com três comitês de assessoramento. De acordo com o Regimento Interno do Conselho de Administração e dos Comitês Técnicos e Consultivos da Companhia, os comitês de assessoramento do Conselho de Administração são compostos por, no mínimo, três e, no máximo, cinco membros, eleitos pelo Conselho de Administração entre seus pares, com mandato unificado de três anos, permitida a reeleição, conforme descrito a seguir.

### Comitê de Auditoria e Controle

Instituído em 10 de dezembro de 2002.

### Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa

Instituído em 12 de novembro de 1998 e reestruturado em 18 de outubro de 2004.

### Comitê de Qualidade e Sustentabilidade

Instituído em 16 de dezembro de 2004.

**As competências de cada um dos comitês de assessoramento estão estabelecidas no Regimento Interno do Conselho de Administração e dos Comitês Técnicos e Consultivos.**

No que tange aos aspectos e práticas ESG, as respectivas informações são consolidadas e reportadas periodicamente ao Comitê de Qualidade e Sustentabilidade, bem como outros órgãos e estruturas de governança da Companhia.

O Comitê de Qualidade e Sustentabilidade acompanha regularmente os aspectos ESG da Companhia em suas reuniões ordinárias.

## Diretoria Estatutária

A Diretoria Estatutária é composta por, no mínimo, três e, no máximo, quinze membros, acionistas ou não, residentes no país, eleitos pelo Conselho de Administração para um mandato de três anos, permitida a reeleição. Atualmente, a Diretoria Estatutária é formada por cinco membros, com os seguintes cargos: Diretor-Presidente, Diretor de Finanças e de Relações com Investidores, Secretário Geral e Diretor Jurídico, Diretor de Negócios e Operações e Diretor de Estratégia e Regulatório.

## Conselho Fiscal

A Companhia possui um Conselho Fiscal de caráter permanente, que pode ser composto por, no mínimo, três e, no máximo, cinco membros efetivos e igual número de suplentes. Atualmente, o Conselho Fiscal da Companhia é formado por três membros efetivos e três membros suplentes, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas, para um mandato de um ano, permitida a reeleição.

<sup>1</sup>Os atuais conselheiros de administração foram eleitos em Assembleia Geral Ordinária realizada em 25 de abril de 2025, com exceção da Sra. María Cristina Rotondo Urcola, que foi eleita em 27/04/2026 pelo Conselho de Administração, e possuem prazo de mandato até a Assembleia Geral Ordinária a ser realizada em 2028.

<sup>2</sup>Cada conselheiro independente firmou uma declaração atestando seu enquadramento em relação aos critérios de independência fixados pela Resolução CVM 80/2022, que indica o percentual mínimo de 20% de conselheiros independentes.

<sup>3</sup>Para o cálculo dessa métrica, é contabilizado o período total de todos os conselheiros em 31 de dezembro de 2025, incluindo o mandato vigente à época e os anteriores.

## Avaliação do Conselho de Administração

GRI 2-18

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

Composição e funcionamento 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

Para cada dimensão analisada, o resultado da avaliação apresenta a média das pontuações obtidas e sua comparação com o desempenho do ano anterior, além da identificação de fortalezas, com base nas questões que alcançaram as principais pontuações, e de oportunidades de aprimoramento, a partir das questões com menores pontuações, bem como das sugestões e propostas registradas no processo.

A cada três anos, a avaliação do Conselho de Administração e dos seus comitês de assessoramento é realizada por uma consultoria externa, sendo contratada especialmente para este fim.

Após a avaliação, os resultados obtidos são apresentados aos membros do Conselho de Administração, que, por sua vez, debatem as oportunidades com o Presidente do Conselho de Administração e decidem sobre melhorias a serem trabalhadas ao longo do ano.

## Conflito de Interesses

GRI 2-15

A Companhia mantém processos formais para prevenir e mitigar conflitos de interesse no Conselho de Administração, na Diretoria Estatutária e no Conselho Fiscal. Conforme previsto nos regimentos internos, sempre que um membro tiver interesse conflitante com o da Companhia, deve abster-se de examinar os documentos e informações dos itens da pauta objeto do conflito, bem como abster-se de discutir e votar tais itens na reunião, inclusive se afastando 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. Caso o membro 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 tivesse manifestado o seu impedimento.

Em linha com o compromisso de transparência, a Companhia divulga no Formulário de Referência informações sobre a independência dos membros do Conselho de Administração e sobre a participação dos administradores em outros órgãos de administração da Companhia e de suas controladas.

A Companhia também dispõe de uma **Política para Transações com Partes Relacionadas**, que orienta a análise e aprovação de transações envolvendo partes relacionadas. Essas operações são avaliadas pelo Comitê de Contratação entre Partes Relacionadas e, quando necessário, submetidas à Diretoria Estatutária, ao Conselho de Administração ou à Assembleia Geral de Acionistas, conforme as diretrizes internas. Esse processo assegura a transparência destas transações, reforçando a integridade das práticas de governança.



Acesse a composição do Conselho de Administração.



Acesse a Política para Transações com Partes Relacionadas

# Política de Remuneração

GRI 2-19, 2-20

A Vivo adota estratégias de remuneração compatíveis com as melhores práticas de mercado, com o objetivo de atrair, reter talentos e reconhecer o desempenho individual. Para garantir competitividade e equidade interna, reavaliamos periodicamente nossa estratégia com base em pesquisas realizadas por empresas especializadas.

O montante da remuneração global anual da Administração e do Conselho Fiscal da Companhia é aprovado em Assembleia Geral Ordinária com base em proposta submetida pelo Conselho de Administração, após recomendação do Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa. A proposta de remuneração, apreciada pelo Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa e pelo Conselho de Administração, contempla o montante da remuneração definida para cada um dos órgãos, cuja individualização se dá na própria proposta em relação ao Conselho de Administração, Comitês e Conselho Fiscal e, para a Diretoria Estatutária, observa os critérios e procedimentos internos deste órgão. A remuneração dos Vice-Presidentes (não estatutários) é definida pelo Diretor Presidente (CEO) em conjunto com o Vice-Presidente de Pessoas. A remuneração dos Diretores não estatutários, por sua vez, é definida pelo Vice-Presidente da respectiva área em conjunto com o Vice-Presidente de Pessoas. A definição da remuneração da

Administração, do Conselho Fiscal, dos Comitês, dos Vice-Presidentes e Diretores não estatutários, bem como dos demais colaboradores da Companhia, observa os limites do orçamento anual aprovado pelo Conselho de Administração.

A estratégia de fixação da remuneração do Conselho de Administração, das Diretorias Estatutária e Não Estatutária é baseada nos resultados das pesquisas de mercado, realizadas anualmente por intermédio de consultorias externas especializadas, considerando a prática adotada por empresas de porte, receita e segmento comparáveis à Companhia, a fim de manter competitividade frente ao mercado. A partir de tais pesquisas e consultorias externas, a Companhia busca assegurar que a fixação da remuneração individual seja compatível com as melhores práticas observadas pelo seu mercado de atuação, de forma a contribuir para o estímulo e a retenção de profissionais qualificados para o desempenho de suas funções, assim como para atrair novos profissionais sempre que necessário. Além disso, a fixação da remuneração individual do Conselho de Administração, das Diretorias Estatutária e Não Estatutária adota como critérios, dentre outros, a realização de avaliações sistemáticas de competências para promoção por desempenho, meritocracia e desenvolvimento de ideias para melhoria de resultados de cada indivíduo.

## Remuneração fixa

A evolução do salário dos colaboradores é definida com base no atendimento aos requisitos legais, nos ajustes decorrentes de acordo coletivo, nas diretrizes orçamentárias e nos resultados da avaliação de desempenho.

A remuneração fixa do Conselho de Administração, Comitê de Auditoria e Controle, Conselho Fiscal e Diretoria Estatutária é estruturada em 12 parcelas por ano e reajustada anualmente conforme pesquisas salariais. Para a Diretoria Não Estatutária, além das 12 parcelas por ano, há o acréscimo do 13º salário e 0.333 de férias, reajustada periodicamente conforme pesquisas salariais, bem como evolução da experiência e responsabilidade do profissional.

## Remuneração de curto prazo

A remuneração variável de curto prazo da Diretoria, tanto Estatutária quanto Não Estatutária, bem como de todos os colaboradores, está alinhada aos objetivos estratégicos da Companhia e segue o princípio de pay for performance. É adotado o modelo de Programa de Participação nos Resultados (PPR) e seu pagamento está condicionado ao alcance de resultados corporativos, medidos por um conjunto de indicadores de desempenho financeiros e não financeiros, que incluem, entre outros, receita total, resultado operacional, fluxo de caixa livre, Net

Promoter Score (NPS), emissões de gases de efeito estufa e o percentual de mulheres em cargos de alta liderança.

**Nesta modalidade, 20% da remuneração variável fica atrelada a indicadores ESG.**

## Remuneração de longo prazo

A Vivo oferece remuneração de longo prazo, baseada em ações da Telefônica S.A., como: Performance Share Plan (PSP TEF), para diretores estatutários e não estatutários; o Talent for the Future Share Plan (TFSP), para Gerentes Sênior, Gerentes e Especialistas de alta performance; e o phantom shares da Vivo (PSP VIVT3), para diretores estatutários e não estatutários, conforme os Performance Share Plans (PSP) locais, aprovados em 2022 e junho de 2024.

A entrega do incentivo, relacionado ao PSP TEF e PSP VIVT3, possui diretrizes de malus e clawback 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 ou o Retorno Total ao Acionista (TSR), Fluxo de Caixa Livre (FCF), Neutralização ou Compensação de Emissões de CO<sub>2</sub>, e Igualdade de Gênero, presença de mulheres em posições de direção.

**Nesta modalidade, 10% da remuneração está atrelada a indicadores ESG.**

## Estrutura de remuneração e benefícios dos integrantes dos órgãos de governança

GRI 2-19

A estrutura de remuneração e benefícios dos integrantes dos órgãos de governança da Vivo tem o objetivo de atrair, reter e motivar talentos, alinhando-se às melhores práticas de governança corporativa.

Componente	Conselho de Administração	Comitê de Auditoria e Controle	Diretoria Estatutária
Remuneração fixa	✓	✓	✓
Incentivo de curto prazo	–	–	✓
Incentivo de longo prazo	–	–	✓
Benefícios	–	–	✓

### Visão Prev

A Visão Prev é uma Entidade de Previdência Complementar sem fins lucrativos criada em 2005 que conta com mais de 23 mil participantes e administra atualmente 5 planos que oferecem benefícios de caráter previdenciário (quatro desses planos são patrocinados por empresas do Grupo Telefônica e um plano é destinado aos familiares dos participantes).

Em 2025, a Visão Prev superou R\$ 9,4 bilhões em patrimônio sob gestão e está classificada na 23ª posição entre as maiores entidades de previdência complementar do país (em termos de volume de reservas). Além disso, o plano Mais Visão, destinado aos participantes e seus familiares até o terceiro grau, registrou um patrimônio superior a R\$ 117 milhões (34,5% superior ao fechamento de 2024), com um crescimento de 6% no número de participantes. O plano Visão Telefônica fechou 2025 com uma reserva de R\$ 7 bilhões e se destaca como o 3º maior do Brasil na modalidade de Contribuição Definida, segundo a Abrapp.



## Benefícios

Para promover nossa cultura organizacional, orientada por cinco princípios, sendo um deles o de que ‘Gente é a nossa melhor tecnologia’, a Companhia investe de maneira estruturada na saúde e no bem-estar de seus colaboradores. Neste contexto, a Vivo desenvolveu o programa VIBE, um modelo de benefícios flexíveis alinhado à estratégia da Companhia e disponível a todos os colaboradores.

O programa contempla benefícios como: assistência médica e odontológica, vale-alimentação e vale-refeição, complemento salarial em caso de afastamento pelo INSS, desconto em farmácias, seguro de vida, academia e reembolso educacional. Além do VIBE, a Vivo oferece outros benefícios, como auxílio-creche, auxílio-babá e auxílio especial para dependentes com necessidades especiais.

No plano de previdência privada, a Vivo adota o modelo de contribuição definida, em que a contrapartida da Companhia varia conforme o tempo de empresa e pode alcançar até 125% da contribuição do colaborador. A iniciativa, que está disponível para todos os colaboradores, reflete o compromisso da Companhia com o planejamento financeiro de longo prazo e a educação financeira de seus colaboradores.

# Ética e Integridade

GRI 2-23, 2-24, 3-3 Tema material: Conduta empresarial

O Futuro Vivo vai além da sustentabilidade ambiental e incorpora, de forma integrada, os aspectos sociais e de governança. Nesse contexto, a governança corporativa é um pilar fundamental para assegurar que a Vivo continue atuando com ética, integridade e transparência em todas as suas relações com clientes, terceiros, sociedade e acionistas. Essa postura ética fortalece a confiança na Companhia e contribui diretamente para a perenidade do negócio.

A governança sólida é essencial para garantir que a Companhia tome decisões responsáveis, sustentáveis e alinhadas com os valores da organização, promovendo um futuro próspero e equilibrado para todos os seus stakeholders.

A Vivo é comprometida com o cumprimento integral da legislação anticorrupção brasileira, bem como do US Foreign Corrupt Practices Act, uma vez que opera como emissora de títulos e valores mobiliários nos Estados Unidos (EUA).

Na Vivo, o Programa de Compliance #VivoDeAcordo aplica-se a todos os colaboradores da Companhia, incluindo membros do Conselho de Administração, representantes e prestadores de serviços. Sob a liderança do Chief Compliance Officer, o programa está estruturado em nove

pilares, alinhados aos requisitos legais nacionais e internacionais aplicáveis à Vivo, bem como às melhores práticas de mercado. Focado na transparência, responsabilidade e compromisso com a ética, o #VivoDeAcordo constitui a base para uma atuação íntegra e sólida em toda a Companhia.

Dessa forma, o programa fortalece a boa governança corporativa, assegurando tomadas de decisões responsáveis e visando que as ações da Companhia estejam em conformidade com os padrões legais e éticos.

O Chief Compliance Officer possui autonomia e independência no cumprimento e na condução do #VivoDeAcordo, reportando-se diretamente ao Comitê de Auditoria e Controle (CAC), órgão de assessoramento do Conselho de Administração, responsável por acompanhar as atividades de Compliance, Controles Internos e Auditoria Interna, além de avaliar a efetividade e suficiência dos sistemas de controle e de gerenciamento de riscos e contingências da Companhia. Periodicamente, são apresentados ao CAC relatórios de acompanhamento das atividades do Programa de Compliance, bem como recomendações de aprimoramento de políticas, práticas e procedimentos, reforçando a governança e a transparência das ações conduzidas pela área.



Indicadores e atualizações sobre o #VivoDeAcordo são apresentados aos Diretores Estatutários em Reuniões de Diretoria (REDIR). Para assegurar a acessibilidade das normas internas da Vivo por todos os colaboradores, a Companhia disponibiliza a Página de Documentos Normativos na

intranet, onde estão localizadas todas as normas internas da Companhia. Além disso, sempre que há atualizações, a Companhia as comunica amplamente em seus canais internos e reforça a existência da Página de Documentos Normativos como referência para consulta.

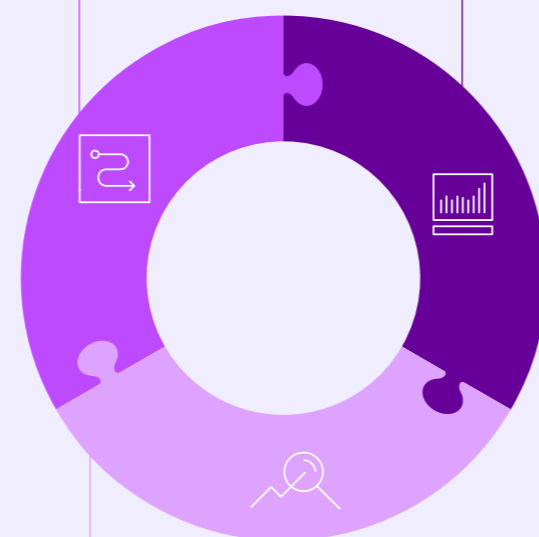
Todos os colaboradores, orientados pelo pilar estratégico Futuro Vivo, são responsáveis por atuar em conformidade com os Princípios de Negócio Responsável – o Código de Conduta e Ética – e demais normas internas da Companhia, estando sujeitos a medidas disciplinares em caso de descumprimento. O Futuro Vivo reforça o compromisso da Companhia com o futuro do planeta e das próximas gerações, promovendo cuidado com o meio ambiente, impacto social por meio da educação e a valorização da ética, da transparência, do bom governo e de ações transformadoras que sustentam a integridade no dia a dia.

Como parte de seu compromisso em manter um Programa de Compliance robusto, a Companhia recebe a certificação DSC 10.000 anualmente desde 2020, que atualmente é válida até 12 de dezembro de 2026. Em 2024, a Companhia foi reconhecida na primeira edição do Leaders League Compliance Summit & Awards Brasil por ter o melhor “Departamento de Compliance em Telecomunicações e Tecnologia” e, em 2025, foi reconhecida como “Programa de Compliance do Ano” pela mesma organização. Além disso, em 2023, foi reconhecida como uma empresa Pró-Ética, uma iniciativa da Controladoria Geral da União (CGU) e do Instituto Ethos, que destaca as empresas que adotam voluntariamente medidas de integridade para prevenir, detectar e remediar atos de corrupção e fraude, consolidando-se como referência em boas práticas de governança corporativa.

### Entre os objetivos do Programa de Compliance:

**Treinamentos e comunicação** visando a prevenção de irregularidades pela conscientização do comportamento responsável baseado nos valores corporativos de Integridade, Compromisso e Transparência.

**Atividades de detecção e mitigação de riscos éticos e de integridade** mediante realização de análises, avaliação dos fluxos e processos da empresa.



**Ações de investigação, remediação e monitoramento** necessárias à recondução ao estado de conformidade com as legislações e normas internas.

## Comunicação e treinamentos

GRI 205-2

Para disseminar e fortalecer a cultura de ética e integridade, a Vivo promove comunicações e treinamentos contínuos, além de realizar, anualmente, o evento Compliance Day. Entre os temas abordados nos treinamentos estão:

- Princípios de Negócio Responsável (PNR).
- Foreign Corrupt Practices Act (FCPA).
- Conflito de Interesses.
- Integração de Compliance para novos colaboradores.
- Legislação Anticorrupção Brasileira.
- Gestão e Relacionamento com Parceiros Comerciais.
- Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo (PLD/FT).
- #VivoDeAcordo Multiplique, um e-learning sobre o Programa de Compliance e conteúdos rápidos para a liderança, com o objetivo de reforçar temas relevantes de compliance para suas equipes, propagando a cultura ética e de integridade na Vivo.

O treinamento sobre os Princípios de Negócio Responsável (PNR), Código de Ética e Conduta da Vivo, é obrigatório e a não realização pode acarretar aplicação de medidas disciplinares aos colaboradores.

Os treinamentos do Programa de Compliance são desenvolvidos considerando o conhecimento necessário para o desempenho das atividades e o nível de exposição dos colaboradores a riscos. Para garantir maior engajamento e fixação do conteúdo, são utilizados recursos visuais, dinâmicos e interativos, tornando o aprendizado mais eficaz e envolvente.

As comunicações do Programa de Compliance são veiculadas nos canais internos da Companhia com o objetivo de alcançar todos os colaboradores. Tanto as comunicações quanto os treinamentos visam promover e reforçar as regras e os comportamentos esperados, detalhando as responsabilidades previstas em leis, normas e políticas internas que devem ser seguidas por todos, incluindo a Alta Liderança, como os membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e da Diretoria Estatutária.

## Gestão de terceiros

GRI 205-1, 205-2

É importante conhecer a atuação de terceiros, como prestadores de serviços, fornecedores e parceiros comerciais, para preservar a reputação e integridade da Companhia, uma vez que suas condutas refletem os valores da Vivo e influenciam a confiança de clientes e demais stakeholders. Tendo em vista o cumprimento das legislações de anticorrupção brasileiras e internacionais, bem como a preservação da sua reputação e integridade, a Vivo desenvolve ações para que as relações comerciais com terceiros atendam às normas estabelecidas, incluindo:

- 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 com relação aos princípios e diretrizes que norteiam o Programa de Compliance junto aos fornecedores e parceiros comerciais relacionadas à integridade e melhores práticas em matéria de compliance.
- Inserção de cláusulas contratuais e certificados específicos sobre o tema de ética e prevenção à corrupção nos contratos.
- Implementação de controles e processos relacionados ao cumprimento das normas anticorrupção durante o cadastro dos terceiros nos processos de Compras da Companhia.

Todas essas medidas buscam transmitir os valores e forma de atuação responsável a toda a Cadeia de Valor da Vivo.

## Canais de comunicação do #VivoDeAcordo

GRI 2-26

Para garantir que nossas decisões e ações sejam sempre pautadas pela ética, integridade e transparência, os colaboradores têm disponíveis os Canais de Comunicação do #VivoDeAcordo. Essas ferramentas ajudam a mitigar riscos relacionados a descumprimentos normativos, desvios de condutas e inconformidades, desempenhando um papel essencial na proteção da reputação da Companhia e dos colaboradores, além de permitir aos colaboradores que contribuam ativamente para o fortalecimento da cultura organizacional de ética e integridade.

As ferramentas são:

- **Canal de denúncias:** ferramenta confidencial e sigilosa para relatar irregularidades e violações legais com opção de anonimato.
- **Fale com #VivoDeAcordo:** canal para esclarecer dúvidas e dilemas éticos do dia a dia, com orientação sobre como agir de acordo com os princípios éticos e as normas da Companhia, garantindo transparência e integridade nas decisões.
- **Ferramenta Corporativa de Conflito de Interesses:** ferramenta para registrar possíveis situações de conflito de interesses.
- **Página de Documentos Normativos:** ferramenta para o colaborador consultar em um único lugar todas as normas internas vigentes da Companhia.
- **Ferramenta Corporativa de Relacionamento com Entidades Públicas:** ferramenta para os colaboradores fazerem registro prévio antes de ofertar brindes promocionais, refeições e eventos envolvendo agentes públicos.

## Canal de denúncias

GRI 2-26

O Canal de Denúncias é destinado ao recebimento de relatos sobre eventuais desvios de conduta ou qualquer infração a políticas internas, instruções de trabalho, regulamentos, normas, procedimentos ou à legislação em vigor. Entre os assuntos cobertos estão: descumprimento legal, normativo ou contratual, assédio, discriminação, descumprimento ao manifesto “Vivo Diversidade”, conflitos de interesse, suspeitas de corrupção (Lei 12.846/2013), favorecimento, privacidade e segurança da informação, controle interno e reporte financeiro, entre outros.

O Canal de Denúncias da empresa está disponível para todos os públicos, incluindo colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros comerciais e sociedade em geral. Todas as denúncias recebidas são confidenciais e apuradas sigilosamente, e com opção de anonimato do denunciante. A Companhia também coíbe qualquer tipo de retaliação contra colaboradores que realizem denúncias de boa-fé.



Para fazer uma denúncia, acesse:

**Formulário online:**

<https://canaldedenuncias.telefonica.com/#/home/web-form>

**Telefone:** 0800 650 1515

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

## Práticas concorrenciais

GRI 206-1, SASB TC-TL-520a.1

A Vivo segue rigorosamente as políticas e diretrizes nacionais e globais relacionadas às questões concorrenciais, assegurando a integridade dos processos, a idoneidade de seus gestores e a conformidade com a legislação concorrencial. Para garantir isso, a Companhia realiza treinamentos obrigatórios sobre compliance concorrencial para todos os seus colaboradores de forma regular.

Por meio dessas diretrizes, a Companhia reforça sua prática de promover uma competição saudável em todos os mercados em que atua, refletindo sua crença em mercados livres e condições competitivas justas. A Vivo exige que todos os seus colaboradores atuem de maneira ética e responsável, em conformidade com os padrões de comportamento estabelecidos, incluindo a observância da concorrência leal, um dos pilares dos seus **Princípios do Negócio Responsável**.

Em 2025, não houve ingresso de ações judiciais em desfavor da Companhia em temas de concorrência desleal, práticas de truste e monopólio. Consequentemente, não houve pagamentos decorrentes de processos judiciais associados a esses temas.



[Acesse os Princípios do Negócio Responsável.](#)

## Auditoria interna

GRI 2-12

A Vivo conta com uma estrutura de Auditoria Interna, cuja liderança, a Chief Audit Officer, se reporta diretamente ao Conselho de Administração, por meio do Comitê de Auditoria e Controle.

A Auditoria Interna tem como responsabilidade apoiar a Administração, de maneira independente, na avaliação contínua e na efetividade dos controles internos nos processos operacionais e financeiros. Sua atuação busca identificar melhorias em processos, detectar deficiências ou ausência de controles, sugerindo recomendações para garantir a conformidade com políticas, normas, procedimentos e regulamentações internas e externas.

A Metodologia de Auditoria adotada pela Companhia é baseada em riscos e segue o Marco Integrado de Controle Interno do COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). As não conformidades ou fragilidades nos controles internos são discutidas

com as áreas auditadas e documentadas em relatórios de auditoria, encaminhados às diretorias responsáveis e apresentados ao Comitê de Auditoria e ao Conselho de Administração, de acordo com a sua relevância.

A Auditoria Interna da Vivo foi reconhecida com o Certificado de Qualidade, uma importante distinção concedida pelo Instituto de Auditores Internos da Espanha (IAI Espanha) e pelo Instituto dos Auditores Internos do Brasil (IAI Brasil), reafirmando o compromisso da empresa com os mais elevados padrões de governança, transparência e excelência em suas práticas de auditoria.

## Controles internos

A Administração da Vivo é responsável por estabelecer e manter os controles internos e os procedimentos para a divulgação das demonstrações financeiras. Esses controles e procedimentos foram desenhados para assegurar que as informações da Companhia, que precisam ser divulgadas nos relatórios arquivados junto à CVM (Comissão de Valores Mobiliários), sejam registradas,

processadas, resumidas e reportadas nos prazos e formatos especificados nas normas da CVM.

A Vivo possui uma Normativa sobre Registro, Comunicação e Controle de Informação Financeiro-Contábil, que regulamenta os procedimentos internos e os mecanismos de controle para a preparação das informações financeiro-contábeis. Essa normativa assegura a aplicação de práticas e políticas contábeis adequadas e permite o cumprimento das exigências estabelecidas pela lei americana Sarbanes-Oxley (SOX), que impõe regras rigorosas sobre a forma como as empresas gerenciam seus registros financeiros e controles internos.

Adicionalmente, a Companhia adota um processo no qual diversas áreas emitem certificações, assumindo a responsabilidade pelas informações financeiras e não financeiras divulgadas ao mercado. Com base nessas certificações, o Diretor-Presidente e o CFO emitem suas respectivas declarações, atestando a integridade, a consistência e a qualidade das informações prestadas ao mercado.

A Vivo assegura concorrência leal, auditoria independente e controles internos robustos para garantir integridade, conformidade e transparência na gestão.

# Governança da Sustentabilidade

GRI 2-12, 2-13, 3-3 Tema material: Conduta empresarial

O propósito da Vivo é digitalizar para aproximar e ir além, espalhando novas oportunidades para as pessoas poderem crescer em um mundo cada vez mais conectado. **Esse propósito é sustentado por pilares estratégicos, entre os quais destaca-se o Futuro Vivo, eixo que expressa sua visão de longo prazo.**

Guiada por esse princípio, a Vivo incorpora sustentabilidade como elemento transversal de sua estratégia, promovendo iniciativas voltadas ao bem-estar da sociedade e oferecendo produtos, serviços e soluções que ampliam o acesso à conectividade. A gestão dos aspectos ESG, bem como o monitoramento dos impactos da Companhia na economia, no meio ambiente e nas pessoas, é conduzida pela Vice-Presidência de Comunicação e Sustentabilidade, com reporte direto ao CEO. Cada Vice-Presidência é responsável pela gestão dos aspectos ESG e pela relação com seus respectivos stakeholders de acordo com seu escopo de atuação.

Para assegurar governança, consistência e alinhamento estratégico, a Vivo conta ainda com três instâncias de monitoramento e tomada de decisão sobre a Agenda ESG, todas sob responsabilidade da Alta Administração:

## Conselho de Administração

Responsável pela avaliação e deliberação dos temas ESG, incluindo a atualização ou criação de políticas ESG, resultados da dupla materialidade, Plano de Ação Climático, Plano de Sustentabilidade, entre outros.

## Comitê de Qualidade e Sustentabilidade

Composto por quatro membros do Conselho de Administração, o Comitê se reúne periodicamente para assessorar o Conselho em questões ESG, com o objetivo de incorporar e integrar temas relevantes de sustentabilidade nas ações, políticas e decisões da Companhia. As discussões e recomendações elaboradas pelos membros do Comitê são reportadas diretamente ao Conselho de Administração por meio da apresentação realizada pelo Presidente do Comitê.

## Comitê de Sustentabilidade

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

## Comissão de Sustentabilidade e Regulação

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

O propósito da Vivo é digitalizar para aproximar e ir além, integrando sustentabilidade à estratégia por meio do eixo Futuro Vivo.

## Plano de Sustentabilidade

O pilar estratégico Futuro Vivo reflete o compromisso da Vivo em analisar cuidadosamente suas operações e toda a sua cadeia de valor, com o objetivo de reduzir impactos negativos, gerar oportunidades sustentáveis e ampliar os efeitos positivos do negócio para a sociedade e o planeta.

Para orientar sua governança sustentável, a Vivo adota os Princípios de Negócio Responsável, documento que constitui o Código de Ética e Conduta da empresa. Além disso, materializa seus compromissos e estratégia no **Plano de Sustentabilidade (PS)**, denominado até 2024 como Plano de Negócio Responsável (PNR).

O PS é o instrumento estratégico que orienta a sustentabilidade na Vivo a curto, médio e longo prazo. Este plano é composto por mais de 100 indicadores e metas, sendo monitorados e aprovados de forma consolidada pelo Conselho de Administração. Anualmente, o plano é revisado e validado pelas diretorias responsáveis por cada tema. Além de contribuir para tornar a Vivo cada vez mais sustentável, o PS também alinha a Companhia a compromissos externos, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e a Agenda 2030.



Principais objetivos, compromissos e metas do Plano de Sustentabilidade estão detalhados na página 138.

### Etapas de gestão e monitoramento do Plano de Sustentabilidade



Desde a conclusão da análise de dupla materialidade, o Plano está em uma revisão abrangente que já contou com a participação de cerca de 40 diretorias da organização e está previsto para ser implementado a partir de 2026. Para garantir o alinhamento do Plano às prioridades

da Companhia e às demandas dos stakeholders, o processo de revisão envolve a realização de benchmarks, estudos de tendências, avaliações de sustentabilidade/ESG (índices, rankings e ratings), mapa de riscos corporativos, entre outros.

### Metas ESG de Longo Prazo

#### Clima

**Net Zero até 2035,**  
cinco anos antes da meta anterior.

#### Biodiversidade

**+800 hectares da Floresta Amazônica**  
restaurados e protegidos por 30 anos.

#### Economia Circular

**150% de aumento na coleta de resíduos**  
de consumidores até 2035.

**225 toneladas a serem coletadas**  
entre 2024 e 2035 (totalizando 375 ton recicladas desde 2006).

#### Diversidade

**40% de mulheres**  
em cargos de alta liderança e 45% em posições de liderança até 2035.

**40% de negros**  
em cargos de liderança e 45% no quadro geral de colaboradores até 2035.

## Finanças sustentáveis

A Vivo reafirma seu compromisso com as finanças sustentáveis por meio de iniciativas alinhadas aos princípios ESG. Em 2022, a Companhia emitiu R\$ 3,5 bilhões em Sustainability-Linked Bonds (SLBs), consolidando sua atuação responsável no mercado financeiro.

Além disso, a Vivo incorpora critérios de sustentabilidade em sua estratégia financeira, destinando parte da remuneração variável de seus executivos a indicadores como diversidade, redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) e Net Promoter Score (NPS), reforçando a integração dos princípios ESG à gestão da Companhia.

Essas ações refletem o compromisso da Vivo em integrar a sustentabilidade em suas operações financeiras, promovendo práticas responsáveis e éticas em todas as etapas da operação. Nesse contexto, optou-se pela seleção de temas que transmitam aos stakeholders o comprometimento da Vivo em alcançar os objetivos de negócio por meio de uma equipe diversificada e inclusiva, alinhada a uma economia de baixo carbono.

Em 2025, como parte de sua estratégia de finanças sustentáveis, a Vivo alcançou 34% de colaboradores negros em cargos de liderança e a redução de 91% das emissões de gases de efeito estufa (GEE), escopo 1 e 2, em relação a 2015, reforçando a integração entre desempenho social, ambiental e criação de valor de longo prazo.

A meta de redução de emissões de GEE estabelecida pela Vivo é um desdobramento dos desafios climáticos do Grupo Telefônica, aprovados pelo Science Based Targets Initiative (SBTi). O compromisso assumido reforça a atuação da Companhia frente ao cenário de mudanças climáticas, demonstrando sua contribuição para limitar o aquecimento global a 1,5 °C.

Critérios de sustentabilidade são incorporados na estratégia financeira da Vivo, reforçando a integração dos princípios ESG à gestão.

A Vivo integra critérios ESG à estratégia financeira, com emissão de R\$ 3,5 bilhões em Sustainability-Linked Bonds e metas ligadas à diversidade e à redução de emissões.



# Gestão de Riscos

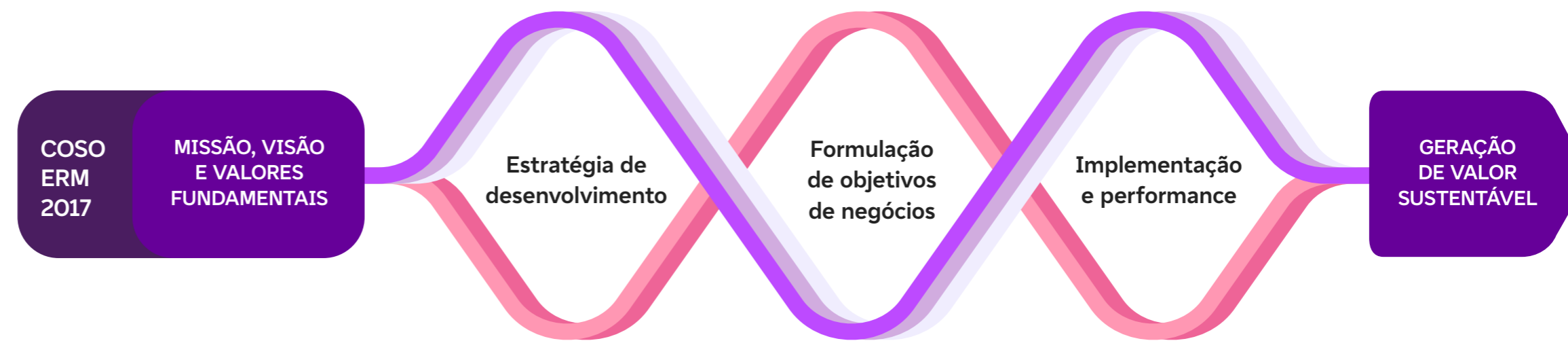
A Vivo adota um Modelo de Gestão de Riscos fundamentado na metodologia COSO ERM 2017<sup>1</sup> (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – Enterprise Risk Management), que integra a gestão de riscos à estratégia da Companhia, facilitando a priorização e o desenvolvimento de ações coordenadas para enfrentar os riscos identificados.

A Companhia possui uma Política de Gestão de Riscos, aprovada pelo Conselho de Administração, e um Procedimento de Gestão de Riscos Corporativos, disponíveis aos interessados e alinhados às melhores práticas internacionais de governança.

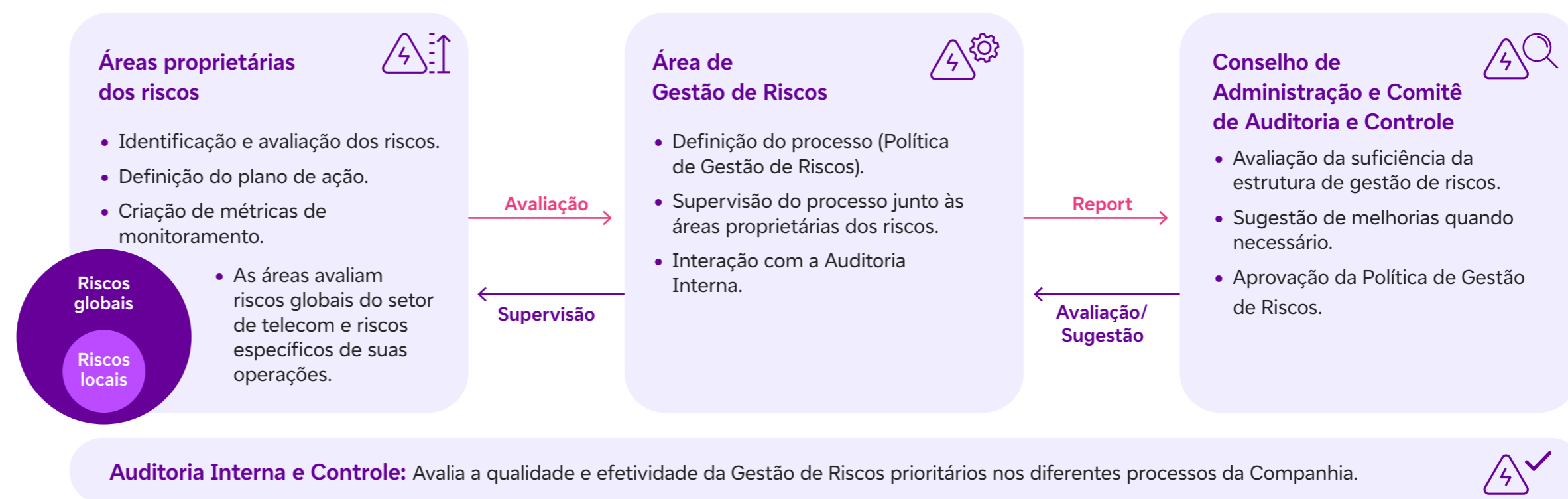
## Governança da gestão de riscos

GRI 2-12

A Vivo adota uma abordagem sinérgica na gestão de riscos, fundamentada nos Princípios de Negócio Responsável e na Política de Gestão de Riscos, atribuindo a responsabilidade pela gestão de riscos a todos os membros da organização. Essa gestão é distribuída e alinhada à estratégia da Companhia, garantindo eficiência, transparência e conformidade com as melhores práticas de governança corporativa. A distribuição da gestão de riscos é organizada da seguinte forma:



- Governança e cultura
- Estratégia e definição de objetivos
- Performance
- Revisão e monitoramento
- Informação, comunicação e reporte



<sup>1</sup> O Marco COSO ERM, Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance, publicado em setembro de 2017 pelo Comitê das Organizações Patrocinadoras da Comissão Treadway (COSO). O COSO é uma das referências mais importantes sobre controle interno, gestão de riscos corporativos e prevenção à fraude.

## Supervisão do sistema de gestão de riscos

### Conselho de Administração e Comitê e Auditoria e Controle

O Regimento Interno do Conselho de Administração e dos comitês técnicos e consultivos da Vivo estabelece que o Comitê de Auditoria e Controle tem como principal função apoiar o Conselho de Administração em suas atividades de supervisão. Entre suas responsabilidades, destacam-se:

- Supervisionar a eficácia dos sistemas de controle e gestão de riscos, por meio da avaliação da integridade dos processos tanto financeiros quanto não financeiros, relativos à Companhia, incluindo riscos operacionais, tecnológicos, legais, sociais, ambientais, políticos e reputacionais ou relacionados à corrupção, bem como aprovar a Política de Controle e Gestão de Riscos.
- Supervisionar a unidade de controle e gestão de riscos, assegurando o bom funcionamento dos sistemas de gestão de riscos e garantindo que todos os riscos relevantes sejam devidamente identificados, geridos e quantificados.
- A Política de Gestão de Riscos define que o Comitê de Auditoria valide, no mínimo, uma vez por ano, os principais riscos identificados e as diretrizes da estratégia de mitigação. Atualmente, o Comitê realiza uma avaliação semestral dos riscos corporativos mais críticos, além de monitorar os riscos relevantes por meio de reuniões específicas, com a participação dos responsáveis por cada risco.

### Função da Gestão de Riscos

Para apoiar o trabalho de supervisão realizado pelo Comitê de Auditoria e Controle, foi estabelecida uma área específica dentro da Auditoria Interna responsável pela gestão de riscos. Essa área, independente dentro da estrutura organizacional da Companhia, tem como missão apoiar, coordenar e verificar a implementação das diretrizes estabelecidas na Política de Gestão de Riscos.

### Responsáveis pelos Riscos

Os responsáveis pelos riscos (proprietários) participam ativamente da estratégia e das decisões importantes relacionadas à sua gestão. Cada risco identificado conta com um gestor executivo com responsabilidade total sobre seu tratamento, encarregado de elaborar um plano de mitigação e de realizar um acompanhamento efetivo de sua evolução.

### Tolerância ao Risco/Nível de Risco Aceitável

A Política de Gestão de Riscos estabelece que o nível de risco aceitável significa 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, os limites de tolerância aos riscos são definidos pela avaliação combinada entre impacto dos riscos e probabilidade de ocorrência, que anualmente são revistos em função da evolução dos principais indicadores da Companhia. Como exceção, a Vivo adota tolerância zero a riscos relacionados a compliance, corrupção, suborno e fraude.

## Processo de gestão de riscos

O processo de gestão de riscos acontece de forma homogênea em todas as áreas da Vivo, 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:

#### 1. 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 impacta 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.

#### 2. 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 e CAPEX, quanto o impacto reputacional, bem como seu potencial impacto na conformidade.

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.

#### 3. 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 por meio do alinhamento entre os objetivos estratégicos e os riscos que podem afetar o cumprimento desses objetivos.

#### 4. ACOMPANHAMENTO E REPORTE

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

## Categorias de riscos

Para facilitar o processo de identificação de riscos pela gestão da empresa, a Companhia possui um catálogo geral de riscos (ou taxonomia), atualizado regularmente, permitindo que as informações sejam homogêneas e consolidadas e que se cumpra com os requisitos de relatórios internos e externos sobre os principais riscos:

- Riscos de negócio: relacionados com o setor e principalmente com a estratégia da empresa, 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 e inteligência artificial.
- 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 cumprimento 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 adota uma abordagem integrada para a avaliação da interdependência entre riscos, considerando a criticidade de cada um e o potencial impacto que sua materialização pode ter sobre outros eventos associados.

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, como por exemplo, continuidade operacional, ESG, cibersegurança 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

Ações estratégicas que incentivam a participação ativa dos colaboradores na identificação e na gestão dos riscos:

- **AÇÕES DE COMUNICAÇÃO**  
Disseminação clara e eficaz dos princípios, diretrizes e orientações que guiam os processos de gestão de riscos, utilizando os canais adequados para garantir que todos os colaboradores compreendam e se envolvam ativamente.
- **AÇÕES DE CAPACITAÇÃO**  
Programas de treinamento contínuo sobre o modelo de gestão de riscos, proporcionando meios para atuar de forma eficiente na identificação e mitigação de riscos.

Desde 2021, a Vivo disponibiliza treinamentos online, acessíveis a todos os seus colaboradores, abordando como a importância da gestão de riscos contribui para a criação de valor do negócio. O curso, alinhado com o estabelecido pelo COSO ERM 2017 (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – Enterprise Risk Management), cobre os processos básicos da gestão de riscos, como identificação, avaliação, resposta ao risco, monitoramento e reportes periódicos. Esse curso permanece

disponível para consulta por todos os membros do Conselho.

A atualização semestral do Mapa de Riscos também traz para os executivos uma visão externa dos principais riscos globais, do mercado de telecom e riscos emergentes, considerando fontes relevantes como o World Economic Forum, Instituto dos Auditores Internos e relatórios de mercado.

## Melhoria contínua no modelo

Para aproveitar o crescente volume de informações, utilizamos ferramentas tecnológicas desenvolvidas internamente, como o eRisk e o novo aplicativo exclusivo para o gerenciamento de riscos no Brasil. Nesta plataforma, cada responsável registra suas informações por meio de acessos individualizados, assegurando a segurança no tratamento dos dados.

Esses recursos apoiam a análise e a supervisão da Gestão de Riscos, promovendo maior confiabilidade, rastreabilidade e agilidade. As ferramentas são continuamente aprimoradas, com a incorporação de novas funcionalidades, de modo a responder de forma eficaz às exigências de um ambiente digital em constante evolução.

## Riscos relacionados a ESG

Em razão da natureza de suas atividades e de seu compromisso com a sustentabilidade, a Vivo está exposta a fatores ESG – ambientais, sociais e de governança – que são integrados ao processo corporativo de gestão de riscos. A gestão desses fatores é orientada pela estratégia e pelos objetivos da Companhia, com foco na identificação de eventos que possam afetar seu alcance, incluindo aqueles diretamente relacionados à sustentabilidade. A Vivo atua de forma sistemática na análise, no controle e na mitigação desses impactos, assegurando o alinhamento com seus compromissos e metas estratégicas.

### Riscos de médio e longo prazo

Com base na análise de relatórios e estudos, como o Relatório de Riscos Globais do Fórum Econômico Mundial, para identificar tendências de risco.

Impacto nos direitos humanos e no meio ambiente, levando em conta os efeitos adversos sobre os direitos humanos e as ameaças ambientais que podem gerar riscos para a Companhia.

### Contexto regulatório ESG

nos mercados em que a Vivo é listada, acompanhando as mudanças nas legislações e regulamentações.

### Expectativas dos stakeholders,

que orientam nossa abordagem e ações para mitigar riscos e promover uma gestão responsável.

No âmbito de ESG, a Vivo realiza uma análise detalhada do contexto, considerando os seguintes aspectos:

Essa análise permite identificar impactos, riscos e oportunidades nos temas materiais, com destaque para o conceito de dupla materialidade. Entre os principais riscos ESG, destacam-se:

**Risco ambiental:** impacto direto ou indireto nas operações devido a questões ambientais, principalmente relacionadas a exigências legais na implantação e operação da rede, bem como a futuras regulamentações ambientais.

**Mudanças climáticas:** impactos diretos ou indiretos decorrentes das alterações climáticas, incluindo riscos físicos e de transição.

**Direitos humanos:** riscos relacionados ao impacto das operações da Companhia em direitos humanos, seja por meio das atividades da empresa ou pela relação com funcionários, fornecedores e clientes.

**Conformidade com novos requisitos de relatórios ESG:** riscos associados ao aumento das exigências de relatórios de ESG, solicitados por reguladores, analistas, investidores, e outras partes interessadas, além de questões como cibersegurança, privacidade, qualidade e continuidade dos serviços, e a transparência fiscal.

# Digitalizar para Aproximar

- O propósito da Vivo
- Desempenho econômico-financeiro
- Atuação tributária responsável



# O propósito da Vivo

A Vivo tem se dedicado a transformar vidas e conectar pessoas, acreditando que a conectividade e os benefícios da tecnologia devem ser acessíveis a todos. Ao conectar diferentes realidades, reduzir distâncias e facilitar o compartilhamento de conhecimentos e experiências, a Companhia oferece soluções e serviços que apoiam pessoas, empresas e organizações em seus processos de digitalização, contribuindo para uma sociedade mais conectada e inclusiva.

**A Vivo atua com o propósito de Digitalizar para Aproximar, guiada pela ambição de desenvolver soluções digitais cada vez mais inovadoras para todos, direcionando os esforços para impulsionar a transformação digital da sociedade, mantendo o compromisso de conectar pessoas, empresas e comunidades.** Sustentando essa visão, durante esse período a Companhia estruturou sua atuação em pilares estratégicos que orientam os investimentos e decisões corporativas, impactando positivamente a vida de milhões de clientes:

#TemVivoPraTudo, #TemTudoNaVivo, #DNAVivoEmTudoQueFazemos, #DNAVivoEmTudoQueSomos e #VivoSustentável.

Esses pilares foram fundamentais para nortear as ações, alavancar resultados expressivos e consolidar a trajetória de inovação e impacto da Vivo. Apoiada em uma estratégia sólida, a Vivo permaneceu atenta às transformações profundas que vêm moldando o mundo, os mercados e as

expectativas da sociedade. Assim, após cinco anos de resultados expressivos, a Companhia optou por renovar seus pilares estratégicos em 2025, preservando Digitalizar para Aproximar como essência e norte permanente de sua atuação.

A renovação dos pilares estratégicos representa uma evolução, um movimento de atualização e aprofundamento da estratégia, alinhado aos novos desafios e oportunidades de um mundo cada vez mais digital, sustentável e interconectado.

## Novos pilares estratégicos

**A Vivo se prepara para um futuro ainda mais conectado e inovador.**

Acompanhada dessa renovação, estão colocados, a seguir, os novos pilares que nortearão a trajetória da Vivo daqui para frente. Os novos pilares estratégicos foram cuidadosamente construídos de maneira a permitir uma clara visualização da conexão entre eles, garantindo uma abordagem integrada que potencializa a sinergia entre as diversas áreas de atuação da empresa.



Conexões de ponta a ponta do Brasil. Em todos os lugares, em todas as casas, unindo e aproximando pessoas. Com o 5G e o melhor da Fibra. Isso é Vivo Total.



De tecnologia a gente entende e quer levar isso cada vez mais para os nossos clientes. Seja na saúde, em uma casa inteligente ou inovando em formas de transformar vidas. Com Cloud, Cyber e Vivo Pay para todo mundo em um novo ambiente criado por nós, para todas as pessoas. Isso é Vivo Max.



A melhor experiência, em todos os pontos de contato e convivência, para todos os nossos clientes. Com cuidado, acolhimento e atenção, além dos melhores processos. Isso é Vivo Sempre.



Uma Vivo mais humana e mais digital. Com um olhar para a tecnologia e para o futuro, mas com interação e proximidade. Atual e idealista, que se conecta à inteligência artificial e promove uma arquitetura de sistemas futuristas. Isso é Vivo IA Digital.



Nosso olhar está no futuro do planeta e das próximas gerações. É afeto e atenção ao meio ambiente. É impacto social por meio da educação. É a valorização da ética, da transparência, do bom governo e das ações transformadoras. Isso é Futuro Vivo.



Uma Vivo que desenvolve, adapta e valoriza o eu: indivíduo. Que trabalha pelo bem-estar e a diversidade do nós: coletivo. Que contagia com sua cultura curiosa, aberta e transformadora, espalhando a sua Paixão Púrpura. Isso é o Eu, nós, Vivo.

## Valores e princípios

GRI 2-23

A Vivo orienta sua atuação e crescimento por três valores fundamentais, que fundamentam os **Princípios de Negócio Responsável** da Companhia, materializados no Código de Ética e Conduta e na Política de Sustentabilidade, como base da gestão ética e da criação de valor no longo prazo.

Esses princípios se estendem a colaboradores, fornecedores, parceiros de negócio e demais partes interessadas, reforçando a responsabilidade compartilhada ao longo de uma cadeia de valor alinhada aos mesmos valores da Vivo.

Essa base de valores e princípios sustenta os novos pilares estratégicos da Companhia e oferece o alicerce ético para as transformações e inovações em curso. Com foco na digitalização, na integração de serviços e na sustentabilidade, a Vivo assegura que iniciativas como o avanço em inteligência artificial, a evolução do atendimento ao cliente e a ampliação de sua infraestrutura digital estejam alinhadas a elevados padrões de ética, responsabilidade e transparência, orientando a Companhia rumo a um futuro cada vez mais conectado e sustentável.

## Nossos valores

### INTEGRIDADE

**A integridade envolve honestidade e agir conforme padrões éticos inegociáveis.**

### COMPROMISSO

A relação mantida entre cada uma das partes interessadas se fundamentou no

**compromisso de agir sempre de forma responsável e cumprir o que foi prometido.**

### TRANSPARÊNCIA

A empresa se compromete a fazer com que seus clientes, colaboradores, fornecedores, acionistas e a sociedade em geral tenham

**informações claras e acessíveis sobre sua estratégia e atividades.**

Além disso, compromete-se também com a possibilidade de que, a qualquer momento, as partes possam efetuar consultas sobre as dúvidas ou perguntas que eventualmente tiverem em relação à operação da empresa.

## 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.

## Modelo de negócio e cadeia de valor GRI 2-6

O modelo de negócio da Vivo está orientado para prover infraestrutura de rede em todo o país e atuar como hub digital para pessoas, oferecendo serviços de telefonia fixa e móvel, internet de banda larga, TV por assinatura e streaming. Para isso, a empresa conta com um portfólio completo e convergente de produtos direcionados a clientes B2C e B2B.

### Capitais mobilizados pelo modelo de negócios

- **Financeiro**
  - R\$ 9,3 bilhões em investimentos em infraestrutura digital
- **Manufaturado**
  - 37.136 estações rádio base (ERBs)
  - 1.727 lojas próprias e franqueadas
  - 226 imóveis administrativos
- **Intelectual**
  - Inovação em inteligência artificial
  - 4,8 milhões de usuários únicos mensais na Aura
- **Humano**
  - Paixão Púrpura: a cultura da Vivo
  - Mais de 32 mil colaboradores
  - R\$ 59 milhões investidos em treinamento e desenvolvimento
- **Social e de relacionamento**
  - 116,7 milhões de acessos
  - Engajamento de stakeholders
  - R\$ 47 milhões investidos pela Fundação Telefônica Vivo
- **Natural**
  - 78 usinas de energia renovável
  - Mais de R\$ 9,3 milhões investidos no sistema de gestão ambiental
  - Gestão do consumo de recursos naturais



As cores abaixo de cada solução e serviço indicam as dimensões de valor impactadas.

### Valor gerado para os capitais

- **Valor econômico**
  - R\$ 59,6 bilhões de receita operacional líquida
  - R\$ 6,4 bilhões em proventos distribuídos
- **Infraestrutura que conecta**
  - 716 cidades com 5G
  - 67,7% da população brasileira coberta por 5G
  - 31 milhões de casas passadas com FTTH
- **Pessoas no centro**
  - Mais de 2 milhões de horas de treinamento
  - 90% de adesão na pesquisa de eNPS
- **Clientes e sociedade**
  - Crescimento de 3 p.p. ao ano no NPS
- **Engajamento de stakeholders**
  - Impacto em 2,4 milhões de pessoas por projetos educacionais e solidários da Fundação Telefônica Vivo
- **Planeta**
  - 91% de redução nas emissões dos escopos 1 e 2
  - 71 GWh de economia em projetos de eficiência energética
  - Mais de 97% dos resíduos da operação reciclados

## Cenário 2025: um ambiente de maior complexidade, disciplina e transformação estrutural

O ano de 2025 se inseriu em um contexto marcado por maior complexidade econômica, volatilidade financeira e aceleração de transformações estruturais nos mercados digitais. Para empresas que operam em setores intensivos em capital, tecnologia e infraestrutura, como o de telecomunicações, esse ambiente exigiu disciplina financeira, eficiência operacional e capacidade de adaptação estratégica.

Após um ciclo de crescimento robusto em 2024, impulsionado por estímulos fiscais e monetários e refletido em um desempenho sólido da economia brasileira, 2025 apresentou um cenário de moderação do ritmo de crescimento, em um contexto de juros elevados, inflação persistente e cautela dos agentes econômicos. Esse movimento ocorreu em paralelo a um mercado de trabalho ainda resiliente e a uma demanda sustentada por serviços essenciais, como conectividade e soluções digitais.

A inflação acima da meta e a consequente manutenção de taxas de juros em patamares elevados reforçaram a importância de gestão rigorosa de custos, eficiência de investimentos e seletividade na alocação de capital. Para a Vivo, esse contexto ampliou a relevância de modelos de negócio integrados, ganhos de escala, digitalização de processos e ofertas capazes de combinar valor percebido para o cliente com sustentabilidade financeira no longo prazo.

No plano internacional, incertezas geopolíticas persistentes – incluindo conflitos armados, tensões comerciais e mudanças na dinâmica das cadeias globais – continuaram a influenciar preços de energia, commodities e fluxos financeiros. Ainda que não tenham gerado impactos materiais diretos sobre as operações da Companhia ao longo do ano, esses fatores ampliaram a volatilidade dos mercados e reforçaram a necessidade de resiliência operacional, diversificação e monitoramento contínuo de riscos.

No mercado brasileiro, a volatilidade cambial refletiu tanto fatores globais quanto desafios domésticos, como o debate fiscal e as expectativas em relação à política econômica. Esse ambiente exigiu atenção permanente à gestão financeira e à mitigação de riscos associados a variações de custos, investimentos e estrutura de capital.

Paralelamente, o setor de telecomunicações e serviços digitais atravessou uma transformação estrutural. A ampliação da cobertura de 5G e fibra, a maturidade do mercado de conectividade e a entrada de novos players intensificaram a competição, pressionando margens e acelerando movimentos de consolidação. Ao mesmo tempo, a digitalização crescente da sociedade ampliou a demanda por experiências mais integradas, serviços além da conectividade e soluções baseadas em dados e inteligência artificial.

Nesse contexto, a experiência do cliente consolidou-se como um diferencial competitivo central, enquanto a inteligência artificial generativa inaugurou uma fronteira de eficiência operacional, personalização e relacionamento. Para empresas capazes de integrar infraestrutura robusta, tecnologia, serviços digitais e cultura orientada ao cliente, esse cenário representou não apenas desafios, mas oportunidades de diferenciação e criação de valor.

Adicionalmente, expectativas crescentes de investidores, clientes e parceiros em relação à sustentabilidade, governança e impacto social reforçaram a importância de estratégias alinhadas aos princípios ESG. A transição para uma economia de baixo carbono, a inclusão digital e a gestão responsável de pessoas e recursos deixaram de ser agendas paralelas e passaram a integrar a lógica de competitividade e perenidade dos negócios.

Em síntese, o cenário de 2025 foi caracterizado por maior exigência estratégica. Ele favoreceu organizações capazes de combinar escala, eficiência, inovação, responsabilidade e foco no cliente, transformando complexidade em vantagem competitiva e preparando o terreno para um crescimento consistente e sustentável nos anos seguintes.



2025 foi marcado por maior complexidade econômica, exigindo disciplina financeira, eficiência operacional e adaptação estratégica.



Em um setor em transformação, experiência do cliente, digitalização e agendas ESG tornaram-se fatores centrais de competitividade.

## Tendências do mercado

A conectividade em alta velocidade, confiável e em contínua expansão, continuará ganhando relevância à medida que os hábitos digitais dos consumidores evoluem e as organizações avançam em suas jornadas de digitalização. Além da excelência técnica, a experiência do cliente seguirá como importante diferencial competitivo, impulsionada pela crescente adoção de inteligência artificial nos serviços de atendimento e nos processos operacionais. Nesse contexto, consumidores e empresas tendem a ser mais seletivos em suas escolhas, reforçando a importância da confiança, da segurança digital e de agendas alinhadas a critérios ESG.

A demanda por conectividade de ultra banda larga deve seguir em expansão, sobretudo com o avanço da fibra óptica em cidades menores. Ao mesmo tempo, a maturidade crescente do mercado – caracterizada por maior penetração e menor quantidade de áreas sem cobertura – deve intensificar a competição e acelerar movimentos de consolidação no médio prazo. O ambiente de alto custo de capital também tende a reduzir o ritmo de crescimento dos provedores regionais, especialmente aqueles apoiados por fundos de private equity, levando esses players a buscar novos caminhos estratégicos.

No mercado móvel, o 5G já está presente em mais de 2.000 cidades brasileiras, alcançando cerca de dois terços da população. A adoção deve continuar avançando com a maior oferta e acessibilidade de dispositivos. O 5G também possibilitou a entrada de novos operadores regionais, que iniciaram suas operações em 2024. A Vivo seguirá expandindo sua cobertura 5G, entregando a melhor combinação de velocidade e qualidade, e avançará na ampliação da rede 5.5G após ser a primeira operadora do país a disponibilizar essa tecnologia. Esse avanço prepara o terreno para futuros desligamentos de redes legadas, sempre com foco no aprimoramento da experiência do cliente.

Com consumidores cada vez mais sofisticados em seus hábitos digitais, serviços além da conectividade ganham protagonismo. As empresas ampliam seus portfólios para fortalecer o relacionamento com os clientes e elevar a receita por usuário. A Vivo continuará investindo em serviços digitais e em propostas inovadoras de valor, desenvolvendo suas plataformas em saúde e bem-estar, serviços financeiros, eletrônicos de consumo, energia e casas inteligentes. A Companhia também expandirá parcerias e iniciativas de inovação aberta por meio da Wayra e da Vivo Ventures, consolidando seu caminho para se tornar o principal ecossistema digital B2C do Brasil.

No segmento B2B, a digitalização permanece entre as prioridades dos executivos, impulsionando a demanda por conectividade avançada e abrindo espaço para serviços profissionais e gerenciados em Cloud, Cibersegurança, IoT, Big Data e Mensageria. As operadoras passam a ter capacidade de monetizar suas redes como plataformas abertas. Alinhada a essa tendência, a Vivo, juntamente com outras operadoras brasileiras, lançou a iniciativa Open Gateway, que transforma redes em plataformas preparadas para desenvolvedores, simplifica a criação de soluções interoperáveis e habilita uma nova geração de serviços digitais.

A experiência do cliente continuará sendo elemento central de diferenciação no setor, especialmente com a chegada da inteligência artificial generativa. A Vivo ampliará a aplicação da tecnologia para oferecer experiências mais integradas e intuitivas no app Vivo e para aprimorar o atendimento em canais presenciais e remotos, com o apoio de ferramentas habilitadas por IA.

No campo ESG, empresas são cada vez mais chamadas a adotar agendas responsáveis para fortalecer a confiança de clientes, investidores e demais stakeholders. A Vivo manterá sua atuação como referência intersetorial no Brasil, alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e avançando rumo ao compromisso de se tornar Net Zero até 2035, cinco anos antes do planejado inicialmente. A Companhia seguirá promovendo inovação e crescimento sustentável ao fortalecer sua estratégia de atração e retenção de talentos em um ambiente diverso e inclusivo, apoiado por uma marca contemporânea conectada aos principais temas sociais.

Com esses direcionadores, a Vivo está preparada para fortalecer ainda mais sua liderança. Guiada pelos pilares estratégicos do Grupo Telefónica – entregar a melhor experiência ao cliente, expandir a oferta B2C, escalar o B2B, evoluir capacidades tecnológicas, simplificar o modelo operacional e desenvolver talentos – seguiremos impulsionando a digitalização para aproximar pessoas (“Digitalizar para Aproximar”).

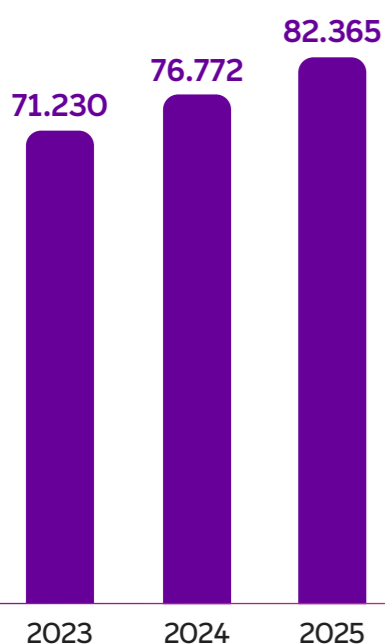
Conectividade, IA e ESG impulsionam a digitalização, elevam a competição e reforçam confiança e experiência do cliente como diferenciais.

# Desempenho econômico-financeiro

GRI 201-1

## Receita bruta

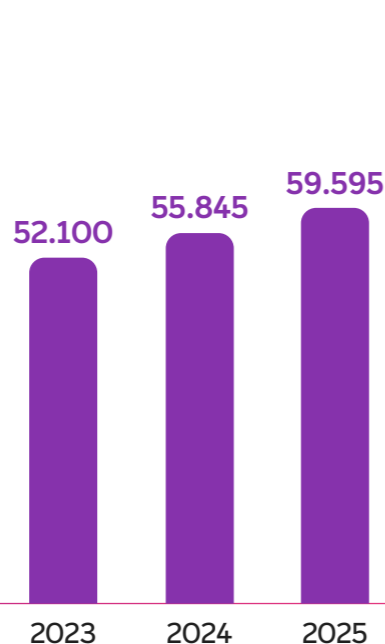
R\$ milhões



A receita bruta cresceu + 7,3% em 2025, passando de R\$ 76.772 milhões para R\$ 82.365 milhões, impulsionada pela comercialização de serviços e venda de produtos como aparelhos e eletrônicos.

## Receita líquida

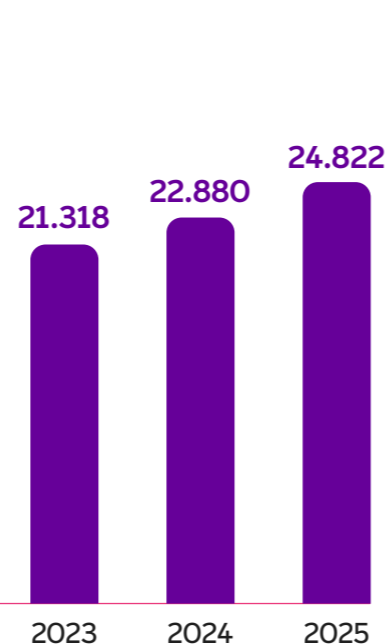
R\$ milhões



Em 2025, a receita líquida cresceu + 6,7%, saindo de R\$ 55.845 milhões, em 2024, para R\$ 59.595 milhões, impulsionada pelas receitas de serviço móvel, FTTH e dados corporativos, TIC e serviços digitais.

## EBITDA

R\$ milhões



O EBITDA da Companhia atingiu R\$ 24.822 milhões em 2025, um aumento de + 8,5% em relação a 2024. Já a margem EBITDA ficou em 41,7%, um aumento de 0,7 p.p. em relação ao ano anterior. A variação reflete o forte desempenho operacional, principalmente no pós-pago e em FTTH, combinado com a gestão eficiente das despesas operacionais.

## Investimentos

A Vivo investiu um total de

**9.270 milhões**

(exceto licenças e contratos de arrendamentos) em 2025, representando

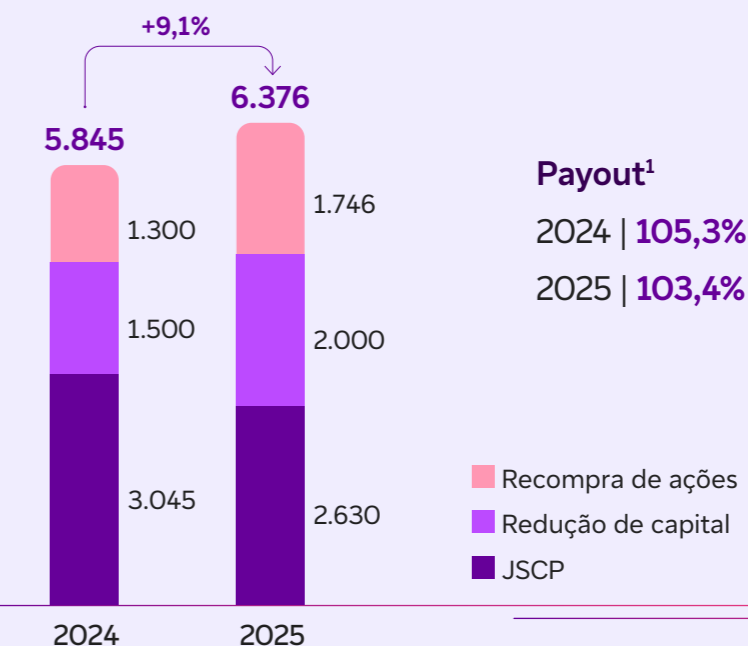
**15,6%**

da Receita Operacional Líquida, uma redução de 0,9 p.p. no período, evidenciando a capacidade da Companhia de aumentar receita reduzindo a intensidade de capital investido.

Os investimentos foram destinados à expansão da rede de fibra, além da ampliação e manutenção da rede móvel, com destaque para a rede 5G. O valor total investido no último ciclo anual foi + 1,1% superior ao registrado em 2024.

## Retorno ao acionista

R\$ milhões



### Payout<sup>1</sup>

2024 | **105,3%**

2025 | **103,4%**

A Companhia tem como foco principal, todos os anos, proporcionar o melhor retorno financeiro possível para seus acionistas. Para os exercícios de 2024, 2025 e 2026, a Companhia assumiu o compromisso de distribuir aos seus acionistas, por meio de dividendos, juros sobre capital próprio, reduções de capital e recompra de ações, um valor igual ou superior a 100% do lucro líquido apurado em cada um desses exercícios.

Em 2025, a Vivo cumpriu essa diretriz ao distribuir aos acionistas o valor de R\$ 6.376 milhões, equivalente a 103,4% do lucro líquido do ano, sendo R\$ 2.630 milhões em juros sobre capital próprio, R\$ 2.000 milhões em redução de capital e R\$ 1.746 milhões em recompras de ações.

<sup>1</sup> Percentual do lucro líquido que é distribuído aos acionistas.

# Atuação tributária responsável

Na Vivo, busca-se agir com transparência e respeito à legislação na gestão dos nossos assuntos tributários. A Companhia está comprometida com a obrigação de pagar os tributos, respeitando o contexto legal em que se encontra, contribuindo, assim, para o progresso econômico e social dos locais onde atua.

A Vivo atua conforme os Princípios de Negócio Responsável e a Política de Diretrizes de Conduta Tributária, documentos de políticas internas disponibilizados publicamente que garantem

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.

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

## Transparência fiscal – alíquota efetiva tributária sobre a renda

Indicadores (R\$ mil)	2023 <sup>1</sup>	2024	2025
Lucros antes dos tributos	5.573.916	6.763.809	7.270.943
Despesa IRPJ e CSLL à alíquota de 34%	(1.895.131)	(2.299.695)	(2.472.121)
Diferenças permanentes	1.361.192	1.093.218	1.378.721
Crédito (débito) tributário	(533.939)	(1.206.477)	(1.093.400)
Taxa efetiva	9,6%	17,8%	15,0%
IRPJ e CSLL recolhidos	(901.688)	(862.064)	(896.209)
Alíquota efetiva de caixa	16,2%	12,7%	12,3%

<sup>1</sup> Valor inclui R\$ 327 milhões referentes a créditos de IRPJ e CSLL diferidos, reconhecidos após a incorporação da Garliava (empresa que detinha ativos da Oi).

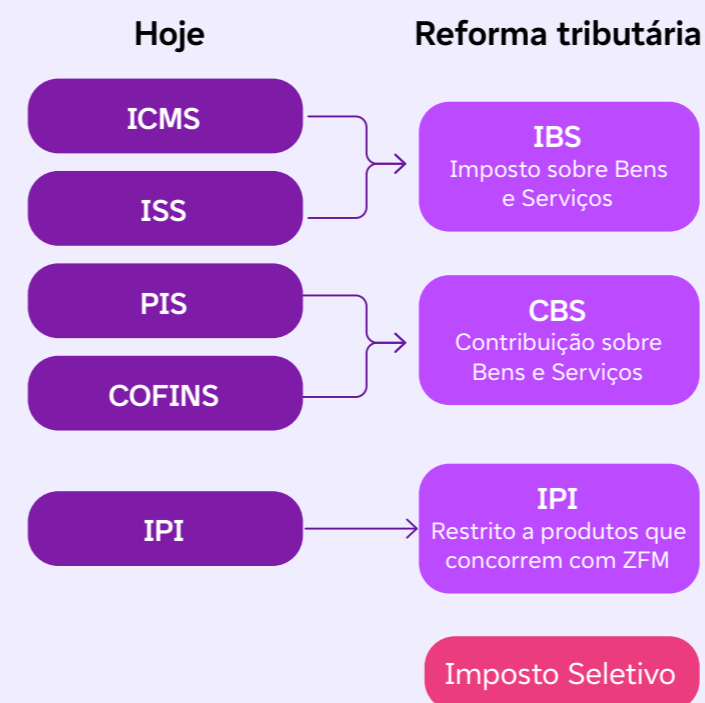
## Reforma tributária sobre o consumo

Em 20 de dezembro de 2023, foi promulgada a Emenda Constitucional (EC) nº 132, que estabelece a reforma tributária sobre o consumo. A regulamentação da Reforma Tributária ocorreu por meio da Lei Complementar (LC) nº 214, sancionada em 16 de janeiro de 2025 pelo presidente da República.

A LC 227/2026, estabelece procedimentos relacionados ao contencioso do IBS e à gestão da arrecadação entre os entes federativos, contribuindo para a estruturação institucional do novo modelo tributário. O modelo da Reforma está baseado num IVA repartido (IVA dual) em duas competências, uma federal (Contribuição sobre Bens e Serviços – CBS) que substituirá os tributos PIS e COFINS e

uma subnacional (Imposto sobre Bens e Serviços – IBS), que substituirá os tributos ICMS de competência estadual e ISS de competência municipal.

Foi também criado um Imposto Seletivo (IS) de competência federal, que incidirá sobre a produção, extração, comercialização ou importação de bens e serviços prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, sendo que há previsão expressa de que o IS não poderá incidir sobre serviços de telecomunicações. O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) continuará a incidir sobre os produtos que concorrem com aqueles fabricados na Zona Franca de Manaus, no estado do Amazonas (AM), tendo sua alíquota reduzida a zero nos demais casos.



A reforma tributária será totalmente implementada em 2033, havendo um período de transição entre 2026 e 2032. Assim, em 2026, a reforma entrou em sua fase de operacionalização ("ano-teste"), com exigência de adequação dos sistemas de emissão para que as notas fiscais passem a incluir o destaque da CBS e do IBS. Essa etapa tem finalidade de testes e preparação das empresas e do fisco, sem efetiva cobrança ou impacto na precificação, o que ocorrerá a partir de 2027.

A reforma tributária está amparada nos princípios da tributação em base ampla de bens e serviços, cobrança com base no destino da operação e não cumulatividade plena, que objetivam garantir simplificação tributária. Os seus impactos somente serão plenamente conhecidos após concluído o processo de regulamentação infralegal e determinação das alíquotas.

## Informações financeiras – relatório país-a-país

A Vivo concentra seus investimentos e atividades no Brasil e detém participação em uma empresa sediada na Holanda (Aliança Atlântica Holding B.V.) que atualmente não realiza operações significativas.

### Brasil - Telecomunicações

Consolidado	2023	2024	2025
Nome das entidades residentes	DF – página 53	DF – página 51	DF – página 56
Número de colaboradores	33.253	33.094	32.201
Receita líquida	52.100.151	55.845.048	59.595.000
Lucro antes dos tributos sobre a renda	5.573.916	6.763.809	7.270.943
Despesa tributos sobre a renda	(533.939)	(1.206.477)	(1.093.400)
Tributos sobre a renda pagos	(901.688)	(862.064)	(896.209)

### Holanda - Holding

Consolidado	2023	2024	2025
Nome das entidades residentes	–	–	--
Número de colaboradores	–	–	--
Receita líquida	7.643	9.706	6.463
Lucro antes dos tributos sobre a renda	7.268	9.378	6.097
Despesa tributos sobre a renda	(1.712)	(2.420)	(1.487)
Tributos sobre a renda pagos	(1.712)	(2.420)	(1.487)

<sup>1</sup> Conversão de taxa: Euro médio ao ano em dezembro de 2025 = 6,3053831



Demonstrações Financeiras.

# Vivo Total

- Totalização
- Vivo Travel
- Rede móvel e 5G
- Rede fixa e fibra
- Infraestrutura e operação



# Totalização

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais

Conexões de ponta a ponta do Brasil. Em todos os lugares, em todas as casas, unindo e aproximando pessoas. Com 5G e o melhor da Fibra. Isso é Vivo Total.

Alinhada ao pilar estratégico Vivo Total, a companhia reforça sua ambição em se consolidar como principal plataforma tecnológica do país, atuando no conceito de totalização. Essa estratégia reflete a dinâmica competitiva do mercado e orienta a convergência entre serviços, ampliando a fidelização e fortalecendo a relação com os clientes.

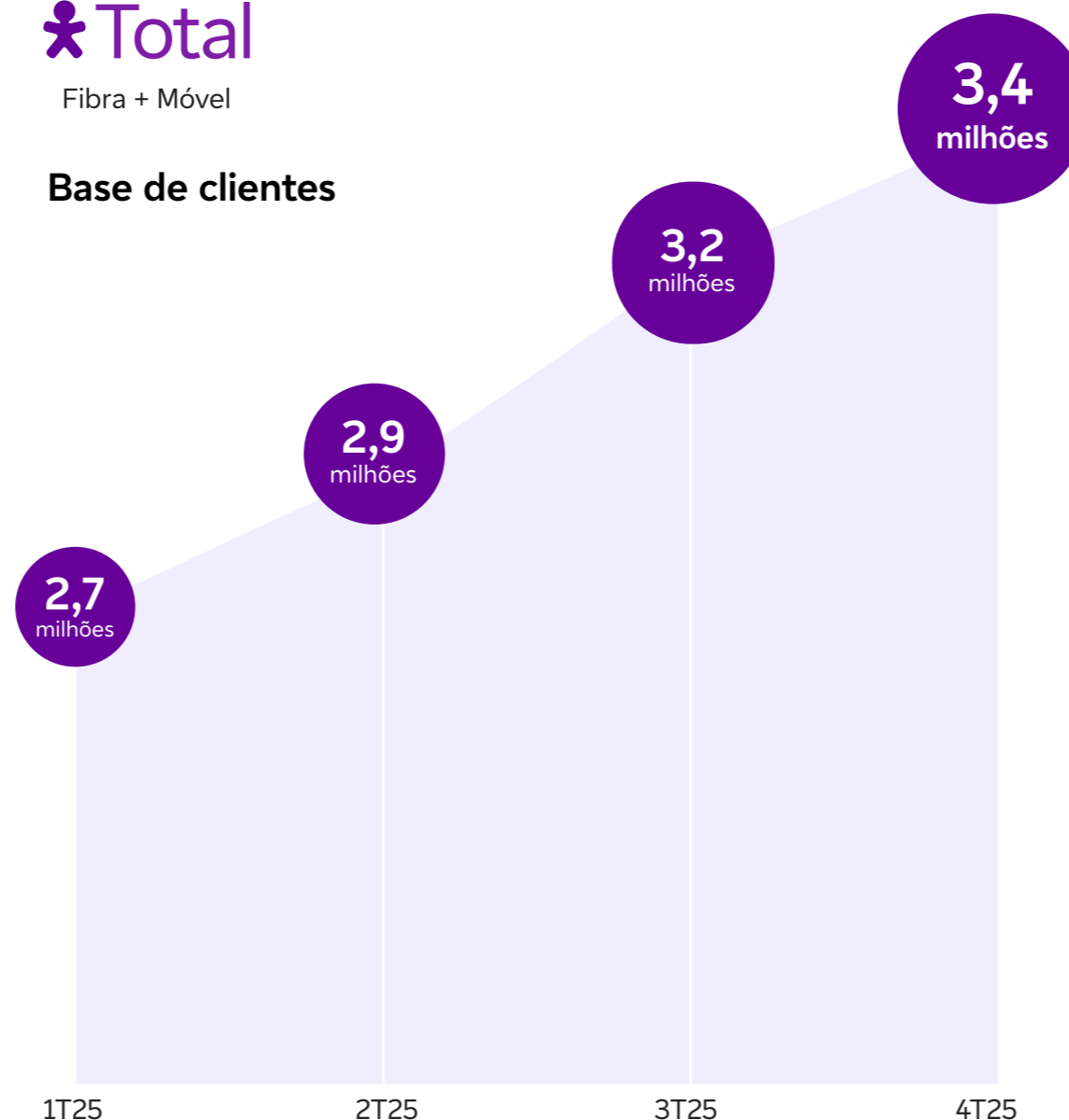
O Vivo Total combina o melhor da fibra e da internet móvel em um único plano, oferecendo mais comodidade e simplicidade ao cliente. Em 2025, o Vivo Total alcançou 3,4 milhões de assinantes (+40,9% vs. 2024), representando 43% dos acessos de FTTH, e 82% das altas de FTTH nas lojas próprias.

Além da convergência entre fibra e móvel, a totalização impulsiona a integração com serviços digitais, como música, vídeo e cibersegurança, fortalecendo a proposta de valor e promovendo jornadas mais completas e digitais.

## Total

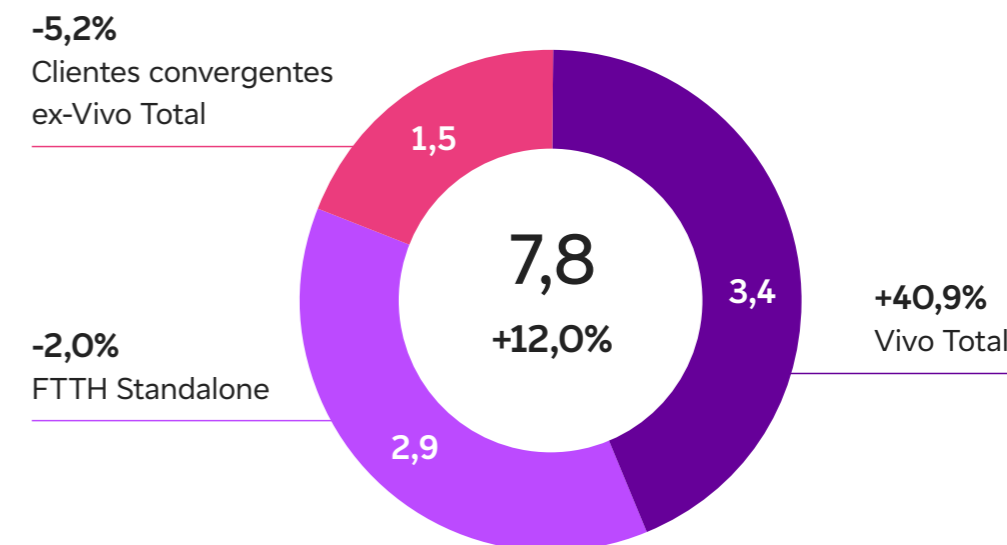
Fibra + Móvel

### Base de clientes



### Acessos FTTH

Milhões, a/a



<sup>1</sup>Inclui clientes do Vivo Total (43,2% da base de FTTH) e clientes convergentes que não estão na oferta do Vivo Total (19,5% da base de FTTH).

<sup>2</sup>Vivo Total é uma oferta convergente que combina fibra e pós-pago em uma única fatura.

# Vivo Travel

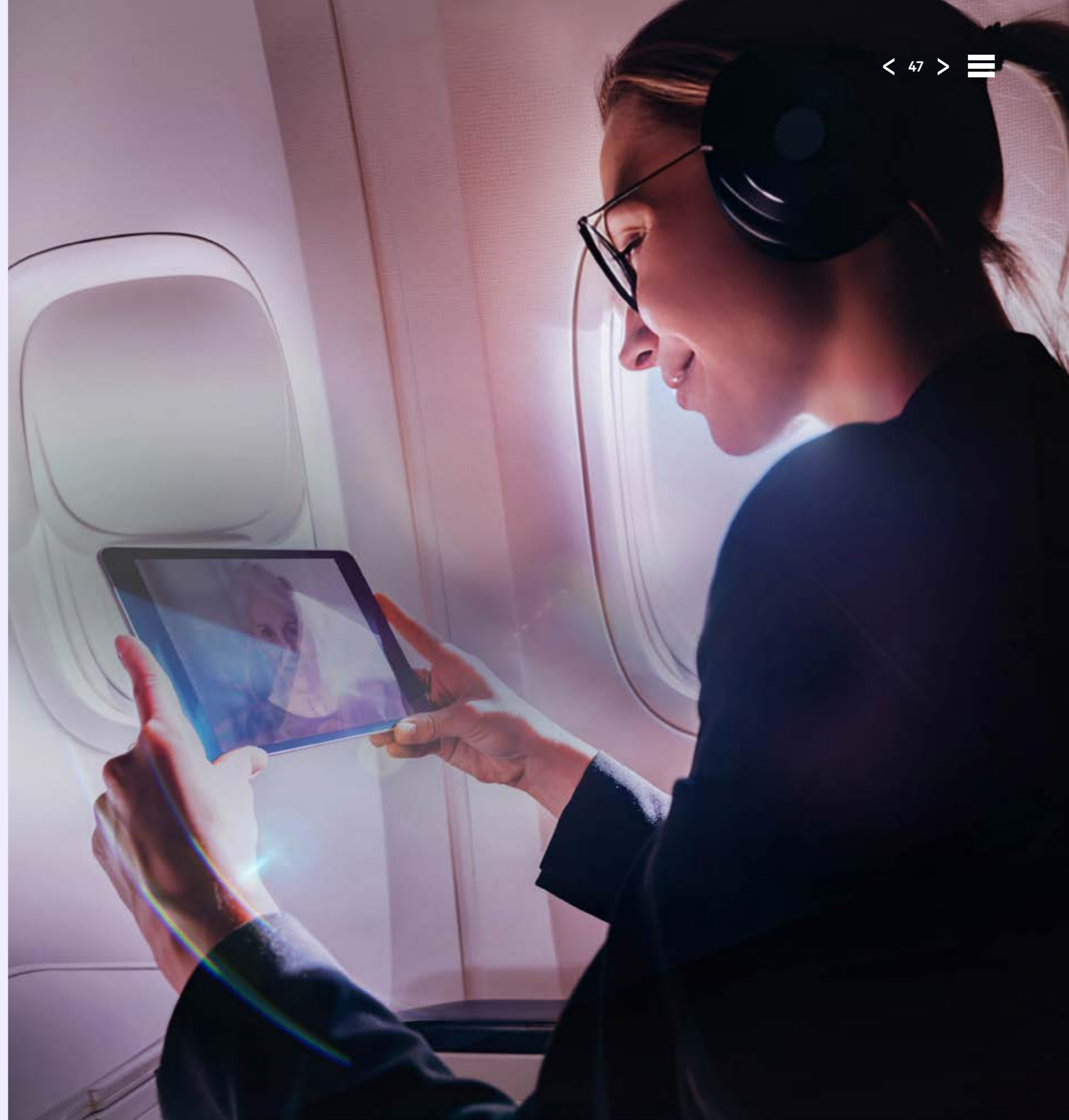
Presente em mais de 175 países, o Vivo Travel foi eleito em 2025, pela sexta vez, **a melhor opção na categoria “roaming internacional”** da pesquisa Viaja SP, realizada pelo Datafolha, que levantou quais são os melhores destinos, produtos e serviços relacionados ao turismo na opinião dos viajantes paulistanos.

Nos planos pós-pago, já estão inclusos sem custo adicional os países das Américas e o cliente pode complementar com pacotes adicionais de acordo com o seu destino. Além disso, nos planos família, também está inclusa a cobertura para países da Europa, e as linhas adicionais também podem usar o mesmo serviço de roaming disponível aos seus titulares em suas viagens.

Em 2025, a Vivo tornou seu roaming internacional ainda mais atrativo para clientes dos planos Pré e Controle: foram lançados novos pacotes para este público. As opções custam a partir de R\$ 35, com duração de 30 dias, permitindo a seleção de até seis países de uma única vez. Há variações com 5 GigaBytes, 10 GigaBytes e 20 GigaBytes, além de 200 minutos de ligações nos países contratados e para o Brasil.

A ativação dos pacotes é totalmente digital, realizada pelo aplicativo da Vivo, com pagamento via cartão de crédito. Solução inédita no Brasil, amplia a acessibilidade dos serviços da Companhia ao permitir que clientes utilizem seus **planos em viagens internacionais sem troca de chip**, mantendo a mesma cobertura e qualidade de rede disponíveis no território nacional.

**+175**  
países com  
cobertura do Vivo  
Travel



# Rede móvel e 5G

SASB TC-TL-000.A, TC-TL-520a.2

Em 2025, a companhia fortaleceu sua liderança no segmento móvel, apoiada em investimentos consistentes e na ampliação da cobertura 5G, que alcançou 716 municípios e 67,7% da população brasileira. A performance reforça o papel estratégico da Vivo na transformação digital do país, mesmo em um ambiente de mercado altamente competitivo.

A Vivo também se destacou pela velocidade de download do 5G, com média de 362,1 megabits, a mais rápida do mundo entre grandes territórios, segundo a Opensignal. Esse desempenho refletiu o crescimento da base de clientes e a entrega consistente de valor aos acionistas ao longo do ano.

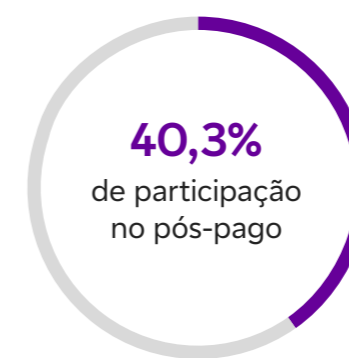
A Vivo, que já conta com um amplo portfólio de planos, como o Pré-pago, Controle e Pós-pago, segue inovando com o lançamento do Vivo Easy Lite, que oferece alternativas de planos anuais, com pagamento parcelado em 12 vezes no cartão de crédito. Essa diversidade de opções reflete o compromisso da Companhia em atender às necessidades de cada cliente, consolidando sua posição como a melhor escolha em conectividade.

Encerrando 2025 com resultados sólidos, a Vivo intensificou o crescimento de receitas, EBITDA e lucro, fortalecendo sua marca como referência em serviços digitais e conectividade.

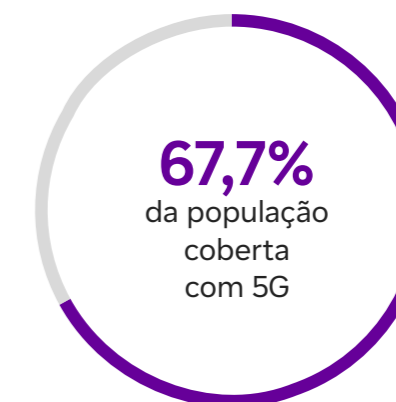
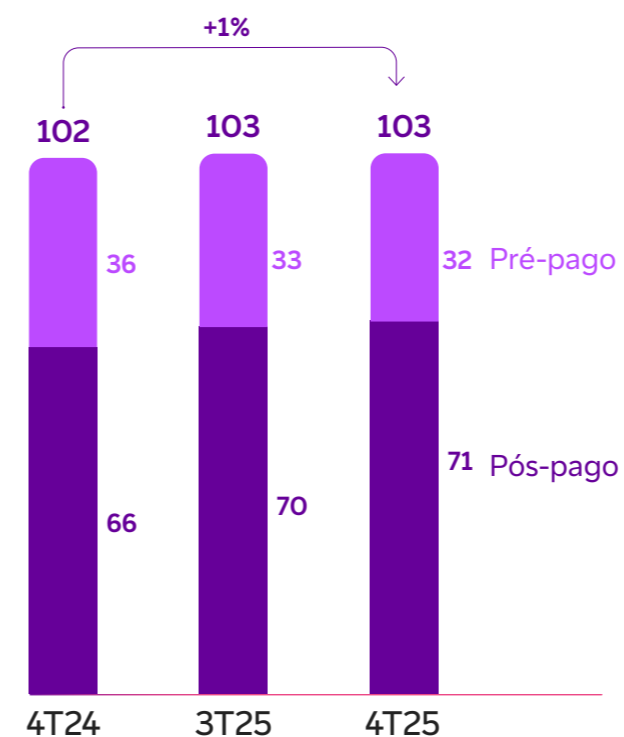
Com investimentos contínuos em inovação e ampliação de sua infraestrutura, a Vivo segue preparada para atender às demandas futuras, garantindo qualidade, inclusão e excelência em suas redes e soluções.



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



## Acessos móveis Milhões



<sup>1</sup> 31 de dezembro de 2025

# Rede fixa e fibra

SASB TC-TL-000.C

A Vivo oferece aos seus clientes de banda larga fixa tecnologias como fiber to the home (FTTH) e fiber to the curb (FTTC), com velocidades de download que chegam a 10 Gigabits por segundo. Durante 2025, a Companhia obteve um ganho líquido de 834 mil clientes de fibra e conta com 31,0 milhões de casas passadas em 453 municípios. Ao todo, já são 7,8 milhões de acessos FTTH.

## B2B

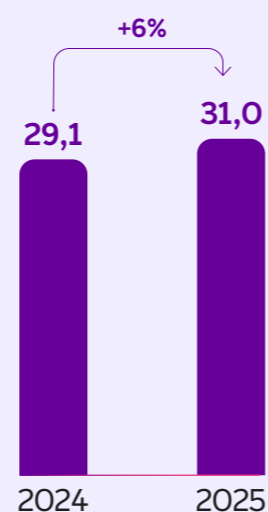
Além da conectividade, a Vivo oferece soluções corporativas, incluindo computação em nuvem, tecnologia da informação (TI), equipamentos e cibersegurança, permitindo que empresas de todos os portes acelerem a digitalização de suas operações. Esses serviços contribuem significativamente para a receita da Vivo em dados corporativos e no setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

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

## Cobertura FTTH

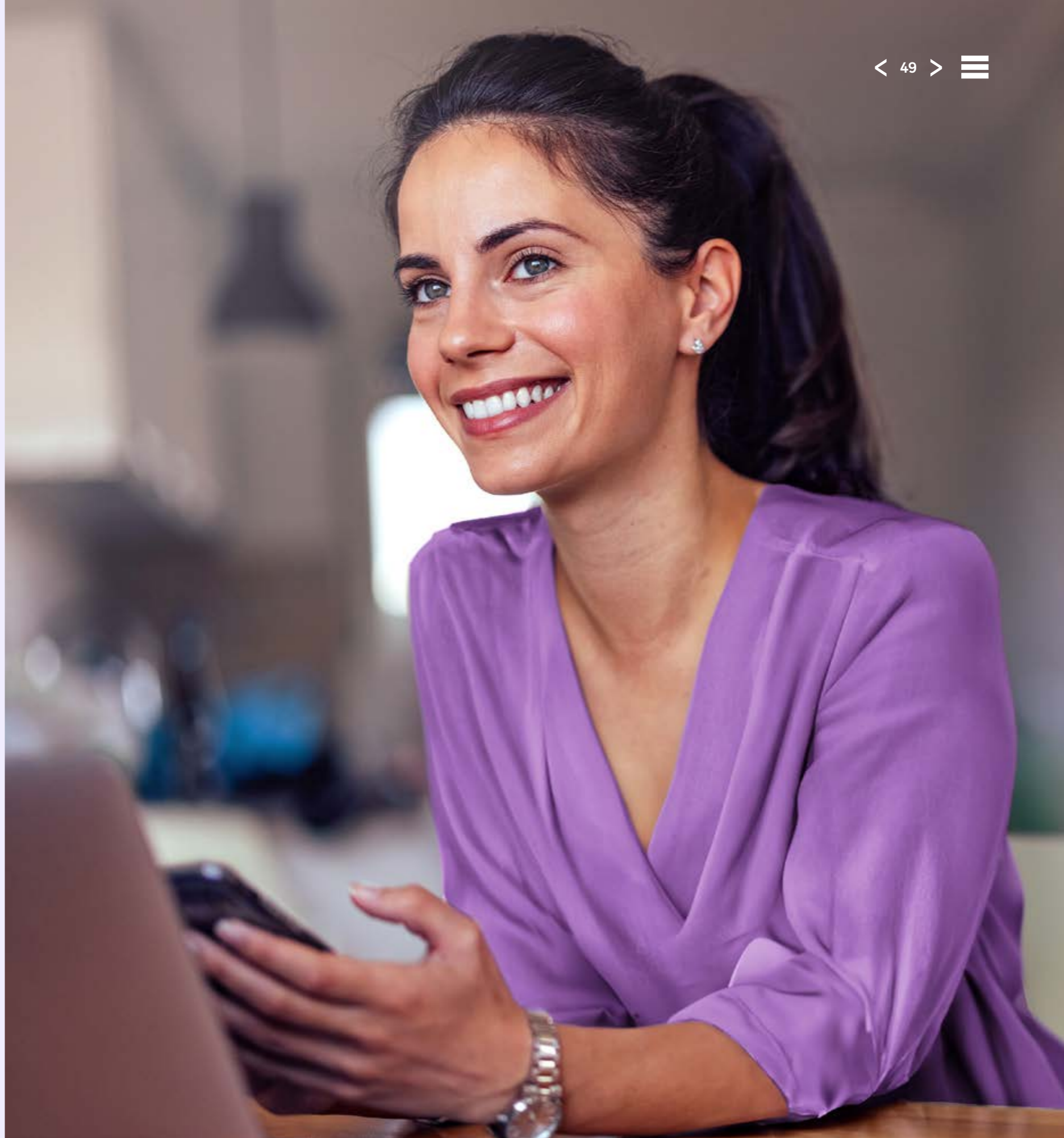
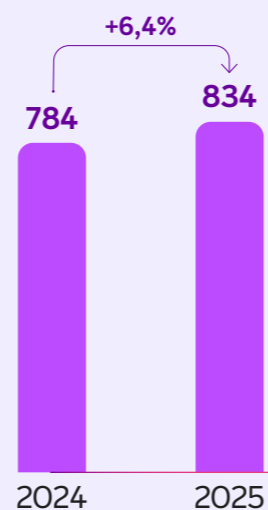
Milhões

### Casas passadas



### Adições líquidas

Mil



# Infraestrutura e operação

GRI 203-1, 203-2

## Autorizações de serviços de telecomunicações

Atualmente, a Companhia presta serviços de telefonia fixa, móvel, dados, banda larga e TV por assinatura em todo o Brasil, mediante autorizações outorgadas pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

De acordo com a Lei Geral de Telecomunicações, concessões são licenças para fornecimento de serviços de telecomunicações sob o regime público, enquanto autorizações são licenças concedidas para o fornecimento de serviços de telecomunicações sob o regime privado.

Tanto concessões quanto autorizações impõem obrigações relacionadas, por exemplo, à qualidade do serviço, expansão e modernização da rede. Contudo, as empresas que operam sob o regime público, conhecidas como concessionárias, estão sujeitas a obrigações adicionais, como a continuidade e universalidade do serviço.

Em 16 de dezembro de 2024, a Vivo celebrou um Termo de Autocomposição para Adaptação dos contratos de concessão do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC) para o modelo de

autorização, em parceria com a Anatel, o Tribunal de Contas da União (TCU) e o Ministério das Comunicações.

A celebração deste acordo foi um dos principais avanços da Companhia, inclusive garantiu que todos os ativos da concessão permanecessem como propriedade da Vivo, eliminando pendências, proporcionando maior segurança jurídica. E, ainda, esse Termo, entre outras obrigações específicas, prevê a necessidade de realizar investimentos em backhaul e cobertura móvel. Tais investimentos atendem a um relevante interesse público, pois:

- A aplicação em backhaul beneficiará aproximadamente 8,1 milhões de habitantes com a implementação de fibra óptica, beneficiando principalmente as classes C, D e E da população.
- Sob a perspectiva da cobertura móvel, mais de 46 milhões de habitantes serão beneficiados pela implantação de ERBs, alcançando também majoritariamente as classes C, D e E.

Em 11 de abril de 2025, foi celebrado pela Companhia, perante a Anatel, o Termo Único de Autorização, concluindo a última etapa para a efetiva adaptação do regime de Concessão do STFC, passando a Companhia para o regime privado de Autorização do STFC.

A adaptação do regime público para o regime privado viabiliza uma estrutura mais eficiente, proporcionando à Telefônica agilidade para ajustar seus negócios, sem as obrigações e restrições do regime público. Isso permitirá que os investimentos sejam redirecionados para serviços de maior interesse para a população, alinhados às políticas públicas e com o estabelecido no Termo de Autocomposição.

Em 2025, a Vivo concluiu a migração do STFC do regime de concessão para autorização, ampliando a segurança jurídica e direcionando investimentos para infraestrutura e cobertura móvel.

# Vivo Max

- Novos Negócios
- Saúde e bem-estar
- Serviços financeiros
- Casa Inteligente
- Consumer electronics
- Energia
- Vivo Empresas
- IoT, Big Data e Open Gateway
- Cloud
- Cibersegurança
- Networking
- Inovação Aberta



# Novos Negócios

GRI 2-6, 3-3 Tema material: Consumidores finais

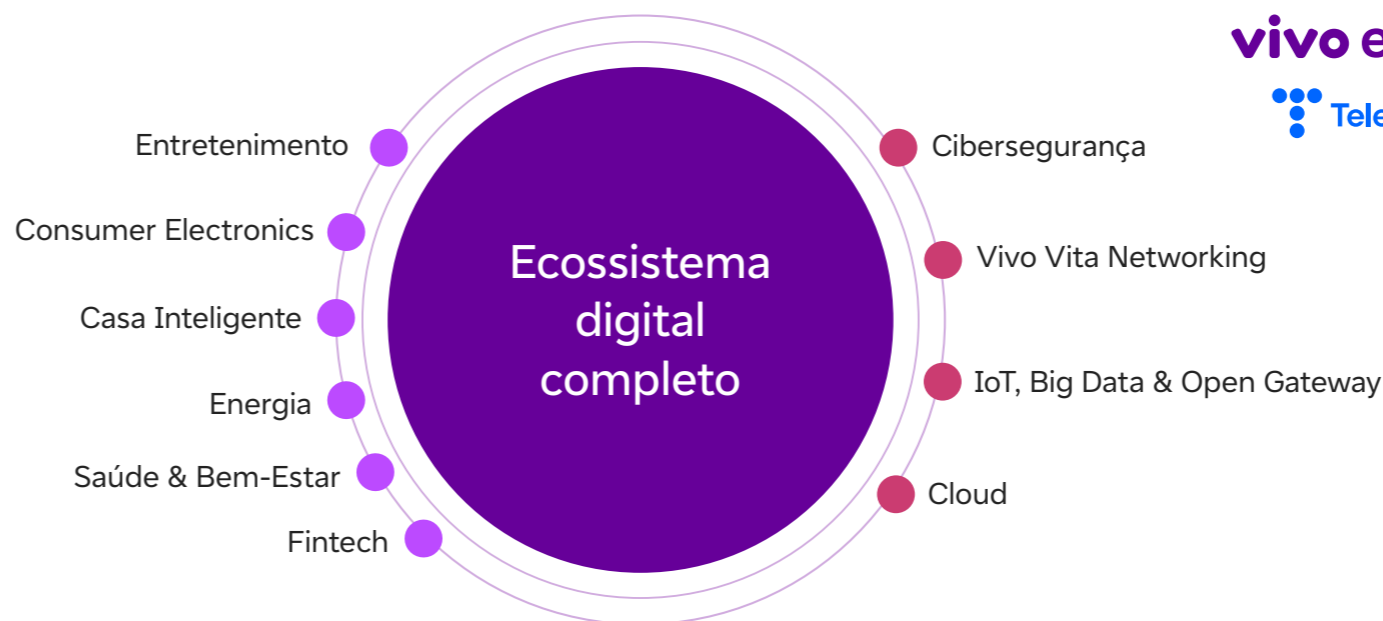
A Vivo transforma tecnologia em soluções concretas para o dia a dia das pessoas.

A partir da conectividade, a Companhia amplia sua atuação para oferecer serviços digitais que facilitam rotinas, ampliam o acesso e criam novas possibilidades – da saúde à casa inteligente, das finanças à segurança digital. Cloud, cibersegurança e Vivo Pay passam a compor um ambiente integrado de soluções pensado para diferentes necessidades, públicos e momentos de vida. Isso é Vivo Max.

A Vivo tem consolidado sua posição como um ecossistema completo de serviços com o pilar Vivo Max, que reforça a estratégia de diversificação da companhia e maximiza sua presença no cotidiano digital dos clientes. Inovação e criatividade foram essenciais para posicionar a Vivo como um hub de serviços digitais, impulsionado pela proposta Vivo Max. Com essa abordagem abrangente, a Vivo não somente amplia sua atuação no setor de telecomunicações, mas também potencializa a conexão entre as pessoas e novas oportunidades em áreas estratégicas, como saúde e bem-estar, finanças e entretenimento.

vivo

B2C



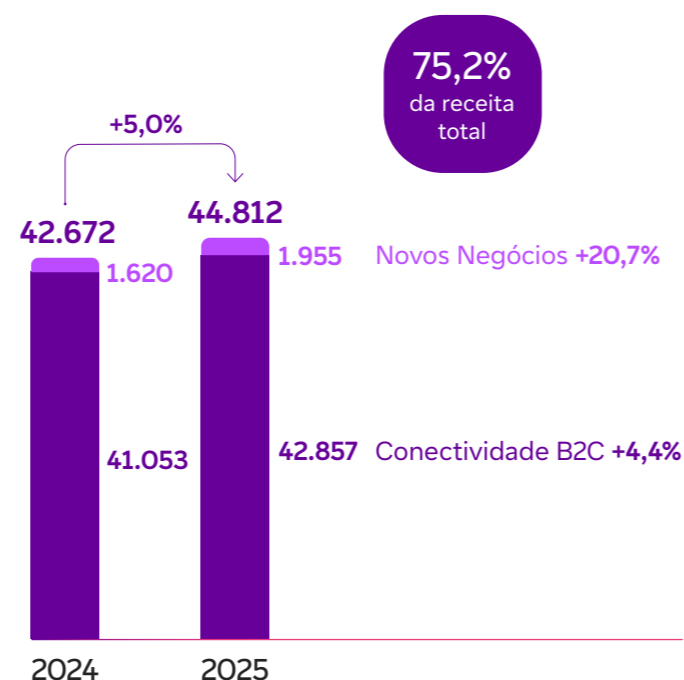
vivo empresas

Telefónica Tech

B2B

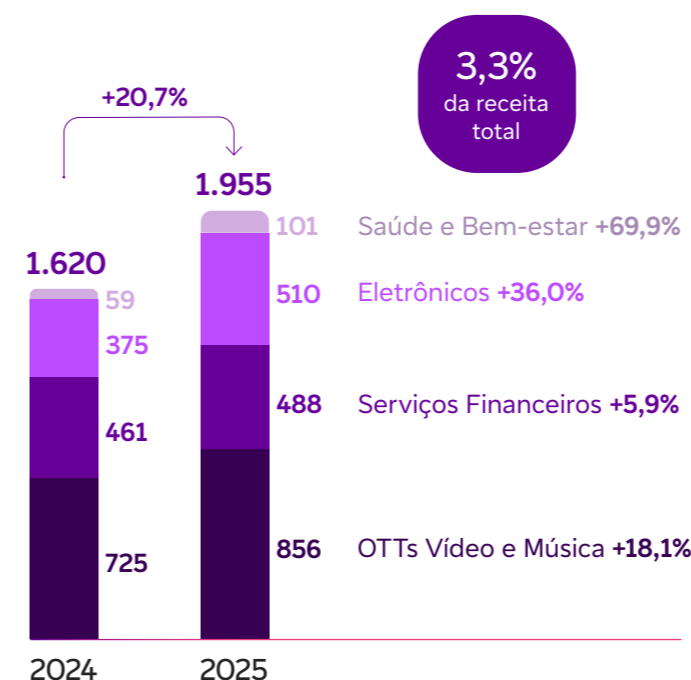
## Receita total B2C

R\$ milhões



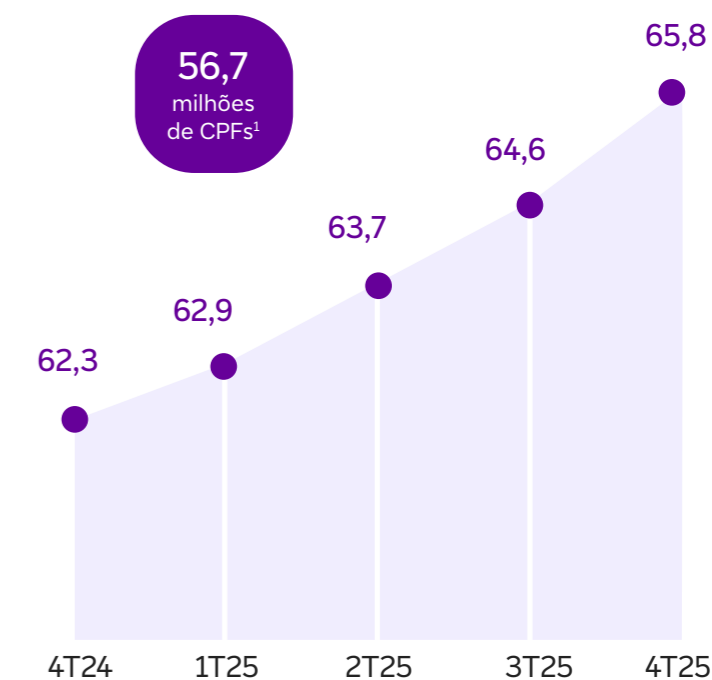
## B2C Novos Negócios

R\$ milhões



## Receita B2C/CPF<sup>1</sup>

R\$/mês (LTM)



<sup>1</sup> Considera receita anual B2C para o cálculo do indicador.

Em 2025, o desempenho das receitas de novos negócios impulsionou a consolidação da Vivo como uma tech company, avançando com o seu ecossistema digital. Considerando a totalidade dos produtos B2C, tanto de telecomunicações quanto de novos negócios, a receita média mensal por CPF, nos últimos 12 meses, chega a R\$ 65,8, consolidando o posicionamento da Vivo como one-stop-shop para seus clientes.

Em outubro de 2025, a Companhia concluiu a reorganização envolvendo sua participação na VivaE Educação Digital S.A. ("VivaE"), antes compartilhada com a Ânima Holding S.A. A operação consistiu na transferência de todas as ações da VivaE, que pertenciam à Companhia, para o fundo Vivo Ventures, fundo de investimento em participações do qual a Companhia é cotista majoritária, em conjunto com a Telefónica Open Innovation, S.L.

Em novembro de 2025, a VivaE firmou acordo de combinação de negócios com a Ada Tecnologia e Educação S.A. ("Ada"), empresa especializada no desenvolvimento de soluções educacionais em programação e tecnologia para o segmento B2B. A operação reforça o papel do Vivo Ventures como plataforma estratégica para o desenvolvimento e escalonamento de novos negócios, permitindo à Companhia manter sua exposição a iniciativas inovadoras por meio de uma estrutura mais alinhada à sua estratégia de diversificação e fortalecimento do ecossistema digital.

Vivo Max consolida a Vivo como um ecossistema integrado de serviços digitais, ampliando sua presença no cotidiano dos clientes e impulsionando a diversificação dos negócios.



# Saúde e bem-estar

Em 2025, a Vivo continuou a estreitar a relação das pessoas com a saúde e o bem-estar, promovendo soluções digitais inovadoras para melhorar a qualidade de vida dos seus clientes. Entre os principais destaques estão o Atma e o Vale Saúde Sempre, dois serviços que refletem o compromisso da Companhia com a transformação digital no setor de saúde.

## Atma

Lançado há mais de cinco anos, o Atma é um aplicativo de meditação e mindfulness que promove o autoconhecimento e o bem-estar. Oferece para seus mais de 100 mil assinantes meditações guiadas por especialistas, músicas relaxantes e mais de 1.200 conteúdos exclusivos para aliviar o estresse, controlar a ansiedade, melhorar o foco e a qualidade do sono.

**100 mil**  
assinantes

**+1.200**  
conteúdos exclusivos para aliviar o estresse



## Vale Saúde Sempre

A Vale Saúde Sempre é a assinatura de serviços de saúde da Vivo com mais de 500 mil assinantes, que oferece descontos de até 60% em medicamentos. Conta com 137 especialidades médicas, terapêuticas e odontológicas e uma rede com mais de 3 mil credenciados, composta por grandes marcas como Fleury, Grupo Dasa e Conexa Saúde. A plataforma digital proporciona acesso a uma rede médico-hospitalar nacional de qualidade, com consultas presenciais e por telemedicina.

Sua principal inovação é a abordagem 100% digital, permitindo o agendamento de consultas e de exames pelo aplicativo, oferecendo uma experiência prática e acessível. O serviço pode ser contratado por qualquer consumidor – inclusive por aqueles que ainda não são clientes Vivo, através do site ou canais da Vivo (App Store, ecossistema de serviços, SMS, entre outros).

Em 2025, foram realizadas mais de 84 mil consultas médicas, exames e procedimentos e mais de 2,2 milhões de itens vendidos com desconto em farmácias.

**+3 mil**  
clínicas/  
laboratórios

**137**  
especialidades

**+11 mil**  
farmácias

**+84 mil**  
procedimentos realizados

# Serviços financeiros

O desenvolvimento de serviços financeiros pela Vivo foi impulsionado pela crescente demanda da sociedade por inclusão financeira e novas oportunidades de negócio. Consolidado sob a marca Vivo Pay, a Vivo passou a oferecer aos seus clientes um portfólio completo de serviços financeiros, totalmente digital e de fácil acesso através do aplicativo, ampliando sua relevância para além da conectividade e alcançando mais de 28 milhões de usuários.

A Vivo Pay reúne uma gama de serviços, como soluções de empréstimos pessoais, crédito consignado – como o Crédito Trabalhador, seguros para dispositivos eletrônicos, residencial e viagem–, além de consórcios e meios de pagamento.

No segmento de crédito, o primeiro produto lançado foi o empréstimo pessoal, disponibilizado de forma 100% online para clientes que já utilizam outros serviços da operadora. Desde seu lançamento, foram mais de R\$ 1,1 bilhão em crédito concedido, com taxas competitivas baseadas no comportamento de crédito de cada cliente. Entre as soluções de crédito com garantia, do produto Antecipação do Saque-aniversário do FGTS, em 2025 a Vivo Pay lançou o Crédito do Trabalhador, modalidade de empréstimo com desconto em folha, voltada a profissionais do setor privado. O produto oferece valores entre R\$ 500 e R\$ 20 mil, com prazo de até 36 meses,

e complementa o portfólio ao atender uma demanda crescente por crédito com maior previsibilidade de pagamento.

No segmento de seguros, o Vivo Seguro Celular se destaca, oferecendo proteção contra roubo, furto e danos acidentais, em parceria com uma das principais seguradoras do mundo, a Zurich. O seguro está disponível para smartphones e para outros dispositivos eletrônicos, como notebooks e smartwatches. Além disso, a oferta apresenta alta penetração comercial, com 38% dos smartphones vendidos nas lojas acompanhadas de seguro em 2025. O portfólio inclui ainda um plano simplificado a partir de R\$ 16,90 por mês, fator que contribui para ampliar a adesão dos clientes. Ao longo de 2025, a Vivo Pay continuou ampliando seu portfólio com o lançamento do Seguro Residencial, que protege a casa contra imprevistos e oferece cobertura entre R\$ 100 mil e R\$ 1 milhão, e do Seguro Viagem, que ajuda a cobrir despesas inesperadas durante viagens, com coberturas de até US\$ 35 mil.

Um avanço estratégico na atuação da Vivo em serviços financeiros. Em 2024, por meio do Vivo Ventures, a Companhia investiu na Klubi e viabilizou o lançamento do Consórcio Celular, uma solução inovadora para a aquisição de smartphones. O modelo permite o parcelamento em até 36 meses, sem sorteios, e garante ao cliente o

acesso integral ao crédito após o pagamento de, no mínimo, metade das parcelas.

A iniciativa amplia o portfólio de soluções financeiras digitais da Vivo, fortalece a proposta de valor ao cliente e reforça o posicionamento da Companhia como uma empresa de tecnologia que vai além da conectividade, oferecendo alternativas acessíveis, simples e alinhadas às necessidades do dia a dia.

Além disso, a autorização da Vivo Pay como Sociedade de Crédito Direto (SCD) pelo Banco Central, em 2024, representou um marco importante na evolução do nosso negócio de serviços financeiros. Em 2025, a Vivo Pay passou a operar oficialmente como instituição financeira, com a introdução da Conta Digital gratuita, já integrada ao PIX, reforçando sua atuação como meio de pagamento no ecossistema do Vivo App.

**R\$ 1,1 bilhões**  
em contratações de crédito pessoal desde o lançamento

**38%**  
dos smartphones vendidos têm um produto de seguro



# Casa Inteligente

A Vivo tem se destacado por conectar os lares de seus clientes por meio de soluções inovadoras em conectividade e segurança. Com o Casa Inteligente, a Companhia leva a automação residencial a um novo patamar, proporcionando uma experiência mais prática, segura e conectada.

Esse serviço permite equipar as residências com dispositivos inteligentes que podem ser facilmente controlados pelo celular ou comandos de voz. A tecnologia traz maior conveniência ao cotidiano, ao possibilitar o acompanhamento do lar e o controle de diversos aspectos da casa de forma simples e intuitiva.

Além disso, a empresa investe em um novo modelo de negócio e amplia seu portfólio com soluções de cuidado e proteção residencial, como o Serviço de Automonitoramento, que permite aos clientes acompanharem em tempo real o que acontece em suas casas, diretamente pelo smartphone. Com câmeras inteligentes, o serviço oferece mais tranquilidade e autonomia, garantindo que as pessoas acompanhem o lar de qualquer lugar, a qualquer momento, sem depender de recursos externos.

Todos esses recursos são integrados em um aplicativo intuitivo que já soma o acesso de mais de 160 mil usuários cadastrados e que coordena os dispositivos inteligentes da casa, incluindo as câmeras Wi-Fi. Dessa maneira, a rotina fica automatizada, criando um ecossistema único e conectado, facilitando a vida dos usuários.



## OS PRINCIPAIS BENEFÍCIOS INCLUEM

- Acompanhamento de casa 24h, garantindo mais segurança, mediante contratação do Automonitoramento.
- Controle de dispositivos por meio de assistente de voz.
- Controle de iluminação por voz ou aplicativo.
- Programação de robô aspirador.
- Fechadura eletrônica para gerenciar o acesso à residência.

**+93 mil**  
dispositivos  
vendidos

**+35 mil**  
câmeras de  
automonitoramento  
assinadas

# Consumer electronics

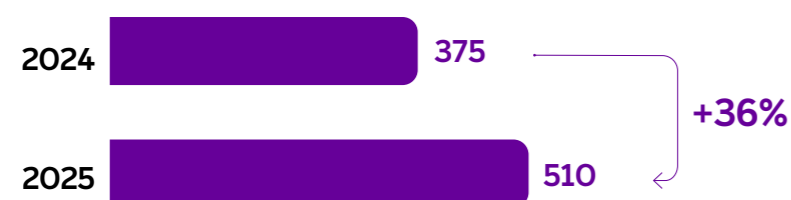
Alinhada à sua estratégia de se consolidar como uma empresa de tecnologia, a Vivo segue expandindo seus negócios dentro do ecossistema digital.

A Vivo oferece uma ampla gama de eletrônicos de consumo, incluindo smart TVs, games, notebooks, caixas de som, wearables, smartphones, acessórios e dispositivos inteligentes, disponíveis tanto em suas lojas físicas quanto em sua plataforma online, que podem ser adquiridos pelos clientes com a conveniência da entrega para todo o Brasil.

Como parte de sua estratégia para tornar a experiência de compra ainda mais acessível, a Vivo disponibiliza planos de pagamento facilitados, permitindo parcelamento em até 21 vezes sem juros. Além disso, sua loja online oferece frete grátis para todo o país, proporcionando mais comodidade e benefícios aos consumidores.

## Receita Eletrônicos

R\$ milhões



## Loja online Vivo

A Vivo tem investido fortemente na experiência do cliente, reconhecendo sua importância para o sucesso contínuo da companhia, e realizou processo de transformação de suas lojas, migrando do modelo tradicional de canal de vendas para um modelo de hub de experiências, proporcionando uma experiência imersiva e de maior valor agregado.

Esse novo conceito oferece uma jornada mais rica e personalizada para os clientes, permitindo que eles comprem produtos e vivenciem a marca de maneira mais profunda e envolvente.

- Produtos B2C, incluindo Ovvi, games, TV e vídeo, entre outros.
- Produtos B2B, como informática e acessórios para empresas.
- Venda de consumer electronics no app cresce +224% YoY.
- Venda de produtos eletrônicos e acessórios essenciais cresceu +113% na Black Friday.

## Ovvi e i2GO

A Ovvi é a marca de acessórios tecnológicos da Vivo, criada para oferecer produtos de tecnologia com design, inovação e lifestyle. Com uma linha diversificada de acessórios para smartphones e dispositivos eletrônicos, a Ovvi se destaca por aliar funcionalidade e estética às necessidades dos clientes. Os acessórios Ovvi estão disponíveis em lojas físicas, pontos próprios e no e-commerce da Vivo, garantindo praticidade e acessibilidade aos consumidores.

Em 2025, a Companhia adquiriu a i2GO, uma das principais marcas de acessórios para smartphones e devices de áudio e bem-estar do Brasil, presentes em mais de 22.000 pontos de venda, criando uma sinergia estratégica com a Ovvi com produtos com performance, mais acessíveis e funcionais. Juntas, oferecem um portfólio completo e de qualidade para diferentes perfis de consumidores, o que contribuiu para o crescimento de 108% YoY na receita do negócio em 2025.



# Entretenimento

A estratégia da companhia de oferecer um ecossistema digital completo, mantendo os clientes sempre próximos, também se reflete de forma destacada na sua atuação no entretenimento.

Clientes Vivo têm acesso à Vivo TV, sendo uma central de entretenimento para a casa com conteúdo gerado por mais de 120 canais, além de acesso direto pelo controle remoto aos melhores serviços de streaming. O conteúdo da Vivo TV também pode ser acessado pelo aplicativo de mesmo nome, disponível em diferentes dispositivos móveis.

Além da Vivo TV, a companhia tem parceria com os melhores serviços de streaming de vídeo e música para complementar a proposta de valor de Entretenimento. Os produtos são oferecidos tanto como um serviço digital adicional ou incluso nos planos. Em 2025, foi atingida a marca de 4,1 milhões de clientes com estes serviços contratados.

# Energia

A Vivo e a Auren Energia uniram forças para criar a GUD Energia, uma joint-venture projetada para capturar as oportunidades geradas pela abertura do mercado livre de energia no Brasil. Essa parceria estratégica tem como foco oferecer soluções customizadas e acessíveis em energia renovável, simplificando o modelo de contratação e faturamento para clientes finais.

A Companhia destaca-se por comercializar mais de 27,9 MWm, oferecendo soluções completas no mercado livre de energia que combinam economia, previsibilidade e sustentabilidade para os clientes.

A GUD Energia está comprometida em expandir sua atuação, com planos de integrar energia elétrica, telefonia e internet em pacotes completos para clientes corporativos e residenciais. Essa visão amplia a proposta de valor da parceria entre Vivo e Auren, criando uma oferta única no mercado.

De acordo com a abertura do mercado livre de energia, a GUD explora novas possibilidades, incluindo a futura oferta de energia renovável para consumidores de baixa tensão, como pequenas empresas, que poderão optar por contratar energia de fontes sustentáveis, de diversos players até o final de 2027, fortalecendo o compromisso com práticas mais ecológicas e acessíveis.

## Soluções sustentáveis

### MERCADO ENDEREÇÁVEL PELA VIVO<sup>1</sup>

#### B2B

Alta e baixa tensão.

#### B2C

Baixa tensão.

### GUD ENERGIA

Parceria Vivo + Auren

#### Vivo

Varejo e alcance B2B e B2C.

#### Auren

Energia e sustentabilidade.

### PROPOSTA DE VALOR GUD

- Zero investimento e burocracia simplificada.
- Até 30% de economia na energia.
- Previsibilidade e controle de gastos.
- Energia mais sustentável.

<sup>1</sup> A abertura do mercado livre de energia para baixa tensão está prevista até novembro de 2027. Já para a inclusão de clientes B2C (pessoa física), a previsão de abertura do mercado é de novembro de 2028.



# Vivo Empresas

A Vivo atua como integradora de tecnologia e parceira estratégica de negócios, apoiando a transformação digital de empresas de todos os portes e setores em todo o território nacional. Essa escala e capilaridade permitem uma leitura profunda dos desafios de cada segmento, nos diferentes estágios de maturidade digital.

Mais do que conectividade, a empresa entrega projetos completos de tecnologia, combinando infraestrutura de alta performance a um amplo portfólio com serviços de networking, cloud, data center, segurança, big data, IoT, equipamentos, ferramentas de colaboração e tecnologia da informação.

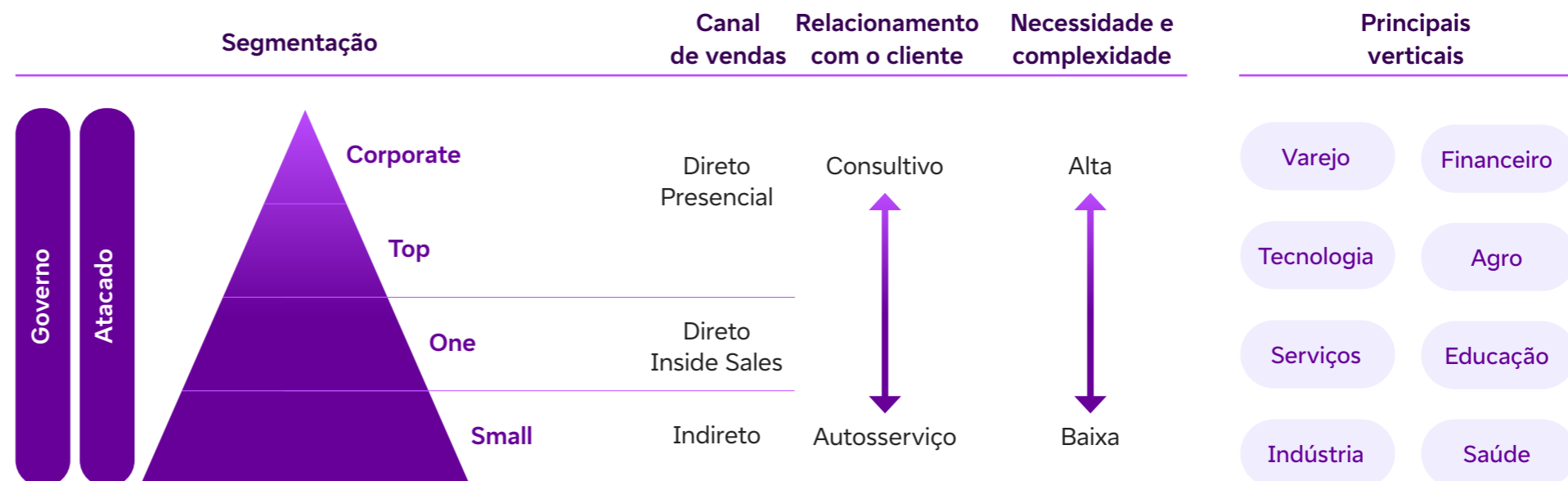
Por meio de unidades especializadas, a Vivo oferece consultoria estratégica, desenho de arquitetura, implementação de serviços profissionais e gerenciados, atuando de ponta a ponta na jornada tecnológica dos clientes, com foco em eficiência operacional, resiliência, escalabilidade, inovação contínua e geração de valor sustentável.

Receitas B2B cresceram duplo dígito em 2025, devido a robustez do portfólio de soluções digitais da Companhia.

<sup>1</sup> Exclui receitas de Atacado, que totalizaram R\$ 1.312 milhões em 2025.



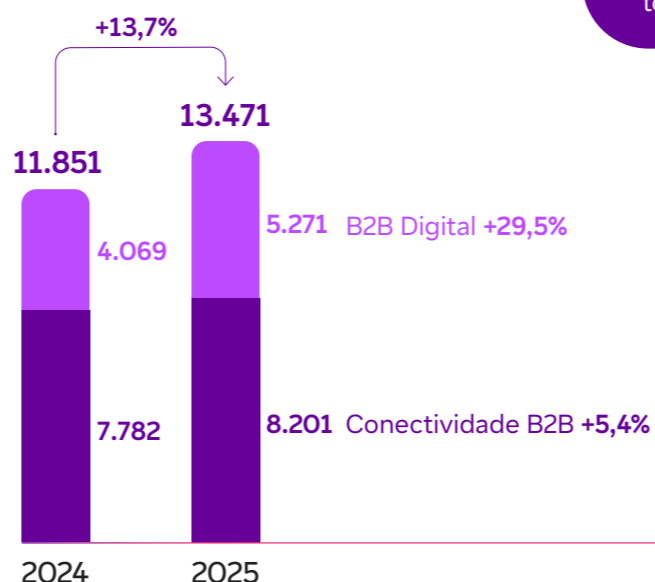
Estrutura de atendimento da Vivo Empresas por segmento de clientes, canal de vendas e nível de relacionamento.



## Receita total B2B<sup>1</sup>

R\$ milhões

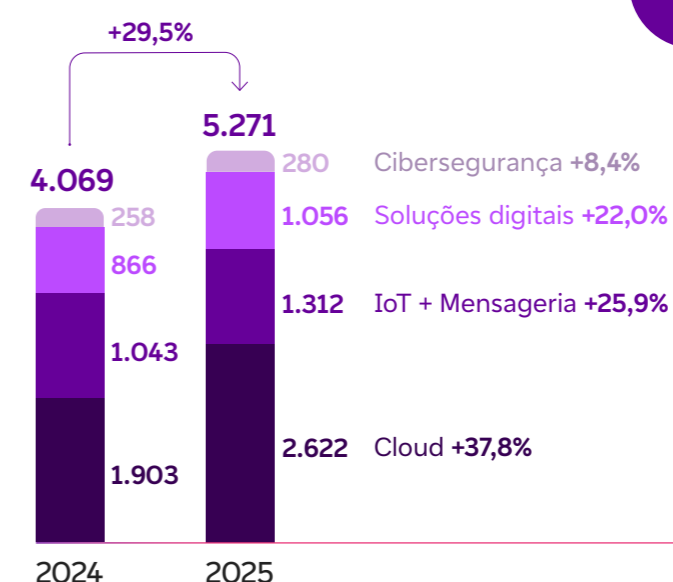
22,6%  
da receita total



## B2B Digital

R\$ milhões

8,8%  
da receita total



## IoT, Big Data e Open Gateway

A Vivo disponibiliza soluções em IoT, Big Data e Open Gateway que ampliam o uso de dados, a conectividade e a integração de sistemas. Essas soluções permitem às organizações avançar na digitalização de seus processos e modelos de negócio, em alinhamento às demandas de um mercado cada vez mais orientado por tecnologia. A Internet das Coisas (IoT, em inglês) é uma das principais inovações oferecidas pela Vivo ao mercado B2B, com alto potencial de geração de valor. Ao permitir a conexão automática entre dispositivos e a coleta estruturada de dados, sem necessidade de intervenção humana, a IoT viabiliza o monitoramento de diferentes ativos e indicadores, como consumo e eficiência energética. A análise e correlação dessas informações apoiam as empresas na rápida tomada de decisão, contribuindo para ganhos de produtividade, eficiência operacional e redução de riscos.

### Vivo Agro

No agronegócio, as soluções de IoT integram o portfólio Vivo Agro e reforçam o posicionamento da Companhia como parceira tecnológica do produtor rural ao oferecer conectividade e soluções digitais que impulsionam a eficiência, a produtividade e a sustentabilidade das operações no campo, promovendo a tomada de decisão baseada em dados, a redução de riscos e o uso mais eficiente dos recursos. Nesse contexto, o aporte realizado pela Vivo Ventures na Agrolend

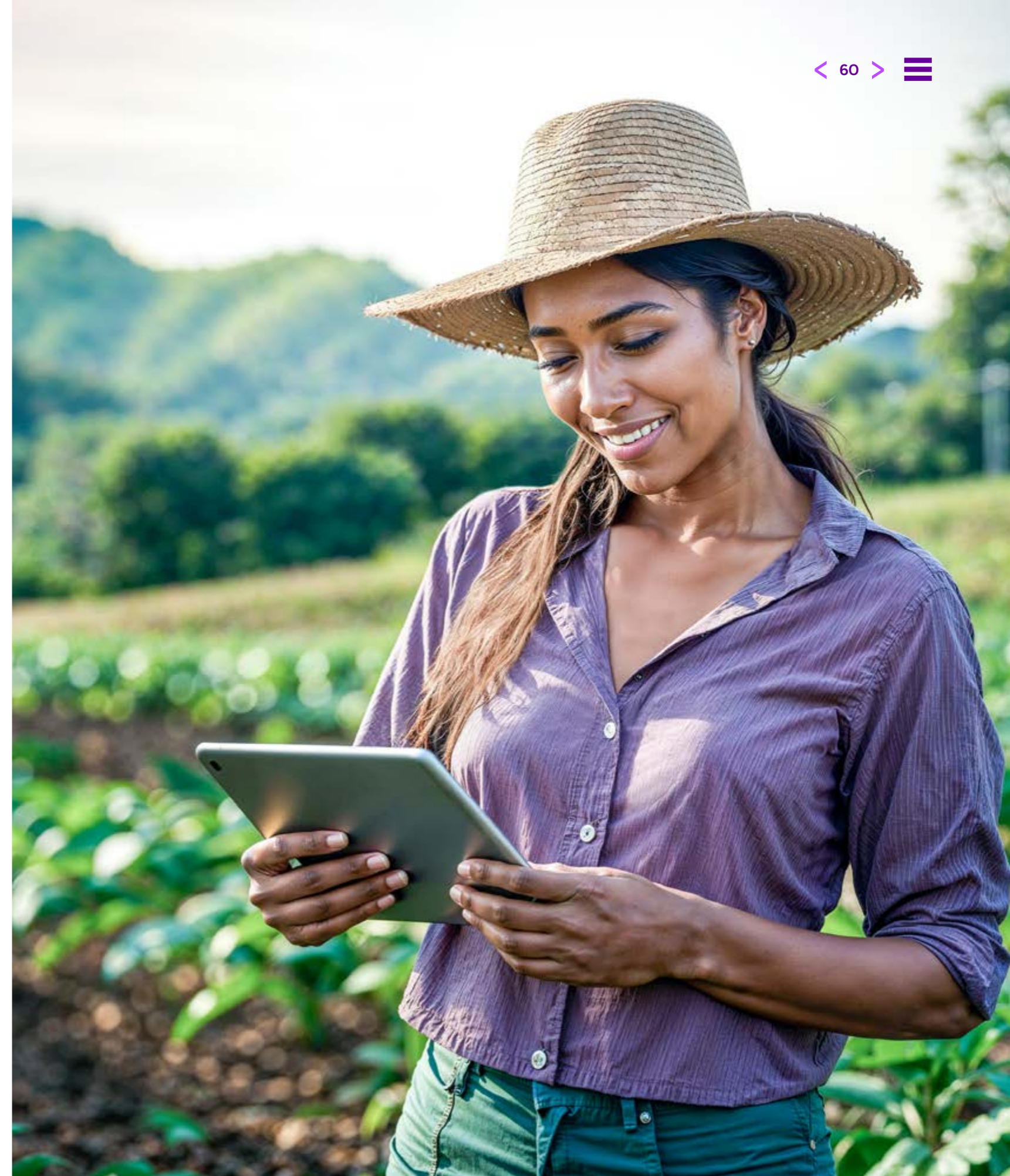
complementa essa atuação ao fortalecer soluções financeiras digitais que ampliam o acesso a crédito e contribuem para a solidez e a resiliência do ecossistema do agronegócio no longo prazo.

### SOLUÇÕES INTELIGENTES DA VIVO PARA O CAMPO

**Gestão de Maquinário:** permite gerenciar aspectos importantes da frota de maquinários pesados (como tratores e colheitadeiras) em tempo real, independentemente do fabricante. A plataforma em nuvem fornece dados operacionais, localização e diagnóstico, otimizando a produtividade e conectividade no campo.

**Clima Inteligente:** apoia no monitoramento das condições meteorológicas em tempo real, por meio de sensores. Com isso, o produtor pode se antecipar a eventos climáticos e planejar operações com base em dados precisos sobre umidade, temperatura e previsões localizadas, reduzindo custos, evitando perdas e economizando recursos como água e energia.

**Redes 4G e 5G IoT (NB IoT):** levam conectividade a áreas rurais remotas, permitindo a digitalização do agronegócio, possibilitando o uso de tecnologias IoT (Internet das Coisas), telemetria em maquinários, monitoramento climático e automação de processos, aumentando a produtividade e reduzindo custos na fazenda.



## Medição Inteligente

GRI 203-1, 203-2

Unindo a estrutura tecnológica da Vivo com a busca por modernização por parte das concessionárias, e distribuidoras de utilidades, a solução de Medição Inteligente permitirá a análise diária do uso de água, energia e gás, o envio remoto de informações de consumo aos clientes finais e a detecção precoce de anomalias como vazamentos e possíveis fraudes.

Essa modernização também tem o objetivo de aumentar a eficiência operacional das concessionárias por meio da digitalização de dados, conscientização sobre o consumo responsável, além de gerar impacto socioambiental por meio da preservação de recursos naturais no país, corroborando com nosso compromisso com ESG.

Em conjunto com a Sabesp, a Vivo está entregando o maior projeto de medição inteligente de água do mundo, com a instalação de 4,4 milhões de hidrômetros conectados, em todos os imóveis de São Paulo e São José dos Campos até 2029, transformando a cidade de São Paulo na primeira metrópole do mundo com medição de água inteligente. O projeto integra medidores ultrassônicos com conectividade NB-IoT embarcada, criptografia avançada de dados, inteligência artificial, plataforma de gestão, serviços profissionais de campo e monitoramento contínuo por meio de um time especializado e dedicado.

## Big Data

As soluções em Big Data, por sua vez, utilizam inteligência de dados, análise geoespacializada e machine learning para apoiar negócios, oferecendo insights comportamentais, mobilidade e conformidade com a LGPD. Dentre as soluções, é possível destacar:

- **Smart steps:** focada em fornecer insights para calcular métricas de audiência, auxiliando as empresas a definir com precisão o perfil do seu público-alvo.
- **Visão Computacional:** com a expertise em varejo e desenvolvimento próprio, a Companhia constrói e parametriza um algoritmo para análise e geração de insights sobre as principais necessidades no ponto de venda, conforme o caso de uso. Por meio de análise de imagens, é possível melhorar a eficiência operacional, impulsionar as vendas e o ticket médio do consumidor.

Assim, a Vivo se consolida como uma parceira estratégica para empresas na digitalização de seus negócios, ampliando a geração de valor a partir de dados.

## Open Gateway

O Open Gateway é uma iniciativa global, liderada por empresas do setor de telecomunicações, com o objetivo de criar produtos de dados, a partir de APIs padronizadas, que apoiem decisões de negócios.

Essa abordagem transforma as redes de telecomunicações em plataformas acessíveis a desenvolvedores, facilitando o trabalho de profissionais de tecnologia e provedores de nuvem. Além disso, promove a criação de soluções mais eficientes, proporcionando serviços melhores para os usuários finais.

Como parte desse movimento, a Vivo, juntamente com outras empresas do setor, lançou APIs de rede focadas em melhorar a segurança digital:

- **SIM Swap:** detecta trocas de vínculo entre SIM card e número móvel, auxiliando na prevenção de ataques de tomada de conta.
- **Number Verification:** nova forma de autenticação mais segura e com melhor experiência para o cliente, substituindo processos manuais de confirmação por SMS.
- **Device Location:** permite validar o raio de localização de dispositivos móveis, contribuindo para a segurança e prevenção de fraudes.
- **KYC:** confirma dados do usuário como CPF, telefone móvel, endereço, nome completo e data de nascimento, auxiliando fortemente em processos de onboarding.
- **Telco index:** A partir de um algoritmo, foi construído um behavior score dos clientes de

produtos móveis, com foco em crédito, para apoiar em ofertas adequadas a cada cliente.

Ao longo de 2025, o Open Gateway lançou mais soluções que integram o ecossistema de prevenção a fraudes a partir dos dados da operadora, como:

- **Tenure:** valida se um número de telefone é cliente contínuo de uma operadora desde a data de referência consultada, além do tipo de contrato do assinante junto à operadora (pré-pago, pós-pago ou empresarial).
- **Device swap:** verifica quando um número de telefone móvel (SIM card) troca de dispositivo (IMEI).
- **Scam signal:** confirma se um usuário de um dispositivo se encontra em ligação no momento da consulta, sendo uma ferramenta potente de combate em tempo real a fraudes, principalmente do segmento bancário.
- **Age verification:** confirma se um usuário é maior de idade (18 anos), apoiando, principalmente, processos de cadastro e onboarding de soluções digitais e aplicativos.
- **Device status connectivity:** possibilita saber se o usuário tem uma conexão de dados ou SMS ativa.

Essas soluções visam reforçar a segurança digital, ao mesmo tempo em que habilitam novas oportunidades de negócios. Elas posicionam a Vivo como uma líder em tecnologia digital, especialmente no mercado B2B.

## Cloud

A Vivo se posiciona como um parceiro multicloud robusto, com alianças estratégicas com os principais players do setor: AWS (Amazon Web Services), Google Cloud, Huawei Cloud, IBM Cloud, Microsoft, Oracle Cloud para empresas, focadas em infraestrutura, armazenamento e transformação digital.

A aquisição da IPNET, hoje IPNET by Vivo, representou um avanço decisivo no mercado de cloud computing. Com a integração total das equipes, a Companhia ampliou sua atuação em nuvem, migração de workloads e operações gerenciadas, consolidando a Vivo em um papel de destaque no mercado multicloud, possibilitando integrar nuvem à conectividade, segurança e dados com escala e especialização.

### Serviços de Cloud da Vivo incluem:

- Conformidade e segurança
- Consultoria e arquitetura de soluções
- Implantação e sustentação de ambientes híbridos
- Gestão e otimização de custos
- Cloud híbrida
- Ferramentas de gestão e monitoramento
- Parcerias estratégicas

## Cibersegurança

A Vivo atua como parceira estratégica das empresas diante dos desafios do ambiente digital. A atuação está estruturada para acompanhar o cliente ao longo de toda a sua jornada, com foco nas etapas de governança de riscos, identificação de ativos e vulnerabilidades, implementação de salvaguardas (ferramentas e processos de proteção), detecção e resposta de eventos de cibersegurança e a recuperação dos ambientes tecnológicos.

Com a incorporação da operação de cibersegurança da Telefónica Tech no Brasil, a Vivo fortaleceu sua estratégia de atuação com soluções integradas sustentada por uma equipe de especialistas dedicados, ou seja, um SOC.



Essas novas soluções se integram a um portfólio robusto que também contempla a estrutura do SOC (Security Operations Center) e parcerias com os principais fornecedores de tecnologia e hardware para cibersegurança.

Entre os serviços disponibilizados, destacam-se:

- **MDR (Managed Detection and Response):** solução que combina tecnologia EDR (Endpoint Detection and Response) com monitoramento e resposta conduzidos por um SOC especializado, proporcionando detecção contínua de ameaças, análise de eventos e resposta rápida a incidentes, reduzindo riscos e impactos operacionais.
- **Gestão de Dispositivos:** o MDM (Mobile Device Management) é uma solução em nuvem direcionada para gestão e segurança de smartphones e tablets. Conta com funcionalidades de rastreamento, bloqueio de aplicações, assim como também permite a aplicação de políticas de segurança e a visibilidade completa de todo o parque da empresa.
- **Cloud Anti-DDoS (Distributed Denial of Service):** serviço em nuvem para mitigar o êxito de ataques cibernéticos volumétricos, que visam sobrecarregar sites, aplicações e servidores a ponto de torná-los indisponíveis, impedindo atividades como vendas, consultas ou o trabalho cotidiano.

## Networking

Por meio da unidade especializada de negócio Vivo Vita, a Vivo oferece serviços gerenciados (garantia de disponibilidade de redes) e serviços profissionais (implantação de projetos complexos e consultoria especializada) em diversas tecnologias para rede interna, automação, conectividade, colaboração e data center.

Nessa frente, a Vivo atende companhias de diferentes portes, promovendo a comunicação entre diferentes soluções tecnológicas, sistemas e processos a partir da sinergia entre equipes de especialistas certificados e os produtos do ecossistema digital Vivo direcionados para o mercado corporativo.

Com uma rede de parceiros estratégicos, a Companhia garante o mais alto nível de conhecimento e certificações técnicas, e disponibilidade de um portfólio completo de soluções. Alguns exemplos são:

- SD-WAN para comunicação eficiente entre filiais.
- Wi-Fi entregando mais velocidade e qualidade nos acessos.
- Vídeo monitoramento inteligente e controle de acesso biométrico com sensores e alarmes integrados.
- Observabilidade da rede, identificando potenciais riscos para atuação preventiva.
- Service desk para gestão do workplace de maneira otimizada.

Dessa forma, os clientes B2B podem contar com um organismo inteligente que agiliza e simplifica o processo de transformações dos negócios, trabalhando para resolver problemas de forma simples e assertiva.

# Inovação Aberta

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais

## Vivo Ventures

O Vivo Ventures é o Corporate Venture Capital (CVC) da Vivo, com foco em investimentos estratégicos em startups em estágio avançado de desenvolvimento (Séries A em diante). Com tickets de até R\$ 35 milhões, os aportes realizados pelo Vivo Ventures estão alinhados com três perspectivas principais: o fortalecimento do negócio atual, a evolução para novos modelos de negócio ou a descoberta de inovações disruptivas. Além do suporte financeiro, o Vivo Ventures também oferece um diferencial estratégico ao impulsionar o crescimento das startups com a Vivo como cliente e/ou canal de vendas, proporcionando um ambiente de desenvolvimento conjunto.

Em 2025, a Vivo anunciou a expansão do Vivo Ventures para R\$ 470 milhões, representando um incremento de R\$ 150 milhões em relação ao montante original. Com isso, o fundo se consolida definitivamente como um dos principais fundos corporativos de venture capital do Brasil. A ampliação possibilitará à Vivo Ventures

seguir investindo de forma consistente em empresas inovadoras e escaláveis, com foco principalmente na área de inteligência artificial (IA), além de serviços financeiros, saúde, casa inteligente e energia, segmentos-chave da estratégia de inovação da Vivo.

Até o momento, o Vivo Ventures já investiu mais de R\$ 230 milhões em treze startups. Em 2025, aportou capital em seis novas empresas: Asaas, fintech que oferece uma conta digital que inclui uma régua de cobrança automatizada, API de pagamentos e outros serviços que contribuem na gestão financeira; 180 seguros, insurtech especialista na construção e otimização de jornadas digitais de vendas de seguros; Elevify, Edtech de IA generativa que monta trilhas de aprendizagem personalizadas a partir de 15 mil cursos e conteúdos; Facio, fintech de “salary-on-demand” que antecipa até 50% do salário do colaborador em segundos; Inspira, assistente jurídico de IA generativa; e Ada, startup que atua com recrutamento e treinamento profissional.

**R\$ 470 milhões**

capital total do Vivo Ventures após ampliação em 2025

**R\$ 230 milhões**

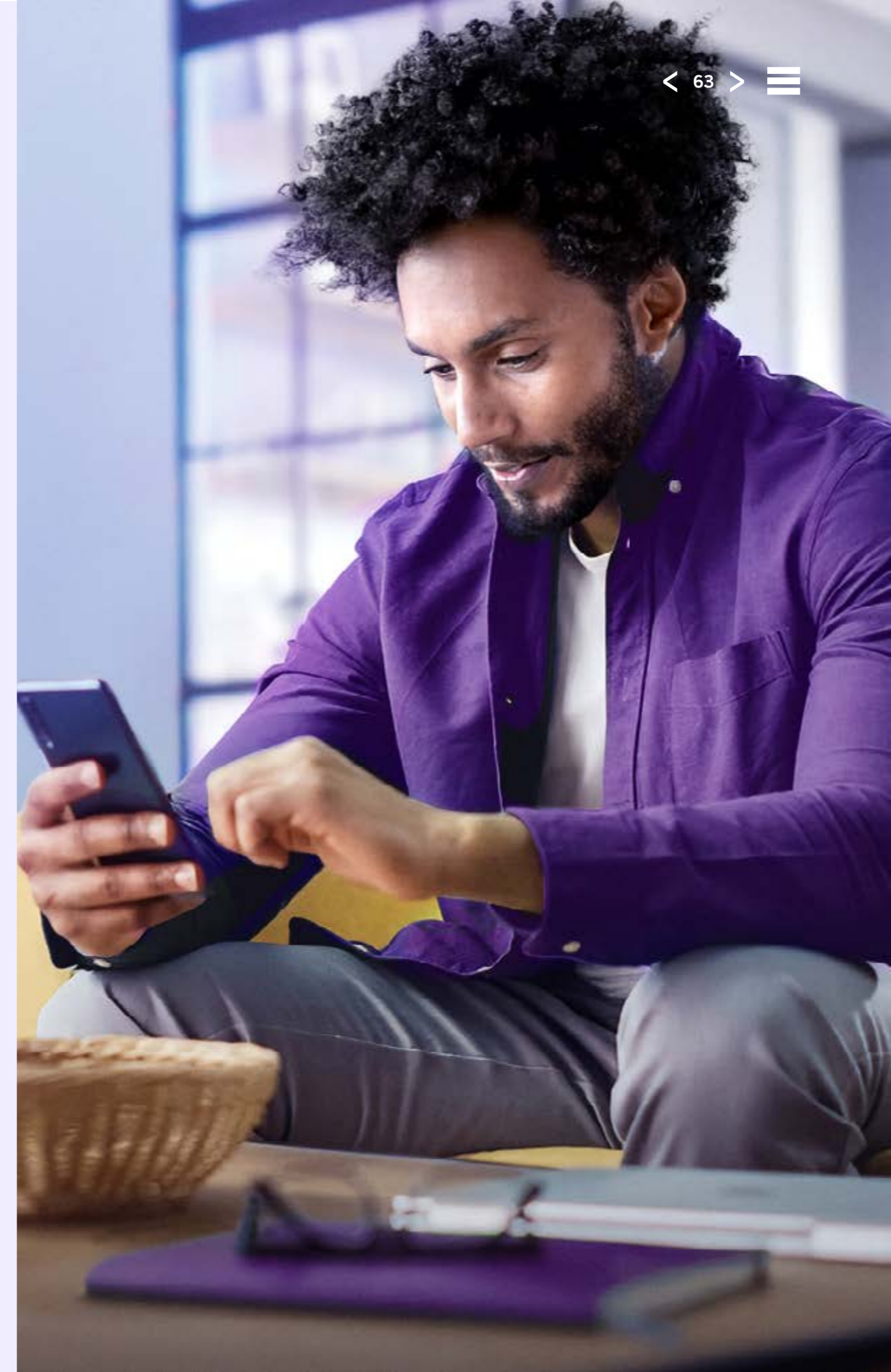
investidos

**13**

empresas investidas desde 2022

**54%**

das startups do portfólio, fazem negócios com a Vivo



## Wayra

A Wayra é o fundo de Corporate Venture Capital (CVC) early stage da Vivo no Brasil e da Telefônica no mundo. Com a missão de impulsionar a inovação, o fundo investe em startups em estágio inicial, promovendo parcerias que geram impacto positivo. A Wayra oferece diversos benefícios às startups, entre eles o acesso à rede global da Telefônica, conectando-as a fornecedores, clientes e outros parceiros nos países onde a Companhia opera. As principais áreas de investimento incluem educação, energia, saúde, serviços financeiros, casa inteligente, Inteligência Artificial (IA) e entretenimento.

Em 2025, a Wayra realizou dois investimentos em startups: Omni Saúde, primeiro plano de medicamentos digital do Brasil, e na Openlayer, plataforma que ajuda empresas a usar inteligência artificial de forma segura, testando e monitorando sistemas de IA em tempo real para evitar erros, vazamento de dados, respostas inadequadas ou informações incorretas, garantindo que a tecnologia funcione de maneira confiável.

### Investimentos em inteligência artificial

A Wayra, na Espanha, também ampliou seus investimentos estratégicos em Inteligência Artificial, incluindo um aporte na startup norte-americana Perplexity, referência no desenvolvimento de IA generativa (GenAI). A parceria prevê a implementação de soluções avançadas de IA para aprimorar a experiência dos clientes da Vivo. Esse investimento marca uma nova fase da estratégia da Wayra, voltada para mercados tecnológicos líderes, como os Estados Unidos, com foco em empresas inovadoras de alto crescimento, presença global e impacto significativo no setor de tecnologia.

## Vivo Discover

Em funcionamento desde 2019, o Vivo Discover tem o objetivo de estruturar a inovação aberta na Companhia, conectando áreas de negócio. A iniciativa também atua na formação de embaixadores internos, fortalecendo uma cultura de inovação orientada à experimentação e à disseminação de práticas inovadoras.

Ao promover o compartilhamento contínuo de conhecimentos e iniciativas em andamento, o programa contribui para a incorporação da inovação como capacidade organizacional transversal.

### Ações do Vivo Discover

**SHAPERS** - a Vivo criou um programa para treinar e qualificar executivos que atuam em diferentes áreas da Companhia com a missão de disseminar a cultura de inovação aberta e gerar negócios com startups. Em 2025, a 7ª turma aconteceu em novo formato – Shaper AI Sprint! O ciclo contou com 15 colaboradores, organizados em grupos. Cada grupo selecionou um desafio estratégico de uma área diferente, com o objetivo de identificar startups com soluções baseadas em IA. Foram 3 bootcamps, focados em aprofundar o entendimento das dores, mapear e avaliar startups e estruturar uma prova de conceito (PoC). Até o momento, já são 154 shapers formados.

**MEETUP DE INOVAÇÃO** - são eventos mensais realizados para promover a disseminação de projetos inovadores na Vivo e para fomentar a troca de insights, ideias e informações entre os colaboradores, com participação aberta. Em 2025, participaram, em média, 700 colaboradores por encontro.

**FALA, INOVAÇÃO!** - videocast transmitido no Workplace com nomes relevantes do mercado para abordar temas de inovação. Em 2025, a Companhia falou sobre “Energia do futuro: Tendências e inovações do setor energético”, “Do carrinho ao algoritmo: A nova era do consumo digital” e “Game on: Conectando pessoas, gerando oportunidades.

**WAYRA SESSIONS** - Evento que reúne startups aptas a fazer negócio com a Vivo e os executivos da Companhia para uma sessão de pitches.

2  
novos investimentos:  
Omni Saúde  
e Openlayer

88  
startups do Brasil  
já foram  
contempladas  
desde 2012

23  
startups  
no portfólio  
da Wayra



Saiba mais sobre  
Inteligência  
Artificial na Vivo  
em Vivo IA Digital.

154  
shapers formados  
para impulsionar  
a inovação aberta  
na Vivo

700  
colaboradores  
por encontro  
nos Meetups  
de Inovação

# Vivo Sempre

- Experiência e jornada do cliente
- Índices de satisfação
- Cultura centrada no cliente
- Canais de relacionamento
- Autorregulação das telecomunicações
- Cobertura nacional e inclusão digital
- Pacto Digital
- Comunicação responsável



# Experiência e jornada do cliente

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais

A Vivo tem como propósito oferecer a melhor experiência em todos os pontos de contato, guiada por cuidado, acolhimento, atenção e por processos simples e eficientes.

A Companhia segue comprometida em aprimorar continuamente a experiência dos clientes por meio de iniciativas estratégicas inovadoras, que unem digitalização, resolutividade e antecipação de necessidades.

Em cada contato, a Vivo busca construir uma experiência que vá além da prestação de serviços, aliando proximidade e clareza, com processos consistentes e jornadas desenhadas para fluidez em todos os contatos com o cliente. Em 2025, a Companhia reforçou o foco em unificar as experiências em todas as linhas de negócio, consolidando uma percepção integrada da marca. Para impulsionar e fortalecer essa proposta de valor, a Vivo estruturou uma Vice-Presidência dedicada à Experiência do Cliente (CX), abrangendo todas as jornadas e os principais canais de relacionamento e engajamento B2C e B2B.

## PROPOSTA DE VALOR FORTE

É tecnologia com qualidade

É próxima e resolve

Faz o cliente se sentir especial

## Experiência do cliente como pilar estratégico

A estratégia de CX da Vivo evolui de maneira contínua e consistente, sempre sustentada pela sua proposta de valor: ser tecnológica e excelente em qualidade, próxima e resolutiva, e capaz de fazer cada cliente se sentir especial. Essa visão é um caminho, um movimento permanente que reforça a melhor rede, a transparência no relacionamento e o cuidado que faz o cliente se sentir reconhecido em cada detalhe. É essa continuidade que garante que, mesmo diante de novos desafios, os pilares da Companhia permanecem firmes e orientam decisões diárias.

Para materializar essa proposta de valor, a Vivo trabalha em seis grandes direcionadores estratégicos: visão única do cliente, resolutividade, gestão da expectativa, experiência omnichannel, monitoramento online e 100% digital.

Esses direcionadores garantem que o cliente seja reconhecido em qualquer ponto da jornada, que receba respostas rápidas e eficazes e acompanhe o status de tudo que faz com a Vivo com clareza e transparência. Eles também reforçam a capacidade da Companhia de atuar de forma proativa, antecipando necessidades, e se expressa no cuidado preventivo da experiência.

É assim que a Vivo cresce com consistência, reforçando confiança, encantando e construindo relações de longo prazo.

Esta estratégia está presente em todos os projetos e iniciativas de CX de 2025, tais como:

### Projeto Master de Clientes

O Master de Clientes B2C é um dos pilares estruturantes da transformação digital da Vivo, criado para resolver um desafio histórico: a fragmentação de dados cadastrais distribuídos em múltiplos sistemas.

Ao consolidar as informações do cliente em uma base única, inteligente e corporativa, o projeto garante uma visão única do cliente, com dados mais confiáveis, padronizados e atualizados, reforçando governança, segurança jurídica e conformidade com a LGPD e diretrizes da Anatel.

Essa centralização permite interações mais ágeis, jornadas personalizadas (incluindo uso de nome social e nome de preferência) e fundamenta uma experiência mais fluida e inteligente em todos os canais.



**Direcionadores que guiam nossa transformação**

1. Visão Única do cliente
2. Resolutividade
3. Gestão da Expectativa
4. Experiência Omnichannel
5. Monitoramento online
6. 100% digital

## Projeto Jornada Técnica – da Proatividade à Certificação

A Jornada Técnica da Fibra representa um avanço decisivo na estratégia de experiência do cliente da Vivo ao transformar totalmente a forma como a Companhia monitora, antecipa e resolve problemas de banda larga.

A iniciativa integra inteligência de rede, omnicanalidade e gestão ativa da expectativa para identificar e corrigir falhas antes que o cliente perceba, garantindo comunicação transparente e consistente em todos os canais durante interrupções massivas.

Com a centralização dos contatos no Centro de Atendimento Técnico (CAT) e o uso de ferramentas digitais, o modelo assegura diagnósticos precisos, visitas mais eficazes, gestão da expectativa e reparos resolvidos já na primeira intervenção, elevando a confiança e reduzindo o esforço do cliente.

Os resultados são sólidos e expressivos, com a jornada de uso dos clientes monitorada proativamente, comunicação transparente e milhares de casos solucionados sem acionamento do atendimento, reduzindo o índice de reparos e taxa de contato.

Nas interrupções massivas, a Companhia reduziu fortemente os casos acima de 24 horas, evitando milhares de reparos mensais, gerando eficiência operacional de campo. Este projeto também contribuiu para a redução da taxa de contato destes clientes.

Além de eficiência, a atuação proativa impulsionou o NPS dos clientes impactados e gerou oportunidades de rentabilização, como a venda de repetidores Vivo Wi-Fi 6. Essa jornada reforça a liderança da Vivo na qualidade da fibra, combinando tecnologia, empatia e eficiência em um modelo que se tornou referência no mercado.

## Novo modelo de relacionamento do Call Center

Redesenha por completo a forma como a Vivo atende seus clientes, substituindo o atendimento generalista por times especializados, capazes de resolver desde o primeiro contato com mais autonomia, empatia e precisão. A partir de análises de dados e vozes dos clientes, o modelo cria jornadas segmentadas, integra IA para personalizar conversas e adota roteamento inteligente, garantindo um atendimento mais ágil e humano. Essa transformação posiciona a Companhia com um modelo mais moderno, resolutivo e alinhado ao propósito de entregar experiências simples, personalizadas e confiáveis.

A evolução da estratégia de CX da Vivo se materializa em projetos que fortalecem a visão de um relacionamento cada vez mais simples, inteligente e integrado. Estas iniciativas mostram a capacidade da Companhia em transformar dados, tecnologia e empatia em resultados concretos para nossos clientes.

## Índices de satisfação

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 chave com os clientes. Recebemos milhões de feedbacks anuais que fornecem insights e avaliações dos clientes medidas no formato de 1 a 5 estrelas.

O aumento da satisfação dos clientes se reflete nas avaliações dos principais termômetros da Companhia, como:

★★★★★ **Avaliações 5 estrelas:**

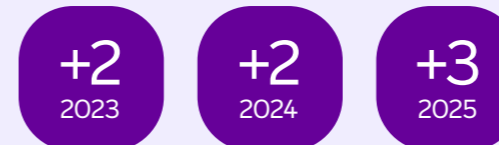
**90%** atendimento em redes sociais

**89%** Customer Success B2B

**82%** instalação de fibra

Além do TDNA, a Vivo realiza pesquisa que utiliza a metodologia Net Promoter Score (NPS) e permite mapear oportunidades e o direcionamento estratégico da Companhia por meio de análises quantitativas e qualitativas e de modelos estatísticos.

**Varição anual do NPS**



O esforço contínuo da Vivo para aprimorar a experiência do cliente também tem se refletido no crescimento constante do seu NPS. Esses números são um reflexo direto do empenho da Vivo em garantir que seus clientes tenham sempre a melhor experiência, seja no atendimento, na instalação ou no suporte oferecido.

Como reflexo desses avanços, a Vivo foi amplamente reconhecida pelo mercado.

A Vivo é tricampeã em três dos principais prêmios de experiência do cliente:

- **Experience Awards (SoluCX)** – maior NPS na móvel e na banda larga.
- **Excelência em Serviço ao Cliente** (Consumidor Moderno).
- **Melhores Serviços de Banda Larga** (Estadão).

A Companhia também conquistou:

- **Troféu de ouro** na 1ª edição do **Prêmio CX** (Clientes SA), no segmento **TI & Telecom**.
- **Empresa que Mais Respeita o Consumidor na Móvel** (Consumidor Moderno).

Mais do que prêmios, essas conquistas refletem a essência da Vivo: estar sempre presente, sempre próxima, sempre Vivo.

# Cultura centrada no cliente

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais

As ações relacionadas à Paixão “O Tempo do Cliente é Agora” reforçam a importância de colocar o cliente no centro, mudando rotinas para resolver de primeira, impactando sua jornada.

O objetivo dessas ações é promover uma cultura organizacional centrada no cliente, ampliando o entendimento da jornada, conectando colaboradores à linha de frente e promovendo comportamentos que garantam decisões, práticas e rotinas orientadas a gerar melhores experiências em todos os pontos de contato.

## Vivo em Destaque

Utilizamos Inteligência Artificial para identificar e promover, nos milhões de feedbacks que recebemos no programa Termômetro DNA, elogios à nossa empresa e colaboradores das pontas, reconhecendo quem faz a diferença no dia a dia e no contato com cada um de nossos clientes. Em 2025, destacamos mais de 25 mil elogios, repassados à linha de frente, gerando um ciclo virtuoso e um elo entre a linha de frente e os nossos clientes.

## De Olho Vivo

Canal criado para que colaboradores reportem situações que não estão alinhadas aos valores que desejamos entregar à experiência dos nossos clientes nos principais pontos de contato. Os reportes, que podem ser feitos a qualquer momento por canais 100% digitais, são tratados por times especializados e responsáveis pelos temas, e o colaborador é informado sobre o desdobramento das ações tomadas.

## Vivo na Ponta

Essa ação tem como objetivo aproximar os colaboradores da experiência do cliente em diversos pontos de contato da Vivo, como Lojas, Revendas, Call Center e Campo. Os participantes têm a oportunidade de vivenciar na prática os principais canais de atendimento, permitindo uma compreensão mais profunda das necessidades e expectativas dos clientes para posterior report de pontos positivos e negativos identificados no canal. Ao longo do ano, foram mais de 340 vivências, com 310 colaboradores, sendo 40 executivos da Companhia.

## Trilha Onboarding

Tem como objetivo assegurar que os novos colaboradores conheçam a estratégia de Experiência do Cliente (CX) desde o primeiro dia na Vivo, garantindo alinhamento cultural e engajamento com os pilares da experiência.

## CX Inspira

Ação que traz executivos do mercado referências em Customer Experience (CX) para uma conversa na Vivo, para debater temas, ideias, projetos e boas práticas de Experiência do Cliente, com o objetivo de inspirar os colaboradores da Companhia a colocarem o cliente no centro em suas decisões.

O Tempo do Cliente é Agora

# Canais de relacionamento

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais

No pilar Vivo Sempre, que coloca o cliente no centro da estratégia da Companhia, a Vivo acompanha de perto as transformações e tendências no comportamento dos consumidores, que reforçam a necessidade de evolução tanto nas relações humanas quanto nas tecnologias oferecidas. Essa evolução é fundamental para atender às expectativas de um consumidor cada vez mais conectado e exigente.

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.



## App Vivo

Permite jornadas rápidas e resolutivas, com loja de serviços e produtos, ofertas personalizadas, área de benefícios e acesso ao Vivo Pay e à Casa Inteligente.



## WhatsApp Vivo

Pelo número (11) 99915-1515, permite-se falar com a **Aura**, consultar saldo de internet, obter informações do plano, fazer recarga e acessar outros serviços.



## Telefones Vivo

Atendimento pelo número 10315. O 142 é dedicado a pessoas com deficiência de fala ou audição.



## Lojas Vivo

Oferecem suporte presencial em mais de 1.700 lojas. No mapa do link, é possível consultar a loja mais próxima.

## Loja Conceito

A Vivo inaugurou espaço na Rua Oscar Freire, em São Paulo, que integra tecnologia, arte, gastronomia e literatura em um ambiente pensado para incentivar uma relação mais consciente e humana com o uso da tecnologia. Com 260 m<sup>2</sup>, o local foi concebido com design minimalista e linhas orgânicas inspiradas no Vivinho, proporcionando uma jornada fluida entre café, instalação artística e livraria. A proposta reforça o posicionamento da Vivo em colocar as pessoas no centro da inovação e em promover momentos de pausa, contemplação e conexões reais.

Além de funcionar como uma extensão do vínculo emocional entre a marca e seus clientes, o espaço apresenta também a área de casa inteligente, onde visitantes podem conhecer, de forma prática, soluções que facilitam o cotidiano por meio da tecnologia. A unidade complementa a rede de mais de 1,7 mil lojas da Vivo no país, destacando-se pela experiência sensorial e pela combinação de conectividade com manifestações culturais e gastronômicas. A iniciativa reforça o propósito da Vivo de mostrar que a tecnologia é um meio para transformar a vida das pessoas e criar relações mais significativas.

# Autorregulação das telecomunicações

O Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART) é o primeiro programa abrangente de autorregulação do setor. Ele 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.

A Vivo é uma das associadas do SART desde a sua criação em 2020. 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.

A plataforma Não Me Perturbe integra as iniciativas de autorregulação do setor de telecomunicações e tem como objetivo reduzir chamadas indesejadas, oferecendo ao consumidor um canal único para registrar sua preferência. Embora não substitua mecanismos regulatórios ou ações de fiscalização, ela atua de forma complementar, reforçando o compromisso das empresas participantes em respeitar os números cadastrados. A iniciativa fechou o ano de 2025 com 14,2 milhões de números de telefone cadastrados

para não receber chamadas de telemarketing de empresas de telecomunicações e chamadas para oferta de crédito consignado.

Além disso, para viabilizar determinações da Anatel para redução de ligações indesejadas, foi disponibilizada pelo setor de telecomunicações a ferramenta “Qual empresa me Ligou?”, que funciona com o objetivo de identificar o CNPJ e a razão social associados ao número de telefone da empresa que realizou a chamada telefônica.



A plataforma **Não Me Perturbe** integra as iniciativas de autorregulação do setor de telecomunicações e tem como objetivo reduzir chamadas indesejadas.

# Cobertura nacional e inclusão digital

## Alerta de Emergência – Defesa Civil Alerta

Em 2025, o sistema de alerta de emergência para desastres (Cell Broadcast) foi estendido para todo o Brasil. No ano, foram emitidos 814 alertas<sup>1</sup> para vários municípios do país, permitindo que a população afetada se preparasse de forma mais adequada para eventuais situações de risco.

Trata-se de um projeto coordenado pelo Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional por meio do CENAD e do Ministério das Comunicações por meio da Anatel, em que os alertas de emergência enviados pela Defesa Civil de cada estado são transmitidos pelas prestadoras de serviços móveis participantes do projeto. Esse processo ocorre por meio da tecnologia Cell Broadcast das redes móveis. Assim, os clientes que estiverem sob cobertura nas tecnologias 4G e 5G receberão

alertas severos ou extremos sem necessidade de cadastro prévio.

A Defesa Civil deve emitir alerta para eventos que coloquem a vida humana em risco, como os casos de desastres, alagamentos, enxurradas, enchentes, deslizamentos de terra, epidemias, dentre outros.

Os aparelhos celulares necessitam de sistemas operacionais compatíveis para a tecnologia (em geral, os terminais 4 e 5G dos principais fabricantes têm esta compatibilidade). Desta maneira, as pessoas recebem a mensagem de alerta do tipo severo ou extremo, por meio de texto sobreposto à tela do aparelho, exigindo interação do usuário, além de alerta sonoro intenso independente de o aparelho estar no modo silencioso para os alertas do tipo extremo.

<sup>1</sup>Anatel - Defesa Civil Alerta - DCA - <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/utilidade-publica/defesa-civil-alerta-dca>.

# Pacto Digital

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais, SASB TC-TL-520a.3

O Pacto Digital da Vivo é uma iniciativa que busca promover a transformação digital de maneira responsável e inclusiva, alinhando-se aos princípios éticos e às diretrizes de sustentabilidade. A companhia reconhece a importância de integrar a tecnologia à sociedade, garantindo que os benefícios da digitalização sejam acessíveis a todos, enquanto contribui para o desenvolvimento sustentável.

A iniciativa teve início em 2014, a partir da identificação dos desafios relacionados à promoção de uma internet aberta, segura e confiável. Em 2018, esse movimento evoluiu para uma agenda mais estruturada, incorporando o compromisso de ampliar o acesso aos benefícios da era digital, com atenção especial à privacidade, à segurança e ao uso responsável da tecnologia.

Desde então, a Vivo tem avançado na consolidação do Pacto Digital como um instrumento para reduzir desigualdades sociais e tecnológicas e fortalecer a digitalização do país. Para orientar essa atuação, o Grupo definiu os Fundamentos do Pacto Digital, organizados em cinco pilares que direcionam suas iniciativas.

## 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.



Conheça o conteúdo do Pacto Digital na íntegra.

# Comunicação responsável

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais

A comunicação responsável é parte essencial da conduta da Vivo, que adota práticas éticas, transparentes e respeitadas em todas as interações com públicos internos e externos, alinhadas aos Princípios de Negócio Responsável.

A Normativa de Comunicação Responsável define diretrizes que garantem clareza, precisão e integridade nas mensagens. A comunicação deve ser acessível e sensível às diferentes realidades dos públicos, respeitando a privacidade, protegendo dados pessoais e promovendo e valorizando a diversidade.

Essas diretrizes fortalecem a reputação da marca e a confiança dos stakeholders, evitando práticas que possam gerar interpretações equivocadas ou comprometer a imagem da Companhia.

## Portal Dialogando

A Vivo também atua para liderar a transformação digital no Brasil com iniciativas que equilibram as dimensões física e digital, incentivando conexões autênticas.

Para tanto, desde 2016, mantém o portal Dialogando que se propõe a conversar com toda a sociedade de forma educativa sobre o uso responsável da tecnologia e seus impactos na vida das pessoas e da

coletividade, abordando temas sensíveis e essenciais. Com uma linguagem acessível e universal, o Dialogando produz conteúdos em diversos formatos – artigos, cartilhas, webcasts e podcasts – contando com a participação de especialistas e influenciadores. O Portal organiza seus conteúdos em cinco pilares principais: comportamento, inovação, segurança, educação e sustentabilidade.

Em 2025, o portal consolidou-se como referência em diálogo digital. Alcançou aproximadamente 122 mil novos usuários, gerou mais de 182 mil visualizações e registrou cerca de 138 mil sessões. Os temas mais acessados foram Segurança, Sustentabilidade e Inovação.

Um dos destaques de 2025 foi a entrada de acessos provenientes de plataformas de Inteligência Artificial (IA), sendo uma das principais fontes de tráfego. O tempo médio de permanência de pouco mais de 5 minutos representou um aumento de 31% em relação ao ano anterior. Por fim, foram registradas mais de 86 mil sessões engajadas, evidenciando o interesse do público e o impacto positivo da plataforma.



Conheça o conteúdo do Portal Dialogando.

# Vivo IA Digital

- Arquitetura tecnológica
- Inteligência Artificial e automação
- Segurança digital
- Privacidade e proteção de dados

# Arquitetura tecnológica

O pilar Vivo IA Digital traduz a ambição da Vivo de combinar tecnologia avançada com proximidade humana. A inteligência artificial (IA) é incorporada como elemento estruturante da arquitetura de sistemas da Companhia e tem um papel de protagonismo na jornada de transformação da Vivo.

Com o direcionamento estratégico Vivo IA Digital, a Companhia avança de forma decisiva na integração entre inteligência humana e tecnologia. Em meio a um cenário de transformação digital acelerada, a Vivo assume uma posição de liderança, ampliando investimentos em soluções de IA que elevam a conectividade e aprimoram a experiência do cliente com serviços mais inovadores e humanizados.

Há anos, a Vivo tem investido no desenvolvimento de seus profissionais e no uso de tecnologias de vanguarda, como a própria IA, habilitando a Companhia a acompanhar e antecipar os movimentos mais recentes do mercado.

A Companhia reforça sua convicção de que conexões ganham valor quando unem pessoas e tecnologia de forma equilibrada. Por isso, intensifica o desenvolvimento de produtos, serviços e processos baseados em IA, sempre com foco em gerar impacto positivo na jornada dos clientes, orientada pela sua visão de sustentabilidade, com atenção ao consumo de energia, às necessidades de refrigeração e à eficiência da infraestrutura. O

objetivo é utilizar o melhor da tecnologia, mantendo a centralidade humana, para transformar a experiência do consumidor e impulsionar um futuro digital mais inclusivo e conectado.

A Vivo conta com um Chief Information Officer, com reporte direto ao Chief Operating Officer (COO), responsável pela estratégia e gestão dos sistemas de informação, bem como pelas agendas de Dados e Inteligência Artificial da Companhia. Sua atuação é direcionada à entrega de soluções de Tecnologia da Informação inovadoras, eficientes e seguras, potencializando a geração de valor a partir dos dados, a adoção responsável de Inteligência Artificial e a construção de diferenciais competitivos sustentáveis, com flexibilidade operacional, agilidade no time-to-market e excelência na entrega ao negócio.

O CIO também lidera a transformação digital e a melhoria contínua dos processos críticos da Vivo, promovendo eficiência operacional e sustentabilidade.

Nesse contexto, a companhia investe de forma contínua na evolução de sua plataforma tecnológica, preparando-se para a nova geração de serviços digitais e garantindo uma infraestrutura robusta para seus serviços de telecomunicações, sempre com o cliente no centro da estratégia de tecnologia.

## VIVO, CADA DIA MAIS DIGITAL

Experiência na vanguarda tecnológica

Tecnologia habilitadora

Avanço em segurança digital

Data & AI First

Uso da IA em escala



# Inteligência Artificial e automação

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais

O ano de 2025 marcou um avanço significativo no uso da inteligência artificial. A fim de ampliar a escala de consumo governado dessa tecnologia, a Vivo definiu uma estratégia apoiada em quatro pilares:

- Aceleração do uso de dados no contexto da IA.
- Desenvolvimento de Plataforma Interna.
- Governança e Curadoria das informações.
- Uso da IA em Escala.

Na agenda de Dados, a Vivo vem adotando a metodologia Data Mesh, que estabelece uma governança robusta para o uso de dados ao mesmo tempo em que empodera as áreas de negócio. Essa abordagem, juntamente com a transformação tecnológica (unificação dos Data Lakes), assegura uma arquitetura moderna, escalável e segura, preparada para sustentar a adoção responsável e eficiente de Inteligência Artificial.

Diante da rápida evolução dos modelos de linguagem e das aplicações de IA, a Companhia segue uma estratégia Platform Driven, que viabiliza o consumo flexível das melhores tecnologias disponíveis no mercado, de acordo com cada caso de uso. Essa estratégia evita dependência de soluções únicas, amplia o reaproveitamento de capacidades e acelera o time to market, promovendo escala e eficiência operacional.

Em curadoria e governança, a Vivo incorpora princípios de ética, segurança da informação e sustentabilidade desde a concepção das soluções até sua implementação. Esses pilares orientam todo o ciclo de vida das aplicações, reforçando a confiança, a conformidade regulatória e a responsabilidade no uso da tecnologia.

Esse conjunto de práticas garante a continuidade da ampliação do uso de tecnologia de forma estruturada, segura e escalável, impulsionando a inovação, a eficiência dos processos e a geração de valor sustentável para clientes, colaboradores e acionistas.

## Iniciativas em IA

A Vivo adota uma abordagem pragmática e orientada a valor no uso de Inteligência Artificial, combinando de forma complementar soluções de IA tradicional, machine learning e IA generativa, de acordo com a natureza e os objetivos de cada caso de uso. Essa estratégia permite extrair o melhor de cada tecnologia, maximizando ganhos de eficiência operacional, qualidade, escala e confiabilidade, ao mesmo tempo em que amplia a capacidade de inovação e acelera a entrega de resultados aos negócios.

## Aura

Em relação à IA tradicional, a Vivo possui a Aura, projetada para facilitar a vida dos clientes e permitir a resolução de diversos problemas simples, sem a necessidade de acionar outros canais de atendimento e com a possibilidade de dar feedback. Além disso, seus sistemas são desenvolvidos para garantir a segurança das informações e proteger a confidencialidade dos dados dos clientes da Vivo. A Aura está disponível em diversos canais de contato (aplicativo Vivo, WhatsApp, Portal Vivo, Facebook Messenger, entre outros). Em 2025, a Aura foi aprimorada para atender a jornadas que exigem maior urgência e resolutividade.

4,8 mi  
usuários  
únicos/mês

32 mi  
interações/mês

## Machine Learning

Com o uso de IA e dados em escala, a Companhia transformou a conectividade tanto para clientes residenciais como para empresas. Uma solução que combina machine learning, telemetria e cloud computing foi criada para antecipar falhas, personalizar soluções e tornar o atendimento mais ágil, consultivo e eficiente. Um agente de IA foi embarcado no modem de fibra instalado na casa do cliente, permitindo monitorar diversos indicadores de qualidade para fazer uma análise preditiva e tomar ações, no caso de perda de qualidade ou falha no serviço.

Isso elevou significativamente a experiência do cliente e gerou resultados de negócio concretos, como a redução da taxa de contato e do índice de reparo técnico, refletindo melhora direta na qualidade percebida da nossa conectividade. Outros efeitos são a redução de cancelamentos de clientes com produtos de Internet Fibra e diminuição de visitas técnicas desnecessárias, permitindo melhor uso de recursos da companhia, entre outros resultados.

Além de toda essa eficiência, a solução ainda nos permite oferecer personalização em larga escala, com ofertas direcionadas para melhoria da qualidade do Wi-Fi, quando necessário.

IA Generativa:  
copiloto com 12,5 mil  
documentos apoia  
19,6 mil atendentes,  
gera 3,7 milhões  
de interações/  
mês e reduz 10%  
do tempo de chat.



Com IA Generativa, a Vivo conta com um copiloto treinado com mais de 12.500 documentos internos, que apoia 19,6 mil atendentes em lojas e no call center, gerando mais de 3,7 milhões de interações mensais. Com essa solução, a Companhia reduziu em 10% o tempo de atendimento via chat, possibilitou dois atendimentos simultâneos por agente e melhorou indicadores de satisfação, rechamada e conversão de vendas. Além disso, a IA permite à Vivo compreender o sentimento do cliente, adaptar o tom da conversa e oferecer soluções personalizadas.

O I.Ajuda passou a operar no modelo B2X, uma evolução na estratégia de atendimento da Companhia que une o B2C e o B2B, pois as funcionalidades de copiloto e raio X (ferramenta da plataforma de IA Generativa que fornece aos atendentes um resumo detalhado do perfil do cliente) foram equalizadas para todos os públicos. A solução também passou a integrar um volume maior de dados, trazendo o contexto do cliente na URA, além de informações financeiras e de pagamento, o que proporcionou maior fluidez ao atendimento da Vivo.

A IA Generativa também está presente no processo de pré-vendas para participação em licitações. Os agentes de IA leem, analisam e extraem informações de editais – documentos longos e complexos –, propõem o melhor portfólio a ser oferecido ao cliente e avaliam a viabilidade da participação da Vivo. Com isso, a Companhia ganhou mais de 88% de agilidade na tomada de decisões sobre a participação em licitações.

A evolução da IA na Companhia também passa pela adoção em escala de agentes, habilitada por sua estratégia tecnológica baseada em plataformas. A Plataforma de Agentes potencializa automações e otimizações, proporcionando maior velocidade na utilização de IA e mais agilidade na criação de produtos, tornando-os mais acessíveis e eficientes para colaboradores e clientes.

Como parte dessa estratégia de IA e plataforma, a Vivo investiu na aquisição de capacidade de infraestrutura dedicada, garantindo maior segurança por meio do uso de um ecossistema fechado. Essa iniciativa também resultou na redução de custos operacionais, especialmente no cross-selling de serviços, reforçando a confiabilidade das operações e ampliando as possibilidades de integração entre diferentes frentes de negócio.

## Capacitação e Inovação Tecnológica

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 empresa criou uma normativa com o intuito de coordenar as melhores práticas no uso de IA, considerando riscos e impacto e 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.

Além disso, a Vivo garante a capacitação dos seus colaboradores por meio de workshops, treinamentos, programas de letramento e colaborações sobre Inteligência Artificial (IA). O foco principal dessa iniciativa é disseminar o conhecimento sobre o tema e realizar discussões sobre a aplicação responsável e ética da IA, promovendo eficiência e soluções de negócio inovadoras. Os programas ocorrem em parceria com grandes multinacionais desenvolvedoras de softwares e serviços cloud, que oferecem cursos presenciais e online, abrangendo desde conteúdos introdutórios até temas mais avançados sobre conceitos e aplicações de IA.

A Vivo também mantém iniciativas de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) focadas em gerar valor e resultados diante dos desafios futuros da Companhia, com destaque para sua parceria com a Universidade Federal de Goiás (UFG) e o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPQD). Uma dessas iniciativas consiste no desenvolvimento de uma solução de gêmeo digital, que trará uma visão completa atualizada da gestão da cobertura de rede móvel (torres e antenas).

Essa aproximação com universidades e institutos que são referências em Inteligência Artificial e outras tecnologias imersivas reforça o compromisso da empresa com a inovação e a criação de soluções tecnológicas de ponta para o mercado.



**A Vivo investe em governança e capacitação para o uso responsável da Inteligência Artificial, com treinamentos, iniciativas de letramento e projetos de P&D em parceria com instituições como UFG e CPQD.**

## Segurança digital

GRI 3-3 Tema material: Conduta empresarial, SASB TC-TL-230a.2, TC-TL-550a.2

A Vivo desenvolve sua jornada de segurança digital alinhada às diretrizes da Política Global de Segurança do Grupo Telefônica e sustentada por um Plano Diretor de longo prazo, em conformidade com as regulações vigentes e baseado em frameworks de mercado como NIST (Diretrizes do National Institute of Standards and Technology), ISO 27001 (Certificação para Gestão de Segurança da Informação), ISO 22301 (Certificação para Continuidade de Negócios), CIS (Critical Security Controls), entre outros.

A estratégia de segurança digital é orientada pelos princípios de confidencialidade, integridade e disponibilidade, com foco na gestão proativa de riscos e no fortalecimento contínuo da resiliência cibernética. A atuação integrada das áreas de segurança permite a utilização de dados e indicadores para apoiar decisões estratégicas e assegurar a proteção do ecossistema digital da Companhia.

Além disso, essa estratégia é tratada como material para a Companhia e acompanhada por uma governança robusta, com envolvimento da Alta Administração, que inclui sua apresentação trimestralmente na Reunião de Estratégia de Segurança Digital a um membro do Conselho de Administração designado para revisar e

supervisionar sua execução, com posterior reporte ao Conselho de Administração da Vivo.

A Vivo adota uma postura de menor tolerância a riscos em temas críticos, como proteção de dados pessoais, segurança de ambientes essenciais e integridade da cadeia de suprimentos. Suas práticas são continuamente revistas e aprimoradas em resposta à evolução do cenário de ameaças e às melhores práticas internacionais.

A maturidade em segurança digital é avaliada por meio de testes, simulações e exercícios periódicos, que contribuem para o aprimoramento dos processos de prevenção, detecção e resposta a incidentes. Essas iniciativas reforçam a capacidade de resposta da Companhia e a confiabilidade de seus serviços.

A promoção da cultura de segurança é parte integrante da estratégia e envolve ações contínuas de capacitação e conscientização direcionadas a colaboradores e lideranças, incluindo um curso obrigatório de privacidade e segurança, e fornecedores, como workshops anuais voltados para fornecedores contratados.

Ainda no âmbito da gestão de terceiros, a Vivo realiza avaliações sistemáticas de fornecedores

críticos ao longo do ciclo contratual, assegurando a aderência aos requisitos corporativos de segurança da informação e proteção de dados definidos com base nas melhores práticas do setor e monitorados constantemente, garantindo a conformidade com os padrões acordados.

Em 2025, o Vivo Segura reforçou seu compromisso com a segurança digital por meio de uma jornada contínua de cultura de segurança voltada aos colaboradores. Ao longo do ano, foram reforçados conteúdos com temas atuais, práticos e alinhados aos principais riscos do cenário digital (fator humano), fortalecendo a cultura de proteção da informação no dia a dia. Entre os temas abordados, tivemos engenharia social, phishing, uso seguro de senha, proteção de dados, golpes virtuais, uso seguro de dispositivos, múltiplos fatores de autenticação, riscos em redes de Wi-Fi públicas, DeepFake, além de boas práticas para navegação e compartilhamento de informações.

A Vivo também ampliou o escopo da Certificação ISO 27001, que atualmente cobre sete processos estratégicos, incluindo Gestão de Incidentes (CSIRT) e Teste de Segurança (Pentest), que se somam aos processos de Gestão de Vulnerabilidades (GVUL), Segurança de Aplicações (AppSec), Monitoramento contra Vazamento de Dados, Gestão de Riscos em Fornecedores e Hunting de Ameaças do programa de Segurança Digital, o Vivo Segura.

Como parte de seu compromisso com a continuidade dos negócios, a Vivo mantém um Plano de Resposta a Incidentes integrado à Resiliência Operacional/Corporativa. Este Plano opera sob a governança do Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios (SGCN) alinhada às melhores práticas da norma ISO NBR 22301, que inclui análises de impacto e planos de continuidade de negócios (PGC, PGI, PRD e PCO), testados semestralmente conforme o Plano de Teste do Ciclo (PTT), garantindo resiliência operacional e proteção contínua de seus ativos digitais e processos.

A Vivo também dispõe de um Comitê de Crise ou Incidente Crítico Corporativo, formado pelo líder (CSO), executivos, equipes de monitoramento e a área de Gestão de Continuidade de Negócios (GCN), que visa analisar a situação e definir as ações estratégicas necessárias para garantir a recuperação rápida da operação, minimizando impactos tanto para a Companhia quanto para os clientes.

Em conjunto, essas práticas reforçam a proteção dos ativos digitais e contribuem para a geração de valor sustentável no longo prazo.

## Modo Seguro

A Vivo lançou o Modo Seguro, uma iniciativa que reforça o compromisso da empresa com a segurança digital dos clientes. Por meio de um hub que centraliza informações, dicas e soluções digitais, a Companhia espera tornar ainda mais segura a vida de seus clientes.

No Modo Seguro, o cliente encontra, de forma centralizada, todas as iniciativas da empresa relacionadas ao tema e também pode consultar como está o seu nível de proteção e o que deve ser feito para aumentá-lo. Nesse hub, ele tem acesso a dicas de prevenção que a empresa oferece, além de encontrar orientações sobre quais ações devem ser praticadas em caso de incidentes. No Modo Seguro, ele também encontra um portfólio único e exclusivo de serviços.

Entre as novidades lançadas, estão: o Proteção Rua, serviço em que o cliente pode escolher locais seguros para usar seus apps com tranquilidade; o Bloqueio Emergencial, funcionalidade gratuita que permite, em caso de perda ou roubo do smartphone, bloquear a tela do dispositivo, apagar remotamente informações pessoais, bloquear a linha e impedir a reutilização do aparelho via bloqueio de IMEI; o Anti Spam, que evita ligações indesejadas ao bloquear automaticamente chamadas massivas; o Surfie, que permite que os pais monitorem as atividades online de seus filhos, assim como o tempo de uso em aplicativos;

e a VPN, que proporciona uma navegação mais segura, especialmente em redes Wi-Fi públicas.

Essas soluções, somadas aos demais esforços da empresa, reforçam um compromisso diferenciado da marca no setor de telecomunicações, de garantir mais proteção e tranquilidade aos seus clientes no ambiente digital.



# Privacidade e proteção de dados

GRI 3-3 Tema material: Consumidores finais, SASB TC-TL-220a.1

A Vivo está comprometida com a segurança e a privacidade das informações dos clientes que utilizam seus produtos e serviços.

Para isso, a Companhia possui um modelo de governança com políticas e normas internas que orientam como as informações devem ser tratadas e protegidas. Da mesma forma, seus parceiros e fornecedores devem adotar medidas de preservação da privacidade.

O tema de proteção de dados e privacidade está presente no código de ética e conduta da Companhia, que define que todos os colaboradores devem manter o respeito e promover os direitos humanos e digitais (princípio 3), além de prezar pela promoção da inovação, desenvolvimento e uso responsável da tecnologia (princípio 5).

A atenção com a privacidade de dados também está contemplada nos controles de gestão de riscos, conduzida pela Diretoria de Auditoria e Gestão de Risco e acompanhada pela Diretoria de Compliance. Dada a relevância do tema para a Alta Administração, as estratégias e principais ações adotadas pelas equipes de Segurança Corporativa e Data Protection Office (DPO) são periodicamente apresentadas em reunião liderada por membro do Conselho de Administração da Vivo, garantindo, assim, o subsequente reporte aos demais membros do Conselho.

Para garantir a governança da privacidade, a Vivo possui uma área totalmente dedicada a essa função, fornecendo suporte às unidades de negócio no tratamento adequado de dados pessoais.

A atuação da Companhia é orientada pela Política de Privacidade do Grupo Telefónica e pelo Aviso de Privacidade da Vivo, atualizado em 2025, trazendo um formato aplicado em *legal design*, mais claro, acessível, melhorando a experiência dos titulares. Essas diretrizes, em conjunto com a Política e demais Regulamentos de Segurança, definem as ações realizadas para proteger os dados contra acessos indevidos e vazamentos. Em caso de descumprimento dessas normas, a Companhia pode adotar as medidas disciplinares aplicáveis.

Com base em seu Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados, as atividades de negócio que tratam dados pessoais são formalmente registradas, possibilitando que as equipes DPO, Jurídico e Segurança Corporativa avaliem a adoção de melhores práticas em privacidade e proteção de dados pessoais, bem como as hipóteses legais de tratamento, e se estão em linha com as diretrizes de segurança. Isso permite identificar as finalidades de uso de dados, das tecnologias e ferramentas empregadas e a ponderação de riscos associados.

Além disso, os conceitos de *security* e *privacy by design* estão presentes no desenvolvimento de produtos e serviços, buscando a redução dos riscos associados à segurança e a privacidade das informações, criando condições para as correções serem feitas antecipadamente.

O Centro de Privacidade da Vivo, página existente desde 2016, tem por objetivo promover a transparência no tratamento de dados pessoais dos titulares de dados. Em 2021, foi disponibilizada uma versão mais acessível do Centro de Privacidade, facilitando a busca por informações sobre proteção de dados, o exercício de direitos, o canal de contato com DPO, 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 Telefónica.

A Vivo segue dedicada a participar ativamente das consultas públicas promovidas pela Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD), de acordo com a agenda regulatória, tanto por meio dos grupos de trabalho empresariais quanto individualmente.

Para disseminar os conceitos trazidos pela LGPD e os procedimentos aplicados pelo Programa de



A Vivo adota um modelo de governança para garantir a segurança e a privacidade das informações, com políticas internas, gestão de riscos e acompanhamento periódico pela Alta Administração.



A Companhia mantém um programa de governança em privacidade e proteção de dados, com área dedicada, transparência promovida por meio do Centro de Privacidade e disseminação contínua sobre a LGPD.

Governança em Privacidade, o e-learning LGPD na Prática é disponibilizado a todos os colaboradores da Companhia, resultando em 90% de participação em 2025. O curso também traz dicas de segurança e esclarecimentos por meio de casos baseados nas atividades de negócio. Para impulsionar a cultura de privacidade, são realizadas campanhas de conscientização por meio dos canais de comunicação da empresa e workshops direcionados a áreas específicas, considerando as especificidades de cada uma e o resultado obtido na avaliação prévia de maturidade sobre o tema.

Ademais, adequamos nossos contratos a fim de cumprir com a regulamentação de transferência internacional de dados. Ao longo do ano, iniciamos a automação de alguns fluxos, buscando ampliar a capacidade e aprimorar a gestão de indicadores. Isso inclui a aplicação de *assessments* em fornecedores selecionados para avaliação de aspectos de governança em privacidade, visando a conformidade com a legislação, as melhores práticas e alinhamento com as diretrizes de privacidade da Vivo.

Atividades conduzidas pela área de Privacidade, responsável pela governança do tema de Privacidade de Dados Pessoais, sob gestão da Encarregada de Dados (DPO) da Vivo.



# Futuro Vivo

- Responsabilidade social corporativa
- Mensuração e gestão de impactos
- Conduta empresarial responsável
- Fundação Telefônica Vivo
- Energia
- Mudanças climáticas
- Uso de recursos e economia circular
- Produtos e serviços sustentáveis
- Relacionamento com fornecedores

# Responsabilidade social corporativa

GRI 2-23, 2-24

## ODS como direcionadores estratégicos

Desde 2010, a Vivo é participante do Pacto Global da ONU e integra os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) à sua estratégia corporativa.

Com o estudo Vivo pelos ODS 2030, a Companhia analisou riscos, oportunidades e impactos ao longo da cadeia de valor e definiu 11 ODS prioritários, que orientam metas, indicadores e compromissos públicos integrados à visão Futuro Vivo.

Mais do que um exercício de alinhamento, os ODS prioritários são incorporados à governança, ao planejamento estratégico e ao acompanhamento de desempenho, conectando impacto social e ambiental à geração de valor no longo prazo.



## ODS 18 – Igualdade Étnico-Racial



No contexto brasileiro, a Vivo reconhece o ODS 18 – Igualdade Étnico-Racial como marco complementar à Agenda 2030.

A agenda está integrada à estratégia corporativa por meio de metas públicas de representatividade, desenvolvimento de talentos, inclusão produtiva e fortalecimento de cadeias de valor diversas.

O ODS 18 atua de forma transversal, conectado aos ODS prioritários relacionados à redução das desigualdades, trabalho decente e fortalecimento institucional, reforçando o compromisso com uma transição digital inclusiva.



## Compromissos estruturantes

No âmbito da Ambição 2030 do Pacto Global da ONU no Brasil, a Vivo reafirma seu compromisso com metas coletivas e agendas estruturantes por meio da adesão a diferentes movimentos que mobilizam o setor privado.

- **Ambição Net Zero:** ambição coletiva de redução de 2 gigatoneladas de CO<sub>2</sub>e em emissões acumuladas até 2030.
- **Elas Lideram:** Ter 1.500 empresas comprometidas com a paridade de gênero na alta liderança até 2030, incluindo, pelo menos, 11.000 mulheres em posições de alta liderança e 150 lideranças seniores engajadas e influenciando seus pares.
- **Raça é Prioridade:** Alcançar 15 mil pessoas negras em cargos de liderança, mais de 20 mil pessoas negras capacitadas e contar com mais de 1.500 empresas comprometidas com esse tema até 2030.
- **Mente em Foco:** Chegar em 2030 com 1.000 empresas com programas estruturantes de saúde mental, impactando 10 milhões de trabalhadores.
- **Salário Digno:** Garantir 100% de salário digno para funcionários, incluindo operações, contratados e/ou terceirizados, e promover e engajar toda a cadeia de suprimentos para desenvolver metas de salário digno.
- **Conexão Circular:** assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis, que busquem o uso eficiente de recursos naturais.
- **Impacto Amazônia:** Mover o setor empresarial brasileiro para combater o desmatamento na Amazônia
- **+Água:** Impactar a vida de mais de 100 milhões de pessoas, alcançando a universalização do saneamento e a segurança hídrica no país.

# Mensuração e gestão de impactos

## GRI 203-2

Ao longo de 2025, a Vivo avançou na consolidação de sua agenda de mensuração e gestão de impactos, estruturando uma abordagem integrada para compreender e quantificar os efeitos socioeconômicos e ambientais de suas atividades.

A jornada iniciada nos últimos três anos evoluiu da identificação qualitativa de impactos para a mensuração quantitativa e a valoração monetária, alinhada a referências internacionais como o Impact-Weighted Accounts Framework (IWAF), a Capitals Coalition e os SDG Impact Standards. A Companhia incorporou a lógica de integração de capitais – econômico, social, humano e natural – e estruturou sua análise com base na Teoria da Mudança, permitindo conectar investimentos, atividades, resultados e impactos de longo prazo.

A análise monetizou impactos em quatro dimensões – econômica, social, humana e natural – considerando temas como inclusão digital, segurança e privacidade, geração de empregos, diversidade, mudanças climáticas e resíduos eletrônicos, todos alinhados aos temas materiais da Companhia. Essa abordagem fortalece a tomada de decisão estratégica, ao integrar métricas financeiras e não financeiras na avaliação de desempenho e geração de valor.

Como resultado dessa mensuração, foi possível dimensionar de forma estruturada a contribuição econômica e social da Companhia no país. Em 2025, a Vivo contribuiu com cerca de 99 bilhões de reais para o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, representando 0,78% da economia nacional. Além disso, suas operações geraram mais de 420 mil empregos diretos, indiretos e induzidos, correspondendo a mais de 11 empregos gerados a cada colaborador da empresa – evidenciando o efeito multiplicador da infraestrutura digital sobre a atividade econômica, a inclusão produtiva e o desenvolvimento sustentável.

Em 2025, a Vivo avançou na mensuração de impactos socioeconômicos e ambientais, contribuindo com cerca de R\$ 99 bilhões para o PIB do Brasil e gerando mais de 420 mil empregos diretos, indiretos e induzidos.



# Conduta empresarial responsável

GRI 2-23, 2-24, 2-25, 3-3 Tema material: Conduta Empresarial

Desde 2020, a Vivo adota a norma internacional ISO 26000 como referência para sua gestão de responsabilidade social. Em 2025, realizou o terceiro ciclo de auditoria independente para verificar o nível de aderência à diretriz, alcançando 92% de conformidade, após avaliações em áreas estratégicas como redes, lojas, call centers e áreas administrativas. Esse resultado evidencia a maturidade e consistência na gestão social da companhia.

O Sistema de Gestão de Responsabilidade Social da Vivo, alinhado aos princípios da ISO 26000, orienta a atuação da companhia e promove a melhoria contínua da cultura organizacional.

Integrado ao processo corporativo de gerenciamento de riscos e ao princípio da precaução, o sistema fortalece a mitigação de riscos e estrutura a gestão dos temas da companhia, tais como:



Esses temas são traduzidos em compromissos e detalhados nos **Princípios de Negócio Responsável**, documento que reúne o código de ética e conduta e a política de sustentabilidade da Vivo. O documento é aprovado pela alta liderança e se aplica a todas as atividades da Companhia e às suas relações de negócio.

## Direitos humanos

GRI 2-23, 2-24, 2-25; 409-1

A Vivo entende que o respeito aos direitos humanos é fundamental para uma atuação ética, responsável e sustentável. O tema constitui um dos pilares dos **Princípios de Negócio Responsável** e está formalizado na **Política Global de Direitos Humanos**, alinhada aos **Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos**.

O compromisso da Companhia com o respeito e a promoção dos Direitos Humanos se desdobra em diversos âmbitos, abrangendo as relações com colaboradores, fornecedores, clientes e a sociedade em geral.

A Companhia realiza avaliações semestrais de riscos relacionados ao tema, com base no modelo de **Gestão de Riscos Corporativos (Enterprise Risk Management)** do Grupo Telefónica.

Na cadeia de valor, a gestão de direitos humanos se concretiza por meio de cláusulas contratuais, critérios de homologação, monitoramentos e avaliações contínuas de conformidade. Desde 2022, todos os contratos com fornecedores e parceiros incluem cláusulas específicas sobre direitos humanos.

A Vivo adota processos de devida diligência para prevenir, mitigar e remediar possíveis impactos, inclusive em aquisições e fusões. Na **Avaliação de Impacto em Direitos Humanos** realizada em toda a operação e na cadeia de fornecedores, verificou-se a aplicação dos controles internos em contratos, processos de compras, auditorias e monitoramento.

A Companhia também participa das **Avaliações Globais de Impacto em Direitos Humanos** do Grupo Telefónica, realizadas a cada três ou quatro anos em todos os países onde atua. As análises envolvem especialistas externos e escuta ativa de públicos de interesse, permitindo identificar temas materiais e oportunidades de melhoria.

Uma abordagem madura de direitos humanos não termina na Avaliação de Impacto em Direitos Humanos, ela transforma evidências em decisão. Na Vivo, os resultados dessa avaliação estruturam a priorização dos temas mais relevantes para as pessoas, auxiliando a empresa a direcionar investimentos, fortalecer controles internos e orientar escolhas de gestão nas operações e na cadeia de valor.

Para fortalecer a cultura interna, a Vivo promove treinamentos obrigatórios sobre direitos humanos. Em 2025, mais de 98% do time concluiu a formação dos Princípios de Negócio Responsável, que aborda temas como direitos digitais, liberdade de expressão, privacidade e proteção de dados pessoais.

A Companhia mantém canais de denúncia acessíveis e confidenciais para relatar violações de direitos fundamentais, além de divulgar amplamente sua existência. Também disponibiliza o **Canal de Consulta de Negócio Responsável**, do Grupo Telefônica, para consultar qualquer aspecto relacionado aos **Princípios de Negócio Responsável**, que funciona como um mecanismo estruturado de escuta e resposta, permitindo o registro de relatos relacionados a condutas inadequadas, violações éticas, discriminação, assédio, irregularidades trabalhistas, descumprimento de políticas internas e potenciais impactos aos direitos humanos.



**Acesse para mais informações:**

[Política Global de Direitos Humanos.](#)

[Avaliação de Impacto em Direitos Humanos.](#)

[Canal de Consulta de Negócio Responsável.](#)

No ano de 2025, a Vivo reafirmou seu compromisso com os direitos humanos, participando ativamente dos principais grupos que discutem e promovem esse tema, como a Plataforma de Ação pelos Direitos Humanos do Pacto Global da ONU – Rede Brasil e a Câmara Temática de Impacto Social (CT Social) do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS).

Além disso, a Vivo passou a integrar o projeto “Devida Diligência em Direitos Humanos”, iniciativa transcontinental liderada pela Câmara Oficial Espanhola de Comércio com foco em fortalecer práticas corporativas de gestão de direitos humanos nas cadeias de fornecedores.

A participação nessas iniciativas reforça o compromisso com padrões avançados de governança, prevenção e mitigação de riscos, por meio de ciclos de diálogos e capacitações que apoiam a evolução contínua dos processos relacionados à gestão dos direitos humanos da Companhia.

## Relacionamento com Comunidades

GRI 2-29

Em 2025, a Vivo iniciou um importante trabalho de análise para compreender e analisar os impactos decorrentes de suas operações sobre diversas comunidades no território nacional.

Essa necessidade emergiu do reconhecimento de que a atuação da Companhia, como maior operadora de telecomunicações do Brasil, pode gerar impactos sobre grupos populacionais distintos, especialmente em contextos de vulnerabilidade social e exclusão digital ou, ainda, exposição a dinâmicas complexas.

O diagnóstico, realizado com o apoio de consultoria especializada, foi construído a partir de entrevistas realizadas junto às áreas internas e com partes interessadas relevantes para o processo, além da análise de experiências já sistematizadas pela empresa em sua trajetória de responsabilidade corporativa. A abordagem adotada contempla, ainda, as diretrizes das normas SA8000 e NBR 16001, bem como princípios de escuta ativa e mapeamento estratégico de partes interessadas.

Como resultado, foram identificadas as seguintes comunidades e grupos:

Categoria	Comunidade / Grupo
<b>Comunidades</b>	Comunidades locais próximas à infraestrutura da Vivo
	Comunidades no entorno de áreas de proteção ambiental
	Comunidades tradicionais – indígenas, quilombolas e ribeirinhas
	Comunidades rurais
	Comunidades não atendidas
<b>Grupos sociais</b>	Comunidades em periferias urbanas
	Grupos minorizados
	Populações vulneráveis
<b>Educação</b>	Populações desconectadas
	Estudantes da rede pública e educadores
<b>Institucional</b>	ONGs – Organizações Não Governamentais
	OSC – Organizações da Sociedade Civil

A análise de impactos amplia nossa visão e consolida o compromisso da Vivo com práticas responsáveis, alinhadas ao desenvolvimento social e à integridade das comunidades.

Para fortalecer ainda mais esse compromisso, contamos com um canal de relacionamento dedicado às comunidades, criado para garantir escuta ativa, diálogo contínuo e resposta qualificada às demandas locais. O contato pode ser realizado pelo e-mail: [comunidades.br@telefonica.com](mailto:comunidades.br@telefonica.com).

# Fundação Telefônica Vivo

Há mais de 26 anos no Brasil, a Fundação Telefônica Vivo integra o pilar social da estratégia ESG da Vivo.

Com o propósito “Educar para transformar, digitalizar para aproximar”, contribui com a educação pública, apoiando redes de ensino na adoção qualificada da tecnologia nos ensinamentos fundamental e médio.

Em 2025, a Fundação avançou nas iniciativas voltadas ao desenvolvimento de competências digitais de educadores e estudantes, ao fortalecimento do ensino de matemática apoiado por tecnologias educacionais, à ampliação da Educação Profissional e Tecnológica (EPT) com foco na aprendizagem e empregabilidade de jovens e à integração da Inteligência Artificial na Educação, considerando suas dimensões éticas, pedagógicas e formativas, com orientações que apoiam a integração responsável e contextualizada desse recurso ao ambiente escolar. Também intensificou as ações do Voluntariado Corporativo da Vivo, iniciativa que mobiliza colaboradores em ações sociais com forte presença no ecossistema educacional.

## Nosso impacto em 2025

**2,1 milhões**  
de estudantes beneficiados

**103 mil**  
professores formados  
(EAD e presencial)

**131 mil**  
beneficiados pelo Programa de  
Voluntariado Corporativo

**11 mil**  
voluntários

**R\$ 47 milhões**  
de investimento social, com  
recursos próprios



## DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DIGITAIS

A transformação digital avança no país, mas ainda expõe desigualdades entre territórios, escolas e educadores. Para que a tecnologia contribua de forma significativa para a aprendizagem, é essencial que docentes a incorporem intencionalmente às práticas pedagógicas.

Em 2025, intensificamos a implementação do Programa de Desenvolvimento em Competências Digitais, que integra a atuação da Coalizão Tec Educação. A iniciativa apoia Secretarias de Educação na definição de políticas e estratégias relacionadas ao uso pedagógico da tecnologia, ampliando a capacidade das redes de incorporar práticas digitais de forma intencional e efetiva.

Cerca de

# 30 mil

educadores beneficiados

# 600 mil

estudantes impactados aproximadamente

# 20

estados e 2 municípios atendidos

A iniciativa combina formação continuada, acompanhamento técnico e produção de materiais de apoio pedagógico, oferecendo subsídios para que educadores, gestores e equipes técnicas insiram tecnologias às rotinas educativas, com o objetivo de contribuir com a melhoria da aprendizagem dos estudantes.

## BNCC Computação

A implementação do Complemento à Base Nacional Comum Curricular sobre Computação (BNCC Computação) nas redes públicas tornou-se uma prioridade e deve avançar até 2026. A diretriz prevê que os currículos integrem competências relacionadas aos eixos de Pensamento Computacional, Mundo Digital e Cultura Digital, garantindo que todos os estudantes desenvolvam habilidades alinhadas às demandas atuais do mundo do trabalho.

Para contribuir com esse processo, a Fundação Telefônica Vivo apoiou redes de ensino na formação continuada de docentes e no fortalecimento de políticas públicas voltadas à implementação da BNCC Computação. Além disso, contribuiu com a produção de guias e recomendações para as secretarias de educação avançarem na atualização curricular da Computação.

A pesquisa **“Currículos de Computação: Levantamentos e Recomendações”**, em parceria com o Movimento pela Base e executada pela Vozes da Educação, apresentou dados e experiências internacionais, além de caminhos práticos para que redes de ensino avancem no processo de implementação da BNCC Computação.

 [Mais informações](#)



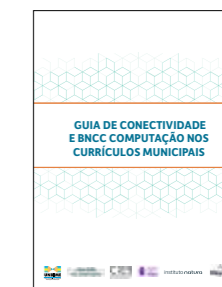
## 24 cursos da Fundação integram o AVAMEC

A Fundação Telefônica Vivo foi escolhida pelo Ministério da Educação para ampliar e aperfeiçoar os cursos de formação digital para professores oferecidos na plataforma AVAMEC, o ambiente virtual de aprendizagem do MEC. Ao todo, 24 cursos do portfólio de formação docente da Fundação, voltados ao desenvolvimento de competências digitais, passaram a integrar o AVAMEC. O lançamento aconteceu em maio de 2025, durante uma transmissão ao vivo, com a participação de representantes do governo e especialistas em Educação.



O **“Guia de Conectividade e BNCC Computação nos Currículos Municipais”**, em parceria com a Undime (União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação) e a Coalizão Tec Educação, trouxe um roteiro detalhado para apoiar gestores na implementação da Computação e no planejamento da infraestrutura, assegurando que redes municipais possam avançar com segurança, qualidade e alinhamento à BNCC.

 [Mais informações](#)



## EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA (EPT)

A Fundação Telefônica Vivo contribui para o fortalecimento da Educação Profissional e Tecnológica (EPT) na área de tecnologia, por meio do programa Pense Grande Tech. Essa iniciativa tem como objetivo preparar os estudantes do Ensino Médio de escolas públicas para o mundo do trabalho e para a vida em sociedade.

Essa atuação inclui a formação de docentes, o desenvolvimento de habilidades técnicas dos estudantes e a aproximação com o setor produtivo, criando experiências que conectam teoria e prática durante a jornada do estudante.

Presente em

7

estados

14 mil

estudantes impactados

877

docentes formados

Cerca de

3.400

estudantes matriculados no curso técnico de Ciência de Dados

## Principais ações do Pense Grande Tech em 2025

### Jornadas Tech

As Jornadas Tech aproximaram estudantes do Ensino Médio Técnico do setor de tecnologia por meio de conversas, palestras e trocas sobre carreira, inovação e mercado digital. Em 2025, foram realizadas 15 edições em seis estados – Ceará, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso do Sul, Santa Catarina e São Paulo – e no Centro Paula Souza, envolvendo 19 instituições de ensino e **impactando cerca de 1.200 jovens**, conectando os conteúdos da sala de aula à realidade do mundo do trabalho.

O ano também marcou a primeira Jornada Tech presencial no prédio da Vivo, em São Paulo, reunindo 130 estudantes da rede estadual. Além de dialogarem com profissionais sobre carreira, Inteligência Artificial e cibersegurança, os jovens conheceram o ambiente corporativo, ampliando sua percepção sobre possibilidades concretas de inserção profissional no setor de tecnologia.



Vídeo da Jornada Tech – Guramirim (SC)



Vídeo do Desafio dos Dados



Vídeo da Mentoria

### Desafio dos Dados

O Desafio dos Dados é uma maratona acadêmica que oferece uma experiência imersiva a estudantes do Ensino Médio Técnico, desafiando-os a desenvolver soluções para problemas reais da área de tecnologia. Em 2025, a iniciativa se consolidou como ação estratégica do programa Pense Grande Tech, reunindo aproximadamente 1.300 estudantes inscritos, distribuídos em 337 squads, de seis territórios participantes.

Realizado em parceria com a 42 São Paulo, a Edutech da Vivo e a Tríade Educacional, o Desafio estimulou o trabalho colaborativo, o raciocínio lógico e a criatividade, promovendo a aplicação prática de conhecimentos técnicos em um ambiente dinâmico e conectado às demandas da economia digital.



### Mentoria para jovens da área de tecnologia


A ação conectou 130 estudantes do Ensino Médio Técnico a 100 executivos da Vivo, oferecendo orientação sobre carreira e futuro profissional. Os participantes relataram aumento de confiança e clareza sobre seus próximos passos formativos.

### Desafios para contratação de jovens na área de TIC

A Fundação Telefônica Vivo lançou, em parceria com a Brasscom, uma pesquisa inédita que analisou os desafios e oportunidades para a contratação de jovens profissionais no setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

O estudo identificou as competências mais demandadas para vagas de entrada, apontou barreiras que ainda dificultam a admissão de talentos juniores, mesmo diante da alta demanda do mercado e destacou a importância de conectar formação técnica e mundo do trabalho.

A publicação oferece subsídios para redes de ensino, empregadores e formuladores de políticas públicas ampliarem a inserção de novos profissionais no setor de tecnologia.

 [Mais informações.](#)

## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA EDUCAÇÃO

A Fundação Telefônica Vivo vem desenvolvendo uma atuação voltada a apoiar educadores, redes públicas de ensino e instituições parceiras na compreensão, experimentação e adoção responsável da Inteligência Artificial na educação pública.

Essa agenda envolve a produção de conhecimentos, a construção de referenciais técnicos, além da articulação com especialistas e da participação em debates nacionais e internacionais.

Nesse processo, reforçamos um ponto essencial: a IA não substitui o professor. O potencial da tecnologia só se concretiza quando mediado por educadores que contextualizam, orientam, interpretam e transformam recursos digitais em aprendizagens significativas. Por isso, nossas iniciativas buscam fortalecer o protagonismo docente, oferecendo subsídios que apoiem o uso crítico, ético, seguro e pedagogicamente relevante da IA na sala de aula.

Um exemplo disso é a **Nota Técnica "Educar na Era da IA: Caminhos para a BNCC Computação"**, desenvolvida em parceria com o Instituto IA.Edu e a Cátedra UNESCO de IA Desplugada. O documento orienta redes públicas na integração da IA aos referenciais curriculares, alinhada à BNCC Computação, trazendo recomendações práticas para incorporar essa tecnologia aos currículos.

## PROGRAMA DE VOLUNTARIADO A SERVIÇO DA EDUCAÇÃO

O Programa de Voluntariado Corporativo é uma iniciativa global do Grupo Telefônica e, no Brasil, mobiliza colaboradores da Vivo em ações que geram impacto social em diferentes regiões do país. Ao longo dos anos, consolidou-se como o maior programa de voluntariado corporativo do Brasil, estimulando a participação ativa dos colaboradores em atividades que contribuem para a redução das desigualdades e a promoção de ambientes mais acolhedores para comunidades diversas.

Em 2025, o Programa intensificou o compromisso de aproximar cada vez mais o voluntariado do ecossistema educacional. A maior parte das instituições atendidas esteve ligada à educação, com destaque para escolas públicas que receberam ações de melhoria, atividades formativas e oficinas.

### 11 mil

voluntários em atividades simultâneas pelo país. Foram 52 projetos beneficiados, sendo 26 em escolas públicas.

## Principais ações de 2025

### Dia dos Voluntários Telefônica (DVT)

Realizado em junho, o DVT chegou à sua 21ª edição, reunindo 11 mil voluntários em atividades simultâneas pelo país. Foram 52 projetos beneficiados, sendo 26 em escolas públicas. A edição também marcou o lançamento de uma campanha nacional de arrecadação de alimentos, que resultou em 4 toneladas doadas para organizações parceiras.



### Vivo Recicle

SASB TC-TL-440a.1

A ação Vivo Recicle, uma parceria da Fundação com a área de sustentabilidade da Vivo, alcançou 23 escolas públicas e 3 instituições sociais, envolvendo centenas de jovens em atividades de conscientização ambiental.

O resultado:

## 29 toneladas

de resíduos eletrônicos coletados, 26% a mais que em 2024.

A iniciativa mobilizou instituições em cidades como Aracaju, Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campinas, Curitiba, Imperatriz, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, São Paulo e Sorocaba.

➔ Saiba mais sobre o Vivo Recicle.



Para conhecer mais sobre as iniciativas da Fundação Telefônica, acesse o site [fundacaotelefonica.org.br](https://fundacaotelefonica.org.br).

# Energia

GRI 302-1, 3-3 Tema material: Mudanças climáticas, SASB TC-TL-130a.1

A Vivo reconhece que a energia é essencial para a operação contínua da rede e para garantir a qualidade dos serviços prestados aos milhões de clientes atendidos.

Comprometida com a sustentabilidade, a Companhia foi pioneira no Brasil e no Grupo Telefónica fora da Europa ao alcançar 100% de consumo de energia elétrica renovável, antecipando em 12 anos sua meta original. Esse marco reforça o esforço em reduzir impactos ambientais e fortalecer a resiliência frente às mudanças climáticas.

Como integrante da iniciativa RE100, a Vivo segue impulsionando a transição para um futuro de baixo carbono. Seu plano de Energia Renovável e o programa de Eficiência Energética são fundamentais nessa estratégia, ao promover o consumo responsável, reduzir emissões de gases de efeito estufa e ampliar o uso de fontes limpas.

Desde 2020, a Companhia mantém a Certificação ISO 50001 em sua sede em São Paulo (SP) – Eco Berrini, e em um site técnico no bairro de Americanópolis, também na capital paulista. O sistema de gestão de energia orienta ações para reduzir o consumo e custos, aumentar a eficiência operacional, garantir o uso contínuo de fontes renováveis e mitigar impactos ambientais por meio de uma abordagem estruturada e contínua de gestão.

**100%**

do consumo de energia elétrica proveniente de fontes renováveis

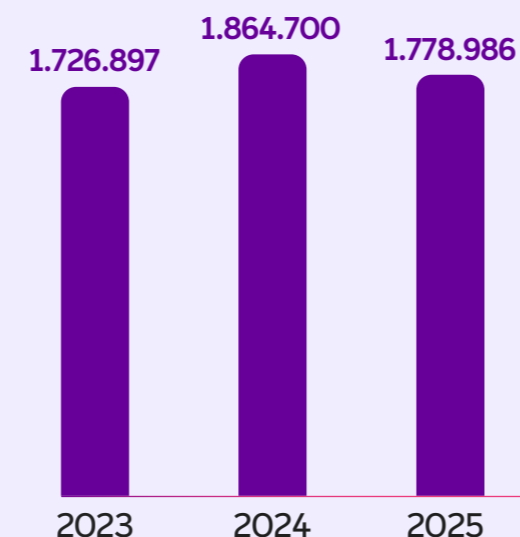
**71 GWh**

de economia de energia com projetos de eficiência em 2025

**321 mil**

residências equivalentes em energia gerada por ano

**Consumo total de energia elétrica em MWh**



## Redução do consumo de energia

GRI 302-4

A Vivo se tornou referência em sustentabilidade desde 2018, ao adotar energia 100% renovável em todas as suas operações, alinhando suas atividades ao compromisso com um futuro mais sustentável. Isso foi possível por meio de um conjunto de ações realizadas. Entre elas, o ambicioso projeto de geração distribuída, que abrange fontes de energia solar, hídrica e biogás, com unidades espalhadas por diversas regiões do Brasil, além da migração bem-sucedida para o Mercado Livre de Energia.

A Companhia também assegura a compensação do seu consumo com a compra de International Renewable Energy Certificates (I-RECs), provenientes de energia eólica. A Vivo amplia seu compromisso com a sustentabilidade ao assegurar que infraestruturas de alta demanda energética, como centrais de comutação e data centers, sejam abastecidas com energia proveniente integralmente do mercado livre. Sempre que tecnicamente viável, a companhia prioriza a aquisição de energia do mercado livre e/ou implementa a geração distribuída. Para garantir que todo o consumo esteja associado a fontes limpas e renováveis, são adquiridos certificados I-REC, estratégia que se aplica tanto a sites próprios quanto a instalações locadas.

Complementarmente, a Companhia mantém um Plano de Eficiência Energética estruturado, que reúne um conjunto de ações voltadas à redução do consumo. Em 2025, os projetos implementados no âmbito desse plano resultaram em uma economia de aproximadamente 71 GWh. Entre as iniciativas que contribuíram para esse desempenho, destacam-se o desligamento de tecnologias obsoletas das redes 2G e 3G, a desativação de armários e o retrofit dos sistemas de iluminação em edifícios.

Considerando que as centrais de comutação e os data centers concentram elevado consumo energético para a operação de servidores, sistemas de refrigeração e demais infraestruturas críticas, a Vivo atua de forma contínua para reduzir essa demanda. As ações incluem renovar equipamentos por soluções tecnologicamente mais eficientes, otimizar o uso das infraestruturas existentes e desativar estruturas menos eficientes.

O resfriamento é um elemento essencial para a operação segura e eficiente dessas instalações, uma vez que os equipamentos geram calor e precisam ser mantidos em faixas adequadas de temperatura. Para isso, a Companhia utiliza majoritariamente sistemas de ar-condicionado a água, alimentados por chillers, e busca continuamente oportunidades de aprimoramento desses sistemas, com foco em eficiência energética e redução de impactos ambientais.

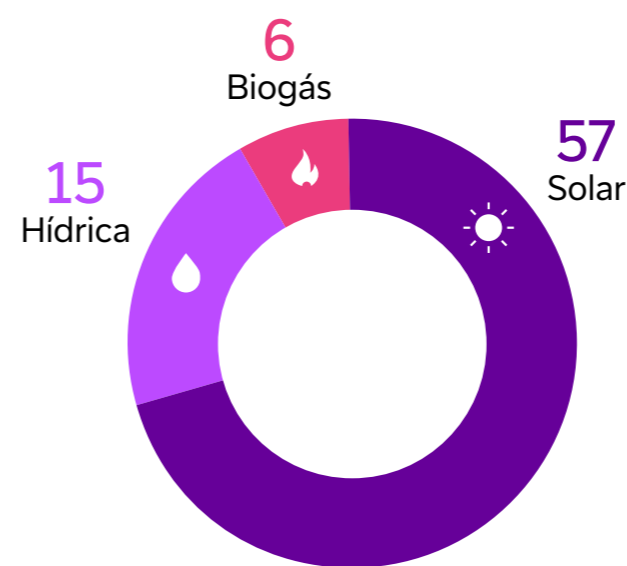


### Programa de Geração Distribuída

Desde 2018, a Vivo tem se dedicado à adoção de práticas sustentáveis, produzindo parte de sua própria energia por meio de um programa de Geração Distribuída. Esse programa envolve a instalação gradual de usinas de energia solar, hídrica e de biogás, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a diversificação da matriz energética em todo o país. Atualmente, a Vivo opera 78 usinas de energia renovável.

Os investimentos para as usinas são realizados pelos parceiros selecionados pela Vivo e em contrapartida, temos contratos de longo prazo (20 anos). Após a conclusão de todas as usinas previstas, a companhia produzirá cerca de 711 mil MWh de energia por ano, considerando a capacidade total instalada do conjunto de usinas, o suficiente para abastecer 340 mil residências. Esse projeto atenderá aproximadamente 90% do consumo da Vivo em baixa tensão, beneficiando cerca de 30 mil unidades, incluindo lojas, torres, antenas, equipamentos de telecomunicações e escritórios.

### Usinas de energia renovável



**78 usinas**  
de energia renovável no Programa de Geração Distribuída são operadas pela Vivo

### Vantagens do modelo

A geração de energia renovável é uma estratégia essencial no combate ao aquecimento global, ao ajudar a reduzir as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) gerados pela produção convencional de eletricidade. No aspecto social, os projetos de geração distribuída promovem o desenvolvimento das comunidades ao gerar empregos diretos e indiretos durante as etapas de construção e operação das usinas.

Na Vivo, a energia gerada pelas usinas é injetada diretamente no Sistema Interligado Nacional (SIN), mais especificamente na rede distribuidora local, gerando créditos resultantes em economia nas faturas de energia elétrica, ao mesmo tempo que contribui para a sustentabilidade energética da Companhia. Essas usinas não só diversificam a matriz energética da Companhia, como também fortalecem a matriz elétrica do país, aumentando sua resiliência frente a riscos climáticos, como a escassez de recursos hídricos.

Como parte de seu compromisso com a geração de energia renovável e reconhecendo a importância de práticas sustentáveis, a Vivo firmou uma parceria estratégica com a Elera Renováveis para se tornar autoprodutora de energia. Essa colaboração engloba a instalação de quatro parques solares no Complexo Solar Janaúba, em Minas Gerais, com uma capacidade total de 237 Mega Watts pico. Com essa iniciativa, a Vivo passará a atender até 62% de seu consumo no mercado livre de energia, abastecendo até 40 MWm em 2025. Essa ação reforça o compromisso da Vivo com a sustentabilidade e a diversificação de sua matriz energética.

# Mudanças climáticas

GRI 3-3 Tema material: Mudanças climáticas

A Vivo entende que as mudanças climáticas são um dos principais desafios da atualidade.

Desde 2010, a Companhia monitora suas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), seguindo as diretrizes internacionais do GHG Protocol. A Companhia elabora anualmente seu inventário com base nos princípios de relevância, integridade, consistência, transparência e exatidão.

A Vivo utiliza 100% de eletricidade renovável em suas operações. O consumo é proveniente de geração distribuída em baixa tensão, autoprodução em média tensão e aquisição no mercado livre. Para complementar, a Companhia adquire certificados de energia renovável (I-REC) de fonte eólica.

As metas de emissões são supervisionadas pela alta liderança e integradas ao negócio. O Comitê de Qualidade e Sustentabilidade revisa a estratégia de sustentabilidade por meio do **Plano de Sustentabilidade** e do **Plano de Ação Climática**. O Comitê acompanha o desempenho das metas de CO<sub>2</sub>, os planos de redução de GEE, o programa de Eficiência Energética e os planos de Energia Renovável.

## Net Zero até 2035

A Vivo busca atingir zero emissões líquidas até 2035, com redução dos Escopos 1, 2 e 3 a níveis residuais e compensação das emissões remanescentes.

## Metas intermediárias

### Manter

**90%**

de redução das emissões operacionais (Escopos 1 e 2 vs. 2015)

**100%**

de eletricidade de origem renovável

**100%**

de compensação das emissões operacionais (Escopos 1 e 2)

### Avançar

**56%**

de redução das emissões da cadeia de valor (Escopo 3 até 2030 vs. 2016)

**95%**

de redução no consumo de energia por unidade de tráfego até 2030 (MWh/PB vs. 2015)



## Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

GRI 305-5

Desde 2024, a Vivo passou a adotar os valores de Potencial de Aquecimento Global (GWP, na sigla em inglês) do Sexto Relatório de Avaliação (AR6) do Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima (IPCC) para contabilizar suas emissões. Mesmo com o aumento dos valores dos fatores de emissão, em 2025 a Companhia atingiu a redução de 91% nas emissões operacionais (escopos 1 e 2) em relação ao ano-base de 2015. Em comparação com 2024, as emissões foram reduzidas em 10%.

Entre as iniciativas que contribuíram para esse resultado estão:

- **Substituição do gás refrigerante R22 pelo R449c**, com menor potencial de aquecimento global. A meta é reduzir 48% do consumo de R22 até 2030.
- **Monitoramento individualizado de equipamentos**, com foco na detecção de vazamentos e reaproveitamento de gases.

A Vivo expandiu a área de atuação da sua frota elétrica de 200 veículos Renault Kangoo E-Tech, operando em Belo Horizonte, Campinas, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo para recarga em redes públicas e privadas. Já foram ativados 48 carregadores em 16 bases operacionais. A expectativa é continuar expandindo essa infraestrutura. Além disso, a frota foi otimizada, mantendo mais

de 5.000 veículos operando exclusivamente com etanol desde 2022. A Companhia também utiliza 15 bicicletas elétricas para deslocamentos de curta distância.

### Plano de Ação Climática

O Plano de Ação Climática da Vivo orienta a jornada rumo ao Net Zero e apresenta, de forma periódica, a evolução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), as ações implementadas e os planos futuros.



[Acesse o conteúdo completo em Plano de Ação Climática.](#)

O Plano de Ação Climática da Vivo orienta a jornada rumo ao Net Zero e organiza a estratégia em dois pilares, desdobrados em cinco modelos de atuação.



### Pilar de descarbonização

1. **Modelo operacional**  
Foca na redução e compensação das emissões dos escopos 1 e 2.
2. **Modelo de cadeia de valor**  
Atua sobre as emissões do escopo 3, com engajamento de fornecedores e critérios de circularidade.
3. **Modelo comercial**  
Promove produtos e serviços digitais que ajudam clientes a reduzir suas emissões.

### Pilar Transversal

1. **Modelo econômico**  
Orienta investimentos em eficiência e internalização do preço do carbono.
2. **Modelo de governança**  
Transversal à Companhia, garante o cumprimento das metas e promove alianças estratégicas.

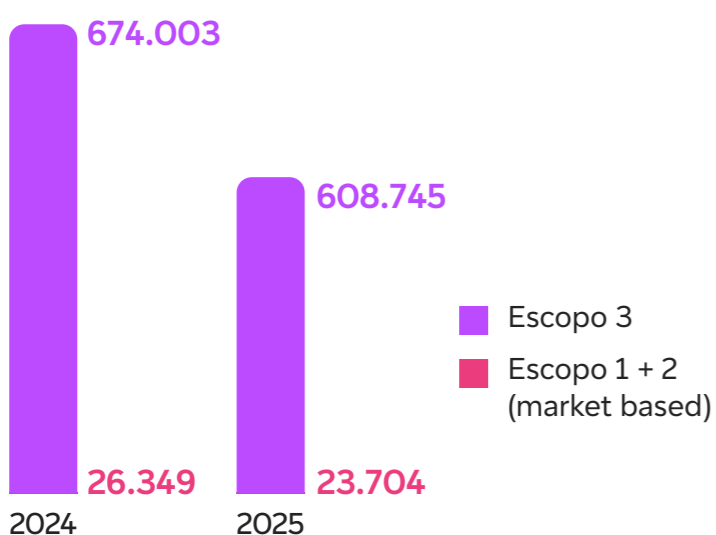
## Escopo 3

GRI 305-3

Em 2025, o Grupo Telefónica conduziu um processo de análise ("screening") das emissões de Escopo 3, permitindo atualizar a metodologia de cálculo e passar a reportar as demais categorias aplicáveis, anteriormente classificadas como não materiais.

Como resultado desse processo, foi realizado o recálculo das emissões da Vivo referente ao ano-base e ao ano de 2024, em conformidade com as melhores práticas do GHG Protocol e com os requisitos metodológicos da SBTi. **Com as atualizações, as emissões do ano-base (2016) foram revisadas de 0,64 MtCO<sub>2</sub>e para 1,20 MtCO<sub>2</sub>e**, refletindo uma mensuração mais abrangente e precisa da cadeia de valor.

### Emissões de GEE por escopo



## Gestão das emissões de Escopo 3

Em 2025, as emissões de escopo 3 representaram 96% das emissões totais da Vivo. A maior parte está concentrada na cadeia de fornecedores, que responde por mais de 85% das emissões da cadeia de valor. Para enfrentar esse desafio, a Vivo intensificou o engajamento com seus principais parceiros por meio do **Programa de Carbono na Cadeia de Fornecedores**.

A iniciativa selecionou 125 empresas de categorias mais intensivas em carbono, como equipamentos eletrônicos, materiais, serviços de rede e logística, entre outros. Esta seleção representa mais de 85% das emissões dos fornecedores e 72% dos gastos com a cadeia de suprimentos.

O Programa começa com um diagnóstico de maturidade em gestão de carbono. Em 2022, apenas 30% dos fornecedores mensuravam ou mitigavam suas emissões. Para reverter esse cenário, a Vivo estruturou ciclos anuais de capacitação, com trilhas que abordam desde conceitos básicos até temas avançados, como riscos climáticos e transparência.

As empresas que optam por seguir na jornada recebem consultoria individualizada sem custo, com a contrapartida de assumirem compromissos climáticos. A consultoria apoia no mapeamento de fontes de emissão, na elaboração de inventários, e na definição de metas voluntárias, como redução de emissões, uso de energia renovável ou compensação de carbono. As metas devem seguir a metodologia SMART (específica, mensurável, atribuível, realista e temporal).

O monitoramento é feito nas etapas de cadastro e renovação em concorrências, permitindo avaliar a evolução dos fornecedores e ajustar suas ambições. Para os serviços intensivos em carbono, a Vivo inclui cláusulas contratuais que exigem metas alinhadas à iniciativa Science Based Targets (SBTi).

Em 2025, o Programa capacitou mais de 190 profissionais das empresas participantes. Como resultado, 90% dos fornecedores carbono-intensivos assumiram compromissos voluntários com o clima.

A Vivo também atua na compra de bens e serviços com menor impacto climático. A Instrução de Compras de Baixo Carbono orienta a aquisição de equipamentos com base em critérios de eficiência energética e baixo carbono. A Companhia incorporou o conceito de Custo Total de Propriedade (TCO, na sigla em inglês), que considera o consumo de energia e gases refrigerantes durante o ciclo de vida dos equipamentos e o preço interno do carbono, como instrumento de gestão de riscos e oportunidades.

## Riscos e oportunidades climáticas

GRI 3-3 Tema material: Mudanças climáticas

A Vivo reconhece que os riscos climáticos são sistêmicos e podem afetar diversos aspectos da operação. A companhia monitora fatores internos e externos que podem impactar sua performance, integrando a análise de riscos climáticos à avaliação global de riscos do Grupo Telefónica.

Para assegurar a resiliência da operação, a Vivo adota uma abordagem proativa, realizando avaliações periódicas que consideram tanto os riscos físicos quanto os riscos de transição.

Os **riscos físicos** incluem eventos agudos, como enchentes e tempestades, e crônicos, como aumento do nível do mar e ondas de calor. Já os **riscos de transição** envolvem mudanças regulatórias, novas tecnologias e alterações nas preferências de consumo.

O aumento da frequência e da severidade dos eventos climáticos extremos pode impactar as infraestruturas da Companhia e gerar interrupções nos serviços. Somado a isso, a elevação das temperaturas médias intensifica a necessidade de refrigeração dos equipamentos de rede, elevando os custos operacionais e podendo afetar a continuidade dos serviços. A falta de energia causada por desastres climáticos também representa risco à operação. Para mitigar esses impactos, a Vivo investe em eficiência energética, uso de fontes renováveis, geração distribuída e autoprodução.

A Companhia conta com um programa de adaptação que inclui planos de Eficiência Energética, Energia Renovável e uma área dedicada à Resiliência Corporativa, orientada pelo Global Business Continuity Regulation (GBC), responsável por garantir que a Companhia esteja preparada para enfrentar imprevistos, minimizar impactos e manter a continuidade das operações em situações adversas.

A Companhia realizou, em parceria com a consultoria Waycarbon, uma avaliação de riscos climáticos com base nos cenários Shared Socio-Economic Pathways (SSP) do IPCC, considerando os horizontes de 2030, 2050 e 2070 e três cenários diferentes de trajetórias de concentração de CO<sub>2</sub>.

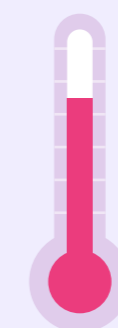


Os principais riscos e oportunidades estão detalhados nos anexos do relatório.

### Cenários climáticos até 2100

#### SSP5-8.5

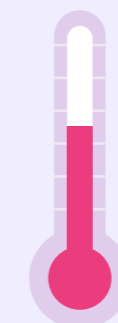
**Cenário de altas emissões** de Gases de Efeito Estufa, no qual o aumento médio de temperatura pode chegar a **4,4 °C** até 2100;



- Economia altamente dependente de combustíveis fósseis e voltada para extração de recursos.
- Intensificação vertiginosa de eventos climáticos extremos, como secas e inundações.

#### SSP3-7.0

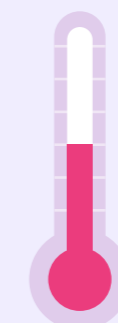
**Cenário intermediário de emissões** de Gases de Efeito Estufa, em que o aumento médio de temperatura pode chegar a **3,6 °C** até 2100;



- Economia dependente de combustíveis fósseis, com transição energética lenta e fragmentada entre os países.
- Eventos climáticos extremos continuam a se intensificar.

#### SSP1-2.6

**Cenário otimista em termos de emissões** de Gases de Efeito Estufa, em que o aumento de temperatura não ultrapassa os **2,0 °C** até 2100;



- Cumprimento do Acordo de Paris na maioria dos países.
- Rápidas e intensas intervenções de políticas climáticas.
- Eventos climáticos extremos moderados e em redução ao longo do século.

# Uso de recursos e economia circular

## Água

GRI 303-1, 303-3

A Vivo atua com base em sua Política Ambiental, priorizando o uso eficiente da água e a redução de sua pegada ambiental. A Companhia investe em soluções digitais para enfrentar desafios como a escassez hídrica, integrando tecnologia e responsabilidade ambiental.

A água utilizada pela Vivo é originária de concessionárias, poços, caminhões-pipa e sistemas de reúso, o descarte acontece por meio do sistema de esgoto. O consumo de água é destinado a escritórios e prédios técnicos, utilizados em refrigeração, limpeza e consumo humano. A Vivo adota torneiras automáticas e realiza inspeções periódicas para identificar vazamentos, promovendo o uso consciente.

A ausência de abastecimento pode afetar colaboradores e equipamentos. Por isso, metas de consumo estão integradas ao Plano de Sustentabilidade (PS), aprovado pelo Conselho de Administração.

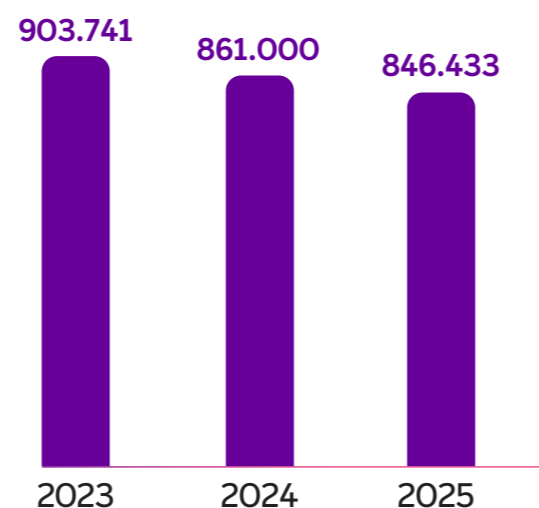
A gestão hídrica inclui colaboração multidisciplinar e participação em iniciativas como a Câmara Temática sobre Água do CEBDS e a plataforma Ação pela Água e Oceano do Pacto Global da ONU.

### Principais ações:

- Monitoramento de represas por Comitê de Crise.
- Digitalização e análise de consumo.
- Parcerias com concessionárias para prevenção de vazamentos.
- Campanhas internas de conscientização.
- Sistema de reúso de águas cinzas no Eco Berrini (SP).

### Captação de água

em m<sup>3</sup>



A Vivo adota práticas de gestão hídrica baseadas em sua Política Ambiental, priorizando o uso eficiente da água, monitoramento de consumo e soluções de reúso, com metas integradas ao Plano de Sustentabilidade (PS).

## Biodiversidade

GRI 2-23, 2-24

A Vivo reconhece a biodiversidade como essencial para a saúde do planeta e para o desenvolvimento sustentável. A companhia adota práticas para minimizar os impactos à biodiversidade e contribuir com a conservação de ecossistemas.

A jornada da Vivo em biodiversidade teve início em 2022, com a assinatura do Compromisso Empresarial Brasileiro para a Biodiversidade. No ano seguinte, a Companhia realizou um estudo para compreender os efeitos de suas atividades – diretas e indiretas – sobre o meio ambiente.

Em 2024, a Vivo adotou voluntariamente as recomendações da TNFD e, como parte desse alinhamento, a Política Ambiental passou a estabelecer compromissos para proteção da biodiversidade, desdobrados em seis principais ações:

- Integrar o tema ao mapa de riscos.
- Identificar dependências e impactos ambientais do modelo de negócios.
- Aplicar a hierarquia de mitigação em todas as etapas.
- Evitar desmatamento nas operações e na cadeia de suprimentos.
- Evitar projetos em áreas protegidas, salvo em casos sem alternativas viáveis.
- Engajar partes interessadas na proteção da biodiversidade.

## TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) e gestão de riscos e oportunidades relacionados à natureza

Nesta edição, a Vivo publica, pela primeira vez, seu Relato Integrado alinhado às recomendações da **Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD)**, adotando a abordagem LEAP (Localizar, Avaliar, Analisar riscos e oportunidades e Preparar) para orientar a identificação, avaliação e divulgação de suas dependências, impactos, riscos e oportunidades relacionados à natureza.

Esse avanço representa um passo relevante no fortalecimento da integração entre estratégia, gestão ambiental e transparência, consolidando um processo mais robusto de avaliação de temas socioambientais materiais e de incorporação do capital natural na tomada de decisão corporativa.

Como parte desse processo, a companhia mapeou geograficamente suas operações e cadeia de valor, abrangendo atividades upstream e downstream, identificando sua interface com biomas, ecossistemas e áreas ambientalmente sensíveis, inclusive áreas adjacentes às suas atividades. Na etapa de avaliação, utilizou a ferramenta ENCORE (Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure), referência internacional para análise de dependências e impactos setoriais sobre serviços ecossistêmicos, permitindo identificar e classificar as principais interações entre suas atividades e o capital natural.

Os resultados indicaram que a operação apresenta baixa dependência direta de serviços ecossistêmicos e impacto limitado sobre a natureza, característica compatível com o perfil do setor de telecomunicações. Ainda assim, a Companhia reconhece a natureza como um ativo estratégico e vem fortalecendo sua atuação na proteção e regeneração de ecossistemas, incluindo iniciativas como a Floresta Futuro Vivo, que contribuem para a conservação ambiental e para o enfrentamento das mudanças climáticas.

Ao incorporar as recomendações da TNFD e aplicar ferramentas reconhecidas internacionalmente, como a abordagem LEAP e a plataforma ENCORE, a Vivo estrutura um processo mais consistente de gestão da natureza, ampliando a clareza e a qualidade das informações disponibilizadas a investidores e demais públicos, reforçando sua trajetória de integração da natureza à estratégia corporativa e aos processos de gestão.



FLORESTA  
FUTURO VIVO

Lançado em 2025, o projeto Floresta Futuro Vivo marca um novo compromisso da Vivo com a biodiversidade. Em parceria com a re.green, referência em restauração ecológica em larga escala, o projeto prevê a restauração e conservação de mais de 800 hectares de floresta no Mosaico Gurupi-Turiaçu, entre Maranhão e Pará, com a regeneração e conservação de 900 mil árvores de 30 espécies nativas ao longo de 30 anos. A iniciativa busca reconectar fragmentos florestais, restaurar funções ecológicas e proteger espécies ameaçadas, como o *cebus kaapori*.

A restauração envolve a utilização de ciência aplicada, regeneração natural, coleta de sementes e o uso de tecnologias de monitoramento para acompanhar o crescimento das mudas.

## Economia circular

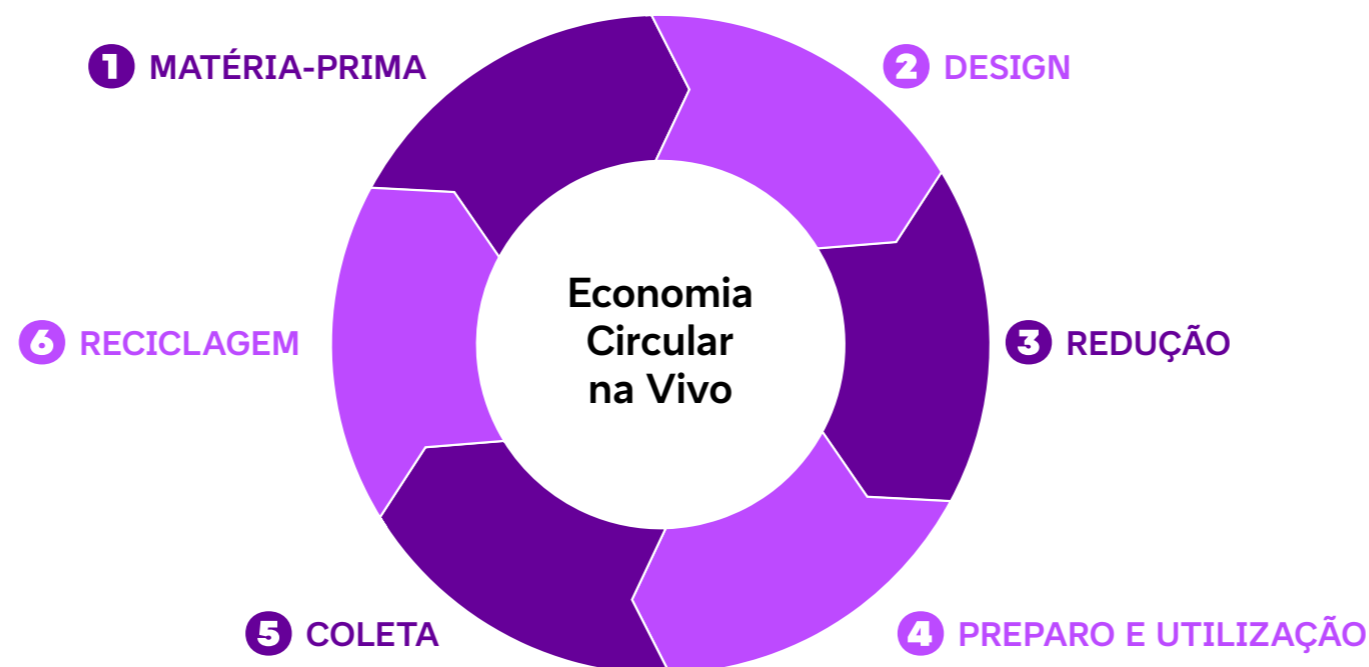
GRI 3-3 Tema material: Economia circular

A Vivo avança na consolidação de um modelo de economia circular em toda a sua cadeia de valor, com foco no uso eficiente de recursos e na reciclagem. A Companhia adota uma abordagem alinhada ao ODS 12 e ao tema material de uso dos recursos e economia circular, integrando princípios de ecodesign e inovação tecnológica às suas operações. Entre os avanços, destacam-se o acondicionamento de modems e decodificadores, a modularidade de equipamentos que facilita reparos e prolonga sua vida útil, a redução do uso de plástico na produção de SIM cards e iniciativas tecnológicas como a conectorização em campo de cabos ópticos, que diminui o consumo de materiais. Esses processos ampliam a circularidade que também se consolidou na Companhia através da reciclagem de cabos e equipamentos eletrônicos provenientes da desmobilização das infraestruturas de rede que passam por modernização.

Para isso, desenvolveu uma estratégia que é operacionalizada pelo **Plano de Economia Circular (PEC)**, que possui iniciativas em seis etapas sobre o ciclo de vida dos materiais:

# + R\$ 1,33 milhão

investidos na valorização de resíduos



**1 MATÉRIA-PRIMA.** A Vivo prioriza insumos sustentáveis e exige de seus fornecedores o uso de materiais livres de minerais oriundos de áreas de conflito, reforçando critérios socioambientais desde a origem.

**2 DESIGN.** Adota critérios de ecodesign para reduzir impactos ambientais ao longo do ciclo de modems, decodificadores e set-top boxes. Em 2025, 100% das aquisições desses equipamentos incorporaram atributos como maior durabilidade, modularidade e uso de plástico reciclado.

**3 REDUÇÃO.** A Companhia avançou na redução do uso de materiais virgens. O Projeto Matrix, que reaproveita cabos de fibra óptica e realiza a conectorização em campo, evitou o consumo de aproximadamente 128 mil quilômetros de cabos desde 2022, sendo 45,7 mil quilômetros de cabos

apenas em 2025, o que resultou em economia superior a R\$ 49 milhões em materiais.

Por meio do programa Vivo Renova, os parceiros de buyback da companhia oferecem descontos aos clientes que entregam seus aparelhos usados na compra de novos dispositivos. Os celulares usados são destinados ao acondicionamento e à comercialização por empresas parceiras, como Trocafone, Allied e Assurant, no mercado de usados. No ano de 2025, foram recolhidos mais de 137 mil aparelhos.

Esses parceiros são responsáveis pela coleta dos aparelhos utilizados nas lojas. A maior parte desses dispositivos é revendida para novos clientes, enquanto aqueles que não são revendidos são destinados à reciclagem ao final de sua vida útil.

Em linha com a agenda de consumo consciente, a Vivo eliminou o uso de copos plásticos descartáveis nas unidades administrativas, substituindo-os por alternativas reutilizáveis

**4 REPARO E REUTILIZAÇÃO.** Na rede fixa, modems e decodificadores são acondicionados e reinseridos na operação. Os componentes sem reaproveitamento seguem para reciclagem.

A Vivo também reaproveita uniformes dos seus colaboradores que são transformados em outros produtos em parceria com iniciativas sociais que promovem capacitação e renda para mulheres em situação de vulnerabilidade social, como por exemplo, egressas do sistema prisional.

**5 COLETA.** A Companhia mantém coleta seletiva em suas unidades e adota o **Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS)** para garantir a segregação, armazenamento e destinação correta dos resíduos gerados nas operações.

**6 RECICLAGEM.** Há duas décadas, o programa Vivo Recycle viabiliza o descarte ambientalmente adequado de resíduos eletrônicos de consumidores, por meio de centenas de pontos de coleta distribuídos em todo o país. A iniciativa complementa os esforços da gestão de resíduos da operação com a meta de zero envio para aterros até 2030.

Em 2025, mais de 12 mil toneladas foram coletadas e encaminhadas para reciclagem de forma ambientalmente adequada, contribuindo para o desempenho anual de 97,6% de reciclagem dos resíduos gerados na operação.

Já os resíduos que ainda não são passíveis de reciclagem são destinados a soluções de tratamento alternativas. Para esses materiais, adotou-se a valorização energética por meio do coprocessamento, iniciativa que assegura que tais resíduos não sejam enviados a aterros sanitários.

## Vivo Recicle

GRI 3-3 Tema material: Economia Circular, SASB TC-TL-440a.1

Vivo Recicle é o programa de logística reversa da Vivo dedicado à reciclagem de resíduos eletrônicos dos consumidores. Com pontos de coleta em lojas e prédios administrativos distribuídos por todo o Brasil, o programa permite que celulares, baterias, cabos e outros dispositivos sejam reciclados e reintegrados à cadeia produtiva na forma de matéria-prima.

Desde 2023, o programa promove iniciativas de educação ambiental voltadas a estudantes da rede pública de ensino, em parceria com a Fundação Telefônica Vivo. Em 2025, o projeto alcançou 26 escolas e instituições, engajando 24 mil crianças, jovens e educadores. As ações resultaram na coleta de 29 toneladas de resíduos eletrônicos – um aumento de aproximadamente 26% em relação a 2024.

As escolas participantes receberam materiais de apoio, incluindo conteúdos de comunicação e capacitações sobre consumo consciente e economia circular, garantindo a compreensão dos princípios e práticas de gestão responsável de resíduos. Essa atuação reafirma o compromisso da empresa em fortalecer o engajamento da sociedade na agenda socioambiental. A companhia promoveu mais uma edição do Desafio Recicle, iniciativa que incentiva os colaboradores dos prédios administrativos e das regionais a efetuarem o descarte ambientalmente correto de resíduos eletrônicos. Os colaboradores mais engajados foram premiados e as diretorias foram reconhecidas durante um evento estratégico que reúne as lideranças executivas da empresa.

Em 2025, o programa registrou a coleta de mais de 45 toneladas de resíduos eletrônicos, representando um crescimento superior a 21% em relação ao ano de 2024. Desde o início da iniciativa, em 2006, já foram coletadas 232 toneladas, totalizando mais de 5,3 milhões de itens enviados à reciclagem.

## Gestão de resíduos

GRI 306-1, 306-2, 3-3 Tema material: Economia Circular

A Vivo adota uma abordagem integrada para a gestão de resíduos, com foco na prevenção de impactos ambientais ao longo de toda a cadeia de valor. A Companhia utiliza um sistema de homologação e monitoramento da conformidade ambiental das empresas responsáveis pela gestão de resíduos, garantindo que todas as etapas estejam em conformidade com a legislação vigente.

A Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento orienta os parceiros a seguirem os princípios ambientais da Vivo. Os contratos com fornecedores geradores de resíduos incluem cláusulas específicas sobre exigências legais e melhores práticas de gestão. A Companhia exige a emissão do **Manifesto de Transporte de Resíduos (MTR)** e do **Certificado de Destinação Final (CDF)**, emitidos pelos portais governamentais, que são auditados periodicamente para assegurar a rastreabilidade e a destinação ambientalmente adequada dos resíduos.

A estratégia de resíduos da Vivo prioriza a redução, reutilização, reaproveitamento e reciclagem, promovendo a circularidade e minimizando a geração de resíduos. A Companhia utiliza o sistema GReTel (Gestão de Resíduos da Telefônica) para inventariar os volumes gerados, bem como monitorar o transporte realizado e tratamento aplicado. A cadeia de fornecedores conta com mais de 320 empresas responsáveis por essas etapas, entre contratadas diretas e quarteirizadas.

## Projeto Paper Less

O Projeto Paper Less reduz o consumo e o armazenamento de papel em todas as áreas da Vivo. A iniciativa iniciou em 2013, quando a Companhia começou a utilizar assinaturas digitais em suas lojas.

Em 2018, a Vivo assumiu o desafio de reduzir em 70% o volume de impressões até 2021, o que representava uma redução de cerca de 4,4 milhões para 1,3 milhão de páginas de documentos por mês.

Já em 2024, a Companhia concluiu o projeto de catalogação, descarte seguro e otimização do acervo físico, que transformou totalmente sua gestão de documentos. Como resultado, o acervo, que antes somava 580 mil caixas, passou a aproximadamente 70 mil. Essa redução também trouxe benefícios financeiros expressivos, com o custo mensal de armazenamento caindo de R\$ 261 mil para R\$ 58 mil – uma economia de quase 78%.

Atualmente, o acervo físico da Companhia conta com cerca de 68 mil caixas de 20 kg, contudo, a Vivo segue focada em continuar reduzindo e otimizando esse volume.

A digitalização segue evoluindo. O Portal de Assinaturas, ferramenta própria da Vivo, já processou mais de 1,4 milhão de contratos e documentos administrativos, trazendo agilidade, segurança e sustentabilidade para o dia a dia da Companhia.



**232 t**  
de resíduos eletrônicos reciclados desde 2006

**5,3 milhões**  
de itens enviados à reciclagem

**45 t**  
de resíduos eletrônicos coletados em 2025

**24 mil**  
pessoas engajadas em educação ambiental

## Sistema de Gestão Ambiental

GRI 2-24

A Vivo adota um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) baseado na norma ISO 14001, com escopo técnico que cobre o planejamento, implantação, operação, manutenção e desativação da rede fixa e móvel, presente nos estados brasileiros. O SGA orienta a identificação, monitoramento e mitigação dos impactos ambientais das operações.

Os principais impactos mapeados incluem a geração de resíduos sólidos, emissões atmosféricas, ruído e radiação não ionizante, todos monitorados periodicamente. A Vivo realiza medições regulares, atualiza licenças e alvarás, inspeciona para-raios e executa manutenção preventiva em equipamentos com potencial de interação com o meio ambiente.

Em 2025, a Companhia investiu mais de R\$ 9,3 milhões em gestão ambiental, contemplando obras de infraestrutura, serviços de auditoria e laudos que atestam a conformidade ambiental. A revisão anual dos indicadores ambientais orienta metas de curto, médio e longo prazo, aprovadas pela alta liderança, que também garante os recursos necessários para sua execução.

A Vivo realiza auditorias internas e externas para verificar conformidade e identificar oportunidades de melhoria. Monitora mensalmente o atendimento legal de fornecedores, inclusive subcontratados, e oferece consultoria especializada para apoiar planos de ação e promover boas

práticas ambientais em toda a cadeia de valor.

O SGA é um dos pilares do **Futuro Vivo**, contribuindo para um ambiente mais equilibrado e saudável. A Política Ambiental, revisada em 2024 e aprovada pelo Conselho de Administração, estabelece 12 compromissos principais, entre eles:

- Proteção ao meio ambiente.
- Cumprimento das normas legais.
- Uso eficiente dos recursos naturais.
- Gestão de resíduos e economia circular.
- Mitigação e adaptação às mudanças climáticas.
- Proteção da biodiversidade.
- Gestão ambiental na cadeia de fornecedores
- Frota sustentável.
- Due diligence ambiental em fusões e aquisições.

35

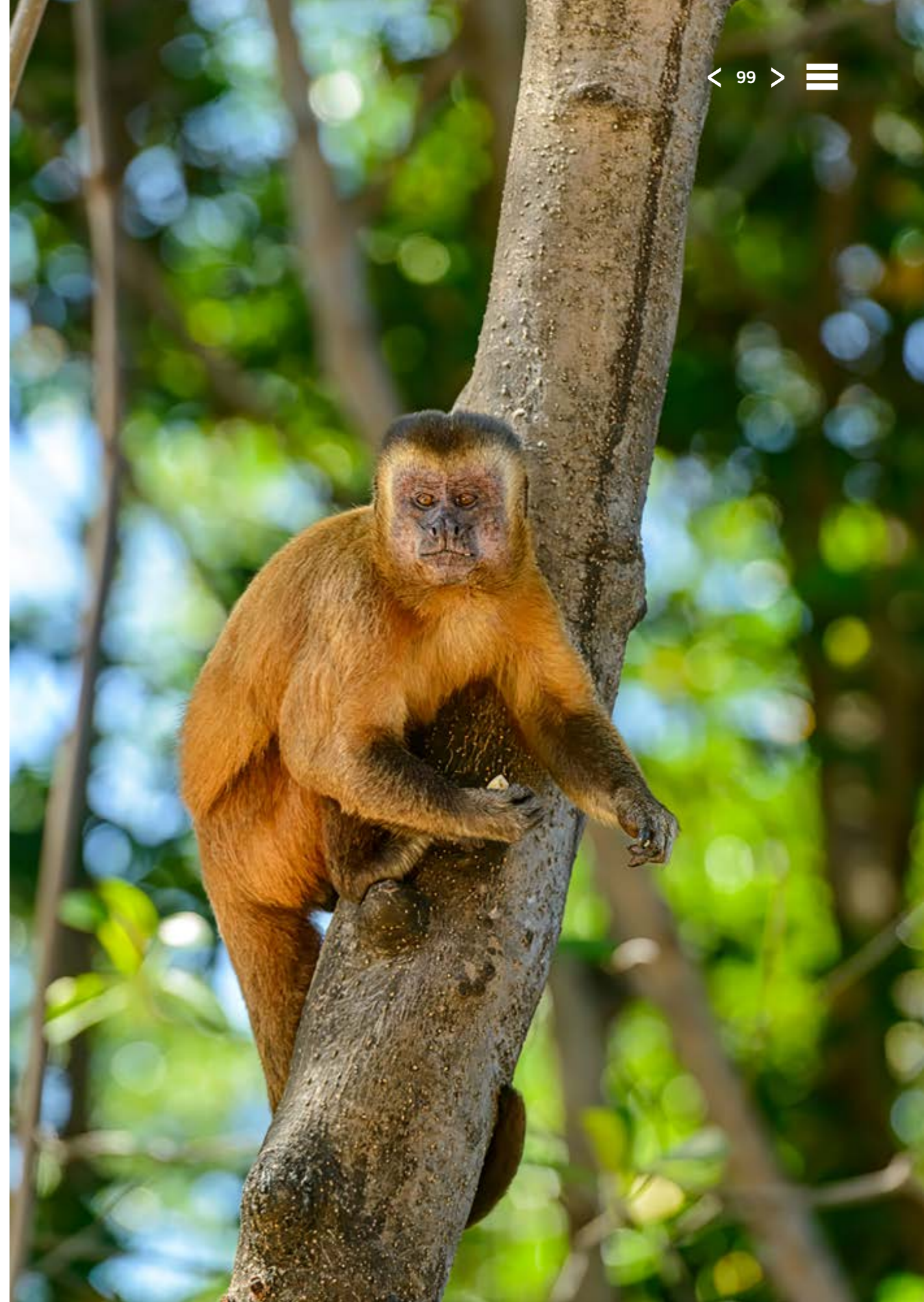
auditorias ambientais realizadas

+R\$ 9,3 milhões

investidos no sistema de gestão ambiental



Acesse a Política Ambiental.



# Produtos e serviços sustentáveis

GRI 2-24, 3-3 Tema material: Consumidores Finais

A Vivo incorpora diretrizes estruturadas de sustentabilidade ao longo de todo o ciclo de vida de seus produtos e serviços B2C e B2B, desde a concepção e desenvolvimento até a oferta e evolução comercial. O objetivo é garantir que as soluções entreguem valor econômico aliado a impactos positivos ambientais, sociais e de governança, promovendo inclusão digital, eficiência operacional e uso responsável de recursos.

Essas diretrizes são aplicadas de forma sistemática por meio da esteira corporativa de avaliação de novos produtos e serviços, que inclui critérios ESG obrigatórios para lançamentos, evoluções relevantes e alterações comerciais. O processo contempla questionários personalizados por família de produto, análise dos impactos gerados nos clientes e verificação de alinhamento às metas corporativas de economia circular, mudanças climáticas e governança de dados.

Desde 2023, a Companhia mantém estruturada a aplicação dessas diretrizes em quatro pilares integrados:

## 1. Responsabilidade com clientes

Avaliação da contribuição da solução para a sociedade, geração de valor sustentável ao cliente, integridade na oferta, reputação de parceiros e alinhamento aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

## 2. Ética no uso da inteligência artificial e dados

Verificação de transparência, centralidade nas pessoas, segurança, privacidade, conformidade regulatória e mitigação de riscos no desenvolvimento e operação das soluções digitais.

## 3. Direitos humanos e acessibilidade

Análise de acessibilidade desde o design, promoção de inclusão digital, comunicação clara, uso responsável da tecnologia e respeito aos direitos humanos na cadeia de valor.

## 4. Meio ambiente e ciclo de vida

Avaliação da eficiência energética, emissões de CO<sub>2</sub>, consumo de recursos naturais e práticas de economia circular, incluindo durabilidade, descarte responsável e gestão de resíduos.

O processo conta ainda com iniciativas complementares, como a avaliação de maturidade ESG de parceiros estratégicos e programas de capacitação para equipes de produtos e força de vendas, fortalecendo a incorporação da sustentabilidade como diferencial competitivo e critério de governança no portfólio B2C e B2B.



Nas lojas físicas e online, a Vivo disponibiliza o **selo Eco Rating**, que orienta o consumidor na escolha de smartphones com menor impacto ambiental. O selo avalia o desempenho ambiental dos celulares com base na avaliação do ciclo de vida e economia circular.

### Categorias avaliadas pelo Eco Rating:

- **Durabilidade:** resistência física, vida útil da bateria e garantia.
- **Reparabilidade:** facilidade de reparo e atualização.
- **Reciclabilidade:** desmontagem e reaproveitamento de componentes.
- **Eficiência climática:** emissões de gases de efeito estufa.
- **Uso de recursos:** impacto da extração de matérias-primas.

A Vivo também oferece uma **calculadora de Pegada de Carbono**, que permite aos clientes estimar as emissões geradas pelo uso de serviços de dados, voz e TV por assinatura. A ferramenta apoia decisões mais sustentáveis e incentiva os clientes a adotar ações pela sustentabilidade.

-  [Acesse selo Eco Rating.](#)
-  [Acesse a calculadora de pegada de carbono.](#)



Para clientes empresariais, a Vivo disponibiliza soluções com o **selo Eco Smart**, que destacam benefícios ambientais em quatro categorias: eficiência energética, redução do consumo de água, diminuição das emissões de CO<sub>2</sub> e promoção da economia circular. As soluções são baseadas em conectividade, internet das coisas (IoT), computação em nuvem (cloud), análise de dados (big data) e 5G.

Em 2025, as soluções geraram R\$ 3,5 bilhões em receita, crescimento de 29% em relação a 2024. Estima-se ainda que essas soluções ajudaram os clientes da Vivo a **evitar a emissão de 16,4 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>e**.

# Relacionamento com fornecedores

GRI 2-6, 3-3 Temas materiais: Conduta empresarial e Trabalhadores da Cadeia de Valor

A Vivo mantém uma cadeia de fornecedores composta por segmentos como telecomunicações, call center, transporte, mobiliário, energia elétrica e treinamentos. A maioria das empresas parceiras é brasileira.

Para mitigar riscos, a Vivo classifica os fornecedores com base no impacto no modelo de negócio e no volume financeiro envolvido. Os parceiros estratégicos são gerenciados globalmente e devem atender a critérios mínimos, como contratação de seguro de responsabilidade civil. Os principais riscos mapeados incluem confiabilidade, fornecimento de insumos, questões trabalhistas e concorrência.

Cada fornecedor tem autonomia para definir seus procedimentos, desde que estejam alinhados à Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento, aos Princípios de Negócio Responsável, à Política Global de Direitos Humanos e aos Princípios de Inteligência Artificial da Vivo. A política, revisada em 2025 e aprovada pelo Conselho de Administração, orienta práticas éticas, sociais, ambientais e de privacidade.

Para garantir a conformidade com essas diretrizes, os processos de avaliação de fornecedores consideram:

- Requisitos de sustentabilidade.
- Conformidade com legislações anticorrupção.
- Histórico administrativo e judicial.
- Existência de programas de integridade.

A Vivo busca relações sustentáveis e de benefício mútuo, respeitando a legislação e os padrões éticos. Em caso de descumprimento das diretrizes, é possível registrar manifestações no Canal de Consulta de Negócio Responsável.

Os contratos incluem cláusulas específicas sobre ética, anticorrupção, sustentabilidade, meio ambiente e direitos humanos. O descumprimento pode levar à rescisão ou à exigência de plano corretivo.

Os fornecedores que atuam na infraestrutura de redes também são monitorados pelo Sistema de Gestão Ambiental (SGA).

A Vivo também promove ações de engajamento, desenvolvimento, capacitação e comunicação sobre os princípios que orientam o relacionamento com fornecedores.

A Vivo gerencia uma cadeia de fornecedores majoritariamente brasileira, com base em critérios de risco, sustentabilidade e ética, assegurando conformidade, monitoramento contínuo e desenvolvimento da cadeia.

## Gestão de sustentabilidade na cadeia de suprimentos

GRI 414-1, 3-3 Temas materiais: Conduta empresarial e Trabalhadores da Cadeia de Valor

### Programa Parceiro Plural

A Vivo lançou o Programa Parceiro Plural em agosto de 2024 para fortalecer a sustentabilidade na cadeia de valor. A iniciativa é aplicada a todos os fornecedores e se baseia nos pilares comunicar, conhecer e contribuir. A comunicação é fortalecida por meio de uma página institucional criada para a iniciativa.

O programa começa com um questionário de autoavaliação ESG. Em 2025, foram preenchidos 1.459 questionários, que representam cerca de 77% dos fornecedores com contrato ativo na Vivo. Além do questionário ser aplicado na renovação contratual, passou a ser requisito obrigatório na fase de cadastro de novos fornecedores. A comunicação é fortalecida por meio de uma página institucional criada para a iniciativa.

Mensalmente, a Vivo compartilha conteúdos sobre ética, direitos humanos, diversidade, privacidade e riscos, mantendo uma comunicação ativa. Os fornecedores também recebem capacitação personalizada e feedbacks para aprimorar suas práticas.

## Avaliação de riscos socioambientais

GRI 403-7; 414-2, 3-3 Tema material: Trabalhadores da Cadeia de Valor

A Companhia realiza uma gestão específica dos fornecedores mais relevantes do Modelo de Compra (MCT), considerando seu potencial risco em sustentabilidade. Todos os fornecedores são analisados a partir de fatores como porte, volume contratado, país de origem e riscos inerentes ao setor em que atuam. Esse processo utiliza a metodologia da plataforma externa IntegrityNext.

A IntegrityNext aplica uma avaliação 360º baseada em 15 critérios que abrangem aspectos éticos, sociais, ambientais e de gestão da cadeia de suprimentos. Esse diagnóstico permite identificar pontos de melhoria e atuar de forma proativa para evitar ou reduzir impactos negativos sobre os direitos humanos e o meio ambiente.

Em 2025, a metodologia de análise de risco foi atualizada, consolidando o uso da ferramenta, já adotada desde 2024 para o monitoramento de fornecedores críticos. A solução utiliza um modelo padronizado, alinhado às melhores práticas internacionais.

Dos fornecedores classificados inicialmente como de alto risco, 72% passaram por avaliação externa de sustentabilidade via IntegrityNext até o final de 2025.

Quando um fornecedor não demonstra comprometimento em corrigir os riscos identificados, novos negócios – ou até contratos em andamento – podem ser bloqueados até que apresente evidências de correção ou implemente ações mitigadoras, incluindo garantias contratuais adicionais. Fornecedores com desempenho insatisfatório também podem ser bloqueados preventivamente e devem apresentar um plano de ação corretivo. Esse processo contínuo reforça a governança da cadeia de valor e aprimora a capacidade da Vivo de identificar e mitigar riscos socioambientais de forma preventiva.

A Vivo também classifica produtos e serviços adquiridos. Os itens estratégicos são gerenciados globalmente e passam por avaliação de risco, incluindo exigência de seguro de responsabilidade civil.

Auditorias presenciais são realizadas em fornecedores terceirizados com mão de obra alocada e em parceiros críticos relacionados à privacidade e segurança da informação.

Em 2025, realizamos um número significativo de auditorias administrativas, ambientais, de privacidade e de segurança do trabalho. Essa informação é crucial para demonstrar nosso compromisso contínuo com a sustentabilidade e a responsabilidade social.

## Governança socioambiental

GRI 414-2, 3-3 Tema material: Trabalhadores da Cadeia de Valor

A gestão da cadeia de fornecimento é supervisionada pelo Comitê de Sustentabilidade e Qualidade, pela Vice-Presidência de Finanças e pela Diretoria de Compras. Essa estrutura garante que os processos estejam alinhados às diretrizes de sustentabilidade e conformidade da Vivo.

Os principais riscos monitorados incluem condições de trabalho, impactos ambientais, privacidade e segurança de dados. A adoção de práticas sustentáveis permite mitigar esses riscos e prevenir interrupções causadas por crises como pandemias, desastres naturais e mudanças geopolíticas.

A partir da realização de uma análise de materialidade específica para fornecedores, a Vivo identificou os cinco temas mais relevantes: Ética e Competitividade, Cybersegurança, Experiência do Cliente, Proteção da Privacidade e Sustentabilidade na Cadeia de Valor.

No fim de 2024, a Companhia iniciou o Projeto de Avaliação de Impacto em Direitos Humanos na cadeia de fornecimento com apoio de consultoria externa. A iniciativa mapeou riscos e gerou recomendações para aprimorar políticas e normas corporativas, fortalecendo a governança e prevenindo possíveis violações. Em 2025, a Telefônica Brasil implementou uma sistemática para a identificação e avaliação dos aspectos e impactos

sociais significativos decorrentes de suas atividades e das ações de terceiros que operam em seu nome. Essa abordagem fornece suporte à operação em situações normais, anormais e de risco. A priorização de impactos sociais foi realizada por uma matriz que considera dois eixos principais: a severidade do impacto e a probabilidade de ocorrência. Os impactos são classificados em níveis de prioridade: crítica, alta, média ou baixa, permitindo uma gestão mais eficaz das situações de risco.

### Critérios de Avaliação:

**Severidade:** Avalia a magnitude das consequências sociais.

**Probabilidade:** Estima a chance de um impacto ocorrer.

**Remediação:** Considera a capacidade de corrigir ou restaurar os impactos.

**Reações Sociais:** Avalia o potencial de mobilização social gerado pela situação.

**Responsabilidade e Riscos:** São considerados também riscos jurídicos e de imagem, que podem impactar a reputação da empresa e gerar mobilizações sociais.

 Para ver mais informações sobre riscos, acesse Sistema de Gestão de Riscos (pág. 130).

## Engajamento e sensibilização

GRI 2-24, 3-3 Tema material: Trabalhadores da Cadeia de Valor

A Vivo promove ações contínuas de engajamento com fornecedores para fortalecer a sustentabilidade na cadeia de suprimentos. Em 2025, realizou três workshops focados em temas de Sustentabilidade e um workshop dedicado à apresentação do Programa Parceiro Plural, que reuniu 730 participantes de 700 empresas parceiras. Nos encontros, a Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento é sempre apresentada.

Esses eventos são espaços de diálogo e capacitação. A Vivo compartilha conteúdos sobre temas como ética, diversidade, privacidade e gestão de riscos, incentivando práticas responsáveis e colaborativas.

Para apoiar a implementação das diretrizes, a Vivo disponibilizou o Caderno de Gestão de Aliados e um vídeo explicativo sobre o fluxo de gestão e as regras para reduzir riscos nas relações comerciais.

Em parceria com a Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil, implementa o Programa de Formação em Devida Diligência em Direitos Humanos (DDDH) para Cadeias de Valor, com a finalidade de promover a devida diligência entre as empresas e stakeholders chave na América Latina. Os principais objetivos do programa incluem a capacitação de agentes relacionados a interesses espanhóis na região sobre a DDDH, conforme a Diretiva Europeia sobre Diligência Devida

de Empresas em matéria de Sustentabilidade (CSDDD). Além disso, o programa visa fortalecer as cadeias de valor das empresas espanholas, assegurando práticas de negócios sustentáveis e éticas. Por fim, busca promover a participação social, incentivando a inclusão de titulares de direitos na avaliação de riscos e na criação de planos de remediação, com foco especial no empoderamento de mulheres e povos indígenas.

A Vivo promove o engajamento contínuo de fornecedores por meio de workshops, capacitações e iniciativas de devida diligência em direitos humanos, fortalecendo práticas sustentáveis e responsáveis na cadeia de suprimentos.

# Eu, nós, Vivo

- Paixão Púrpura
- Atração, retenção e desenvolvimento
- Treinamento e desenvolvimento
- Diversidade, equidade e inclusão
- Saúde, segurança e bem-estar
- Posicionamento da marca
- Patrocínios e outros investimentos sociais

# Paixão Púrpura

GRI 3-3 – Tema material: Pessoal próprio

O propósito da Vivo é Digitalizar para Aproximar. A Companhia acredita que tecnologia é uma alavanca de transformação da sociedade, contribuindo para a vida de todos. A Vivo conecta o Brasil e leva a digitalização a milhões de brasileiros, aproximando as pessoas daquilo que importa – educação, cultura, entretenimento, saúde, negócios e, acima de tudo, outras pessoas.

Entre os pilares estratégicos que sustentam o propósito e orientam as iniciativas da Companhia está o pilar Eu, nós, Vivo. É dentro deste pilar estratégico que está a Cultura Paixão Púrpura – a essência que torna cada colaborador mais Vivo em cada atitude, relação e entrega.

Em qualquer empresa, uma estratégia sólida é essencial, mas só se torna realmente poderosa quando sustentada por uma cultura viva, forte e coerente. É a cultura que transforma planos em atitudes, intenções em resultados e metas em conquistas reais.

Para estar à frente, é necessário um jeito único de ser e de fazer, que une e impulsiona a organização. Por isso, as 5 Paixões da Vivo foram criadas para orientar a forma como a Companhia pensa, age e se relaciona no dia a dia. Elas inspiram, desafiam e direcionam, tornando-se uma força capaz de gerar vantagem competitiva, resultados sustentáveis e, acima de tudo, mais orgulho para todos os colaboradores.

A Paixão Púrpura e as **5 Paixões** representam o que a Vivo acredita, valoriza e quer ver refletido em cada decisão, interação e atitude.

Elas constroem uma Companhia preparada para o futuro, que honra sua essência e onde cada colaborador entende seu papel na realização da estratégia. Uma Vivo onde todos pertencem, contribuem e fazem parte de algo maior.

A cultura alinha comportamentos e garante que cada decisão construa, de forma consistente, o Futuro Vivo.

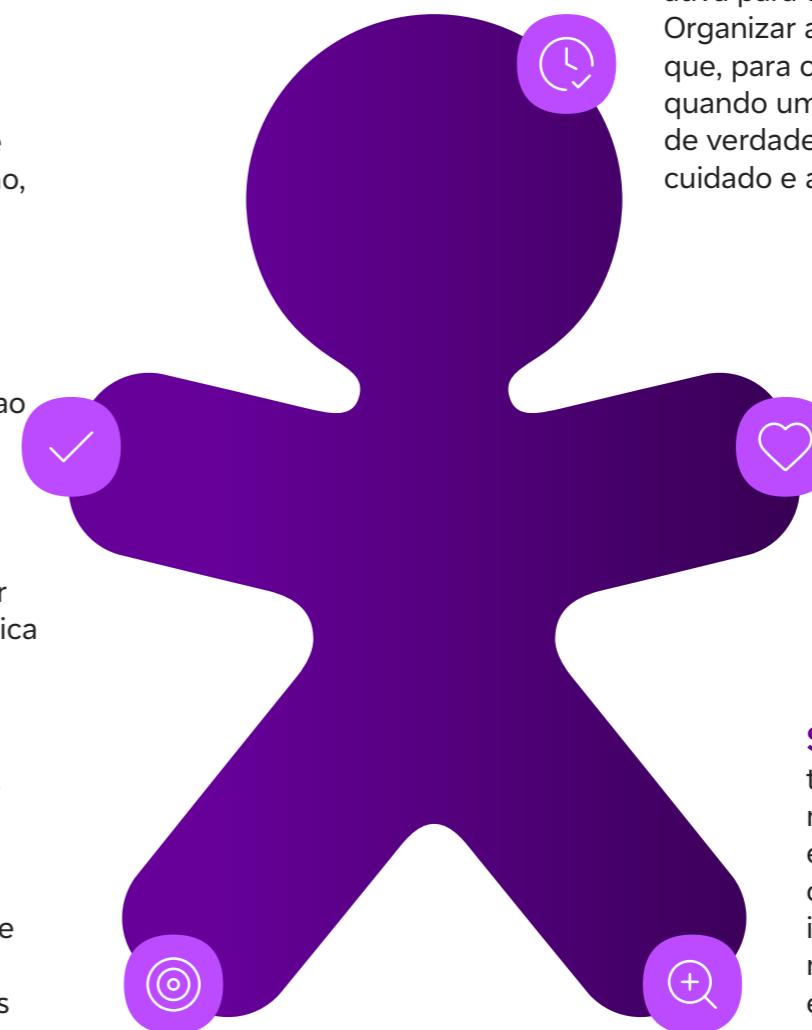
**Resultado é comigo:** assumir responsabilidade é atuar com protagonismo, conectando escolhas ao efeito que produzem na organização e contribuindo para que as entregas avancem com consistência e alinhadas ao propósito da Vivo.

**Dá para ser mais simples:** simplificar é ser mais eficiente. Isso significa reduzir barreiras, dar e receber mais autonomia e deixar os processos mais claros. Dessa forma, as decisões acontecem mais rapidamente, permitindo que todos foquem no que realmente importa e construam, juntos, um ambiente mais leve e produtivo.

**O Tempo do Cliente é Agora:** é trazer um olhar atento e uma escuta ativa para tudo o que impacta o cliente. Organizar a agenda priorizando aquilo que, para o cliente, não pode esperar. E, quando um tema chega até ele, acolher de verdade, resolvendo de primeira, com cuidado e agilidade.

**Gente é a nossa melhor tecnologia:** é uma escolha estratégica que valoriza pessoas. Construir ambientes colaborativos e seguros que respeitam a diversidade, promovendo a escuta com respeito e cultivando a confiança é prioridade para a Vivo.

**Ser curioso pega bem:** testar ideias com coragem e responsabilidade, aprendendo em cada descoberta e ampliando continuamente o repertório. Tudo isso, faz a Vivo ser protagonista na inovação, evolução do negócio e na construção de um futuro cada vez mais Vivo.



## Vivo Reconhece

O Vivo Reconhece segue fortalecendo nossa cultura, celebrando iniciativas que contribuem diretamente com os pilares estratégicos. A premiação destaca projetos que refletem criatividade, inovação, impacto e a capacidade dos times de transformar desafios em soluções que aproximam pessoas, negócios e tecnologia.

A jornada do reconhecimento envolve duas etapas de avaliação e o anúncio ocorre no Encontro Vivo, evento transmitido para todo o público interno e reforça a importância do nosso propósito de **Digitalizar para Aproximar**.

Em 2025, a premiação evidenciou o forte engajamento dos colaboradores e a diversidade de ideias presentes em toda a organização:



O Vivo Reconhece consolida-se, ano após ano, como um importante catalisador da inovação na Companhia, valorizando talentos e estimulando a criação de soluções que impulsionam o futuro digital do país.



## Indicadores de engajamento (eNPS)

O principal indicador de engajamento dos colaboradores é o Employee Net Promoter Score (eNPS). Em 2025, a pesquisa teve 90% de adesão, o equivalente a 27.626 colaboradores, que compartilharam suas percepções sobre a Vivo. Com base na pergunta: “Em uma escala de 1 a 10, qual a probabilidade de você recomendar a empresa como um bom lugar para se trabalhar?”, a pesquisa alcançou 88 pontos, contra os 85 do ano anterior.

Com base nos resultados da pesquisa, cada estrutura cria planos de ação baseados nos pontos fortes e naqueles que precisam ser melhorados em cada área. Para isso, os líderes contam com o apoio da área de Pessoas (Consultoria Interna) no desenvolvimento de seus respectivos planos. Além disso, os resultados da pesquisa direcionam a criação e o aprimoramento de programas e ações corporativas, como as iniciativas de bem-estar.



A pesquisa apontou que as principais forças da empresa são:

- A percepção de que a Vivo atua de forma sustentável, considerando seu impacto no meio ambiente.
- Orgulho de trabalhar.
- A atuação de forma ética e responsável.
- A transformação do trabalho diário para as coisas serem simples e ágeis.
- A aprendizagem como parte do trabalho.
- O suporte para participação em ações sociais.
- O sentimento de que todas as ideias e opiniões são consideradas, independentemente de gênero, idade, religião, orientação e identidade sexual, etnia, origem, deficiência ou contexto pessoal.
- A inclusão no ambiente de trabalho.
- A colaboração entre as pessoas da equipe.
- Decisões são tomadas priorizando o valor para o cliente.
- Promoção de iniciativas de fomento ao bem-estar.
- Oportunidade de fazer boas entregas.

# Atração, retenção e desenvolvimento

GRI 401-1, 3-3 Tema material: Pessoal próprio

A Vivo fortaleceu sua marca empregadora por meio do posicionamento “Vem pra Vivo”, sustentado por uma estratégia integrada que combina conteúdo relevante nos canais de carreira, relacionamento qualificado e presença ativa nos principais ecossistemas de talentos. Ao longo do ano, a Companhia manteve uma atuação consistente nesses canais, ampliando o alcance e aprofundando a conexão com públicos estratégicos.

A Companhia deu continuidade ao Papo Carreira Tech, podcast desenvolvido para apoiar o desenvolvimento profissional de pessoas que atuam ou desejam ingressar na área de tecnologia. O programa aborda tendências, inovações, cases reais e competências essenciais para evolução na carreira em TI, sempre em conversas com especialistas do mercado. Com o lançamento da terceira temporada, a Vivo fortaleceu ainda mais seu posicionamento para o público de tecnologia e consolidou sua presença nesse segmento. Somando as três temporadas, o podcast já alcançou mais de 1 milhão de contas e ultrapassou 40 mil reproduções.

O Vivo de Oportunidades foi uma websérie criada para apresentar histórias reais de colaboradores (Vivo Lovers) e demonstrar, na prática, como diversidade, inclusão e desenvolvimento profissional acontecem na Companhia. A série destacou

**+7 milhões**  
de visualizações na websérie Vivo de Oportunidades

**Uso estratégico de inteligência artificial nos processos de recrutamento e seleção, reduzindo tempo de análise e ampliando eficiência na escolha de candidatos. Turnover mantido abaixo da média de mercado.**

temas como PcD (Pessoas com Deficiência), programas de estágio, aprendizagem e oportunidades de carreira. Ao longo do ano, foram produzidos 15 vídeos que ultrapassaram 7 milhões de visualizações, ampliando o alcance das iniciativas de inclusão da Vivo.

A estratégia de relacionamento com universidades e presença em eventos ampliou a conexão com estudantes e futuros profissionais, impactando mais de 44 mil pessoas em 24 iniciativas. Entre os destaques, o Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENEJ), maior evento de empreendedorismo jovem do Brasil, reuniu 4 mil estudantes.

Como resultado dessa estratégia, a Companhia conquistou mais de 107,5 milhões de alcance em suas iniciativas e redes de carreira ao longo do último ano, consolidando uma comunidade de 1,6 milhão de seguidores e fortalecendo seu potencial de atração de talentos e sua reputação como marca empregadora.

A Vivo mantém atenção contínua às melhores práticas de mercado e à experiência de candidatos, gestores e recrutadores, buscando soluções inovadoras que otimizem a operação, melhorem a jornada de todos os envolvidos e fortaleçam as áreas de negócios da Companhia.

Para atrair e incentivar a permanência dos melhores talentos, a Vivo tem investido continuamente na digitalização e inovação de sua jornada de atração e seleção. Nos últimos anos, a Companhia vem implantando metodologias modernas que tornam os processos mais ágeis, descomplicados e alinhados às necessidades do mercado.

A Companhia utiliza a plataforma Gupy para recrutar talentos de forma 100% online, resultando, em 2025, na abertura de aproximadamente 11 mil vagas, que receberam mais de 1,2 milhão de candidaturas. Com o apoio de inteligência artificial, a Vivo aumentou a eficiência dos processos seletivos, garantindo que cerca de 80% dos candidatos aprovados estivessem entre os primeiros quartis de inscritos. A Companhia também investiu em programas internos de atração e retenção de talentos, com o objetivo de reconhecer e desenvolver seus profissionais.

A Vivo assumiu um forte compromisso com a diversidade e a inclusão, implementando diversas iniciativas para promover a equidade e oferecer oportunidades para todos.

**43%**  
das vagas da Vivo foram preenchidas por meio de recrutamento interno.

**Fortalecimento da marca empregadora, com três programas dedicados à atração e ao desenvolvimento de jovens talentos.**

Em 2025, a Companhia abriu aproximadamente 2.000 vagas efetivas exclusivas para públicos diversos. Entre todas as contratações realizadas no ano, a Vivo incluiu 44% de talentos negros, 7% de pessoas com deficiência e 54% de mulheres, seguindo os princípios de proteção de dados sensíveis e buscando garantir uma representação mais justa e diversificada em sua força de trabalho.

Além disso, o Programa de Talentos, que contempla os programas de jovem aprendiz, estágio e trainee da Companhia, destina 50% das vagas para pessoas negras, reforçando assim o compromisso com a equidade racial.

O Programa Jovem Aprendiz tem apresentado ótimos resultados, oferecendo vagas para pessoas de 14 a 21 anos (sem limite de idade para pessoas com deficiência). O programa proporciona uma trilha de desenvolvimento focada em tecnologia e habilidades interpessoais. O diferencial do programa é a inclusão; dessa forma, não exige experiência prévia ou curso superior, permitindo que jovens de diversas origens e experiências tenham a oportunidade de ingressar no mercado de trabalho e desenvolver suas competências profissionais.

O Programa de Estágio da Vivo é direcionado a estudantes de todos os cursos de graduação e tecnólogos, alinhado às necessidades estratégicas do negócio. Sem exigir conhecimento prévio de inglês, o programa amplia o acesso a jovens de diferentes formações e origens, reforçando o compromisso da Companhia com inclusão e equidade. Ao longo da jornada, os participantes têm a

**65 mil**  
inscritos no  
programa Jovem  
Aprendiz

**+450**  
vagas programa  
Jovem Aprendiz

oportunidade de desenvolver competências técnicas e comportamentais, vivenciando uma experiência de aprendizado estruturada e enriquecedora. Em 2025, o Programa de Estágio registrou mais de 55 mil inscrições para aproximadamente 700 vagas abertas, demonstrando sua relevância e capacidade de atrair talentos ao nível nacional.

A Vivo realizou a primeira edição do Programa Summer Job, com a participação de 10 universitários brasileiros, estudantes de instituições nacionais e internacionais. A iniciativa tem como propósito aproximar jovens talentos de projetos estratégicos e de alto impacto, com entregas estruturadas em curto prazo e interação direta com lideranças e áreas-chave da Companhia. Essa experiência intensiva acelera o desenvolvimento prático dos participantes e contribui para soluções inovadoras aplicadas a desafios relevantes do negócio.

Em fevereiro de 2025, a Vivo contou com a entrada de 36 novos trainees, em um programa que apresenta uma proposta de valor diferenciada. A iniciativa oferece uma trilha contínua de desenvolvimento com imersão nas áreas de negócio, tecnologia, cultura, diversidade e inclusão. Além disso, o aprendizado inclui job rotation, desenvolvimento de projetos de alto impacto e mentoria. Os participantes também têm acesso a um MBA focado em inovação, subsidiado pela Companhia.

Os dez trainees mais bem avaliados recebem a oportunidade de participar de uma experiência internacional, por meio de um curso de curta duração na Universidade Corporativa da Telefónica, na Espanha.



# Treinamento e desenvolvimento

GRI 404-1, 3-3 Tema material: Pessoal próprio

As ações de desenvolvimento e capacitação são muito relevantes para a Vivo, ao garantirem 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 é baseada em bons resultados e pode ocorrer por promoções, mudança de área, alterações ou ampliações do escopo de trabalho.

Para isso, a Vivo 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 2025, foram investidos mais de R\$ 59 milhões em treinamento e desenvolvimento, com capacitações presenciais e online. Com todas essas ações, a Vivo chegou a mais de 1 milhão de horas de treinamento para colaboradores e 1,4 milhão para terceiros, o que representa cerca de 635 mil

participações de colaboradores próprios e mais de 3 milhões de participações de terceiros, principalmente em cursos online.

No programa de excelência operacional, Lean Six Sigma da Vivo, foram capacitados mais de 3.000 colaboradores para as certificações Yellow Belt, Green Belt, Black Belt e Innovation Belt, totalizando 900 horas de treinamento. A Vivo segue atuando fortemente na formação de colaboradores para aplicação das ferramentas em suas rotinas de trabalho. Mantendo o compromisso com a diversidade, o programa capacitou 112 mulheres em turmas exclusivas e, desse número, 22 já alcançaram a certificação Yellow Belt. As demais seguem com a certificação em andamento. Nas turmas gerais do programa, 51% dos formados são mulheres. O sucesso da ação é publicamente reconhecido. Neste ano, o programa recebeu o Prêmio Revvo Green Belt Woman na categoria “Excelência em Desenvolvimento de Liderança”. Além do volume de participantes capacitados e certificados, até meados de dezembro de 2025, o programa gerou mais de R\$ 82.467.500 de retorno financeiro.

A Companhia deu continuidade, também, à promoção de desenvolvimentos e certificações técnicas importantes para o negócio e subsídios a

cursos de especialização profissional de idiomas. Isso inclui subsídios de até 100% de cursos de primeira graduação, pós-graduação, extensões, idiomas, certificações técnicas e bootcamps.

Nesse contexto, foi oferecido, ainda, convênio com mais de 200 mil cursos, entre instituições de ensino 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 mantém anualmente, um processo de Avaliação de Performance. Aplicado 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 2025, a Vivo ampliou os investimentos em capacitação, fortalecendo o desenvolvimento profissional, a qualificação técnica e o desempenho dos colaboradores.

**R\$ 59 milhões**

investidos em treinamento e desenvolvimento em 2025

**+1 milhão**

de horas de treinamento para colaboradores

**1,4 milhão**

de horas de capacitação para terceiros

**+3 mil**

colaboradores capacitados no programa Lean Six Sigma

**+200 mil**

cursos disponíveis em convênios com instituições de ensino e idiomas

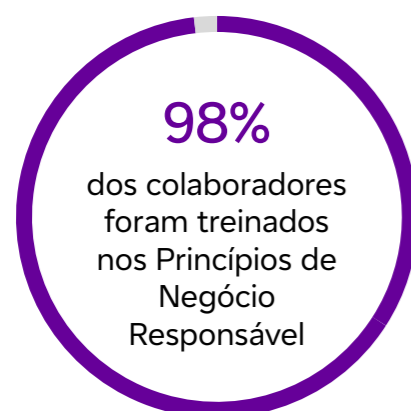
**100%**

dos colaboradores e gestores no processo de Avaliação de Performance

## Capacitação sobre os Princípios de Negócio Responsável

Todos os colaboradores recebem imprescindivelmente a atribuição dos treinamentos obrigatórios que abordam as normas e procedimentos éticos, garantindo que as iniciativas da Vivo sejam sempre guiadas pela ética, responsabilidade e transparência. Esses treinamentos ajudam a definir claramente as responsabilidades individuais, permitindo que a Companhia atue com integridade e crie relações de confiança com seus diversos públicos de interesse.

Para avançar na consolidação da sustentabilidade como parte fundamental da cultura da Vivo, em 2025, 98% de seus colaboradores foram treinados nos Princípios de 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.



## Desenvolvimento em Inteligência Artificial e Aceleração Digital para liderança e times

A Vivo avança de forma consistente em sua transformação digital, consolidando a Inteligência Artificial como um pilar estratégico de eficiência, inovação e produtividade. Para sustentar esse movimento em toda a organização, implementamos um ecossistema integrado de capacitação que conecta lideranças, times técnicos e áreas estratégicas em uma mesma jornada de fluência digital, sempre orientada por ética, governança e uso responsável de dados.

Nesse contexto, ampliamos a formação executiva por meio da combinação entre a **Imersão Eu Vivo IA**, desenvolvida em parceria com a **StartSe**, empresa referência em educação de inovação e tecnologias emergentes, e o **Tech Savvy**, programa proprietário da Vivo voltado à aceleração da fluência digital das lideranças. A Imersão aprofunda os fundamentos de IA, o uso estratégico de dados, análises preditivas e a aplicação prática em desafios reais do negócio por meio de uma jornada intensiva e presencial. Já o Tech Savvy complementa esse desenvolvimento ao fortalecer competências em tecnologias imersivas, automação inteligente, inovação orientada por dados e governança responsável. Juntas, essas iniciativas elevam significativamente a capacidade decisória das lideranças, habilitando respostas mais ágeis, informadas e alinhadas às transformações impulsionadas pela Inteligência Artificial.

Para escalar essas competências, entre o público não executivo, o **Explore.IA**, em parceria com FIAP e Alura, tornou-se nossa principal trilha técnica, cobrindo literacia digital, ética, segurança e habilidades intermediárias em IA generativa e analítica. De forma complementar, expandimos o acesso ao catálogo da Alura, que possui mais de 1.800 cursos, e a workshops e masterclasses via Vivo Explore, democratizando o aprendizado e acelerando a adoção segura de tecnologias emergentes.

Para necessidades de especialização avançada, fortalecemos nossa parceria com a **Universidade Federal de Goiás - UFG**, que, por meio do modelo membership, oferece acesso a pesquisa aplicada, consultorias acadêmicas e 100 bolsas anuais em especializações Lato Sensu em IA generativa, tecnologias imersivas, engenharia de software e processamento de linguagem natural, direcionadas a áreas críticas do negócio.

Esse investimento integrado resultou em mais de 9.000 horas de formação em IA e 3.400 colaboradores iniciando jornadas estruturadas no último ano, reforçando nossa liderança na adoção responsável de Inteligência Artificial e elevando a maturidade digital da Companhia em ritmo consistente e sustentável.

## Inova Vivo

Inova Vivo surgiu como um projeto colaborativo entre diversas áreas, com o objetivo de utilizar o Dia da Inovação (19 de outubro) para promover a inovação de forma transversal na Vivo.

Este projeto visa desenvolver e capacitar os colaboradores da Companhia, reforçando a inovação como parte essencial da cultura da Vivo. Além disso, busca gerar visibilidade para as ferramentas e modelos já oferecidos para inovar, conectar diferentes projetos com exemplos práticos de implementação e incentivar a adoção de boas práticas de inovação entre as áreas da Vivo.

Em alinhamento com uma das cinco paixões “O tempo do cliente é agora”, a edição 2025 focou em inovação e uso de inteligência artificial para melhorar a experiência do cliente, utilizando diversos formatos e metodologias para entregar conteúdos que nivelassem o conhecimento dos colaboradores.

Foram 2 dias de conteúdo, com mais de

7 mil

participações ao vivo (online), e mais de

17 mil

visualizações das gravações offline.

# Diversidade, equidade e inclusão

GRI 405-1, 3-3 Tema material: Pessoal próprio

A Vivo tem a ambição de ser uma das empresas mais diversas do país, referência em equidade racial. A diversidade é um dos pilares da cultura da Vivo e ocupa papel central no eixo estratégico Eu, nós, Vivo. Para a Companhia, diversidade e inclusão são compromissos éticos e valores organizacionais, ao mesmo tempo em que atuam como vetores de inovação e competitividade. A pluralidade de perspectivas, experiências e trajetórias amplia a capacidade de compreender diferentes realidades e impulsiona o desenvolvimento de produtos, serviços e soluções mais relevantes e inclusivos.

Equipes diversas favorecem a inovação, fortalecem o ambiente de trabalho e qualificam o relacionamento com clientes, refletindo-se em melhores decisões e maior capacidade de adaptação em um contexto de constante transformação. Esse compromisso contribui para a sustentabilidade do negócio no longo prazo e para a geração de impacto social positivo, alinhando desempenho, cultura e responsabilidade corporativa.

Um ambiente aberto e diverso, no qual as pessoas se sintam confortáveis para serem quem são e se expressarem de maneira autêntica, se torna 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 até a retenção de talentos, criando condições para as pessoas poderem desenvolver plenamente as suas habilidades. Além disso, a Vivo oferece a todos os seus colaboradores, abrangendo todas as dimensões de diversidade, serviços de apoio e acolhimento, como o Conte Comigo e Assistência Social.

Desde 2018, a Vivo tem um programa sólido de diversidade, com foco nos pilares de Gênero, LGBTI+, Raça e Pessoas com Deficiência, promovendo uma cultura inclusiva e um ambiente mais diverso.

A Companhia segue sua **Política de Diversidade e Inclusão**, fundamentada nos Princípios de Negócio Responsável, reforçando seu compromisso com a igualdade de oportunidades e o tratamento não discriminatório de pessoas em todas as áreas. A política estabelece as responsabilidades dos colaboradores e líderes no combate à discriminação, além de ressaltar a valorização da diversidade, os aspectos de governança e os compromissos da Vivo ao longo da jornada do colaborador.

Para ampliar o conhecimento e o compromisso de colaboradores e líderes com a diversidade e inclusão, a Vivo realiza diversas iniciativas como treinamentos e campanhas de comunicação, além de uma trilha perene de letramento, que aborda



## PACTO GLOBAL DA ONU

Reconhecimento pelo case Mulheres em posição de liderança – Investimentos em Desenvolvimento de Carreira, com prêmio no âmbito do Movimento Elas Lideram 2030.

## ETHOS DE DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

Destaque em três categorias:

- Promoção da Equidade de Gênero
- Melhores práticas entre Empresas de Grande Porte
- Destaque no Setor de Telecomunicações

## GREAT PLACE TO WORK (GPTW)

- Ranking Étnico-Racial: 6º lugar
- Ranking LGBTI+: 7º lugar
- Ranking Mulher: 13º lugar

## PRÊMIO CNJ\* – PROMOÇÃO DA INCLUSÃO SOCIAL E COMBATE À DISCRIMINAÇÃO

- Mulheres de Fibra: 1º lugar
- Programa Vivo Diversidade: 2º lugar
- Programa de Jovens Talentos: 3º lugar

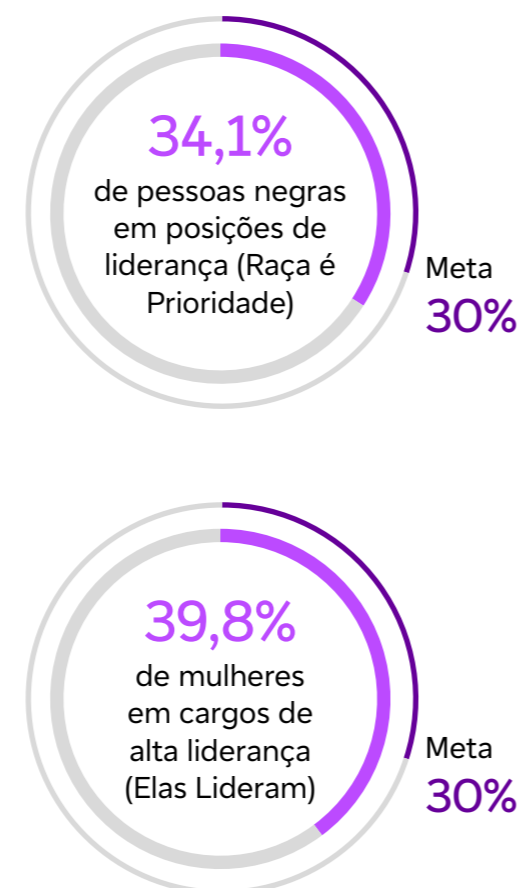
\*Conselho Nacional de Justiça

temas relacionados à diversidade ao longo de todo o ano, promovendo engajamento com os compromissos internos e externos assumidos pela marca.

Em 2025, a Vivo foi destaque no prêmio do Pacto Global da ONU ao ser reconhecida pelo case “Mulheres em Posição de Liderança – Investimentos em Desenvolvimento de Carreira”, demonstrando seu compromisso contínuo com práticas que geram resultados concretos e contribuem para o atingimento das metas estabelecidas nos Movimentos da Ambição 2030. O reconhecimento ocorreu durante a cerimônia que integra a programação do maior evento de sustentabilidade corporativa do país, reunindo empresas, especialistas, representantes do Pacto Global da ONU e organizações da sociedade civil para acelerar o cumprimento da Agenda 2030. A Companhia também foi destaque na Pesquisa Ethos/Época de Diversidade, Equidade e Inclusão, que avaliou práticas de mais de 200 empresas brasileiras. A Vivo figurou entre as melhores empresas de grande porte na categoria de equidade de gênero e do segmento de telecomunicações, reforçando seu compromisso com políticas e ações estruturadas que promovem ambientes mais diversos, equitativos e inclusivos.

A Vivo é signatária dos Padrões de Conduta para Empresas, iniciativa do movimento Free & Equal, da ONU, e também participa ativamente de movimentos como a Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, o Movimento Mulher 360, o Pacto de Promoção da Equidade Racial e a Rede Empresarial de Inclusão Social. Além disso, é signatária dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (Women’s Empowerment Principles) da ONU Mulheres.

A Vivo superou as metas definidas nos compromissos do Pacto Global da ONU:



## Governança

### ÁREA DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO NA VICE-PRESIDÊNCIA DE PESSOAS

Responsável pela governança, estruturação de políticas e por implementar as ações estratégicas nos pilares.

### COMITÊ DE DIVERSIDADE

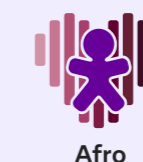
O comitê é formado pelo VP de Pessoas e executivos de diferentes áreas de negócio, liderado por um sponsor com reporte global sobre o tema. Seu principal objetivo é monitorar os indicadores e validar novas iniciativas relacionadas à diversidade e inclusão. Para garantir representatividade, os membros do comitê pertencem aos recortes de diversidade trabalhados pela Vivo.

Sponsor Global

Sponsors & Co-Sponsors Pilares

### SUBCOMITÊ DE DIVERSIDADE

Existem quatro subcomitês, também conhecidos como grupos de afinidade. Cada grupo é composto por quatro líderes: três eleitos pelos membros do grupo e um indicado pela área de Diversidade. Esses líderes são responsáveis por promover acolhimento, fomentar diálogos, propor novas iniciativas e promover o engajamento de todos.



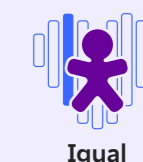
Afro



Mulheres



Pride



Igual

### CÉLULAS REGIONAIS

Lideranças locais que atuam como extensão dos grupos de afinidade, ampliando a capilaridade das iniciativas de Diversidade e Inclusão. São responsáveis por fortalecer a representatividade regional, apoiar ações específicas de cada localidade e levar discussões regionais para o fórum nacional, integrando perspectivas e fomentando o engajamento dos colaboradores.

A Vivo fortalece a governança e a cultura de diversidade ao engajar lideranças, reconhecer resultados e promover práticas inclusivas em toda a organização.

### Prêmio de Diversidade

Com o Prêmio de Diversidade, a Vivo deu destaque às diretorias que finalizaram o ano alcançando as metas de Diversidade. A avaliação considera o atingimento das metas quantitativas, as percepções de inclusão captadas pelo eNPS (Employee Net Promoter Score) e, adicionalmente, a captação de boas práticas das áreas, com foco em sua posterior disseminação para toda a Companhia. A premiação complementa o Roadshow de Diversidade, iniciativa da área de Pessoas que reúne toda a alta liderança da Vivo para revisar indicadores de diversidade e definir planos de ação quando necessário. O objetivo é fortalecer a liderança e estabelecer estratégias para alcançar as metas de diversidade em todos os níveis da empresa. Para acompanhar os dados, os líderes possuem acesso a um dashboard que reflete os indicadores de diversidade de suas áreas, com atualizações diárias e comparativo com as metas estabelecidas. Juntos, estes mecanismos fortalecem a governança, estimulam a responsabilidade compartilhada e promovem avanços consistentes em diversidade e inclusão em toda a organização.

### Jornada Neurodivergente

A Vivo avançou na agenda de inclusão ao lançar a Jornada de Neurodivergentes, iniciativa que, além do letramento, teve como objetivo melhorar a acessibilidade e inclusão de pessoas neurodivergentes. A ação reuniu especialistas do mercado para apoiar a Companhia na construção de ambientes mais acessíveis e sensíveis às diferentes formas de processamento cognitivo, ampliando a capacidade de acolhimento de colaboradores neurodivergentes. Esse movimento foi complementado por adaptações estruturais, como a reserva de espaços livres de ruídos,

baías de trabalho e de cabines individuais dedicadas e identificadas, além do desenvolvimento contínuo da liderança e das áreas de Pessoas, reforçando o compromisso da empresa com práticas que promovem acessibilidade, aprofundam o conhecimento interno e fortalecem uma cultura verdadeiramente inclusiva.

### Casos Sensíveis

A Vivo dispõe do Guia de Casos Sensíveis, um material criado para orientar, proteger e acolher seus colaboradores diante de situações de abuso, preconceito, discriminação ou qualquer forma de violência praticada por clientes, fornecedores ou terceiros, garantindo um padrão de conduta diante desses casos. O guia estabelece um fluxo claro de atuação – desde o acolhimento imediato até o acionamento de times de Segurança, Consultoria Interna e demais áreas necessárias – reforçando o compromisso da Vivo com um ambiente seguro, respeitoso e alinhado às políticas de diversidade e negócio responsável.

### Diversidade na Estrada

A iniciativa Diversidade na Estrada leva a agenda de Diversidade para diferentes regiões do país, fortalecendo o diálogo direto com as lideranças locais. Ao longo do percurso, o programa esteve presente em cinco regionais, impactando mais de 400 lideranças em 19 turmas. A ação contou com a parceria do time de Desenvolvimento, unificando a voz da Vice-presidência de Pessoas e promovendo ações práticas, sensibilização e interações com os times das pontas. A presença do time Vivo Diversidade nas regionais reforçou o compromisso da Companhia em disseminar conhecimento, apoiar práticas inclusivas e fortalecer a cultura de D&I em todo o território.

## Jornada da Diversidade

A Jornada da Diversidade é uma ação perene de letramento para toda a Companhia, que ocorre ao longo do ano. O objetivo é provocar reflexão e empatia e promover a troca de diferentes perspectivas para incentivar a mudança de ideias e comportamentos entre os colaboradores, fortalecendo uma cultura mais diversa e inclusiva.

Durante a Jornada, um tema é selecionado, comunicado e debatido entre os colaboradores, com o apoio de grupos de afinidade e a presença de especialistas. Essa iniciativa é aberta a todos e busca não apenas discutir questões importantes, mas também celebrar marcos e conquistas, como a implementação de novas políticas, benefícios e ações que reforçam o tema abordado, além de destacar ações concretas realizadas.

Em 2025, a Jornada inaugurou um novo ciclo temático. Entre os conteúdos de maior repercussão do ano, a Vivo lançou o Documentário **Mulheres Negras**, que apresenta histórias de colaboradoras negras da Companhia, destacando suas trajetórias, desafios, potências e caminhos de liderança. O projeto tornou-se um marco no pilar racial e ampliou significativamente a visibilidade interna e externa sobre o tema.

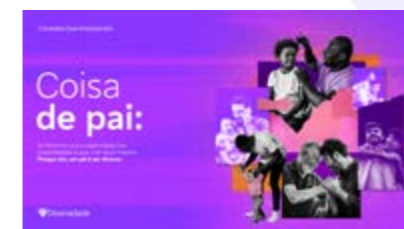
Outro tema de destaque foi a Maquineta Antirracista, iniciativa que utiliza a ferramenta de educação e conscientização para discutir como adotar atitudes de enfrentamento ao racismo estrutural no cotidiano corporativo e social. O manifesto TransExistir destacou a visibilidade trans por conteúdo audiovisual interno e externo, fortalecendo o pilar LGBTI+ com protagonismo e reconhecimento.

Outro destaque poderoso foi a mini websérie sobre gerações, composta por 4 capítulos e acompanhada de um vídeo react, trazendo letramento e sensibilização sobre convivência intergeracional, diferenças culturais e impacto das gerações no ambiente de trabalho.



### JANEIRO LGBTI+

Carreira, potência e atitude inclusiva



### FEVEREIRO Gênero

Masculinidades: Paternidade e carreira hoje



### MARÇO Gênero

Feminilidades: Sororidade corporativa



### ABRIL PcD

Neurodivergentes e carreira: inclusão sem estereótipos



### MAIO Gerações

Transformando as diferenças em potencial



### JUNHO LGBTI+

Trabalhando com orgulho: Inclusão que destrava o potencial



### JULHO Raça

Mulheres Negras: Desafios de ascensão de carreira



### AGOSTO Todos

Cultura Inclusiva: O poder do diálogo



### SETEMBRO PcD

Orgulho PcD & Saúde mental + Festival do Bem-Estar



### OUTUBRO Raça

Branquitude: Construindo famílias antirracistas



### NOVEMBRO Raça

Vivo antirracista: aquilombar é tecer redes



### DEZEMBRO Todos

Diversidade na Prática: É hora de assumir a responsabilidade e transformar aprendizado em ação.

## Metas e resultados

Na Vivo, a ação é o que impulsiona nosso compromisso com o futuro e por isso, anualmente, são estabelecidas metas específicas que guiam o progresso rumo aos importantes compromissos que a Companhia estabeleceu.



### Mulheres em cargos diretivos



### Mulheres em liderança executiva<sup>1</sup>



<sup>1</sup>São considerados como cargos de liderança executiva: presidente, vice-presidente, diretor, gerente sênior e gerente.

### DESENVOLVIMENTO E CARREIRA

- Em 2025, o Programa Lean Six Sigma capacitou 112 mulheres em turmas exclusivas e, desse número, 22 alcançaram a certificação Yellow Belt. Nas turmas gerais, 51% das pessoas formadas foram mulheres. A Companhia também conta com turmas do Green Belt Woman.
- A trilha Hervolution impulsionou o desenvolvimento de mulheres ao abordar competências do futuro, como pensamento criativo, exponencial e analítico, resultando na capacitação de 974 participantes.
- O Explore + oferece cursos diversos para mulheres em posição de liderança. A Vivo também subsidia cursos internacionais, cobrindo deslocamento e hospedagem.
- O Women's Leadership Program (WLP) da Startse University, com oito semanas de formação e mais de 30 horas de conteúdo, teve 230 inscrições e 101 matrículas em 2025. Das formadas, destaca-se que 35% eram negras, evidenciando a preocupação da Vivo com a interseccionalidade e desenvolvimento de carreira de mulheres negras.

### CARREIRA E MATERNIDADE

- Licença maternidade de 120 dias, podendo ser prorrogada por mais 60 dias conforme opção da colaboradora. Além disso, a licença paternidade na Vivo tem duração de 5 dias corridos, contados a partir do nascimento do bebê, mas é possível prorrogar essa licença por mais 25 dias, totalizando até 30 dias, mediante realização do Curso de Paternidade Responsável.
- Conexão Materna: espaço de extração de leite materno.
- Políticas de progressão de carreira para mulheres: banco de talentos de mulheres identificadas como “alta performance”, que também passam por treinamentos e processos de aprendizado para ampliar suas habilidades e torná-las cada vez mais aptas aos cargos.
- Programa re-onboarding: processo de acolhimento para quem retorna de licença-maternidade. O intuito é fazer com que esse momento seja o mais tranquilo possível e, ao mesmo tempo, fortalecer o relacionamento desses colaboradores com a empresa. Por isso, é realizado um letramento da liderança para sensibilização, capacitação e expectativas dos gestores após esse período de afastamento.

### POSICIONAMENTO VIVO DIVERSIDADE

- Apoio: Celebração de 10 Anos do Movimento Mulher 360 no Teatro Vivo.
- Reconhecimento como uma das 13 melhores empresas para trabalhar no pilar Mulher, segundo o Great Place to Work (GPTW), e destaque no Prêmio Promoção da Inclusão Social e Combate à Discriminação do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), com o case Mulheres de Fibra (1º lugar). Destaque Ethos de Diversidade, Equidade e Inclusão, na categoria equidade de gênero.





### Negros em posição de liderança



### Negros no quadro geral de colaboradores



### DESENVOLVIMENTO E CARREIRA

A Vivo implementou diversas iniciativas para promover a diversidade e a inclusão, com foco especial no desenvolvimento de talentos negros. Entre essas ações, em 2025, destacam-se:

- Programa de Trainee, Estágio e Jovem Aprendiz: 50% das vagas destinadas exclusivamente a talentos negros.
- Em 2025, a trilha Gobeyond impulsionou o desenvolvimento de pessoas negras ao abordar competências do futuro, como aprendizado contínuo, pensamento analítico e mentalidade digital para prompts, resultando na capacitação de 582 participantes.
- Encontros Vivo Afro: diálogos com referências negras do mercado, promovendo reflexões sobre autoimagem, valorização da história de vida e temas corporativos.
- O Explore + oferece incentivo à graduação, pós-graduação, cursos de idiomas, dentre outras trilhas de capacitação voltadas para o desenvolvimento de carreira de colaboradores negros.
- A Aceleradora de Carreiras, iniciativa apoiada pela Vivo, promove o desenvolvimento de mulheres negras para posições de liderança usando modelos de aceleração inspirados em startups.

### POSICIONAMENTO ANTIRRACISTA DA VIVO

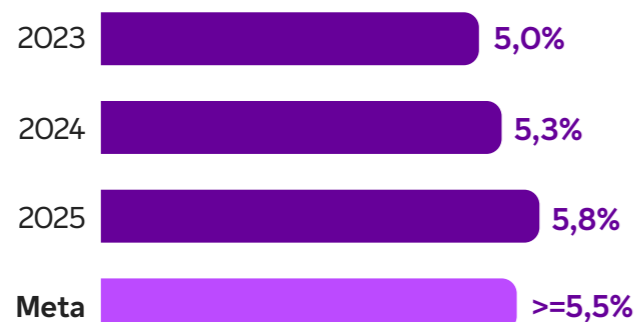
- Patrocínios: Fórum Brasil Diverso, Afro Presença, Fórum Internacional de Igualdade Racial, Conferência ESG Racial e Pacto das Pretas.
- Reconhecimento como uma das 6 melhores empresas para trabalhar no pilar Étnico-Racial, segundo o Great Place to Work (GPTW).
- Adesão ao Procon Racial, iniciativa do Procon-SP criada para combater e prevenir práticas de racismo nas relações de consumo, que inclui treinamento das equipes e a afixação dos "10 Princípios para o Enfrentamento do Racismo nas Relações de Consumo". Com isso, todas as lojas próprias da Vivo no estado de São Paulo passaram a implementar integralmente o programa.



<sup>1</sup>São considerados como cargos de liderança: presidente, vice-presidente, diretor, gerente sênior, gerente, gerentes de loja, coordenador e supervisor.



### Pessoas com deficiência no quadro geral de colaboradores



A acessibilidade está integrada a todas as camadas do negócio, impulsionando desenvolvimento, inclusão e aumento da representatividade de pessoas com deficiência.

### DESENVOLVIMENTO E CARREIRA

- O Explore + oferece bolsas com subsídio de até 100% para diversos cursos.
- Em 2025, a trilha Potencialize impulsionou o desenvolvimento de pessoas com deficiência ao abordar competências do futuro, como inovação, inteligência emocional e mentalidade digital para prompts, resultando na capacitação de 293 participantes.
- Em 2025, o Programa Lean Six Sigma disponibilizou turmas afirmativas, exclusivas para pessoas com deficiência, na certificação Yellow Belt.

### ACESSIBILIDADE ATITUDINAL

- Treinamento para gestores e equipe, promovendo inclusão genuína e revisão de processos e práticas.

### PROJETO ESTELAR

Desde 2023, a Vivo mantém um programa de governança para coordenação de equipes e ações que garantem a acessibilidade em todas as camadas do negócio. O projeto engloba iniciativas de melhorias de processos, mudanças contínuas de estruturas que melhoram a acessibilidade, atração, acolhimento e desenvolvimento de carreira. Como resultado, a Companhia passou de 2,3% de PcD em 2022 para 5,8% no final de 2025.

### ACESSIBILIDADE ESTRUTURAL

- Intérprete de Libras: todo colaborador surdo tem a autonomia de solicitar um intérprete sempre que necessário. Em todos os eventos a Companhia garante a presença de intérpretes de libras.
- Softwares de leitura (Jaws/NVDA): sistemas adaptados e equipamentos de apoio.
- Revisão gradual dos espaços físicos na Companhia, para torná-los mais acessíveis com a inclusão de móveis adaptados, equipamentos específicos como monitores e periféricos, rampas, piso tátil e placas em Braille.
- Acessibilidade na experiência do cliente: squads com mais de 60 iniciativas para tornar os espaços, processos e sistemas mais acessíveis.
- Cordão de girassol para colaboradores com deficiências invisíveis.
- Cordão de quebra-cabeça para colaboradores neurodivergentes.
- Jornada de Neurodivergentes: iniciativa voltada a ampliar o letramento sobre TEA (Transtorno do Espectro Autista) em toda a organização.

### BENEFÍCIOS

- Trabalho remoto estendido para colaboradores com deficiência, com um dia adicional de trabalho em casa. Pessoas cegas e com mobilidade reduzida podem trabalhar no modelo 100% remoto.
- Vagas de estacionamento para pessoas com deficiência, além de smartphone corporativo com portfólio acessível para pessoas com deficiência visual e auditiva.
- Plano de saúde sem coparticipação.

### POSICIONAMENTO ALIADO

Em setembro de 2025, a Companhia realizou um marco importante com o primeiro encontro presencial Vivo Igual: Quando Orgulho e Identidade Se Encontram. Na celebração do Mês do Orgulho da Pessoa com Deficiência, foi lançado o vídeo-manifesto Orgulho PcD, gravado em Curitiba (PR) com colaboradores locais que compartilharam suas vivências e sonhos, reforçando seu protagonismo e a potência do pertencimento.



### Pessoas LGBTI+ autodeclaradas



**136 profissionais são pessoas trans**

A Vivo promove um ambiente seguro e inclusivo, incentivando a autodeclaração e fortalecendo a representatividade para que todas as pessoas possam ser quem realmente são.

### DESENVOLVIMENTO E CARREIRA

- Bolsas de estudo de até 100% para colaboradores trans, no Explore +.
- Em 2025, a trilha Pride XP impulsionou o desenvolvimento de pessoas LGBTI+ ao abordar competências do futuro, como comunicação e oratória, resolução de problemas e mentalidade digital para prompts, resultando na capacitação de 583 participantes.

### AÇÕES DE INCLUSÃO

- Acolhimento T: acolhimento de colaboradores trans, com suporte para integração de times e gestores.
- Vivo Retifica: auxílio financeiro para que pessoas trans possam realizar a retificação de sua documentação.
- Identificação inclusiva nos banheiros: uso dos banheiros alinhado ao gênero com o qual a pessoa se identifica.
- Autodeclaração: campanha permanente de autodeclaração de orientação sexual e identidade de gênero.

### POSICIONAMENTO VIVO DIVERSIDADE

- Correalização da Maratona do Orgulho no Teatro Vivo.
- Reconhecimento no Índice Human Rights Campaign Equidade BR: pela primeira vez, a Vivo foi destacada como uma das Melhores Empresas para Pessoas LGBTI+ Trabalharem, consolidando sua posição como referência em inclusão no país e reforçando sua atuação comprometida com práticas alinhadas aos mais altos padrões globais de equidade. A Vivo também foi reconhecida como uma das melhores empresas para uma pessoa LGBTI+ trabalhar, pela Great Place to Work (7º lugar).

**ENCONTRO TRANSEXISTIR:** No Dia da Visibilidade Trans, o encontro celebrou a potência, o talento e a liderança de profissionais trans, reunindo convidados do mercado e da Companhia em um espaço de diálogo e conscientização sobre inclusão e protagonismo. A programação contou com mediação especializada e discussões que ampliaram o letramento interno sobre identidade de gênero. A ação foi reforçada com o lançamento de um vídeo nos canais externos da Vivo, celebrando a história de um dos seus colaboradores e de toda a sua comunidade, fortalecendo o compromisso da empresa com a representatividade e o orgulho LGBTI+.

### Geracional

GRI 405-1

Em 2025, 12% do quadro de colaboradores da Vivo era formado por pessoas 50+.

Na jornada de diversidade, debatemos o tema de Gerações e a importância do convívio multigeracional, ampliando o entendimento sobre como diferentes experiências e perspectivas fortalecem a cultura organizacional.



# Saúde, segurança e bem-estar

GRI 403-1, 403-8, 3-3 Tema material: Pessoal próprio

A Vivo valoriza a construção de um ambiente de trabalho seguro e saudável, com iniciativas que colocam o bem-estar e a proteção de seus colaboradores como prioridade. Para isso, a Companhia conta com um robusto Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SGSST), que está alinhado às normas legais, reforçando seu compromisso com a integridade e o cuidado com todos os envolvidos em suas operações. O Sistema de Gestão foi recertificado pela AENOR Espanha em 2024 e está em conformidade com as diretrizes da ISO 45001, norma internacional para sistemas de gestão de saúde e segurança ocupacional.

O objetivo de manter o sistema está na melhoria contínua do desempenho da Companhia em SST, promover o bem-estar dos colaboradores e reduzir a incidência de doenças e acidentes relacionados ao trabalho.

A Vivo realiza controles rigorosos de perigos e riscos, monitora requisitos legais, gerencia riscos e oportunidades e acompanha indicadores de desempenho. Além disso, utiliza a ferramenta digital IUS Natura para o gerenciamento e avaliação de seus prestadores de serviço.

O percentual de colaboradores cobertos pela certificação do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho corresponde a 70% do total, com previsão de ampliação para novas localidades certificadas no futuro. Sempre que necessário, os prestadores de serviços da Vivo são auditados nos requisitos da norma referentes à contratação de serviços.

O sistema é estruturado em categorias:

- **Planta externa:** atividades técnicas de instalação e reparo para atendimento à casa e ao cliente, incluindo teleatendimento de suporte por meio do centro de operações.
- **Planta interna:** atividades desempenhadas para transmissão, manutenção e operação de dados.
- **Data center:** 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 e assinaturas; e atividades administrativas que apoiam e suportam todas as operações.

Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SGSST) garante ambiente seguro e saudável, alinhado à ISO 45001 e recertificado pela AENOR, com cobertura de 70% dos colaboradores.

## Consulta e participação dos colaboradores e terceiros no sistema

GRI 403-4

Os processos de consulta e participação de colaboradores e terceiros no Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho da Vivo seguem as diretrizes do subitem 5.4 da Norma ISO 45001. A representação dos trabalhadores é realizada por pontos focais das áreas de interface e pela Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPAA), abrangendo diferentes aspectos do sistema, como levantamento de riscos, perigos e oportunidades; requisitos legais; política; objetivos e metas; gestão de não conformidades e incidentes; plano de comunicação; entre outros.

Esses temas são tratados por meio de diferentes canais e ferramentas, como grupos no Teams e Workplace, publicações na intranet e reuniões periódicas, garantindo uma abordagem ampla e colaborativa.

Para reforçar a participação dos trabalhadores e disseminar a cultura de saúde e segurança no trabalho, a Vivo conta com uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPAA) formada por representantes da Companhia. Atualmente, a Companhia mantém 40 CIPAA's vigentes, com um total de 403 participantes.

## Segurança do trabalho

GRI 403-2

No momento da contratação, os colaboradores recebem a Ordem de Serviço NR 01, documento que fornece orientações essenciais sobre situações de risco e o direito de recusa, visando evitar acidentes, doenças ocupacionais ou exposições desnecessárias a situações perigosas.

Para atividades operacionais ou que envolvam riscos, a Vivo implementou a Análise Preliminar de Risco (APR), aplicada às tarefas de instalação e reparo. Essa análise é integrada ao sistema utilizado pelo time de campo, garantindo que as ordens de serviço sejam acompanhadas de medidas preventivas adequadas.

Todos os incidentes e acidentes registrados passam por um processo formal de investigação, realizado por meio do formulário padrão de Análise Preliminar da Ocorrência (APO). Esse processo utiliza uma metodologia padronizada para identificar causas, promover análises detalhadas e definir ações corretivas e preventivas.

Com o compromisso de prevenir e mitigar impactos relacionados à saúde e segurança do trabalho, a Companhia estabeleceu procedimentos específicos para atividades rotineiras e não rotineiras, alinhados com as melhores práticas do setor.

Colaboradores e prestadores de serviços que identificarem situações de risco iminente ou condições perigosas podem relatar esses casos por meio de diversos canais, como os representantes da ISO 45001, a CIPAA, os e-mails dedicados da Área de Segurança do Trabalho e o Canal de Denúncias.



NR 01, APR e APO orientam a prevenção e investigação de riscos e incidentes de trabalho.

## Prevenção e mitigação

GRI 403-2, 403-3

A área de Segurança do Trabalho da Vivo aplica o AppAutoCheck, um aplicativo que permite ao time de campo realizar uma autoavaliação de segurança antes de iniciar suas atividades.

Além disso, as inspeções de segurança do trabalho são conduzidas diariamente por meio do AppAudit, ferramenta que auxilia na identificação de situações de risco e na prevenção de impactos. Essas inspeções abrangem ambientes operacionais, administrativos, lojas e call centers, assegurando uma abordagem abrangente de segurança.

Com essas iniciativas, o Levantamento de Perigos e Riscos é atualizado continuamente, garantindo que todas as atividades sejam realizadas sob controles adequados e dentro de níveis aceitáveis de risco.

Todos os colaboradores próprios passam por avaliações ocupacionais periódicas realizadas por clínicas especializadas, conforme o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), incluindo exames complementares específicos para os riscos ou condições de periculosidade associados às atividades desempenhadas.

## Canais de segurança

GRI 403-4

A Vivo mantém uma estrutura sólida de canais formais voltados à saúde e segurança no ambiente de trabalho, promovendo a consulta e a participação ativa dos colaboradores e prestadores de serviços. Esses canais são compostos por representantes da Companhia e dos colaboradores, garantindo uma abordagem colaborativa na gestão de saúde e segurança ocupacional.

Entre os principais canais, destacam-se:

- Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPAA).
- Pontos focais das áreas de interface.
- Reuniões regulares com a Área de Serviço ao Cliente.
- Fórum de Saúde e Segurança do Trabalho para Empresas Terceirizadas: evento anual que reúne a Vivo e seus parceiros terceirizados para fortalecer a cultura de saúde e segurança do trabalho. O encontro tem como objetivo construir, avaliar e aprimorar os processos de monitoramento, além de compartilhar boas práticas, alinhar diretrizes e reforçar o compromisso com um ambiente de trabalho mais seguro e sustentável para todos os colaboradores envolvidos na cadeia de fornecimento.
- Adicionalmente, a Companhia conta com ferramentas de comunicação específicas, como o Workplace, e-mails dedicados, encontros informais como o Encontro Vivo, dentre outras, para promover o engajamento contínuo e assegurar a melhoria constante dos processos do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SGSST).

## Capacitação em segurança

GRI 403-5

A Vivo promove treinamentos regulares e abrangentes que cobrem diversas normas e diretrizes de segurança, como NR-10 (Eletricidade) e NR-35 (Trabalho em Altura).

A Vivo implementa treinamentos regulares voltados para a conscientização e o preparo técnico dos colaboradores, abordando normas e diretrizes de segurança, para garantir que estejam aptos a desempenhar suas funções com eficiência e responsabilidade. Ao promover uma cultura de saúde e segurança, a Vivo fortalece sua atuação como uma Companhia responsável e comprometida com o bem-estar de seus profissionais.

Entre as capacitações oferecidas estão as Normas Básicas de Segurança, NR-01 – Instruções Gerais de Segurança, NR-10 – Eletricidade, Noções Básicas de Risco Elétrico, NR-17 – Ergonomia, NR-33 – Espaço Confinado e NR-35 – Trabalho em Altura. Também são oferecidos treinamentos como o Diálogo Semanal de Saúde e Segurança (DSS), Diálogo Mensal de Segurança (DMS), capacitação para membros da CIPAA conforme a NR-05, além do treinamento ISO 45001 na plataforma SuccessFactors.

Para além dos treinamentos, a Companhia realiza levantamentos periódicos em campo e análises detalhadas de processos e atividades, com o intuito de identificar e mitigar os riscos potenciais. A partir dessas avaliações, a Vivo construiu uma matriz de riscos, que auxilia na priorização das ações preventivas e na definição de novos treinamentos, garantindo que a segurança no ambiente de trabalho seja sempre uma prioridade.



A Vivo promove ações como a **Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT)** para reforçar seu compromisso com a segurança.



Em 2025, o **ecossistema integrado de cuidado contínuo registrou 58.300 atendimentos realizados, com 9.073 usuários impactados.**

## Saúde e bem-estar dos colaboradores

GRI 403-3, 403-6, 3-3 Tema material: Pessoal próprio

A Vivo reconhece que a saúde e o bem-estar de seus colaboradores são essenciais para a construção de uma cultura organizacional sólida e produtiva. Em alinhamento com os pilares da Paixão Púrpura, a Vivo adota práticas que promovem um ambiente de trabalho inclusivo, seguro e saudável. Esse alinhamento reflete o compromisso da Vivo em garantir que cada colaborador se sinta valorizado, respeitado e amparado, tanto no aspecto profissional quanto pessoal.

A Vivo adota uma abordagem integrada para a Gestão de Saúde Ocupacional, em conformidade com as diretrizes da ISO 45001 e com as normas nacionais de Saúde e Segurança no Trabalho. A Companhia mantém processos estruturados de prevenção, identificação e controle de riscos, acompanhamento de indicadores, realização de exames ocupacionais e participação ativa de áreas correlatas e da Alta Direção. Essa governança contribui para a construção de ambientes de trabalho seguros, saudáveis e alinhados à cultura de cuidado que sustenta todas as iniciativas de promoção da saúde integral dos colaboradores.

O programa Vivo Bem-Estar consolida a estratégia de cuidado integral à saúde da Companhia, reunindo iniciativas e cuidados que contemplam corpo, mente e ambiente. Para ampliar o acesso, o modelo combina serviços presenciais e remotos, garantindo flexibilidade e alcance nacional.

Na sede administrativa, em São Paulo (SP), o Espaço Bem-Estar reúne cerca de 600 m<sup>2</sup> dedicados à promoção da saúde, incluindo a clínica Einstein, responsável pela Atenção Primária à Saúde (APS) e atendimento de demandas espontâneas. Além disso, a estrutura conta com equipe multidisciplinar composta por psicólogos, nutricionistas, fisioterapeutas, acupunturistas e educadores físicos e sala de meditação. Parte significativa dos serviços também é oferecida de forma remota, com exceção das especialidades que exigem atendimento presencial, como acupuntura, osteopatia, fisioterapia dinâmica, quick massage e eletroestimulação.

Em 2025, o Vivo Bem-Estar lançou o Hospital Púrpura, iniciativa que representa um avanço relevante na estratégia de saúde corporativa da Companhia. A plataforma foi concebida como um modelo digital e integrado de cuidado, conectando diferentes especialidades e serviços em uma jornada estruturada, com foco na ampliação do acesso, na coordenação assistencial e na atuação preventiva. O Hospital Púrpura consolida a evolução do cuidado em saúde na organização, promovendo maior integração entre os serviços e fortalecendo a sustentabilidade do modelo assistencial.

A Vivo também aprimorou sua atuação em saúde mental por meio do novo Conte Comigo, estruturado como um ecossistema integrado de cuidado contínuo organizado nas frentes de SOS, Fortaleza e Blindagem, contemplando apoio imediato em situações de crise, ações de desenvolvimento e fortalecimento emocional e iniciativas voltadas à prevenção e proteção contínua da saúde mental.

## Reconhecimento e Premiações

Em 2025, o Vivo Bem-estar foi reconhecido por importantes instituições do mercado, reforçando a consistência da estratégia adotada e o impacto positivo das iniciativas implementadas.

### ABQV Prêmio Nacional de Qualidade de Vida Selo Ouro

A campanha foi reconhecida com o Selo Ouro da Associação Brasileira de Qualidade de Vida (ABQV), uma das principais entidades do país na promoção de saúde corporativa. O reconhecimento destaca a maturidade da governança de bem-estar, a consistência das ações estruturadas e os resultados alcançados na promoção da saúde física, mental e social dos colaboradores.

### Você RH Melhores empresas para (se) Bem-Estar Pilar Carreira – Programa Vivo Mais Família

A empresa foi reconhecida pela Você RH entre as Melhores Empresas para (se) Bem-Estar, com destaque para o Programa Vivo Mais Família, no pilar carreira. O reconhecimento evidencia o olhar estruturado para a jornada profissional em momentos de parentalidade, reforçando políticas e iniciativas que apoiam a conciliação entre desenvolvimento de carreira e responsabilidade familiar, promovendo equidade, retenção e sustentabilidade do talento.

### Mercer Marsh Selo Azul da Mercer Marsh

Recebemos o Selo Azul da Mercer Marsh Benefícios, reconhecimento concedido às organizações que se destacam na estruturação estratégica da jornada de bem-estar, com práticas sustentáveis, indicadores de acompanhamento e alinhamento entre saúde organizacional e desempenho do negócio.

## Engajamento em Saúde e Qualidade de Vida

GRI 403-6

A Companhia mantém um portfólio robusto de iniciativas voltadas ao engajamento e ao incentivo à adoção de hábitos saudáveis.

Pelo terceiro ano consecutivo, foi realizado o Festival do Bem-Estar, com ações presenciais e remotas ao nível nacional. Em 2025, o evento alcançou 23 filiais administrativas e 30 lojas, com ampla programação de atividades coletivas e atendimentos individuais, além de palestras com especialistas externos sobre temas relacionados à saúde integral.

O Desafio do Bem-Estar, em sua terceira edição, registrou mais de 4.000 participantes e 12.000 atividades realizadas, premiando os colaboradores mais engajados e fortalecendo a cultura de autocuidado e promoção de hábitos saudáveis.

Além disso, a Vivo promove campanhas anuais de conscientização, como Janeiro Branco, Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul e SIPAT, reforçando o compromisso com a saúde e a prevenção.

Em outubro, a Vivo realizou o Dia da Família Vivo, abrindo as portas da Companhia para que colaboradores trouxessem seus filhos ou crianças da família. Foram realizadas mais de 20 ações em 7 estados diferentes, contemplando 15 unidades da Vivo. As atividades incluíram espaço baby/kids, espaço gamer, contação de histórias, jogos de tabuleiro, pintura facial e muito mais. Recebemos a participação de cerca de 8 mil crianças.

## Modelos de Trabalho

A evolução digital impulsionou a adoção de modelos de trabalho flexíveis. Os colaboradores atuam em regimes presencial, teletrabalho, mobility (duas vezes por semana fora do escritório) e full mobility.

No modelo de mobility, colaboradores que são Pessoas com Deficiência (PcD) vão ao escritório duas vezes por semana, enquanto os demais vão três vezes por semana.

A política de horário flexível complementa essa abordagem, contribuindo para ambientes mais inclusivos e adaptados às diferentes necessidades dos profissionais, incluindo públicos que demandam condições específicas, como pessoas com deficiência.

**+4 mil**

colaboradores participaram do Desafio do Bem-Estar, com

**12 mil**

atividades registradas em 2025.

## Principais iniciativas e benefícios

A Vivo oferece uma combinação diferenciada de benefícios tangíveis e intangíveis, reconhecida por seus colaboradores como uma das melhores do mercado. Além disso, a Companhia proporciona autonomia para que cada colaborador escolha os benefícios que melhor se encaixam em seu estilo de vida e nas necessidades de sua família.

## 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, criado pensando no bem-estar das mães e saúde dos bebês.

### COMPLEMENTO SALARIAL

O complemento salarial funciona como um apoio financeiro adicional em caso de afastamento pelo INSS, assegurando que os colaboradores mantenham estabilidade em sua renda mensal. Esse mecanismo reforça a solidez do pacote de remuneração total da Companhia e contribui para a sustentabilidade financeira das equipes.

### 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, re-onboarding da licença parental, cursos, rodas de conversas, entre outras.

### AUXÍLIO ESPECIAL

O auxílio especial é um benefício que dá direito a reembolso de despesas com educação e terapias para dependentes legais com deficiência e que não apresentem condições mínimas de independência e autocuidado, devidamente declaradas por laudo médico atualizado.

### 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.

# Saúde e bem-estar

GRI 403-6

## NUTRIÇÃO

O programa oferece consultas com nutricionistas e, a partir do atendimento e do acompanhamento nutricional individualizado e de alta qualidade, com foco na reeducação alimentar e melhora da qualidade de vida, busca a mudança efetiva dos hábitos alimentares. As consultas podem ser presenciais ou online.

## ACUPUNTURA

A acupuntura é um recurso terapêutico indicado para tratar dores com agulhas específicas visando estimular determinados pontos do corpo e a prática tem sido cada vez mais indicada para promover o bem-estar, incluindo o controle do estresse e da ansiedade.

## FISIOTERAPIA

A Vivo tem o programa Movimento Sem Dor, cujo objetivo é 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 através do app Atma, 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 Wellhub e Total Pass, subsidiados pela Vivo com base na escolha do colaborador no programa VIBE.

## CONTE COMIGO

Ecosistema integrado de Saúde Mental que oferece suporte aos colaboradores e seus dependentes em todas as fases do cuidado emocional. Ele reúne ações de apoio imediato em momentos de crise, iniciativas de fortalecimento psicológico e práticas contínuas de prevenção, garantindo um acompanhamento completo e acessível ao longo de toda a jornada de bem-estar.

## 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.

## ELESTROESTIMULAÇÃO

Treinamento que associa impulsos elétricos aplicados sobre os principais grupos musculares, com o exercício realizado por comando muscular voluntário.

## QUICK MASSAGE

A Quick Massage é uma massagem rápida, realizada geralmente em cadeira específica, com duração de 15 minutos. O foco é aliviar tensões musculares geradas pela rotina. Serviço disponível em algumas filiais da Vivo.

## EDUCADOR FÍSICO

Avaliação e acompanhamento de um profissional de Educação Física que orienta sobre mudanças de hábitos focados no bem-estar, como, por exemplo, orientações sobre treinos. Está disponível no formato presencial para colaboradores locados no Eco Berrini e Chucri Zaidan e, para demais localidades, o programa está disponível no formato online.

## GINÁSTICA LABORAL

Atividade física leve e de curta duração realizada no próprio local de trabalho, individual ou em grupo, com foco na prevenção de dores e desconfortos.

## FISIOTERAPIA DINÂMICA

A Fisioterapia Dinâmica, desenvolvida pelo fisioterapeuta Cadu Ramos, é uma técnica clínica, preventiva e funcional, com foco principal em mobilidade articular, ativação muscular profunda e alívio rápido da dor.

## CAMPANHA ANUAL DE VACINAÇÃO CONTRA GRIPE

Vacinação contra a gripe, disponível para os colaboradores Vivo e seus dependentes.

## SALÃO DE BELEZA

Um espaço especial com foco no bem-estar dos nossos colaboradores. Oferece diversos atendimentos, como cortes de cabelo, barbearia, manicure e pedicure, proporcionando momentos de autocuidado e relaxamento no dia a dia.

## 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.

## 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, duas 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.

### **DAY OFF**

Dia de folga no mês de aniversário. Além disso, nas ações de bem-estar, são oferecidas horas livres em celebrações especiais (ex.: Dia das Mães e Dia dos Pais).

### **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**

São ambientes projetados para fomentar inovação e promover a troca de informações entre as equipes, estimulando a conexão, colaboração, criação e celebração. Os colaboradores têm a liberdade de escolher qualquer estação de trabalho ou áreas comuns, como cafés nos andares, mesas compartilhadas e outras opções.

## VIBE

Programa de benefícios flexíveis da Vivo, uma plataforma que centraliza e organiza todos os benefícios oferecidos aos colaboradores, permitindo mais autonomia e personalização na adesão dos benefícios que melhor atendem às suas necessidades e às de sua família.

Em 2025, o índice de satisfação com o programa VIBE alcançou 97%, demonstrando o sucesso da implementação de mais uma opção de plano odontológico e das ações de conscientização sobre os benefícios oferecidos aos colaboradores.

## Posicionamento da marca

A Vivo acredita que a revolução tecnológica é um direito coletivo, e não privilégio de poucos, assumindo seu protagonismo no setor de telecomunicações com um compromisso que ultrapassa a entrega de produtos e serviços, pautando sua atuação na transformação e inclusão social.

A marca entende que a tecnologia não deve ser um fim, mas um meio para facilitar as relações humanas e promover o bem-estar, principalmente em um mundo cada vez mais digitalizado.

A tecnologia é um dos grandes dilemas do nosso tempo. Ao mesmo tempo em que evolui exponencialmente com soluções que nos tornam melhores, cria uma dependência que exige estarmos sempre disponíveis, formando uma sociedade em crescente estado de fadiga ao tentar acompanhar a velocidade das atualizações de um mundo cada vez mais tecnológico e conectado.

Nesse contexto, a plataforma de comunicação “Tem Tempo pra Tudo” dá continuidade a uma narrativa potente, construída e trabalhada pela Vivo desde 2018, com o objetivo de alertar as pessoas sobre o uso excessivo da tecnologia e promover discussões que incentivem mudanças comportamentais na sociedade.

Desde o ano passado, aprofundamos esse olhar e lançamos a campanha “Relacionamento Tóxico”,

com o objetivo de provocar a reflexão de que, sem perceber, estamos vivendo em um “relacionamento tóxico” com o nosso celular. Através do chamado “É tempo de mudar o seu tempo com o celular”, convidamos as pessoas a repensarem essa relação em uma campanha impactante, que alcançou grande repercussão nas principais mídias. Após esse alerta, a comunicação evoluiu para um tom mais otimista e inspirador com a websérie “A Vida Convida”, um projeto inédito em quatro episódios, exibido no digital e no cinema. Nele, a atriz Denise Fraga vai às ruas de forma inédita para reforçar a mensagem de forma mais poética, interagindo com as pessoas e convidando-as a se reconectarem com as coisas simples da vida, longe do celular.

Consciente de sua responsabilidade ao abordar o excesso de uso da tecnologia, em 2026 a Vivo dá continuidade a essa plataforma e faz um novo convite para as pessoas repensarem seu tempo com o celular por meio do filme “Afogados”. Com criação desenvolvida sob a consultoria do psiquiatra Rodrigo Bressan, professor da Unifesp e referência no tema da saúde mental, especialmente em infância e adolescência, a narrativa se constrói a partir de uma metáfora visual potente: um personagem em situações corriqueiras do dia a dia, completamente absorvido pelo celular e que, sem perceber, se vê imerso em um hábito cotidiano que o sufoca.

Essa nova fase da campanha integra um conjunto de iniciativas que a marca vem desenvolvendo ao longo dos últimos anos para estimular reflexões sobre o uso consciente do celular. A mensagem é clara: repensar a relação com o digital é um caminho para recuperar a presença e fortalecer a conexão com a vida real – uma comunicação consistente que reafirma o compromisso da Vivo em evoluir com responsabilidade e cuidado social, mesmo sendo parte relevante desse ecossistema.

A Vivo promove o uso consciente da tecnologia por meio da plataforma “Tem Tempo pra Tudo”, incentivando reflexões sobre a relação com o celular e o equilíbrio entre vida digital e vida real.

# Patrocínios e outros investimentos sociais

GRI 203-2

A Vivo acredita na cultura e esporte como meios de transformação social e é uma das principais marcas apoiadoras das artes visuais, cênicas e da música no Brasil, além de investir em patrocínios esportivos há mais de duas décadas.

A arte, assim como a tecnologia, cria conexões entre as pessoas e incentiva a busca do equilíbrio entre a história, a natureza e o tempo. Em 2025, a marca patrocinou mais de 90 projetos em território nacional, com investimento superior a R\$ 100 milhões, impactando milhões de pessoas em todo o Brasil. Os patrocínios são viabilizados majoritariamente com recursos incentivados - Lei Rouanet, Lei de Incentivo ao Esporte e ICMS.

Atualmente, a Vivo também é patrocinadora dos principais museus do Brasil, como o Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP), a Pinacoteca de São Paulo, o Museu da Imagem e do Som (MIS), o Museu Afro-Brasil (MAB), o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP) e Rio de Janeiro (MAM-RJ), Bienal de São Paulo, além do Instituto Inhotim e Palácio das Artes, ambos em Minas Gerais, e o Museu Oscar Niemeyer, no Paraná.



O Teatro Vivo, em São Paulo, é um espaço totalmente acessível, oferecendo recursos como tradução em libras, audiodescrição e equipe treinada, garantindo inclusão para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Em 2025, recebeu mais de 50 mil pessoas e conta com uma curadoria de peças contemporâneas, que promovem reflexões sobre questões atuais e valorizam a diversidade cultural.

A marca também apoia projetos no universo da música que são genuinamente brasileiros e regionais, reforçando a proximidade com a cultura local em eventos icônicos e tradicionais do nosso país, como o Festival de Parintins, Galo da Madrugada, Festival Çairé, Lollapalooza e The Town. Ainda nesse território, com o apoio do Ministério da Cultura, a Vivo retomou a circulação do projeto Vivo Música, que levou shows gratuitos e inéditos para várias cidades brasileiras, com grandes artistas da música popular.

As ações da marca no âmbito cultural ampliam o acesso ao conhecimento com novas formas de vivência e aprendizado, fortalecidas pela diversidade, sustentabilidade, inclusão e educação. Todas as informações estão reunidas e sendo compartilhadas nos perfis @vivo.cultura e @vivo no Instagram.

O resultado dessas iniciativas é reconhecido pelo público, que colocou a Vivo entre as três marcas mais associadas à música e festivais no Brasil, de acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Mindminers 2025 e conduzida por V.Trends - Hub de Pesquisa e Insights da Vivo, além de uma das mais associadas à arte e à cultura.

## Esporte

Em 2025, a Vivo consolidou seu compromisso com o esporte brasileiro por meio de diversos patrocínios e apoios a eventos e entidades esportivas, como a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), World Surf League (WSL), Confederação Brasileira de Ginástica (CBG), Comitê Olímpico do Brasil (COB) Street League Skateboarding (SLS), Track&Field Run Series, World Trail Races (WTR), Stock Car, Esporte Clube Pinheiros, Naurú, Ironman 70.3 e Triday Series, L'Étape, Estrelas, Copa do Mundo de Beach Tennis, entre outras iniciativas. Essa atuação também trouxe reconhecimento do público, colocando a marca como uma das mais associadas ao esporte no geral, de acordo com a mesma pesquisa do Instituto Mindminers em 2025, além de altos índices de associação no Surf, Futebol, Beach Tennis, entre outros.

# Anexos

- Estrutura de governança e sua composição
- Gestão de riscos corporativos
- Gestão integrada de materialidade
- Principais compromissos públicos do Plano de Sustentabilidade (PS)
- Global Reporting Initiative (GRI) e Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- Sumário de conteúdo da GRI
- Sumário de conteúdo da SASB
- Relatório de asseguuração



# Estrutura de governança e sua composição

(data base 31/12/2025)

GRI 2-9

Membro	Gênero	Nacionalidade	Data de nascimento	Membro executivo	Membro independente	Data da nomeação <sup>(1)</sup>	Auditoria e controle	Nomeação, remuneração e governança corporativa	Qualidade e sustentabilidade
Andrea Capelo Pinheiro	Feminino	Brasileira	13 de agosto de 1966	Não	Sim	26/04/2022	Membro	–	–
Cesar Mascaraque Alonso	Masculino	Espanhol	10 de fevereiro de 1972	Não	Sim	25/04/2025	–	–	Membro
Christian Mauad Gebara	Masculino	Brasileiro	29 de setembro de 1972	Sim	Não	01/01/2019	–	–	–
Cristina Presz Palmaka de Luca <sup>(2)</sup>	Feminino	Brasileira	06 de setembro de 1968	Não	Sim	25/04/2025	–	–	Membro
Denise Soares dos Santos	Feminino	Brasileira	23 de julho de 1968	Não	Sim	31/01/2023	–	Membro <sup>5</sup>	Presidente
Eduardo Navarro de Carvalho	Masculino	Brasileiro	30 de janeiro de 1963	Não	Não	13/07/2005	–	Presidente	–
Francisco Javier de Paz Mancho <sup>(3)</sup>	Masculino	Espanhol	18 de abril de 1959	Não	Não	19/02/2008	–	Membro	–
Gregorio Martínez Garrido	Masculino	Espanhol	24 de janeiro de 1963	Não	Sim	25/04/2025	–	–	Membro
Ignácio Moreno Martínez	Masculino	Espanhol	30 de julho de 1957	Não	Sim	26/04/2022	Presidente	–	–
Jordi Gual Solé	Masculino	Espanhol	12 de junho de 1957	Não	Sim	26/04/2022	Membro	–	–
Marc Xirau Trias	Masculino	Espanhol	25 de maio de 1969	Não	Sim	25/04/2025	–	Membro	–
Solange Sobral Targa <sup>(4)</sup>	Feminino	Brasileira	20 de setembro de 1972	Não	Sim	26/04/2022	–	–	Membro


(1) Data da primeira eleição. O Conselheiro Eduardo Navarro de Carvalho deixou o Conselho de Administração e retornou após determinado período (saída do primeiro mandato: 19/02/2008 / eleição do segundo mandato: 07/11/2011).

(2) Representante especialista em assuntos de sustentabilidade da Companhia.

(3) Em 12/02/2026, o Sr. Francisco Javier de Paz Mancho renunciou ao cargo, com eficácia a partir de 13/02/2026. Em 27/04/2026, a Sra. María Cristina Rotondo Urcola foi eleita para compor o Conselho de Administração da Companhia em substituição ao Sr. Francisco Javier de Paz Mancho.

(4) Membro do Conselho de Administração responsável pela Revisão da Estratégia de Segurança Digital da Companhia.

(5) Eleita como membro do Nomeação, remuneração e governança corporativa em 07/05/2026.

 [A composição atual do Conselho de Administração pode ser acessada no site de Relações com Investidores.](#)

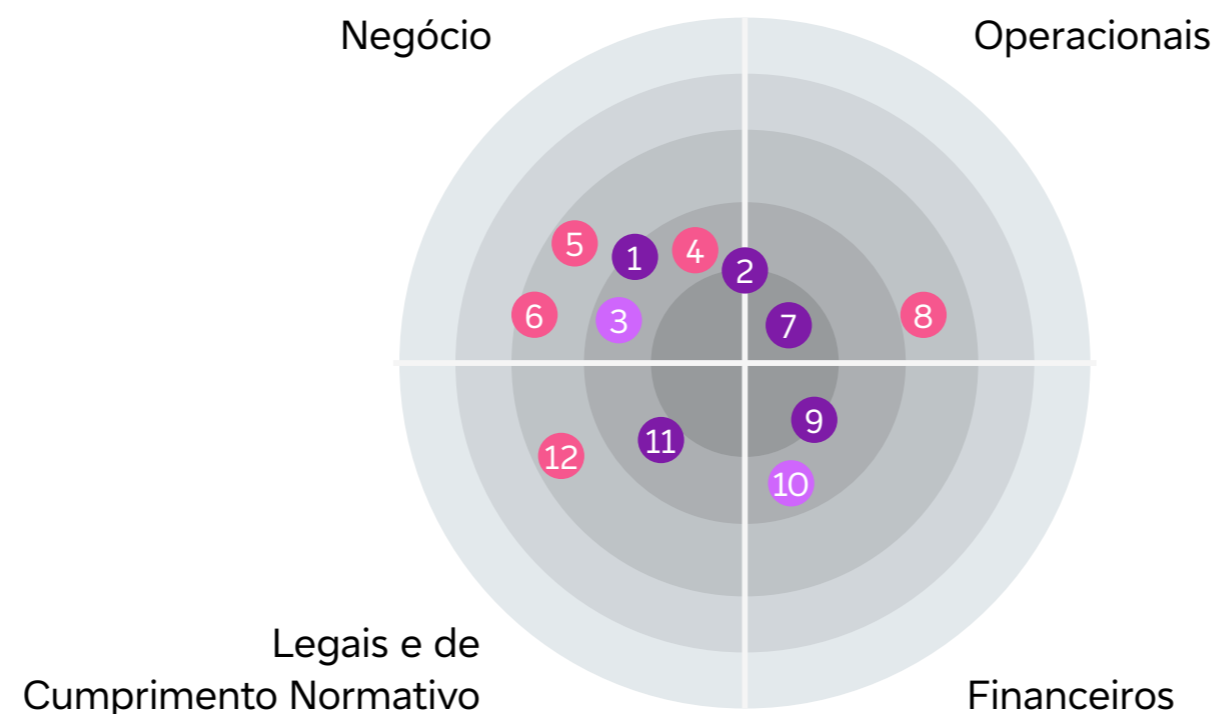
# Gestão de riscos corporativos

## Fatores de risco

Os riscos de mercado (Risk Factors do Brasil, referenciados do 20-F) que podem impactar a Companhia são priorizados com base em seu nível de criticidade. Todas as temáticas de riscos apresentadas nesta seção são detalhadas nos Fatores de Risco mais adiante. Os 12 fatores de risco, ilustrados no gráfico, representam uma agregação de todos os fatores detalhados posteriormente.

Entre essas temáticas, destacam-se os fatores de risco que podem afetar o negócio, a situação financeira, os resultados operacionais e os fluxos de caixa da Companhia. Os fatores de risco apresentados refletem aqueles considerados atualmente relevantes e materiais para a tomada de decisão de investimentos.

É importante ressaltar, entretanto, que a Companhia está exposta a outros riscos que não estão detalhados nesta seção, em função dos critérios adotados na avaliação, que considera a probabilidade de ocorrência e a magnitude dos potenciais impactos econômicos, de conformidade, reputacionais e relacionados aos aspectos ESG (ambientais, sociais e de governança).



- 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

 O detalhamento completo está disponível no item D, Risk Factors, nas páginas 15 a 32 do 20-F.

## Resumo dos Riscos Relacionados a Questões Financeiras

- O brasileiro exerceu e continua exercendo influências significativas na economia brasileira. Esta influência, bem como as condições políticas e econômicas, pode afetar adversamente a nós e o preço de negociação de nossas ações.
- Instabilidade política pode causar um impacto desfavorável na economia brasileira, e em nossos negócios e no valor de mercado de nossas ações.
- 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 evolução política, econômica e social e a percepção de risco em outros países, tanto países de mercados emergentes quanto desenvolvidos, podem afetar adversamente a economia brasileira, nossos negócios e o preço de mercado dos títulos brasileiros, inclusive nossas ações.
- Qualquer rebaixamento do rating de crédito soberano do Brasil poderia reduzir o preço de negociação de nossas ações.
- Alterações em impostos e outros encargos, ou mudanças na interpretação das leis ou regulamentações tributárias, podem afetar adversamente a Companhia e nossos acionistas.

- Flutuações na taxa de câmbio podem afetar adversamente nossa capacidade de pagar obrigações denominadas ou atreladas a moedas estrangeiras, e podem ter um efeito adverso no valor de mercado de nossas ações.
- Conflitos geopolíticos, instabilidade e sanções relacionadas podem ter um efeito adverso significativo nas economias global e brasileira, bem como na Companhia.
- Potenciais eventos globais ou nacionais relacionados à saúde, incluindo surtos de doenças contagiosas, epidemias ou pandemias, podem afetar significativamente nossas operações.
- Certos acordos de dívida contêm compromissos financeiros, indicadores-chave de desempenho e metas, e qualquer inadimplência nesses acordos de dívida pode ter um efeito desfavorável relevante em nossa situação financeira e fluxos de caixa.

## Resumo dos Riscos Relacionados a Questões Operacionais

- A tecnologia da informação é essencial para nossos negócios e pode estar sujeita a riscos de segurança cibernética.
- Empresas do setor de telecomunicações, inclusive nós, podem ser prejudicadas por restrições quanto à implantação e manutenção da infraestrutura de rede.

- 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.
- 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.

## Resumo dos Riscos Relacionados ao Nosso Negócio e Indústria

- Dependemos de pessoal-chave e de nossa capacidade de contratar e reter funcionários.
- Estamos sujeitos a passivos relacionados à contratação de terceiros, o que pode ter um efeito adverso relevante em nossos negócios e resultados operacionais.
- Fazemos investimentos tendo como base projeções de demandas que podem ser imprecisas devido à volatilidade econômica e resultar em receitas abaixo do volume estimado.
- Nossas licenças de radiofrequência atuais podem não ser renovadas por períodos adicionais.
- 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.
- A ampla regulamentação governamental do setor de telecomunicações pode limitar, em alguns casos, nossa flexibilidade para responder às condições de mercado, à concorrência e às mudanças em nossa estrutura de custos ou impactar nossas tarifas.
- O descumprimento das condições estabelecidas em nosso Termo de Autorização pode afetar material e adversamente nossos resultados operacionais.
- Dependemos de fornecedores-chave para obter os serviços e equipamentos necessários para nosso negócio.
- Nossos resultados operacionais podem ser negativamente afetados 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.
- Nossa expansão para novos setores de negócios pode nos expor a riscos operacionais e regulatórios.

### Resumo dos Riscos Relacionados a Questões Jurídicas e de Cumprimento Normativo

- Enfrentamos riscos associados a ações judiciais.
- Estamos expostos a riscos relacionados ao cumprimento de leis e regulamentações voltadas ao combate à corrupção e programas de sanções econômicas.
- A regulamentação da Internet no Brasil ainda é limitada, e algumas questões legais relacionadas à Internet ainda são incertas.

 O detalhamento completo está disponível no item D, Risk Factors, nas páginas 15 a 32 do 20-F.

## Riscos emergentes

No processo de identificação de novos riscos, a Vivo considera também os riscos emergentes, sendo ameaças identificadas recentemente e que potencialmente podem impactar o desenvolvimento futuro da Companhia 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 os seguintes cenários:

RISCO	DESCRIÇÃO DO RISCO	IMPACTO	AÇÕES MITIGATÓRIAS
<b>1. Cibersegurança, ciberataques e contexto geopolítico</b>	Aumento da sofisticação dos ciberataques impulsionada por IA, tensões geopolíticas e riscos futuros ligados à computação quântica. Vulnerabilidades podem ser exploradas para ransomware, roubo de dados, espionagem ou danos à infraestrutura crítica.	Prejuízos operacionais, danos à imagem, roubo de dados e risco para clientes e terceiros, podendo afetar operações comerciais e críticas.	Estratégia baseada em antecipação, monitoramento contínuo, ciberinteligência, tecnologias “quantum-safe”, automação com IA e seguros contra ciber-riscos.
<b>2. Fragmentação regulatória sobre Inteligência Artificial</b>	Adoção rápida de IA generativa sem marcos claros de segurança e governança, com regras divergentes entre países. Isso dificulta padronização, qualidade de dados e fluxo internacional de informações.	Incerteza regulatória, risco de sanções, interrupções de dados e dificuldades no desenvolvimento e implantação de modelos de IA.	Monitoramento regulatório global, diálogo com reguladores e evolução dos modelos internos de governança e qualidade de dados.
<b>3. Adoção descontrolada da IA Generativa</b>	Uso acelerado de IA sem controles adequados aumenta risco de vazamento de dados, erros, modelos não validados e falta de transparência nas decisões automatizadas.	Risco de falhas operacionais, altos custos de correção, multas por proteção de dados e danos à reputação e confiança de clientes e reguladores.	Governança interna contínua, supervisão humana, avaliação de riscos (privacidade, segurança, propriedade intelectual) e fortalecimento da cultura digital e de IA.
<b>4. Confrontação geoeconômica e política</b>	Crescente uso de sanções, tarifas e restrições comerciais em meio a tensões geopolíticas e tecnológicas (EUA x China). Riscos de ruptura nas cadeias globais de suprimento e limitação de acesso a tecnologias críticas.	Aumento de custos, atrasos em projetos (fibra, 5G/6G, data centers), restrições tecnológicas, pressões em margem e maior exposição regulatória.	Otimização da estrutura corporativa, diversificação de fornecedores, acordos regionais, planos de contingência e foco em mercados mais resilientes.
<b>5. Intensificação dos impactos das mudanças climáticas</b>	Aumento da frequência e gravidade de eventos extremos (ondas de calor, enchentes, incêndios), além de possíveis mudanças abruptas em sistemas naturais. Afeta pessoas, infraestrutura, cadeias e operação.	Danos à infraestrutura, interrupções operacionais, custos elevados, riscos à segurança do pessoal e necessidade de garantir conectividade em crises.	Reforço de infraestrutura crítica, energia renovável, planos de continuidade, seguros climáticos, economia circular e adaptação da cadeia de valor.

## Riscos e oportunidades climáticas

Descrição dos principais riscos e oportunidades climáticas identificados na avaliação sobre riscos climáticos realizada.

GRI 3-3 Tema material: Mudanças climáticas

CATEGORIA	NATUREZA	DESCRIÇÃO DOS RISCOS	IMPACTO FINANCEIRO	GESTÃO E MITIGAÇÃO DOS RISCOS
<b>RISCO FÍSICO   AGUDO</b>	<b>Ondas de calor</b>	Aumento do consumo de eletricidade devido à maior necessidade de resfriamento, associado ao aumento das temperaturas devido à maior frequência e recorrência de ondas de calor. Além disso, ondas de calor podem causar superaquecimento dos equipamentos, afetando não apenas a eficiência operacional, mas também o bem-estar físico dos colaboradores, devido ao estresse térmico.	Aumento do custo operacional.	Para gerenciar esses riscos físicos, a Telefônica Brasil conta com um Plano de Eficiência Energética, que visa reduzir o consumo de energia elétrica, e um Plano de Energia Renovável, que permite à Companhia ser menos dependente das flutuações do preço da energia elétrica. MODELO OPERACIONAL
	<b>Tempestade e Inundação</b>	Risco de continuidade de negócios e aumento dos custos de substituição de ativos danificados devido à maior ocorrência de eventos climáticos extremos.	Aumento dos custos operacionais devido à substituição de ativos danificados. Redução da receita devido à indisponibilidade de serviços.	A Telefônica Brasil possui Planos de Continuidade de Negócios aplicáveis a todos os processos e/ou serviços relevantes, que visam maximizar a resiliência de suas operações diante de qualquer potencial interrupção. Além disso, possui um sistema de gestão de crises com uma estrutura de Comitês de Crise, que são acionados quando necessário e contam com o apoio de especialistas para cada tipo de incidente. Da mesma forma, o seguro contra impactos patrimoniais e a indisponibilidade de serviços devido a eventos climáticos extremos é considerado dentro do modelo de seguro. PLANO DE ADAPTAÇÃO
<b>RISCO FÍSICO   CRÔNICO</b>	<b>Secas</b>	Possível aumento nos preços de eletricidade durante períodos de seca, principalmente devido ao acionamento das termelétricas, que provoca a alteração da bandeira tarifária para a vermelha.	Aumento do custo operacional.	O Plano de Energia Renovável permite à Companhia ser menos dependente das flutuações do preço da energia elétrica. MODELO OPERACIONAL
<b>RISCO DE TRANSIÇÃO</b>	<b>Mercado</b>	Aumento de custos com energia elétrica.	Aumento do custo operacional.	Para gerenciar esses riscos físicos, a Telefônica Brasil conta com um Plano de Eficiência Energética, que visa reduzir o consumo de energia elétrica, e um Plano de Energia Renovável, que permite à Companhia ser menos dependente das flutuações do preço da energia elétrica. Além disso, a Companhia possui uma Instrução Corporativa sobre compras de baixo carbono, que inclui o cálculo do Custo Total de Propriedade (Total Cost of Ownership – TCO). Isso orienta a aquisição de equipamentos mais eficientes, garantindo que as decisões de compra sejam voltadas para tecnologias de baixo carbono. PLANO DE ADAPTAÇÃO E MODELO ECONÔMICO
		Aumento no preço do prêmio dos seguros devido a riscos climáticos.	Aumento do custo operacional com prêmios de seguros para eventos climáticos extremos.	A Companhia tem uma apólice de seguro com cobertura para Riscos da Natureza, integrando a apólice de Risco Operacional. Isso protege o patrimônio contra diversos incidentes e dilui a taxa do prêmio mediante a totalidade dos eventos de risco, incluindo não apenas os climáticos. MODELO ECONÔMICO

CATEGORIA	NATUREZA	DESCRIÇÃO DOS RISCOS	IMPACTO FINANCEIRO	GESTÃO E MITIGAÇÃO DOS RISCOS
OPORTUNIDADES	<b>Eficiência dos recursos</b>	Otimização de custos em redes e operações, para melhor gestão energética.	Redução de custos operacionais (OPEX de eletricidade).	O Plano de Eficiência Energética possibilita uma importante vantagem competitiva ao setor, aumentando a eficiência e a resiliência da rede sem causar um aumento do consumo de energia. MODELO OPERACIONAL
	<b>Produtos e serviços</b>	Soluções de conectividade e digitalização são essenciais para descarbonizar outros setores da economia e permitem que a Companhia acesse novas oportunidades de negócios.	Aumento da receita em decorrência da maior demanda por conectividade e produtos e serviços que contribuem 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 trabalham com oportunidade e impulsionamento dos serviços digitais, contribuindo para a descarbonização dos clientes. MODELO COMERCIAL
	<b>Fontes de energia</b>	Redução da exposição à volatilidade dos preços de energia e redução do OPEX por meio da aquisição de energias renováveis (eletricidade e combustíveis) em substituição às convencionais.	Redução de custos operacionais (OPEX de eletricidade).	O Plano de Energia Renovável inclui todos os tipos de energia (autogeração, compra de energia renovável com garantia de origem, geração distribuída e PPAs de longo prazo) que resultam em economias consideráveis nos custos de energia elétrica para a Companhia. MODELO OPERACIONAL

## Avaliação e Desenvolvimento de Fornecedores

GRI 414-2, 3-3 Tema material: Trabalhadores da Cadeia de Valor

### Avaliações presenciais de fornecedores realizadas por um organismo de auditoria independente e acreditado (avaliação de 3ª parte)

---

Todos os anos, auditorias de terceiros são realizadas com fornecedores selecionados que atuam nos serviços de mão de obra alocada nas operações da Companhia. Essas auditorias seguem critérios homogêneos de sustentabilidade ao nível regional, com o objetivo de verificar o cumprimento dos requisitos mínimos estabelecidos em nossa Política de Sustentabilidade da Cadeia de Suprimentos (aspectos éticos, obrigações trabalhistas, saúde e segurança no trabalho, meio ambiente e/ou segurança e proteção de dados), bem como sua extensão entre os fornecedores desses fornecedores.

Em 2025, as auditorias de terceiros foram conduzidas pela Achilles South Europe S.L.U.

#### Triagem de Fornecedores

---

##### Metodologia de triagem de fornecedores

### 1. Risco específico do país

---

O IntegrityNext é a ferramenta de monitoramento implementada para acompanhar fornecedores de alto risco em termos de sustentabilidade, que utiliza dados quantitativos de fontes internacionalmente reconhecidas para avaliar o nível de risco associado a cada área de risco em cada país. Instituições influentes e ONGs amplamente conhecidas publicam regularmente indicadores que avaliam o desempenho de um país em várias dimensões da sustentabilidade, incluindo ambiente, social e governança.

O IntegrityNext utiliza 25 diferentes indicadores para avaliar 13 áreas de risco para cada país.

### 2. Risco específico do setor

---

O IntegrityNext é a ferramenta de monitoramento implementada para acompanhar fornecedores de alto risco em termos de sustentabilidade, que utiliza dados quantitativos de fontes internacionalmente reconhecidas para avaliar o nível de risco associado a cada área de risco em cada indústria.

Com base nesses dados qualitativos, o IntegrityNext atribui classificações de risco de 1 a 5 (risco muito alto, alto, médio, baixo e muito baixo) às indústrias, usando indicadores.

O IntegrityNext utiliza uma variedade de indicadores ambientais e sociais para avaliar o risco setorial de um fornecedor. Uma área de risco pode ser composta por diferentes indicadores industriais.

### 3. Risco específico de commodities

---

Todos os fornecedores monitorados pelo IntegrityNext devem preencher uma avaliação confirmando que os produtos que fabricam, contratam ou comercializam não contêm minerais provenientes de zonas de conflito. Além disso, nossa Política de Sustentabilidade da Cadeia de Suprimentos inclui uma cláusula que exige que os fornecedores tenham uma política e processos claros para garantir conformidade com a Seção 1502 da Lei Dodd-Frank.

Os minerais declarados pelos fornecedores serão alinhados com a Orientação de Due Diligence da OCDE para Cadeias de Suprimentos Responsáveis de Minerais provenientes de Áreas de Conflito e Alto Risco.

Se solicitado pela Telefónica, o fornecedor deve preencher o Conflict Minerals Reporting Template da Responsible Minerals Initiative ou um questionário similar aprovado pela Telefónica, com o objetivo de aumentar a transparência sobre a origem desses minerais na cadeia de valor da Companhia.

---

# Gestão integrada da materialidade







GRI 3-2

















I: Impacto R: Risco O: Oportunidade

Tema Material	I	R	O	Cadeia de Valor	Stakeholders	Horizonte Temporal	Principais iniciativas de Gerenciamento	Indicadores	Gestão na Vivo
<b>Consumidores Finais</b>	X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>Upstream</li> <li>Operações</li> <li>Downstream</li> </ul>	Clientes, Empregados, Fornecedores, Acionistas e analistas, Sociedade, Reguladores, Conselho e Outras partes interessadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Curto Prazo</li> <li>Médio Prazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados</li> <li>Iniciativas de Experiência do Cliente</li> <li>Soluções digitais B2C e B2B</li> <li>Frentes de digitalização e uso responsável da tecnologia</li> <li>Programas da Fundação Telefônica Vivo</li> </ul>	3-1; 3-2; 3-3   203-1; 203-2; 418-1	Páginas 52; 66; 68; 69; 71; 74; 78; 100
<b>Conduta Empresarial</b>	X	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>Upstream</li> <li>Operações</li> <li>Downstream</li> </ul>	Clientes, Empregados, Fornecedores, Acionistas e analistas, Sociedade, Reguladores, Conselho e Outras partes interessadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Curto Prazo</li> <li>Médio Prazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vivo de Acordo (Programa de Integridade)</li> <li>Vivo Segura (Programa de Segurança Digital)</li> <li>Continuidade de Negócios</li> <li>Iniciativas de Uso Responsável da Tecnologia</li> <li>Gestão de Fornecedores e Parceiros</li> </ul>	3-1; 3-2; 3-3   205-1; 205-2; 205-3; 206-1; 415-1	Páginas 19; 25; 29; 83
<b>Mudanças Climáticas</b>	X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>Upstream</li> <li>Operações</li> <li>Downstream</li> </ul>	Clientes, Funcionários, Fornecedores, Sociedade, Acionistas e Analistas, Reguladores, Conselho, Outras Partes Interessadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Curto Prazo</li> <li>Médio Prazo</li> <li>Longo Prazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plano de Ação Climática</li> <li>Programa de Eficiência Energética</li> <li>Gestão de Riscos e Oportunidades Climáticas</li> </ul>	3-1; 3-2; 3-3   302-1; 302-3; 302-4; 305-1; 305-2; 305-3; 305-4; 305-5	Páginas 89; 91; 94; 134
<b>Economia Circular</b>	X		X	<ul style="list-style-type: none"> <li>Upstream</li> <li>Operações</li> <li>Downstream</li> </ul>	Clientes, Empregados, Fornecedores, Acionistas e Analistas, Sociedade, Reguladores, Conselho e Outras Partes Interessadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Curto Prazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plano de Economia Circular</li> <li>Logística Reversa</li> <li>Vivo Recycle</li> <li>Gestão de Resíduos</li> </ul>	3-1; 3-2; 3-3   301-3; 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5	Páginas 97-98
<b>Pessoal Próprio</b>	X	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>Operações</li> </ul>	Empregados, Fornecedores, Acionistas e Analistas, Sociedade e Reguladores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Curto Prazo</li> <li>Médio Prazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paixão Púrpura</li> <li>Vivo Diversidade</li> <li>Ações de treinamento e desenvolvimento</li> <li>Segurança do Trabalho</li> <li>Vivo Bem-Estar</li> <li>Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados</li> </ul>	3-1; 3-2; 3-3   401-1; 403-1; 403-2; 403-3; 403-4; 403-5; 403-6; 403-8; 403-9; 403-10; 404-1; 405-1; 405-2; 406-1	Páginas 105; 107; 109; 111; 119; 121
<b>Trabalhadores da Cadeia de Valor</b>	X	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>Upstream</li> <li>Operações</li> <li>Downstream</li> </ul>	Empregados, Fornecedores, Sociedade e Acionistas e Analistas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Médio Prazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados</li> <li>Gestão de Aliados</li> <li>Segurança do Trabalho</li> </ul>	3-1; 3-2; 3-3   204-1; 403-7; 409-1; 414-1; 414-2	Páginas 101-103; 136

# Principais compromissos públicos do Plano de Sustentabilidade (PS)

■ Em andamento ▲ Atingido ▼ Não atingido

Tema Material	Compromissos	Ano da Meta	Status 2025	Resultados 2025	ODS
Pessoal Próprio	<b>Gênero - Alcançar e manter:</b>				  
	40% de mulheres em cargos diretivos / cargos de alta liderança	2035	■	35% de mulheres em cargos de alta liderança	
	45% mulheres em posições de liderança	2035	■	39,8% de mulheres em posições de liderança	
	<b>Raça - Alcançar e manter:</b>				
	40% de negros em posições de liderança	2035	■	34,1% de negros em posições de liderança	
	45% no quadro geral de colaboradores	2035	■	44,8% de negros no quadro geral de colaboradores	
	<b>Outros públicos - Alcançar e manter:</b>				
>=9,0% de colaboradores autodeclarados LGBTI+	2025	▲	10,1% de colaboradores autodeclarados LGBTI+		
>=5,5% de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores	2025	▲	5,8% de pessoas com deficiência		
Garantir alto nível de engajamento e satisfação dos colaboradores	2025	▲	88 pontos no Employee Net Promoter Score (eNPS)		
Mudanças Climáticas	<b>Net Zero até 2035:</b>				 
	Manter em 90% a redução das emissões dos escopos 1 e 2 (vs 2015)	2035	▲	91% de redução (2025 vs 2015)	
	Reduzir 90% as emissões da cadeia de valor (escopo 3) vs 2016	2035	■	49% de redução (2025 vs 2016)	
	Neutralizar as emissões residuais de todos os escopos (1, 2 e 3)	2035	■	Neutralização ou compensação aderente ao planejado	
	<b>Energia:</b>				
Manter consumo de energia elétrica 100% renovável	2035	▲	100% da energia elétrica advindo de fontes renováveis		
Reduzir em 90% o consumo de energia por unidade de tráfego (vs 2015)	2025	▲	90% de redução mantida		
Economia Circular	Atingir 375 toneladas de resíduos eletroeletrônicos coletados por meio do Vivo Recycle desde o início do programa (2006)	2035	▲	45 toneladas coletadas	

Tema Material	Compromissos	Ano da Meta	Status 2025	Resultados 2025	ODS
<b>Conduta Empresarial</b>	Treinar 100% dos colaboradores nos Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética)	2025	▼	98% dos colaboradores treinados	 
	Manter e ampliar certificações e similares	2025	▲	Certificações mantidas e/ou com escopo ampliado: ISO 45001, ISO 27001, ISO 14001, ISO 50001, ISO 26000 e DSC 10.000.	 
	Manter auditoria independente ISO 26000 (Responsabilidade Social Corporativa)	2025	▲	Auditoria independente realizada (92% de conformidade)	
	Avaliar as principais operações de risco em aspectos de direitos humanos	2025	▲	100% das principais operações avaliadas	
	Manter destaque em avaliações especializadas ESG (ISE, S&P Global, Sustainalytics, etc)	2025	▲	Entre as líderes do setor nas principais agências de avaliação ESG	
	Manutenção no Dow Jones Best-In-Class Index	2025	▲	Única telecom brasileira no índice	
	Manter a liderança em reputação em pesquisas de reputação corporativa	2025	▲	Top 10 empresa com a melhor reputação no Brasil segundo o Monitor Merco Empresarial de Reputação Corporativa	
<b>Consumidores Finais</b>	Aumentar o NPS (Net Promote Score)	2025	▲	Crescimento de 3 p.p. (2025 vs 2024)	  
	Manter 100% dos novos produtos avaliados com critérios de sustentabilidade (Responsibility by design)	2025	▲	100% dos novos produtos avaliados	
	Fortalecer as soluções digitais com impacto ambiental e social positivo	2025	▲	Soluções em saúde, entretenimento, energia e serviços financeiros presentes no portfólio	  
	Contribuir para que os clientes reduzam suas emissões de GEE	2025	▲	16,4 milhões de tCO <sub>2</sub> e evitadas de clientes	
<b>Trabalhadores da Cadeia de Valor</b>	Alcançar 100% de fornecedores de alto risco avaliados em questões de sustentabilidade	2025	▼	72% dos fornecedores de alto risco avaliados	  
	Engajar e desenvolver fornecedores e parceiros no tema de gestão responsável	2025	▲	1.459 fornecedores avaliados em ESG pelo programa Parceiro Plural e demais ações planejadas realizadas	
-	Beneficiar cerca de 2 milhões de pessoas/ano através da Fundação Telefônica Vivo	2025	▲	+2 milhões de pessoas beneficiadas	 

# Global Reporting Initiative (GRI) e Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

As tabelas apresentam indicadores quantitativos da GRI e da SASB, organizados por tema material<sup>1</sup> e em série histórica de três anos, o que favorece a análise comparativa e o acompanhamento da evolução das práticas da Vivo.

## PESSOAL PRÓPRIO

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 2-7	Número total de colaboradores	Número	33.252	33.094	32.195	O número de colaboradores e todas as estratificações referentes ao indicador 2-7 consideram funcionários efetivos das empresas Telefônica Brasil e Terra com status de admitidos e ativos em dezembro de 2025.
GRI 2-7	Número de colaboradores por gênero   Masculino	Número	18.414	18.099	17.525	
GRI 2-7	Número de colaboradores por gênero   Feminino	Número	14.838	14.995	14.665	
GRI 2-7	Número de colaboradores por gênero   Não declarado	Número	0	0	5	
GRI 2-7	Número de colaboradores por região   Região Centro-Oeste	Número	1.751	1.696	1.548	
GRI 2-7	Número de colaboradores por região   Região Nordeste	Número	3.823	3.775	3.769	
GRI 2-7	Número de colaboradores por região   Região Norte	Número	579	585	568	
GRI 2-7	Número de colaboradores por região   Região Sudeste	Número	20.436	20.845	20.244	
GRI 2-7	Número de colaboradores por região   Região Sul	Número	6.617	6.146	6.066	
GRI 2-7	Número de colaboradores por região   Região nula	Número	46	47	0	
GRI 2-7	Número total de colaboradores em tempo integral	Número	26.403	26.425	25.738	

<sup>1</sup>Além dos indicadores diretamente associados aos temas materiais, foram incluídos conteúdos gerais da GRI (GRI 2), apresentados no agrupamento ao qual guardam maior afinidade informativa. Essa forma de apresentação tem finalidade exclusivamente editorial e não altera a classificação da materialidade da Vivo.

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por gênero   Feminino	Número	10.024	10.216	10.011	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por gênero   Masculino	Número	16.379	16.209	15.724	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por gênero   Não declarado	Número	0	0	3	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por região   Região Centro-Oeste	Número	1.695	1.646	1.507	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por região   Região Nordeste	Número	2.048	2.078	2.041	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por região   Região Norte	Número	529	529	522	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por região   Região Sudeste	Número	17.412	17.623	17.351	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por região   Região Sul	Número	4.673	4.502	4.317	
GRI 2-7	Número de colaboradores em tempo integral por região   Região nula	Número	0	0	0	
GRI 2-7	Número total de colaboradores de período parcial	Número	6.849	6.669	6.457	Considera colaboradores efetivos que possuem regime de trabalho mensal menor que 220 horas.
GRI 2-7	Número de colaboradoras de período parcial por gênero   Feminino	Número	4.814	4.779	4.654	
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por gênero   Masculino	Número	2.035	1.890	1.801	
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por gênero   Não declarado	Número	0	0	2	
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por região   Região Centro-Oeste	Número	56	50	41	
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por região   Região Nordeste	Número	1.775	1.697	1.728	
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por região   Região Norte	Número	50	56	46	
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por região   Região Sudeste	Número	3.024	3.222	2.893	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por região   Região Sul	Número	1.944	1.644	1.749	
GRI 2-7	Número de colaboradores de período parcial por região   Região nula	Número	0	0	0	
GRI 2-30	Percentual de colaboradores cobertos por acordos de negociação coletiva	Percentual (%)	100	100	100	100% dos colaboradores com contrato de trabalho por tempo indeterminado são cobertos por acordos ou convenções coletivas de trabalho. Este número desconsidera estagiários, aprendizes, terceiros, conselheiros e Hub SP.
GRI 401-1	Número total de novas contratações de colaboradores	Número	5.500	5.184	5.455	
GRI 401-1	Taxa total de novas contratações de colaboradores	Percentual (%)	17	16	17	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por gênero   Feminino	Número	2.851	2.954	2.950	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por gênero   Feminino	Percentual (%)	19	20	20,1	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por gênero   Masculino	Número	2.646	2.230	2.505	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por gênero   Masculino	Percentual (%)	14	12	14,3	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Número	2.430	2.222	2.382	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	35	35	40	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por faixa etária   De 30 a 50 anos	Número	2.847	2.782	2.904	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	12	12	13	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por faixa etária   Acima de 50 anos	Número	222	180	169	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	7	5	4,4	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por região   Região Centro-Oeste	Número	270	275	187	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por região   Região Centro-Oeste	Percentual (%)	15	16	12,1	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por região   Região Nordeste	Número	897	747	831	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por região   Região Nordeste	Percentual (%)	24	20	22	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por região   Região Norte	Número	203	163	140	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por região   Região Norte	Percentual (%)	35	28	24,6	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por região   Região Sudeste	Número	3.230	3.213	2.982	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por região   Região Sudeste	Percentual (%)	16	15	14,7	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por região   Região Sul	Número	875	764	1.315	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por região   Região Sul	Percentual (%)	13	12	21,7	
GRI 401-1	Número de novas contratações de colaboradores por região   Região nula	Número	25	22	0	
GRI 401-1	Taxa de novas contratações de colaboradores por região   Região nula	Percentual (%)	54	47	0	
KPI Complementar	Percentual total de posições preenchidas com candidatos internos	Percentual (%)	40	35	34	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por gênero   Feminino	Percentual (%)	55	54	54,9	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por gênero   Masculino	Percentual (%)	44	46	45	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por gênero   Outros	Percentual (%)	1	0,4	0,1	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	35	33	32,8	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	62	65	63,7	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	3	2	3,5	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por raça   Asiáticos	Percentual (%)	2	2	1,6	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por raça   Brancos	Percentual (%)	35	40	41,6	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por raça   Negros	Percentual (%)	37	40	39,7	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por raça   Outros	Percentual (%)	0,2	0,2	0,4	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por raça   Não declarado	Percentual (%)	26	18	16,7	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por nível de gestão   Cargos de gestão júnior	Percentual (%)	66	60	61,7	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por nível de gestão   Cargos de gestão média	Percentual (%)	34	40	38,3	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos internos por nível de gestão   Cargos de gestão sênior	Percentual (%)	0	0	0	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por gênero   Feminino	Percentual (%)	52	57	55	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por gênero   Masculino	Percentual (%)	48	43	44,5	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por gênero   Outros	Percentual (%)	0	0	0,5	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	44	43	54,2	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	51	54	43,4	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	3	3	2,4	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por raça   Asiáticos	Percentual (%)	2	2	1,4	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por raça   Brancos	Percentual (%)	46	45	44,3	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por raça   Negros	Percentual (%)	52	53	54,2	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por raça   Outros	Percentual (%)	0	0,3	0,1	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por raça   Não declarado	Percentual (%)	0	0	0	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por nível de gestão   Cargos de gestão júnior	Percentual (%)	71	54	55,9	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por nível de gestão   Cargos de gestão média	Percentual (%)	29	43	43,1	
KPI Complementar	Percentual de posições preenchidas com candidatos externos por nível de gestão   Cargos de gestão sênior	Percentual (%)	0	3	1,1	
GRI 401-1	Número total de colaboradores que deixaram a organização	Número	5.148	5.319	6.328	
GRI 401-1	Taxa total de colaboradores que deixaram a organização	Percentual (%)	16	16	18,3	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por gênero   Feminino	Número	2.591	2.781	3.269	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por gênero   Feminino	Percentual (%)	8	9	9,7	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por gênero   Masculino	Número	2.557	2.538	3.058	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por gênero   Masculino	Percentual (%)	8	7	8,6	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Número	1.637	1.566	1.688	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	6	6	6,3	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   De 30 a 50 anos	Número	3.190	3.348	4.097	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	9	9	10,9	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   Acima de 50 anos	Número	321	405	542	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	1	1	1,1	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   Nulo	Número	0	0	1	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por faixa etária   Nulo	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Centro-Oeste	Número	292	334	331	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Centro-Oeste	Percentual (%)	1	1	0,8	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Nordeste	Número	697	803	832	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Nordeste	Percentual (%)	2	2	2,6	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Norte	Número	150	156	159	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Norte	Percentual (%)	1	1	0,5	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Sudeste	Número	2.528	2.810	3.620	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Sudeste	Percentual (%)	9	9	10,3	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Sul	Número	1.458	1.197	1.386	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por região   Região Sul	Percentual (%)	4	3	4,2	
GRI 401-1	Número de colaboradores que deixaram a organização por região   Região nula	Número	23	21	0	
GRI 401-1	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por região   Região nula	Percentual (%)	0,1	0,1	0	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por raça   Asiáticos	Número	-	-	123	
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por raça   Asiáticos	Percentual (%)	2	2,1	1,9	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por raça   Brancos	Número	-	-	3.230	
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por raça   Brancos	Percentual (%)	53,8	49,4	51	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por raça   Negros	Número	-	-	2.904	
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por raça   Negros	Percentual (%)	40,6	46,6	45,9	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por raça   Outros	Número	-	-	18	
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por raça   Outros	Percentual (%)	3,4	1,6	0,3	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por raça   Não declarado	Número	-	-	53	
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por raça   Não declarado	Percentual (%)	0,2	0,3	0,8	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por nível de gestão   Cargos de gestão júnior	Número	-	-	431	
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por nível de gestão   Cargos de gestão júnior	Percentual (%)	67,6	60,8	65,8	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por nível de gestão   Cargos de gestão média	Número	-	-	216	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por nível de gestão   Cargos de gestão média	Percentual (%)	31	36,1	33	
KPI Complementar	Número de colaboradores que deixaram a organização por nível de gestão   Cargos de gestão sênior	Número	-	-	8	
KPI Complementar	Taxa de colaboradores que deixaram a organização por nível de gestão   Cargos de gestão sênior	Percentual (%)	1,3	3,1	1,2	
KPI Complementar	Taxa de rotatividade voluntária de colaboradores	Percentual (%)	5	4,9	5,7	
GRI 403-9	Número de óbitos resultantes de acidentes de trabalho	Número	1	0	0	
GRI 403-9	Índice de óbitos resultantes de acidente de trabalho	Número	-	0	0	
GRI 403-9	Número de acidentes de trabalho com consequências graves (exceto óbitos)	Número	-	0	0	Os principais tipos de lesões relacionadas ao trabalho estão relacionados a acidentes típicos (queda de mesmo nível) . Estagiários não são considerados no cálculo.
GRI 403-9	Índice de acidentes de trabalho com consequências graves (exceto óbitos)	Número	-	0	0	
GRI 403-9	Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	Número	98	59	74	
GRI 403-9	Índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória   Taxa de frequência	Número	0,2	0,15	0,19	A taxa de frequência utiliza o denominador de 200 mil, como reportado nos indicadores do Grupo Telefónica.
GRI 403-9	Número de horas trabalhadas	Número	80.431.800	80.685.400	79.974.400	
GRI 403-10	Número de óbitos resultantes de doenças profissionais	Número	0	0	0	
GRI 403-10	Número de casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória	Número	0	0	0	
GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por colaborador	Número	51	58	28	
GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por gênero   Feminino	Número	27	61	31	
GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por gênero   Masculino	Número	24	55	25	
GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por categoria funcional   Cargos diretos	Número	0,03	4	7	
GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por categoria funcional   Cargos de liderança intermediária	Número	4	54	20	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 404-1	Média de horas de capacitação por ano, por categoria funcional   Demais cargos	Número	47	58	29	
KPI Complementar	Valor total investido em treinamento/capacitação	Milhões (R\$)	50	65	60	
KPI Complementar	Média de investimento em treinamento por colaborador	R\$	1.221	1.746	1.544	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por gênero   Feminino	Percentual (%)	26	30	26	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por gênero   Masculino	Percentual (%)	74	70	74	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	26	26	22	A partir de 2025, a metodologia de cálculo de indivíduos em órgãos de governança foi revisada e passou a considerar as seguintes estruturas: Diretoria Estatutária, Conselho de Administração e Conselho Fiscal (membros efetivos e suplentes). Em razão dessa atualização, os valores para os anos de 2023 e 2024 também foram recalculados.
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	74	74	78	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por raça   Amarelos	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por raça   Brancos	Percentual (%)	91	91	91	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por raça   Negros	Percentual (%)	9	9	9	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por raça   Não declarado	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança por raça   Outros	Percentual (%)	0	0	0	
KPI Complementar	Percentual de colaboradores por gênero   Feminino	Percentual (%)	45	45	46	
KPI Complementar	Percentual de colaboradores por gênero   Masculino	Percentual (%)	55	55	54	
KPI Complementar	Percentual de colaboradores por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	21	19	18	
KPI Complementar	Percentual de colaboradores por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	70	71	70	
KPI Complementar	Percentual de colaboradores por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	9	10	12	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça   Amarelos	Percentual (%)	3	3,0	2,3	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça   Brancos	Percentual (%)	54	54,0	51,7	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça   Negros	Percentual (%)	42	42,0	44,8	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça   Não declarado	Percentual (%)	2	2	0,9	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça   Outros	Percentual (%)	0,3	0,0	0,3	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos executivos por gênero   Feminino	Percentual (%)	30	20	31	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos executivos por gênero   Masculino	Percentual (%)	70	80	69	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos diretivos por gênero   Feminino	Percentual (%)	32,5	33,6	35	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos diretivos por gênero   Masculino	Percentual (%)	67,5	66,4	65	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos de liderança intermediária por gênero   Feminino	Percentual (%)	35	36	38	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos de liderança intermediária por gênero   Masculino	Percentual (%)	65	64	62	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores nos demais cargos por gênero   Feminino	Percentual (%)	46	47	47	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores nos demais cargos por gênero   Masculino	Percentual (%)	54	53	53	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos executivos por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos executivos por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	40	50	54	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos executivos por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	60	50	46	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos diretivos por faixa etária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos diretivos por faixa etária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	71	74	65	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos diretivos por faixa etária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	29	26	35	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos de liderança intermediária   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	5	4	4	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos de liderança intermediária   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	86	85	82	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores em cargos de liderança intermediária   Acima de 50 anos	Percentual (%)	10	11	14	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores nos demais cargos   Abaixo de 30 anos	Percentual (%)	23	22	20,5	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores nos demais cargos   De 30 a 50 anos	Percentual (%)	68	69	67,8	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores nos demais cargos   Acima de 50 anos	Percentual (%)	9	9	11,6	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de liderança   Brancos	Percentual (%)	63,1	62,2	62,4	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de liderança   Negros	Percentual (%)	32,8	33,9	34,1	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de liderança   Amarelos	Percentual (%)	2,7	2,8	2,7	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de liderança   Outros	Percentual (%)	0,3	0,3	0,3	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de liderança   Não declarados	Percentual (%)	1,2	0,8	0,5	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de gerência   Brancos	Percentual (%)	68,1	66,7	65,5	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de gerência   Negros	Percentual (%)	27,2	28,8	30,8	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de gerência   Amarelos	Percentual (%)	3,2	3,3	2,9	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de gerência   Outros	Percentual (%)	0,4	0,5	0,4	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de gerência   Não declarados	Percentual (%)	1,1	0,8	0,4	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de diretoria   Brancos	Percentual (%)	87,6	86,9	85,4	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de diretoria   Negros	Percentual (%)	4,8	8,4	9,7	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de diretoria   Amarelos	Percentual (%)	5,7	4,7	4,9	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de diretoria  Outros	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de primeiro nível (C-level)   Brancos	Percentual (%)	77,8	77,8	83,3	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de primeiro nível (C-level)   Negros	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de primeiro nível (C-level)   Amarelos	Percentual (%)	11,1	11,1	8,3	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de primeiro nível (C-level)  Outros	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 405-1	Percentual de colaboradores por raça em cargos de primeiro nível (C-level)  Não declarados	Percentual (%)	11,1	11,1	8,3	
GRI 405-2	Proporção entre o salário-base de mulheres/homens por categoria funcional   Cargos executivos	Percentual (%)	-	-	95	
GRI 405-2	Proporção entre o salário-base de mulheres/homens por categoria funcional   Cargos diretivos	Percentual (%)	-	-	95	
GRI 405-2	Proporção entre o salário-base de mulheres/homens por categoria funcional   Cargos de liderança intermediária	Percentual (%)	-	-	99	
GRI 405-2	Proporção entre o salário-base de mulheres/homens por categoria funcional   Demais cargos	Percentual (%)	-	-	78	GRI 2-4: Em 2025 o indicador foi reorganizado a fim de garantir a melhor estruturação de categorias funcionais tal qual a Companhia apresenta nos demais indicadores.
GRI 405-2	Proporção entre a remuneração total de mulheres/homens por categoria funcional   Cargos executivos	Percentual (%)	-	-	97	
GRI 405-2	Proporção entre a remuneração total de mulheres/homens por categoria funcional   Cargos diretivos	Percentual (%)	-	-	97	
GRI 405-2	Proporção entre a remuneração total de mulheres/homens por categoria funcional   Cargos de liderança intermediária	Percentual (%)	-	-	97	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 405-2	Proporção entre a remuneração total de mulheres/homens por categoria funcional   Demais cargos	Percentual (%)	-	-	78	GRI 2-4: Em 2025 o indicador foi reorganizado a fim de garantir a melhor estruturação de categorias funcionais tal qual a Companhia apresenta nos demais indicadores.
KPI Complementar	Percentual da disparidade salarial média entre homens e mulheres	Percentual (%)	21	23	22	
KPI Complementar	Percentual da disparidade salarial mediana entre homens e mulheres	Percentual (%)	30	33	33	
KPI Complementar	Percentual diferença média de bônus entre homens e mulheres	Percentual (%)	24	27	28	
KPI Complementar	Percentual diferença mediana de bônus entre homens e mulheres	Percentual (%)	29	32	31	
Interno	Número de mulheres técnicas no Programa Mulheres de Fibra	Número	412	526	503	
Próprio	Employee Net Promoter Score (eNPS)	Número	88	85	88	
Próprio	Número de colaboradores que participaram da pesquisa de motivação	Número	29.534	29.576	27.626	
Próprio N/A	Percentual de adesão à pesquisa de motivação	Percentual (%)	93	92	90	
KPI Complementar	Percentual de unidades operacionais próprias que passaram por avaliação de riscos de direitos humanos.	Percentual (%)	-	100	1	
KPI Complementar	Percentual de operações em joint ventures submetidas à avaliação de riscos de direitos humanos.	Percentual (%)	-	100	1	
KPI Complementar	Percentual de unidades operacionais próprias onde foram identificados riscos	Percentual (%)	-	2,51	2,51%	
KPI Complementar	Percentual de operações em joint ventures onde foram identificados riscos.	Percentual (%)	-	0	0	
KPI Complementar	Percentual de unidades operacionais próprias onde riscos de direitos humanos foram identificados e ações de mitigação foram implementadas.	Percentual (%)	-	100	1	
KPI Complementar	Taxa de gravidade	Número	20,2	6,6	32,3	
KPI Complementar	Número de dias perdidos	Número	8.126	2.664	2.645	

## TRABALHADORES DA CADEIA DE VALOR

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 2-8	Número total de trabalhadores que não são colaboradores da Companhia   Aliados	Número	96.055	100.550	99.291	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.
GRI 204-1	Total dos gastos com fornecedores locais (adjudicados)   Fornecedores brasileiros	Milhões (R\$)	-	-	35.908.317.492	GRI 2-4: O indicador foi revisado para apresentação do valor na unidade monetária local (R\$). Anteriormente o dado era apresentado em Euros.
GRI 204-1	Percentual dos gastos com fornecedores locais (adjudicados)   Fornecedores brasileiros	Percentual (%)	-	-	98,9	GRI 2-4: O indicador foi revisado considerando o total de fornecedores locais. Anteriormente o cálculo levava em consideração apenas os fornecedores significativos para sustentabilidade
GRI 308-1	Total de novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais   Adjudicados	Número	1.182	1.175	1.069	Devido à recente migração da plataforma de compras do Grupo Telefónica, alguns fornecedores ainda estão finalizando o processo de conformidade com os critérios ambientais na nova ferramenta, o que causou a variação do indicador para 2025. Nos próximos meses, esse processo será concluído para todo o conjunto de fornecedores da organização. Vale destacar que a Telefônica Brasil dispõe de um programa estruturado de avaliação ESG para os fornecedores que integram sua cadeia de suprimentos (Programa Parceiro Plural) que abrange 100% dos parceiros.
GRI 308-1	Percentual de novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais	Percentual (%)	100	100	98	
GRI 308-2	Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos ambientais	Número	166	157	164	
GRI 308-2	Número de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos reais e potenciais	Número	166	157	164	
GRI 308-2	Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos (reais e potenciais), com os quais foram acordadas melhorias	Percentual (%)	17	10	4	
GRI 308-2	Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos significativos (reais e potenciais), com os quais a Companhia encerrou as relações de negócios	Percentual (%)	0	0	0	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 414-1	Total de novos fornecedores contratados com base em critérios sociais   Adjudicados	Número	1.182	1.175	1.072	Devido à migração recente da plataforma de compras do Grupo Telefônica, alguns fornecedores ainda não concluíram o processo de verificação de aderência aos critérios sociais, o que resultou na variação do indicador para o ano de 2025. Nos próximos meses, esse processo será concluído para todo o conjunto de fornecedores da organização. Vale destacar que a Telefônica Brasil dispõe de um programa estruturado de avaliação ESG para os fornecedores que integram sua cadeia de suprimentos (Programa Parceiro Plural) que abrange 100% dos parceiros.
GRI 414-1	Percentual de novos fornecedores contratados com base em critérios sociais	Número	100	100	98	
GRI 414-2	Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos sociais	Número	310	281	271	
GRI 414-2	Número de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos reais e potenciais.	Número	33	36	32	
GRI 414-2	Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos (reais e potenciais), com os quais foram acordadas melhorias	Percentual (%)	11	13	11,8	
GRI 414-2	Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos significativos (reais e potenciais), com os quais a Companhia encerrou as relações de negócios.	Percentual (%)	1	1,0	1,5	
KPI Complementar	Fornecedores avaliados em ESG pelo programa Parceiro Plural	Número	-	581	1.459	
KPI Complementar	Número total de fornecedores únicos (adjudicados)	Número	1.182	1.175	1.090	
KPI Complementar	Número total de fornecedores únicos locais (adjudicados)   Fornecedores brasileiros	Número	-	-	1.032	
KPI Complementar	Número de fornecedores significativos únicos para sustentabilidade	Número	133	132	71	
KPI Complementar	Número de fornecedores significativos únicos avaliados por meio de avaliações documentais/ avaliações presenciais	Número	133	132	71	
KPI Complementar	Número de fornecedores significativos únicos apoiados com medidas de desenvolvimento	Número	49	24	21	
KPI Complementar	Número de fornecedores significativos únicos avaliados com impactos negativos substanciais reais/potenciais	Número	69	53	30	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
KPI Complementar	Número de fornecedores significativos únicos com impactos negativos substanciais reais/potenciais que possuem ação/melhoria corretiva acordada	Número	52	39	21	
KPI Complementar	Número de fornecedores significativos únicos com impactos negativos substanciais reais/potenciais que foram descontinuados/encerrados	Número	0	0	0	
KPI Complementar	Percentual de unidades operacionais de contratados e fornecedores Tier I avaliados quanto a riscos de direitos humanos.	Percentual (%)	-	100	100	
KPI Complementar	Percentual de unidades operacionais de contratados e fornecedores Tier I onde foram identificados riscos.	Percentual (%)	-	11	6	
KPI Complementar	Percentual de unidades operacionais de contratados e fornecedores Tier I onde riscos de direitos humanos foram identificados e ações de mitigação foram implementadas	Percentual (%)	-	100	100	

## CONDUTA EMPRESARIAL

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 2-9	Número de membros do Conselho de Administração	Número	12	12	12	A informação considera como data-base 31/12/2025. Em 12/02/2026, o Sr. Francisco Javier de Paz Mancho renunciou ao cargo, com eficácia a partir de 13/02/2026, e em 27/04/2026, a Sra. María Cristina Rotondo Urcola foi eleita para compor o Conselho de Administração da Companhia em substituição ao Sr. Francisco Javier de Paz Mancho.
GRI 2-9	Percentual de mulheres no Conselho de Administração	Percentual (%)	33	33	33	Considerando a composição atual do Conselho de Administração, o percentual de mulheres corresponde a 42%.
GRI 2-9	Número de conselheiros executivos	Número	1	1	1	
GRI 2-9	Percentual de conselheiros executivos	Percentual (%)	8	8	8	
GRI 2-9	Número de conselheiros não executivos	Número	1	1	2	Em 2025, o conselheiro Francisco Javier de Paz Mancho se tornou Diretor Adjunto ao Presidente na Telefónica S.A. e, conseqüentemente, passou a não ser mais considerado membro independente da Telefônica Brasil S.A.

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 2-9	Percentual de conselheiros não executivos	Percentual (%)	8	8	17	
GRI 2-9	Número de conselheiros independentes	Número	10	10	9	Em 2025, o conselheiro Francisco Javier de Paz Mancho se tornou Diretor Adjunto ao Presidente na Telefónica S.A. e, conseqüentemente, passou a não ser mais considerado membro independente da Telefônica Brasil S.A. Considerando a composição atual do Conselho de Administração, o número de conselheiros independentes é 10.
GRI 2-9	Percentual de conselheiros independentes	Percentual (%)	83	83	75	Considerando a composição atual do Conselho de Administração, o percentual de conselheiros independentes é 83%.
GRI 2-9	Tempo médio de mandato dos membros do Conselho de Administração	Número	6,2	7,2	5,1	Considerando a composição atual do Conselho de Administração, o tempo médio de mandato dos membros do Conselho de Administração é 3,9.
GRI 2-9	Número de membros do Conselho de Administração com 4 mandatos ou menos em conselhos de administração de outras companhias abertas	Número	11	11	11	Considerando a composição atual do Conselho de Administração, o número de membros do Conselho de Administração com 4 mandatos ou menos em conselhos de administração de outras companhias abertas permanece 11.
GRI 2-9	Número máximo de mandatos que podem ser exercidos concomitantemente pelos membros do Conselho de Administração da Companhia	Número	5	5	5	
KPI Complementar	Número de membros do Conselho de Administração com experiência no setor	Número	3	5	7	Considerando apenas os membros não executivos e independentes do Conselho de Administração que possuem experiência em atividades relacionadas ao setor de telecomunicações ou tecnologia da informação. Membros com experiência no setor de telecom ou tecnologia da informação: Cesar Mascaraque Alonso, Cristina Presz Palmaka de Luca, Denise Soares dos Santos, Eduardo Navarro de Carvalho, Jordi Gual Solé, Marc Xirau Trias, Solange Sobral Targa. Além disso, os seguintes Conselheiros de Administração, também possuem experiência no setor ou tecnologia da informação em cargos não executivos: Srs. Javier de Paz e Ignacio Moreno Martinez.
KPI Complementar	Percentual de membros do Conselho de Administração com experiência no setor	Percentual (%)	25	42	58	
KPI Complementar	Número de reuniões do Conselho de Administração	Número	29	22	29	
KPI Complementar	Percentual médio de participação nas reuniões do Conselho de Administração	Percentual (%)	100	100	100	
KPI Complementar	Número de reuniões do Comitê de Auditoria e Controle	Número	10	9	9	
KPI Complementar	Percentual médio de participação nas reuniões do Comitê de Auditoria e Controle	Percentual (%)	100	100	100	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
KPI Complementar	Número de reuniões do Comitê de Nomeação, Remuneração e Governança Corporativa	Número	10	11	8	
KPI Complementar	Percentual médio de participação nas reuniões do Comitê de Nomeação, Remuneração e Governança Corporativa	Percentual (%)	100	100	100	
KPI Complementar	Número de reuniões do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade	Número	4	4	4	
KPI Complementar	Percentual médio de participação nas reuniões do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade	Percentual (%)	89	100	93	
GRI 2-21	Proporção entre a remuneração total anual do indivíduo mais bem pago e a média dos demais colaboradores	Número	157	169	195	
GRI 2-21	Aumento percentual médio na remuneração total anual para todos os colaboradores da Companhia (exceto o indivíduo mais bem pago)	Percentual (%)	9	7	3	
GRI 2-28	Contribuição associativa   Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil)	R\$	37.702	40.773	41.139	GRI 2-4: As premissas de cálculo utilizadas na consolidação dos valores relacionados à associação foram revisadas, com o objetivo de direcionar o enfoque para as atividades de advocacy vinculadas, resultando na atualização dos históricos apresentados.
GRI 2-28	Contribuição associativa   Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA)	R\$	303.977	359.245	336.549	
GRI 2-28	Contribuição associativa   Associação das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e de Tecnologias Digitais (Brasscom)	R\$	177.588	183.350	302.136	
GRI 2-28	Contribuição associativa   Câmara Americana de Comércio para o Brasil (AMCHAM)	R\$	181.311	92.706	106.279	
GRI 2-28	Contribuição associativa   Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)	R\$	96.147	100.589	105.447	
GRI 2-28	Contribuição associativa   Rede Brasil do Pacto Global da ONU	R\$	88.182	89.316	104.706	
GRI 2-28	Contribuição associativa   Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal (Conexis Brasil Digital)	R\$	3.050.782	3.188.020	3.650.160	GRI 2-4: As premissas de cálculo utilizadas na consolidação dos valores relacionados à associação foram revisadas, com o objetivo de direcionar o enfoque para as atividades de advocacy vinculadas, resultando na atualização dos históricos apresentados.
GRI 2-28	Contribuição associativa   Outras Associações		376.445	471.635	539.113	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
<b>GRI 2-28</b>	Valor total de contribuições associativas no ano	R\$	4.312.134	4.525.633	5.185.530	
<b>GRI 205-2</b>	Número total de membros do órgão de governança que receberam comunicados sobre procedimentos e políticas de combate à corrupção	Número	20	21	22	Todos os membros dos órgãos de governança (22 executivos) confirmaram, em 2025, o conhecimento dos nossos princípios, código de ética e Política Anticorrupção por meio da assinatura anual do Certificado Anticorrupção.
<b>GRI 205-2</b>	Percentual de membros do órgão de governança que receberam comunicados sobre procedimentos e políticas de combate à corrupção	Percentual (%)	100	100	100	
<b>GRI 205-2</b>	Número total de colaboradores que receberam comunicados sobre procedimentos e políticas de combate à corrupção	Número	33.252	33.094	32.195	As ações de comunicação são direcionadas a 100% dos colaboradores.
<b>GRI 205-2</b>	Percentual de colaboradores que receberam comunicados sobre procedimentos e políticas de combate à corrupção	Percentual (%)	100	100	100	
<b>GRI 205-2</b>	Número total de membros do órgão de governança que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção	Número	20	21	22	Todos os membros dos órgãos de governança (22 executivos) confirmaram, em 2025, o conhecimento dos nossos princípios, código de ética e Política Anticorrupção por meio da assinatura anual do Certificado Anticorrupção.
<b>GRI 205-2</b>	Percentual de membros do órgão de governança que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção	Percentual (%)	100	100	100	
<b>GRI 205-2</b>	Número total de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção	Número	30.817	30.283	31.135	Para este indicador, considera-se o número total de colaboradores que fizeram o treinamento sobre os Princípios de Negócio Responsável (PNR).
<b>GRI 205-2</b>	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção	Percentual (%)	98	98	98	Para o cálculo do percentual, é considerado o total de colaboradores elegíveis ao treinamento. Desconsiderando-se aprendizes, conselheiros e pessoas afastadas.
<b>GRI 205-2</b>	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por categoria funcional   Cargos diretivos	Número	104	102	101	
<b>GRI 205-2</b>	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por categoria funcional   Cargos diretivos	Percentual (%)	100	99	98	
<b>GRI 205-2</b>	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por categoria funcional   Cargos de liderança intermediária	Número	3.965	4.126	3.128	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 205-2	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por categoria funcional   Cargos de liderança intermediária	Percentual (%)	99	99	99	
GRI 205-2	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por categoria funcional   Demais cargos	Número	26.748	26.055	27.906	
GRI 205-2	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por categoria funcional   Demais cargos	Percentual (%)	98	97	98	
GRI 205-2	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Centro-Oeste	Número	-	-	1.425	
GRI 205-2	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Centro-Oeste	Percentual (%)	-	-	5	
GRI 205-2	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Nordeste	Número	-	-	3.469	
GRI 205-2	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Nordeste	Percentual (%)	-	-	11	
GRI 205-2	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Norte	Número	-	-	524	
GRI 205-2	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Norte	Percentual (%)	-	-	2	
GRI 205-2	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Sudeste	Número	-	-	20.107	
GRI 205-2	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Sudeste	Percentual (%)	-	-	65	
GRI 205-2	Número de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Sul	Número	-	-	5.610	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 205-2	Percentual de colaboradores que receberam treinamento sobre procedimentos de combate à corrupção, por região   Região Sul	Percentual (%)	-	-	18	
GRI 205-3	Número de casos confirmados de corrupção	Número	0	0	0	
GRI 205-3	Número total de colaboradores demitidos ou punidos por casos confirmados de corrupção	Número	0	0	0	
GRI 205-3	Número total de contratos rescindidos ou não renovados devido a violações relacionadas à corrupção	Número	0	0	0	
GRI 205-3	Número de processos judiciais relacionados à corrupção movidos contra a organização ou seus colaboradores	Número	0	0	0	
GRI 206-1	Número de ações judiciais pendentes ou encerradas referentes a concorrência desleal e violações de leis antitruste e antimonopólio em que a organização tenha sido identificada como participante	Número	0	0	1	
GRI 406-1	Percentual de denúncias procedentes referentes a discriminação e assédio (moral/sexual)	Percentual (%)	10,1	21,2	21,1	
GRI 2-16	Percentual de denúncias procedentes referentes a conduta inadequada e outros conflitos laborais	Percentual (%)	35,6	18,7	25	
GRI 2-16	Percentual de denúncias procedentes referentes a conflito de interesses	Percentual (%)	4,7	6,7	6,7	
GRI 2-16	Percentual de denúncias procedentes referentes a fraude	Percentual (%)	18,8	19,2	13,3	
GRI 2-16	Percentual de denúncias procedentes referentes a descumprimento normativo	Percentual (%)	26,9	32,1	30,6	
GRI 2-16	Percentual de denúncias procedentes referentes a privacidade/segurança da informação	Percentual (%)	0,7	0	1,1	
GRI 2-16	Percentual de denúncias procedentes referentes a lavagem de dinheiro ou negociação com informações privilegiadas	Percentual (%)	0	0	0	
GRI 2-16	Percentual das demais denúncias procedentes	Percentual (%)	3,4	2,1	2,2	
SASB TC-TL-230a.1	Número total de não-conformidades com dados identificadas	Número	0	0	0	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
KPI Complementar	Número de não-conformidades com informações de identificação pessoal (PII)	Número	0	0	0	
SASB TC-TL-230a.1	Porcentagem de não-conformidades com informações de identificação pessoal (PII)	Percentual (%)	0	0	0	
SASB TC-TL-230a.1	Número total de clientes únicos que foram afetados pelas não-conformidades com dados	Número	0	0	0	
SASB TC-TL-520a.1	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a regulamentos de comportamento anticompetitivo	R\$	0	0	0	
SASB TC-TL-550a.1.	Duração média de interrupção do sistema em minutos - AID   Fixa	Número	236	140	210	
SASB TC-TL-550a.1.	Duração média de interrupção do sistema em minutos - AID   Móvel	Número	10	12	6	
SASB TC-TL-550a.1.	Frequência média de interrupção do sistema - AIF   Fixa	Número	0,3	0,2	0,2	
SASB TC-TL-550a.1.	Frequência média de interrupção do sistema - AIF   Móvel	Número	1,5	2	1	
SASB TC-TL-550a.1.	Duração média de interrupção do cliente em minutos   Fixa	Número	896	968	923	
SASB TC-TL-550a.1.	Duração média de interrupção do cliente em minutos   Móvel	Número	7	6	4	

## ECONOMIA CIRCULAR

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
301-3	Quantidade de equipamentos eletrônicos coletados	Número	171.698	156.051	169.092	-
301-3	Volume de equipamentos eletrônicos coletados	Toneladas	40	87	100	-
SASB TC-TL-440a.1	Total de materiais recuperados por meio de programas de devolução	Toneladas	661	789	878	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
SASB TC-TL-440a.1	Total de materiais recuperados por meio de programas de devolução que foram reutilizados	Toneladas	561	610	682	
SASB TC-TL-440a.1	Percentual de materiais recuperados por meio de programas de devolução que foram reutilizados	Porcentagem	85%	77%	78%	
SASB TC-TL-440a.1	Total de materiais recuperados por meio de programas de devolução que foram reciclados	Toneladas	99	178	249	
SASB TC-TL-440a.1	Percentual de materiais recuperados por meio de programas de devolução que foram reciclados	Porcentagem	15%	23%	28%	
SASB TC-TL-440a.1	Total de materiais recuperados por meio de programas de devolução que foram depositados em e/ou outras formas de disposição	Toneladas	0,8	1,53	1,11	
SASB TC-TL-440a.1	Percentual de materiais recuperados por meio de programas de devolução que foram depositados em e/ou outras formas de disposição	Porcentagem	0,1%	0,2%	0,1%	
GRI 306-3	Peso total de resíduos gerados	Toneladas	23.301	18.227	15.422	
GRI 306-3	Peso total de resíduos perigosos (Classe I) gerados	Toneladas	1.415	1.158	618	
GRI 306-3	Peso total de resíduos não perigosos (Classe II) gerados	Toneladas	21.886	17.069	14.803	
GRI 306-4	Peso total de resíduos não destinados para disposição final	Toneladas	21.528	14.753	14.183	
GRI 306-4	Peso total de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final	Toneladas	1.404	1.154	616	
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Preparação para reutilização	Toneladas	0	0	0	GRI 2-4: Os volumes de 2024 e 2023 foram reapresentados para convergirem com as classificações utilizadas pelo Grupo Telefónica a nível global.
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Reciclagem	Toneladas	1.383	1.123	590	
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Rerrefino	Toneladas	11	19	14	
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Descontaminação de lâmpadas	Toneladas	7	4	3	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Triagem e transbordo	Toneladas	0	1	3	
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Coprocessamento	Toneladas	0	4	4	
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Blendagem para coprocessamento	Toneladas	2	2	2	
GRI 306-4	Peso de resíduos perigosos (Classe I) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Triagem com armazenamento	Toneladas	0	0	0	
GRI 306-4	Peso total de resíduos não perigosos (Classe II) não destinados para disposição final	Toneladas	20.124	13.599	13.566	
GRI 306-4	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Preparação para reutilização	Toneladas	0	0	0	
GRI 306-4	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Reciclagem	Toneladas	19.394	13.535	13.251	GRI 2-4: Os volumes de 2024 e 2023 foram reapresentados para convergirem com as classificações utilizadas pelo Grupo Telefónica a nível global.
GRI 306-4	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Triagem e transbordo	Toneladas	275	52	80	
GRI 306-4	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Coprocessamento	Toneladas	433	12	235	
GRI 306-4	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) não destinados para disposição final, por tipo de recuperação   Recuperação energética	Toneladas	22	0	0	
GRI 306-5	Peso total de resíduos destinados para disposição final	Toneladas	1.773	3.474	1.239	
GRI 306-5	Peso total de resíduos perigosos (Classe I) destinados para disposição final	Toneladas	11	4	2	
GRI 306-5	Peso de resíduos perigosos (Classe I) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Incineração (com recuperação de energia)	Toneladas	0	0	0	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 306-5	Peso de resíduos perigosos (Classe I) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Incineração (sem recuperação de energia)	Toneladas	0	1	0,4	
GRI 306-5	Peso de resíduos perigosos (Classe I) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Confinamento em aterro	Toneladas	6	1	0,4	
GRI 306-5	Peso de resíduos perigosos (Classe I) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Autoclavagem	Toneladas	5	1	1	
GRI 306-5	Peso de resíduos perigosos (Classe I) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Tratamento de efluentes	Toneladas	0	0	0,4	
GRI 306-5	Peso de resíduos perigosos (Classe I) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Tratamento térmico	Toneladas	0	0,5	0	
GRI 306-5	Peso total de resíduos não perigosos (Classe II) destinados para disposição final	Toneladas	1.761	3.470	1.237	GRI 2-4: Os volumes de 2024 e 2023 foram reapresentados para convergirem com as classificações utilizadas pelo Grupo Telefónica a nível global.
GRI 306-5	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Incineração (com recuperação de energia)	Toneladas	0	0	0	
GRI 306-5	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Incineração (sem recuperação de energia)	Toneladas	0	0	0	
GRI 306-5	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Confinamento em aterro	Toneladas	1.760	3.470	1.237	
GRI 306-5	Peso de resíduos não perigosos (Classe II) destinados para disposição final, por tipo de disposição   Compostagem	Toneladas	1.33	0	0	

## MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte não renovável em GJ   Diesel	GJ	51.107	44.174	45.113	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte não renovável em MWh   Diesel	MWh	14.197	12.271	12.531	Fatores de conversão de energia por volume (KWh/L) conforme IPCC Guidelines for National GHG Inventories.
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte não renovável em litros   Diesel	Litros	1.252.492	1.212.973	1.124.869	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte não renovável em GJ   Gasolina	GJ	5.566	4.639	3.785	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte não renovável em MWh   Gasolina	MWh	1.547	1.289	1.051	Fatores de conversão de energia por volume (KWh/L) conforme IPCC Guidelines for National GHG Inventories
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte não renovável em litros   Gasolina	Litros	67.760	125.540	100.564	
GRI 302-1	Consumo total de combustível de fonte não renovável em GJ	GJ	56.673	48.813	48.899	
GRI 302-1	Consumo total de combustível de fonte não renovável em MWh	MWh	15.744	13.559	13.583	
GRI 302-1	Consumo total de combustível de fonte não renovável em litros	Litros	1.320.252	1.338.513	1.225.433	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em GJ   Etanol Hidratado	GJ	217.039	209.892	196.659	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em MWh   Etanol Hidratado	MWh	60.289	58.303	54.628	Fatores de conversão de energia por volume (KWh/L) conforme IPCC Guidelines for National GHG Inventories
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em litros   Etanol Hidratado	Litros	1.019.529	9.865.185	9.241.674	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em GJ   Etanol anidro	GJ	-	988	843	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em MWh   Etanol anidro	MWh	-	274	234	Fatores de conversão de energia por volume (KWh/L) conforme IPCC Guidelines for National GHG Inventories
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em litros Etanol anidro	Litros	-	46.433	39.595	
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em GJ   Biodiesel	GJ	-	6.606	6.503	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em MWh   Biodiesel	MWh	-	1.835	1.806	Fatores de conversão de energia por volume (KWh/L) conforme IPCC Guidelines for National GHG Inventories
GRI 302-1	Consumo de combustível de fonte renovável em litros   Biodiesel	Litros	-	192.558	189.486	
GRI 302-1	Consumo total de combustível de fonte renovável em GJ	GJ	217.039	217.486	204.005	
GRI 302-1	Consumo total de combustível de fonte renovável em MWh	MWh	60.289	60.413	56.668	
GRI 302-1	Consumo total de combustível de fonte renovável em litros	Litros	1.019.529	10.104.176	9.470.755	
GRI 302-1	Consumo total de energia por fonte   Eletricidade	GJ	6.216.830	6.712.919	6.404.350	Para a conversão de energia, adotamos o fator 1 MWh = 3,6 GJ, conforme estabelecido no BNE (Balanço Energético Nacional).
GRI 302-1	Consumo total de energia por fonte   Eletricidade	MWh	1.726.897	1.864.700	1.778.986	
KPI Complementar	Total de energia proveniente do mercado Livre (Renovável)	GJ	2.194.746	2.217.796	2.213.492	Para a conversão de energia, adotamos o fator 1 MWh = 3,6 GJ, conforme estabelecido no BNE (Balanço Energético Nacional). Até o ano de 2024, o valor total proveniente de mercado livre destinado ao consumo por Data Center era divulgado de forma segregada. Em 2025, visando facilitar o entendimento, este dado passou a ser divulgado de forma consolidada. Os dados históricos de 2023 e 2024 foram recalculados considerando essa mudança.
KPI Complementar	Total de energia proveniente do mercado Livre (Renovável)	MWh	609.652	616.054	614.859	Até o ano de 2024, o valor total proveniente de mercado livre destinado ao consumo por Data Center era divulgado de forma segregada. Em 2025, visando facilitar o entendimento, este dado passou a ser divulgado de forma consolidada. Os dados históricos de 2023 e 2024 foram recalculados considerando essa mudança.
KPI Complementar	Total de I-REC previsto	GJ	2.748.331	3.087.460	2.433.834	Devido a agenda de fechamento e auditoria do Grupo Telefónica, em janeiro de 2025, as informações apresentadas foram estimadas considerando (i) a falta de recebimento de faturas de todas as Concessionárias e Permissionárias; (ii) a contabilização da energia compensada nas faturas de sites atendidos pelo projeto de Geração Distribuída, que, em condições normais, ocorre em até 90 dias após a geração; (iii) a contabilização CCEE dos sites inseridos no ambiente livre, que ocorre 60 dias após o mês de consumo e (iv) o prazo para atualizações cadastrais de sites novos. A consolidação final do total de certificados que serão adquiridos e aposentados para o ano ocorre após o fechamento dos dados e, até o momento da elaboração deste relatório, a variação esperada em relação ao valor previsto é inferior a 6%.
KPI Complementar	Total de I-REC previsto	MWh	763.425	857.628	676.065	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
KPI Complementar	Total geração distribuída	GJ	1.273.753	1.407.663	1.757.023	Para a conversão de energia, adotamos o fator 1 MWh = 3,6 GJ, conforme estabelecido no BNE (Balanço Energético Nacional).
KPI Complementar	Total geração distribuída	MWh	353.820	391.018	488.062	
SASB TC-TL-130a.1	Consumo total de energia dentro da organização	GJ	6.490.547	6.979.218	6.657.253	Para a conversão de energia, adotamos o fator 1 MWh = 3,6 GJ, conforme estabelecido no BNE (Balanço Energético Nacional).
GRI 302-1	Consumo total de energia dentro da organização	MWh	1.802.930	1.938.672	1.849.237	
KPI Complementar	Consumo total de energia não renovável	GJ	56.678	48.813	48.899	Para a conversão de energia, adotamos o fator 1 MWh = 3,6 GJ, conforme estabelecido no BNE (Balanço Energético Nacional).
KPI Complementar	Consumo total de energia não renovável	MWh	15.744	13.559	13.583	
KPI Complementar	Consumo total de energia renovável	GJ	6.433.870	6.930.405	6.608.354	Para a conversão de energia, adotamos o fator 1 MWh = 3,6 GJ, conforme estabelecido no BNE (Balanço Energético Nacional).
KPI Complementar	Consumo total de energia renovável	MWh	1.787.186	1.925.112	1.835.654	
GRI 302-3	Intensidade energética em MWh/Pb	MWh/Pb	27	25	22	O denominador desse indicador é o tráfego de rede, valor correspondente ao indicador TC.TL-000.D.
GRI 302-3	Intensidade energética em MWh/R\$ Mi	MWh/R\$ Mi	35	35	31	O denominador desse indicador é a receita operacional líquida consolidada em milhões. O valor correspondente para 2025 pode ser observado nas demonstrações financeiras da Companhia (pág. 82) - R\$ 59.595 Mi.
GRI 302-3	Intensidade energética em MWh/US\$ Mi	MWh/US\$ Mi	168	214	171	O denominador desse indicador é a receita operacional líquida consolidada em milhões. O valor correspondente para 2025 pode ser observado nas demonstrações financeiras da Companhia (pág. 82) - R\$ 59.595 Mi, multiplicado pela taxa de conversão do dólar em 31/12/2025 - U\$ 5,5018.
KPI Complementar	Eficiência do Data Center - Média PUE (Power Usage Effectiveness)	Número	2,9	2,9	2,5	
KPI Complementar	Eficiência do Data Center - Meta anual da Média PUE (Power Usage Effectiveness)	Número	3	2,9	2,8	
KPI Complementar	Percentual de energia renovável dos Data Centers	Percentual (%)	100	100	100	
GRI 302-4	Volume total de redução do consumo de energia a partir dos projetos de Eficiência Energética	GJ	369.326	245.013	257.335	Para a conversão de energia, adotamos o fator 1 MWh = 3,6 GJ, conforme estabelecido no BNE (Balanço Energético Nacional).
GRI 302-4	Volume total de redução do consumo de energia a partir dos projetos de Eficiência Energética	MWh	102.591	68.059	71.482	
GRI 305-1	Escopo 1 - Total de emissões diretas de GEE	tCO <sub>2</sub> e	25.567	26.349	23.704	O total de emissões do escopo 1 considera todas as empresas do grupo dentro do ano fiscal 2025.
GRI 305-1	Emissões biogênicas de CO <sub>2</sub>	tCO <sub>2</sub> e	15.326	14.918	13.992	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 305-2	Escopo 2 - Total de emissões indiretas de GEE (abordagem de localização)	tCO <sub>2</sub> e	63.429	85.776	83.132	
GRI 305-2	Escopo 2 - Total de emissões indiretas de GEE (abordagem de escolha de compra)	tCO <sub>2</sub> e	0	0	0	
GRI 305-3	Escopo 3 - Total de emissões indiretas de GEE	tCO <sub>2</sub> e	-	674.003	608.745	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 1: Bens e serviços adquiridos	tCO <sub>2</sub> e	-	431.517	370.801	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 2: Bens de capital	tCO <sub>2</sub> e	-	152.792	148.091	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 3: Atividades relacionadas ao setor de combustível e energia (não incluídas no Escopo 1 ou Escopo 2)	tCO <sub>2</sub> e	-	25.173	24.754	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 4: Transporte e distribuição à montante	tCO <sub>2</sub> e	-	5.336	6.170	GRI 2-4: Em 2025, o Grupo Telefónica conduziu um processo de análise ("screening") das emissões de Escopo 3, permitindo atualizar a metodologia de cálculo e quantificar as emissões das demais categorias aplicáveis às suas operações. Como resultado desse processo, foi realizado o recálculo das emissões da Vivo referente ao ano-base e ao ano de 2024, em conformidade com as melhores práticas do GHG Protocol e com os requisitos metodológicos da SBTi.
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 6: Viagens de negócios	tCO <sub>2</sub> e	-	11.160	6.765	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 7: Viagens de funcionários	tCO <sub>2</sub> e	-	14.108	13.931	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 11: Uso de produtos vendidos	tCO <sub>2</sub> e	-	1.982	4.058	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 13: Ativos arrendados à jusante	tCO <sub>2</sub> e	-	31.833	34.089	
GRI 305-3	Escopo 3 - Categoria 15: Investimentos	tCO <sub>2</sub> e	-	101	86	
Interno N/A	Total de emissões (Escopo 1 + Escopo 2 + Escopo 3) com base na escolha de compra	tCO <sub>2</sub> e	-	700.352	632.499	
GRI 305-4	Intensidade de emissões de GEE (escopo 1 e 2)	tCO <sub>2</sub> e/Pb	0,39	0,34	0,28	O denominador desse indicador é o tráfego de rede, valor correspondente ao indicador TC.TL-000.D.
GRI 305-4	Intensidade de emissões de GEE (escopo 1, 2 e 3)	tCO <sub>2</sub> e/Pb	-	9,07	7,56	GRI 2-4: Em 2025, o Grupo Telefónica realizou um processo de screening das emissões de Escopo 3, o que permitiu aprimorar a metodologia de cálculo e incluir as demais categorias aplicáveis às operações. Como resultado, as emissões da Vivo referentes ao ano-base e a 2024 foram recalculadas e reapresentadas, em alinhamento às melhores práticas do GHG Protocol e às exigências metodológicas da SBTi. O denominador desse indicador é o tráfego de rede, valor correspondente ao indicador TC.TL-000.D.
SASB TC-TL-130a.1	Percentual de eletricidade da rede	Percentual (%)	96	96	96	
SASB TC-TL-130a.1	Percentual de energia renovável	Percentual (%)	97	99	99	

## CONSUMIDORES FINAIS

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 418-1	Número total de queixas comprovadas relativas à violação da privacidade do cliente   Recebidas de partes externas e comprovadas pela organização	Número	13	3	10	
GRI 418-1	Número total de queixas comprovadas relativas à violação da privacidade do cliente   Recebidas de autoridades reguladoras	Número	0	0	0	
GRI 418-1	Número total de vazamentos, furtos ou perdas de dados de clientes que foram identificados.	Número	0	0	0	
SASB TC-TL-000.A	Número total de clientes (total de acessos)	Número em milhares	113.001	116.050	116.716	
SASB TC-TL-000.A	Número total de assinantes sem fio (total de acessos móveis)	Número em milhares	99.075	102.315	103.018	
SASB TC-TL-000.A	Número de assinantes sem fio (acessos móveis)   Pós-pago	Número em milhares	61.808	66.498	70.818	
SASB TC-TL-000.A	Número de assinantes sem fio (acessos móveis)   Pré-pago	Número em milhares	37.267	35.816	32.200	
SASB TC-TL-000.A	Número total de assinantes negócio fixo (total de acessos fixos)	Número em milhares	13.925	13.736	13.699	
SASB TC-TL-000.B	Número total de assinantes de telefonia fixa   Voz fixa	Número em milhares	6.458	5.746	5.050	
SASB TC-TL-000.B	Número de assinantes de telefonia fixa   VoIP	Número em milhares	3.351	3.362	3.519	
SASB TC-TL-000.B	Número de assinantes de telefonia fixa   Cobre	Número em milhares	3.106	2.384	1.531	
SASB TC-TL-000.B	Número de assinantes de telefonia fixa   IPTV	Número em milhares	845	785	733	
SASB TC-TL-000.C	Número total de assinantes de banda larga	Número em milhares	6.623	7.204	7.915	
SASB TC-TL-000.C	Número de assinantes de banda larga   FTTH	Número em milhares	6.175	6.958	7.792	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
SASB TC-TL-000.C	Número de assinantes de banda larga   Outras tecnologias	Número em milhares	448	246	123	
SASB TC-TL-000.D	Tráfego de rede	Petabytes	66.064	77.184	83.688	
SASB TC-TL-220a.2	Número de clientes únicos cujas informações são usadas para fins secundários	Número	39.219.443	28.381.176	32.100.912	
SASB TC-TL-220a.3	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados à privacidade do cliente	R\$	87.656	13.875	134.868	
SASB TC-TL-220a.4	Número total de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes	Número	4.051.383	4.782.614	5.471.491	
KPI Complementar	Número de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes por tipo   Interceptações	Número	333.032	270.516	218.299	
KPI Complementar	Número de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes por tipo   Metadados	Número	3.699.732	4.465.502	5.029.786	
KPI Complementar	Número de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes por tipo   Bloqueio de websites	Número	4.957	31.655	106.539	
KPI Complementar	Número de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes por tipo   Suspensão de serviços	Número	13.662	14.941	8.691	
SASB TC-TL-220a.4	Número de clientes únicos impactados pelas solicitações	Número	-	-	0	
SASB TC-TL-220a.4	Percentual que resultou em divulgação	Percentual (%)	93	96	94	

## INDICADORES TRANSVERSAIS

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 201-1	Valor econômico direto gerado   Receitas	R\$	27.787.640	29.704.914	32.413.346	
GRI 201-1	Valor econômico direto distribuído   Pessoal, encargos e benefícios sociais	R\$	6.181.499	6.556.767	6.798.584	
GRI 201-1	Valor econômico direto distribuído   Remuneração de capitais de terceiros	R\$	5.556.728	4.778.761	5.556.512	

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 201-1	Valor econômico direto distribuído   Remuneração de capitais próprios	R\$	5.039.977	5.557.332	6.177.543	
GRI 201-1	Valor econômico direto distribuído   Impostos, taxas e contribuições	R\$	11.009.436	12.812.054	13.880.707	
GRI 201-1	Valor econômico retido	R\$	0	0	0	
GRI 303-3	Captação total de água doce	m <sup>3</sup>	903.741	861.000	846.433	Esses dados consideram estimativas para a captação de água por meio de concessionárias para os dois últimos meses do ano (novembro/dezembro) com base na média aritmética.
GRI 303-3	Captação total de água doce	ML	904	861	846	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-3	Captação de água subterrânea   Poços	m <sup>3</sup>	13.308	14.668	17.996	Esses dados consideram estimativas para a captação de água por meio de concessionárias para os dois últimos meses do ano (novembro/dezembro) com base na média aritmética.
GRI 303-3	Captação de água subterrânea   Poços	ML	13	15	18	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-3	Captação de água de terceiros   Concessionária	m <sup>3</sup>	881.126	833.805	809.513	Esses dados consideram estimativas para a captação de água por meio de concessionárias para os dois últimos meses do ano (novembro/dezembro) com base na média aritmética.
GRI 303-3	Captação de água de terceiros   Concessionária	ML	881	834	810	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-3	Captação de água de terceiros   Caminhão pipa	m <sup>3</sup>	2.541	1.714	903	
GRI 303-3	Captação de água de terceiros   Caminhão pipa	ML	3	2	1	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-3	Volume total de água reciclada/recuperada	m <sup>3</sup>	6.766	10.812	18.021	
GRI 303-3	Volume total de água reciclada/recuperada	ML	7	11	18	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-3	Captação total de água doce em áreas com estresse hídrico	m <sup>3</sup>	82.045	91.200	70.269	Esses dados consideram estimativas para a captação de água por meio de concessionárias para os dois últimos meses do ano (novembro/dezembro) com base na média aritmética.
GRI 303-3	Captação total de água doce em áreas com estresse hídrico	ML	82	91	70	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-3	Captação de água subterrânea em áreas com estresse hídrico   Poços	m <sup>3</sup>	13.308	14.688	11.924	Esses dados consideram estimativas para a captação de água por meio de concessionárias para os dois últimos meses do ano (outubro/novembro/dezembro) com base na média aritmética.
GRI 303-3	Captação de água subterrânea em áreas com estresse hídrico   Poços	ML	13	15	12	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-3	Captação de água de terceiros em áreas com estresse hídrico   Concessionária	m <sup>3</sup>	68.597	76.532	58.345	Esses dados consideram estimativas para a captação de água por meio de concessionárias para os dois últimos meses do ano (novembro/dezembro) com base na média aritmética.

Referência	Indicador	Unidade	2023	2024	2025	Notas
GRI 303-3	Captação de água de terceiros em áreas com estresse hídrico   Concessionária	ML	69	77	58	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
GRI 303-5	Consumo total de água	m <sup>3</sup>	166.593	174.840	152.510	O consumo de água é calculado pela diferença da Captação total de água doce e o Descarte total de água.
GRI 303-5	Consumo total de água	ML	167	175	153	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
KPI Complementar	Descarte total de água	m <sup>3</sup>	737.147	686.159	693.922	Para calcular o descarte total de água, ele considera perdas de 12% em sites técnicos com torre de resfriamento, 20% em sites administrativos e comerciais e 32% em sites mistos. O valor reportado resulta da aplicação desses percentuais ao consumo de cada categoria.
KPI Complementar	Descarte total de água	ML	737	686	694	Para a conversão de volume, adotamos o fator 1 m <sup>3</sup> = 0,001 ML (megalitro).
KPI Complementar	Percentual do volume total de água reciclada/ recuperada	Percentual (%)	1	1	2	
KPI Complementar	Intensidade de água - Captação em m <sup>3</sup> /R\$ Mi	m <sup>3</sup> /R\$ Mi	15	15	14	O denominador desse indicador é a receita operacional líquida consolidado em milhões. O valor correspondente para 2025 pode ser observado nas demonstrações financeiras da Companhia (pág. 82) - R\$ 59.595 Mi.
KPI Complementar	Intensidade de água - Captação em m <sup>3</sup> /US\$ Mi	m <sup>3</sup> /US\$ Mi	84	80	78	O denominador desse indicador é a receita operacional líquida consolidado em milhões. O valor correspondente para 2025 pode ser observado nas demonstrações financeiras da Companhia (pág. 82) - R\$ 59.595 Mi, multiplicado pela taxa de conversão do dólar em 31/12/2025 - U\$ 5,5018.
GRI 2-26	Total de denúncias recebidas	Número	515	510	465	
GRI 2-16	Total de denúncias procedentes	Número	149	193	180	
GRI 2-16	Número de encerramento de contratos de trabalho decorrente das denúncias procedentes	Número	73	94	80	

# Sumário de conteúdo da GRI

**Declaração de uso** A Vivo (Telefônica Brasil S.A.) relatou em conformidade com as Normas GRI para o período 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025

**GRI 1 usada** GRI 1: Fundamentos 2021

**Norma(s) Setorial(ais) da GRI:** Não aplicável **Outras normas aplicável(eis):** SASB

TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÃO		
			Requisito	Motivo	Explicação
<b>A organização e suas práticas de relato</b>					
2-1	Detalhes da organização	19			
2-2	Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	7			
2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	7; 184			
2-4	Reformulações de informações	152-154; 163-165; 169			
2-5	Asseguração externa	7; 182-183			
<b>Atividades e trabalhadores</b>					
2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	17; 39; 52; 101			
2-7	Empregados	140-142			
2-8	Trabalhadores que não são empregados	154			
<b>Governança</b>					
2-9	Estrutura de governança e composição	21; 129; 156-157			
2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	21			
2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	21			
2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	19; 28-29; 32			

TÓPICO GRI	DEFINIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÃO		
			Requisito	Motivo	Explicação
2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	19; 29			
2-14	Papel do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	7; 15			
2-15	Conflitos de interesse	22			
2-16	Comunicação de preocupações cruciais	161; 173			
2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	21			
2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	22			
2-19	Políticas de remuneração	23-24	a. iii e v	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia não dispõe dos indicadores no formato esperado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Sustentabilidade (PS).
2-20	Processo para determinar a remuneração	23			
2-21	Proporção da remuneração total anual	158			
<b>Estratégia, políticas e práticas</b>					
2-22	Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	3			
2-23	Compromissos de política	25; 38; 81; 83; 95			
2-24	Incorporação de compromissos de política	25; 81; 83; 95; 99-100; 103			
2-25	Processos para reparar impactos negativos	83			
2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	27; 173			
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), a Companhia ainda não dispõe de informação no formato solicitado. Serão estruturados planos de ação vinculados ao Plano de Sustentabilidade (PS).
2-28	Participação em associações	158			
<b>Engajamento de stakeholders</b>					
2-29	Abordagem para engajamento de stakeholders	16; 84			
2-30	Acordos de negociação coletiva	142			

	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÃO		
			Requisito	Motivo	Explicação
<b>MUDANÇAS CLIMÁTICAS</b>					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-1</b>	Processo para determinação do tópico material	13-14-15		
	<b>3-2</b>	Lista de tópicos materiais	15; 137		
	<b>3-3</b>	Gestão do tema material	89; 91; 94; 134		
<b>GRI 302: Energia 2016</b>	<b>302-1</b>	Consumo de energia dentro da organização	89; 166-168		
	<b>302-3</b>	Intensidade energética	168		
	<b>302-4</b>	Redução do consumo de energia	89; 168		
<b>GRI 305: Emissões 2016</b>	<b>305-1</b>	Emissões diretas de GEE (Escopo 1)	168		
	<b>305-2</b>	Emissões indiretas de GEE por energia (Escopo 2)	169		
	<b>305-3</b>	Outras emissões indiretas de GEE (Escopo 3)	93; 169		
	<b>305-4</b>	Intensidade de emissões de GEE	169		
	<b>305-5</b>	Redução de emissões de GEE	92		
<b>ECONOMIA CIRCULAR</b>					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-1</b>	Processo para determinação do tópico material			
	<b>3-2</b>	Lista de tópicos materiais	13-14-15		
	<b>3-3</b>	Gestão do tema material	15; 137		
<b>GRI 301: Materiais 2016</b>	<b>301-3</b>	Produtos e materiais de embalagem recuperados	162	301 - 3	Informações indisponíveis/incompletas
					A Companhia está em processo de definição da metodologia deste indicador, com previsão de divulgação do indicador no próximo ciclo de reporte.
<b>GRI 306: Resíduos 2020</b>	<b>306-1</b>	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	98		
	<b>306-2</b>	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	98		
	<b>306-3</b>	Resíduos gerados	163		
	<b>306-4</b>	Resíduos não destinados para disposição final	163-164		
	<b>306-5</b>	Resíduos destinados à disposição final	164-165		

	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÃO		
			Requisito	Motivo	Explicação
<b>CONDUTA EMPRESARIAL</b>					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-1</b>	Processo para determinação do tópico material	13-14-15		
	<b>3-2</b>	Lista de tópicos materiais	15; 137		
	<b>3-3</b>	Gestão do tema material	19; 25; 29; 83		
<b>GRI 205: Anticorrupção 2016</b>	<b>205-1</b>	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	27	a	Restrições de confidencialidade
	<b>205-2</b>	Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção	26-27; 159-161		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 Relato. Por se tratar de uma avaliação qualitativa, não foi implementada uma ferramenta para esse fim.
	<b>205-3</b>	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	161		
<b>GRI 206: Concorrência Desleal 2016</b>	<b>206-1</b>	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas antitruste e monopólio	28; 161		

		CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÃO		
				Requisito	Motivo	Explicação
<b>GRI 415: Políticas Públicas 2016</b>	<b>415-1</b>	Contribuições políticas	Em alinhamento com os Princípios de Negócio Responsável e seu compromisso com a neutralidade política, a Vivo não realizou, em 2025, contribuições para grupos isentos de impostos, como gastos com campanhas políticas, organizações políticas, lobistas ou organizações de lobby.			
<b>PESSOAL PRÓPRIO</b>						
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-1</b>	Processo para determinação do tópico material	13-14-15			
	<b>3-2</b>	Lista de tópicos materiais	15; 137			
	<b>3-3</b>	Gestão do tema material	105; 107; 109; 111; 119; 121			
<b>GRI 401: Emprego 2016</b>	<b>401-1</b>	Novas contratações e rotatividade de empregados	107; 142-143; 145-147			

	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÃO		
			Requisito	Motivo	Explicação
<b>GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018</b>	403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	119		
	403-2	Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	120		
	403-3	Serviços de saúde ocupacional	120-121		
	403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação sobre saúde e segurança do trabalho	119-120		
	403-5	Treinamento de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	121		
	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	121-124		
	403-8	Trabalhadores cobertos por sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	119		
	403-9	Lesões relacionadas ao trabalho	148		
	403-10	Doenças Profissionais	148; Base de Preparação.		
	<b>GRI 404: Treinamento e Educação 2016</b>	404-1	Média de horas de treinamento por ano por empregado	109; 148-149	
<b>GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016</b>	405-1	Diversidade em órgãos de governança e entre empregados	111; 115-118; 149-152		
	405-2	Proporção do salário-base e remuneração de mulheres para homens	152-153		
<b>GRI 406: Não Discriminação 2016</b>	406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	161		
<b>TRABALHADORES DA CADEIA DE VALOR</b>					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	3-1	Processo para determinação do tópico material	13-14-15		
	3-2	Lista de tópicos materiais	15; 137		
	3-3	Gestão do tema material	101-103; 136		
<b>GRI 204: Práticas de Compras 2016</b>	204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	154		

	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÃO		
			Requisito	Motivo	Explicação
<b>GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018</b>	<b>403-7</b>	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados a relações de negócio			
<b>GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016</b>	<b>409-1</b>	Operações e fornecedores com risco significativo para casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo			
<b>GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016</b>	<b>414-1</b>	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais			
	<b>414-2</b>	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas			
<b>CONSUMIDORES FINAIS</b>					
<b>GRI 3: Temas Materiais 2021</b>	<b>3-1</b>	Processo para determinação do tópico material			
	<b>3-2</b>	Lista de tópicos materiais			
	<b>3-3</b>	Gestão do tema material			
<b>GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016</b>	<b>203-1</b>	Investimentos em infraestrutura e serviços apoiados			
	<b>203-2</b>	Impactos econômicos indiretos significativos			
<b>GRI 418: Privacidade do Cliente 2016</b>	<b>418-1</b>	Reclamações fundamentadas relativas à violação de privacidade do cliente e perda de dados de clientes			
<b>INDICADORES TRANSVERSAIS</b>					
<b>GRI 201: Desempenho Econômico 2016</b>	<b>201-1</b>	Valor econômico direto gerado e distribuído			
<b>GRI 303: Água e Efluentes 2018</b>	<b>303-1</b>	Interações com a água como recurso compartilhado			
	<b>303-3</b>	Captação de água			
	<b>303-5</b>	Consumo total de água			

# Sumário de conteúdo da SASB

Norma aplicável: SASB Telecommunications Services Standard (TC-TL), versão 2023-12

TÓPICO SASB	TEMA MATERIAL RELACIONADO	CÓDIGO	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	OBSERVAÇÕES/OMISSÃO
<b>SASB Environmental Footprint of Operations</b>	Mudanças climáticas	TC-TL-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade da rede e (3) porcentagem de energia renovável (GJ / %)	89; 168;169	
<b>SASB Data Privacy</b>	Consumidores finais	TC-TL-220a.1	Descrição das políticas e práticas relacionadas à publicidade comportamental e à privacidade do cliente	78	
		TC-TL-220a.2	Número de clientes cujas informações são usadas para fins secundários	171	
		TC-TL-220a.3	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados à privacidade do cliente	171	
		TC-TL-220a.4	(1) Número de solicitações de autoridades para informações de clientes, (2) número de clientes cujas informações foram solicitadas e (3) porcentagem resultando em divulgação	171	
<b>SASB Data Security</b>	Consumidores finais	TC-TL-230a.1	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal e (3) número de clientes afetados	161-162	
		TC-TL-230a.2	Descrição da abordagem para identificar e tratar riscos de segurança de dados, incluindo o uso de padrões de cibersegurança de terceiros	76	
<b>SASB Product End-of-life Management</b>	Economia circular	TC-TL-440a.1	(1) Materiais recuperados por meio de programas de devolução; porcentagem dos materiais recuperados que foram (2) reutilizados, (3) reciclados e (4) destinados a aterro [t / %]	88; 98; 162-163	
<b>SASB Competitive Behaviour &amp; Open Internet</b>	Conduta empresarial	TC-TL-520a.1	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a regulamentos de comportamento anticoncorrencial	28; 162	
		TC-TL-520a.2	Velocidade média real sustentada de download de (1) conteúdo próprio e comercialmente associado e (2) conteúdo não associado	48	
		TC-TL-520a.3	Descrição dos riscos e oportunidades associados à neutralidade da rede, peering pago, zero-rating e práticas relacionadas	71	
<b>SASB Managing Systemic Risks from Technology Disruptions</b>	Consumidores finais	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	162	
		TC-TL-550a.2	Discussão dos sistemas para fornecer serviço sem interrupções durante interrupções de serviço	76	
<b>SASB Activity Metrics</b>	Indicadores transversais	TC-TL-000.A	Número de assinantes sem fio	48; 170	
		TC-TL-000.B	Número de assinantes de telefonia fixa	170	
		TC-TL-000.C	Número de assinantes de banda larga	49; 170-171	
		TC-TL-000.D	Tráfego de rede (petabytes)	171	

# Relatório de asseguração

GRI 2-5



## Telefônica Brasil S.A.

**Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras contidas no Relato Integrado 2025**



### Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras contidas no Relato Integrado 2025

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 2025 da Telefônica, conforme detalhado na base de preparação elaborada pela Companhia relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2025.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relato Integrado 2025, 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 2025.
- 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 2025, para que estejam livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

2 de 6

[www.pwc.com.br](http://www.pwc.com.br)

PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda.  
Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3732, Edifício B32, 16º,  
São Paulo, SP, Brasil, 04538-132  
T: +55 (11) 4004-8000



Telefônica Brasil S.A.

#### Limitações na preparação e apresentação das informações e indicadores não financeiros

A administração, na 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 2025 não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas.

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.

#### Nossa independência e gestão de qualidade

Cumprimos com os requisitos de independência e outras exigências éticas do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), que são fundamentados nos princípios de integridade, objetividade, competência e zelo profissional e que, também, consideram o sigilo e o comportamento dos profissionais.

Aplicamos a NBC PA 01 - "Gestão de Qualidade para Firms (Pessoas Jurídicas e Físicas) de Auditores Independentes", e, conseqüentemente, projetamos, implementamos e mantemos um sistema de gestão de qualidade abrangente, incluindo políticas e procedimentos relacionados com o cumprimento dos requisitos éticos, padrões profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

#### Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2025 com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com NBC TO 3000 - "Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão", emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 - *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB), aplicáveis a informações não financeiras. Essas 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 2025, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes, seja por fraude ou erro, e emitir um relatório de asseguração limitada que inclui a nossa conclusão.

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

3 de 6



Telefônica Brasil S.A.

procedimentos adicionais quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relato Integrado 2025, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Como parte de um trabalho de asseguarção limitada de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000), exercemos julgamento profissional e mantemos ceticismo profissional durante todo o trabalho. Nós também:

- (a) Determinamos a adequação nas circunstâncias da Companhia do uso da GRI *Standards* como base para a elaboração das informações e indicadores não financeiros.
- (b) Executamos procedimentos de avaliação de risco, incluindo a obtenção de um entendimento dos controles internos relevantes para o trabalho, para identificar onde é provável que surjam distorções relevantes, seja devido a fraude ou erro, mas não com o objetivo de fornecer uma conclusão sobre a eficácia dos controles internos da Companhia.
- (c) Desenhamos e executamos procedimentos que respondam aos casos em que é provável que surjam distorções relevantes nas informações e indicadores não financeiros. O risco de não detectar uma distorção relevante resultante de fraude é maior do que para uma resultante de erro, pois a fraude pode envolver conluio, falsificação, omissões intencionais, ou a violação dos controles internos.

#### Sumário dos procedimentos executados

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações contidas no Relato Integrado 2025, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre atividades e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relato Integrado 2025, 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 2025;
- (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 2025;
- (d) a aplicação de testes substantivos para determinadas informações e indicadores não financeiros; e
- (e) 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 asseguarção 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.



Telefônica Brasil S.A.

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 aplicados em um trabalho de asseguarção limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre os dados contidos no Relato Integrado 2025. Conseqüentemente, não nos possibilitam obter segurança razoável de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho com o objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nos dados contidos no Relato Integrado 2025. 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. Nosso relatório de asseguarção deve ser lido e compreendido no contexto das limitações inerentes ao processo de preparação das informações e indicadores não financeiros pela administração, incluindo o fato de que essas informações não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia.

Os conteúdos incluídos no escopo desta asseguarção são apresentados na Base de Preparação do Relato Integrado 2025.

#### 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 2025 da Telefônica, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os critérios estabelecidos pela base de preparação e pela GRI *Standards* e com a Orientação CPC 09 - "Relato Integrado".

#### Outros assuntos - Restrição de uso e distribuição

Este relatório foi elaborado para uso da Telefônica e poderá ser apresentado ou distribuído a terceiros, desde que estejam familiarizados com o objeto e critérios aplicáveis a este trabalho de asseguarção, tendo em vista sua finalidade específica descrita no primeiro parágrafo deste relatório.

Qualquer outra parte que não seja a Telefônica que obtiver acesso a este relatório, ou à cópia deste, e confiar nas informações nele contidas irá fazê-lo por própria conta e risco. Não aceitamos ou assumimos qualquer responsabilidade e negamos qualquer responsabilidade



Telefônica Brasil S.A.

perante qualquer outra parte que não seja a Telefônica pelo nosso trabalho, pelo relatório de asseguarção ou pelas nossas conclusões.

São Paulo, 21 de maio de 2026

PricewaterhouseCoopers  
Auditores Independentes Ltda.  
CRC 2SP000160/O-5

Maurício Colombari  
Contador CRC 1SP195838/O-3

# Expediente

## COORDENAÇÃO GERAL

Negócio Responsável/Sustentabilidade

## PRODUÇÃO DO TEXTO

Mais Argumento

## CONSULTORIA GRI

Aiurú ESG

## PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Multi Design

## FOTOS

Banco de Imagens Vivo

Envie comentários, dúvidas e sugestões relacionadas ao Relato para a nossa equipe pelo e-mail [sustentabilidade.br@telefonica.com](mailto:sustentabilidade.br@telefonica.com)

GRI 2-3