



Relato Integrado 2024

vivo

SUMÁRIO

Interativo 

Clique no quadro para
acessar o capítulo.



Passe o mouse sobre o quadro
para ver os tópicos de cada capítulo.

Mensagem do CEO

GRI 2-22

O ano de 2024 foi marcado por resultados expressivos, com o crescimento dos principais indicadores financeiros e operacionais. Mantivemos as receitas e o lucro em alta e uma robusta remuneração aos nossos acionistas, com iniciativas pautadas por importantes critérios ESG. Avançamos com nossa base de acessos, ao mesmo tempo que evoluímos o ecossistema com soluções que digitalizam a vida dos nossos clientes, seja na saúde, educação ou em gestão financeira, além de oferecer mais eficiência e produtividade às empresas. Nossa marca segue como a primeira escolha dos consumidores, consolidada por relevantes ativos, como atendimento, portfólio e cobertura.

Encerramos o ano alcançando a meta de 29 milhões de domicílios cobertos com fibra, em 444 cidades, com 7,0 milhões de clientes conectados. No negócio móvel, chegamos a 504 municípios com 5G, cobrindo 61% da população brasileira e market share em acessos de 38,8%. A liderança, em ambos os mercados,

fortalece a fidelização por meio de uma oferta que combina fibra e móvel: o Vivo Total, que reúne 2,4 milhões de assinantes, representando mais de um terço da nossa base de acessos em fibra. Em receita, esse serviço cresceu mais de 90%, refletindo a demanda dos nossos clientes por soluções convergentes. O Vivo Total foi responsável por cerca de 90% das vendas de fibra nas lojas em 2024 e seu desempenho o coloca novamente como a principal estratégia comercial para 2025.

No período, registramos, ainda, um churn historicamente baixo no pós-pago, fechando o ano com 0,98%, excluindo machine-to-machine (M2M), o que garantiu à Vivo a continuidade da liderança deste negócio, com 41,3% de market share – oito pontos percentuais à frente do segundo colocado. Também consolidamos a liderança do mercado móvel total, com 38,8% de participação.

A potente infraestrutura da Vivo viabiliza o acesso da população aos benefícios da digita-

“

O serviço Vivo Total teve um crescimento em receita superior a 90%, mostrando um forte desempenho no mercado.

”

lização, criando oportunidades para pessoas e empresas. Em nossa base de clientes, temos mais de 57 milhões de CPFs e 1,8 milhão de CNPJs, servidos pela principal rede de conectividade do país, o que nos permite expandir nossa presença para diversos outros setores. Em 2024, os novos negócios B2C e B2B somados representaram 10,2% de toda a nossa receita, com evolução de 1,2 ponto percentual em comparação ao ano anterior.

Em serviços financeiros, estruturamos nossos produtos sob a marca Vivo Pay, disponível no app Vivo. Inclusive no ano passado, no negócio de empréstimos pessoais, lançamos o financia-

Christian Mauad Gebara
Presidente da Vivo -
Telefônica Brasil



mento de transações Pix, permitindo o pagamento em múltiplas parcelas e a antecipação do saque-aniversário do FGTS. Também recebemos a aprovação do Banco Central para operar o Vivo Pay Sociedade de Crédito Direto (Vivo Pay SCD), possibilitando a oferta de diferentes produtos e serviços.

Em saúde e bem-estar, temos o Vale Saúde, serviço de assinatura mensal que proporciona descontos em consultas médicas, exames e medicamentos. Em educação, o VivaE, fruto da joint-venture com a Ânima Educação, disponibiliza cursos com foco em capacitação profissional em um mercado em constante transformação. Também seguimos como referência quando o assunto é transformar as residências dos nossos clientes em casas inteligentes, a partir de soluções de conectividade, dispositivos digitais e consultoria, tornando as tarefas diárias mais simples e eficientes. Além disso, somos o principal parceiro comercial dos maiores players de entretenimento de música e vídeo do setor, concluindo o ano com três milhões de assinaturas de serviços de streaming, feitas por meio de nossas plataformas.

Em 2024, concluímos a aquisição da IPNET, que é especializada em cloud computing e atua como a principal integradora de serviços em nuvem do Google no Brasil. Essa aquisição fortalece a presença e a capacidade da empresa no mercado corporativo, especialmente em serviços de cloud e digitalização.

Nosso ecossistema digital abrange empresas que contam com a Vivo como aliada em seus processos de digitalização. Em 2024, avançamos no mercado corporativo com a inserção de soluções baseadas em serviços de cloud, cibersegurança, IoT, big data e redes privadas, além da aquisição e formação de novas empresas. Adquirimos a IPNET, especializada em cloud computing e principal integradora de serviços em nuvem do Google no Brasil. Em parceria com a Auren Energia, anunciamos o início da operação da GUD, criada para capturar as oportunidades geradas pela abertura do mercado livre de energia.

Por meio do Vivo Ventures, nosso fundo de Corporate Venture Capital, investimos em startups focadas em soluções inovadoras que possam acelerar o nosso crescimento com retornos financeiros importantes, à medida que avançam e se tornam cada vez mais relevantes. Destacamos a Agrolend, fintech que fornece crédito para pequenos e médios produtores rurais no Brasil; a CRMBonus, empresa de tecnologia e soluções em bonificação, integrada ao nosso portfólio de benefícios por meio do Vale Bonus – moeda digital que permite aos clientes obter descontos em produtos e serviços de diferentes marcas; e o Klubi, única fintech autorizada pelo Banco Central a operar no mercado de consórcios, que recebeu seu segundo investimento do fundo em 2024.

Outros ativos reforçam a Vivo como a principal opção dos nossos clientes. Somos uma das maiores varejistas do Brasil, com

cerca de 1,8 mil lojas em todo o país, oferecendo uma experiência omnichannel diferenciada. No app Vivo são mais de 26 milhões de usuários únicos, permitindo um atendimento personalizado. No B2B, são mais de cinco mil vendedores. Nossa inteligência artificial, a Aura, interage com quatro milhões de usuários únicos por mês, gerando mais de 25 milhões de interações. Em 2021, começamos a explorar o modelo de IA Generativa e, hoje, temos diferentes casos de uso internos, com excelentes indicadores de resultados. Para a melhor experiência de nossos clientes, criamos um copiloto digital de apoio para o call center e já reduzimos 9% do tempo de atendimento para consumidores finais e 4% para empresas. Todas essas frentes refletem um ótimo NPS, métrica que mede a satisfação e a fidelidade dos clientes, em 2024, e que teve um aumento significativo, comparado ao período anterior.

Quando olhamos para o Brasil, com a sua dimensão continental, é essencial irmos além da oferta da melhor conectividade e de importantes serviços digitais para ampliar os benefícios da digitalização. O acesso a dispositivos é crucial, porém é necessário torná-los mais acessíveis economicamente. Além disso, muitos brasileiros não possuem competências tecnológicas essenciais, mesmo com o uso intenso de redes sociais. Vivemos, portanto, um paradoxo digital. Por isso, o avanço do letramento digital é urgente para capacitar a população, tornando nossa sociedade mais tecnológica e facilitando sua entrada ou evolução no mercado de trabalho.



87%
de fornecedores
atuando pela
descarbonização

Vivo Recycle recolheu
37 toneladas
de resíduos eletrônicos

Meta de
40%
de mulheres
em posições de alta
liderança e

40%
de pessoas negras
em postos de liderança

A Fundação Telefônica Vivo, entidade sem fins lucrativos direcionada ao desenvolvimento de competências digitais de educadores e estudantes de escolas públicas, tem o desafio de capacitar professores e engajar alunos no uso intencional da tecnologia. No ano passado, a Fundação completou 25 anos de atuação no país e evoluímos com o Pense Grande Tech, programa voltado à formação e empregabilidade de jovens de ensino médio em ciência de dados, já em curso no Mato Grosso do Sul, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, São Paulo, Santa Catarina e Ceará; bem como o programa de letramento digital para educadores, presente no Mato Grosso, Maranhão e Pernambuco.

Além disso, é importante atuarmos de forma coordenada. Participamos da Comissão de Tecnologia, Inovação e Transformação Digital do Conselho de Desenvolvimento Econômico, Social e Sustentável (CDESS – Conselhão), que propôs ao Governo Federal a criação do Comitê Interministerial para a Transformação Digital (CITDigital), responsável por definir diretrizes e avaliar políticas nesta área. Outro avanço é o Plano Brasil Digital 2030+, iniciativa da Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e de Tecnologias Digitais (Brasscom), da qual somos associados, para estruturar uma estratégia nacional de longo prazo.

Tudo isso torna a Vivo uma empresa do presente e do futuro, que tem um compromisso com a sociedade por meio de um sólido programa ESG. No ano passado, anunciamos novas medidas para impulsionar a agenda pelo clima e diversidade. Em clima, antecipamos nossa meta em cinco anos para atingir zero emissões líquidas (NetZero) até 2035. Ao final de 2024, alcançamos 87% de fornecedores atuando pela descarbonização, evoluindo essa representatividade em 27 p.p. na comparação com o ano anterior.

Em economia circular, somente em 2024, o Vivo Recycle recolheu 37 toneladas de resíduos eletrônicos junto aos consumidores, um crescimento de mais de 200% frente ao ano anterior, resultado de campanhas com clientes, colaboradores e estudantes de escolas beneficiadas por iniciativas da Fundação Telefônica Vivo. Um progresso relevante rumo ao desafio estabelecido pela empresa, que é sair de 150 toneladas coletadas por meio do programa, no acumulado entre 2006 e 2023, e chegar a 375 toneladas até 2035.

Em diversidade, até 2035, alcançaremos 40% de mulheres em posições de alta liderança ante os atuais 33,3%; teremos 45% de mulheres em cargos de

liderança ante os 38,3% em 2024; sairemos de 33,9% de pessoas negras em postos de liderança para 40%; além de chegar a 45% de negros no quadro geral de colaboradores, hoje com 43,2%. Importante ressaltar que, no programa de estágio, 50% das mais de 900 vagas são destinadas a talentos negros; no programa de trainee, a representatividade chega a 56%.

A Fundação Telefônica Vivo também foi nosso braço de apoio junto à população do Rio Grande do Sul, atingido por enchentes. Na ocasião, realizamos campanha interna de matchfunding com arrecadação de mais de R\$ 400 mil para compra de itens de primeira urgência, beneficiando 4,5 mil pessoas. Para além dessas ações emergenciais, em parceria com importantes empresas e fundações do país, participamos do Movimento Brasil Competitivo (MBC), do qual sou conselheiro, para apoiar a Secretaria Estadual de Educação nos processos de volta às aulas, reforma das escolas e suporte pedagógico. E, na edição de 2024 do Dia dos Voluntários da Vivo, a Fundação reuniu mais de 10 mil voluntários, entre colaboradores e familiares em 55 projetos em 39 cidades, impactando aproximadamente 40 mil pessoas.

O compromisso com a excelência e a geração de valor para todos os nossos stakeholders segue sen-





do um dos pilares da nossa estratégia. Aos nossos acionistas, reitero a intenção de distribuir recursos com valor igual ou superior a 100% do lucro líquido de cada exercício social até 2026, consolidando a Vivo como referência também na remuneração ao investidor. Essa política reflete não apenas a solidez financeira da nossa empresa, mas também a confiança no crescimento sustentável e na capacidade de entregar resultados consistentes. Inclusive, acumulamos prêmios que solidificam e legitimam nossa atuação e governança responsáveis.

Iniciamos 2024 em primeiro lugar, e permanecemos entre as empresas mais sustentáveis no ISE B3, Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores brasileira; além disso, encerramos o ano com a notícia de que a Vivo passou a fazer parte da carteira do Dow Jones Best-in-Class World Index, considerado o mais importante índice de sustentabilidade do mundo. Somos a única brasileira do setor listada entre as 47 companhias elegíveis globalmente, alcançando o 6º melhor desempenho no mundo. Também estamos no Top 10 do setor pelo terceiro ano consecutivo e somos líder nas Américas, segundo o Corporate Sustainability Assessment (CSA) da S&P Global, e, pelo décimo primeiro ano consecutivo, somos a empresa com a melhor reputação do setor no Brasil, segundo o Ranking Merco Empresas. Somam-se a esses outros reconhecimentos, como o Top 3 no ranking GPTW, e

o reconhecimento do nosso 5G pela Open Signal, consultoria que avalia a experiência de conectividade global, como líder em velocidade de download no Brasil e no mundo.

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

O ano de 2024 ainda será lembrado por marcos históricos. A Telefónica, controladora da Telefônica Brasil (Vivo), celebrou seu centenário em todos os países onde atua, finalizando as comemorações internacionais no Brasil, após eventos na Espanha, Bélgica, Alemanha e Estados Unidos. Nesses 100 anos, a Telefónica tornou-se referência no setor e, desde 1998, o maior investidor europeu no Brasil. São mais de R\$ 560 bilhões ao longo destes anos, o que permitiu à Vivo construir a melhor e mais eficiente infraestrutura de conectividade em território nacional, com tecnologias como fibra, 4G, 4.5G e 5G.

Também exaltamos a aprovação da migração do modelo de concessão para autorização, fator determinante que beneficiará o consumidor. Com a decisão, os recursos antes destinados à manutenção de redes legadas, como cobre e centrais telefônicas em desuso, poderão ser redirecionados para desenvolver ainda mais a infraestrutura em fibra e a expansão da rede móvel em áreas desatendidas, fomentando, inclusive, novos operadores regionais.

Para 2025, seguiremos firmes com o propósito de Digitalizar para Aproximar com novos pilares que norteiam o negócio e as relações com todos os nossos stakeholders para sustentar o compromisso com a digitalização e a inclusão social no Brasil: Vivo Total; Vivo Max; Vivo IA Digital; Vivo Sempre; Futuro Vivo; e Eu, nós, Vivo.

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

Christian Mauad Gebara

Presidente da Telefônica Brasil



Apresentação

- Sobre este relatório
- 2024 em números
- Principais reconhecimentos
- Jornada em sustentabilidade
- Dupla materialidade
- Engajamento de stakeholders
- Atuação da Vivo no país



Sobre este relatório

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

A Vivo tem o prazer de apresentar o **Relato Integrado 2024**, que compartilha as principais iniciativas e compromissos da Companhia com a sociedade e seus diversos públicos de relacionamento. Este relato abrange o mesmo período das demonstrações financeiras, de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024, com exceção de dados específicos que, devido à sua relevância, foram atualizados previamente e estão devidamente sinalizados ao longo do documento.

Este relatório, publicado anualmente, foi estruturado com base nos novos pilares estratégicos da Vivo, que orientam o direcionamento da Companhia para os próximos anos. Esses pilares estão alinhados ao propósito central da Vivo e são apresentados no capítulo **Digitalizar para aproximar**.

Neste documento, apresentamos as iniciativas e estratégias que marcaram a jornada da Companhia em 2024, com foco na transformação digital.

Para comentários, dúvidas, sugestões ou contribuições sobre o Relato, entre em contato com a Vivo através do e-mail: sustentabilidade.br@telefonica.com.

Diretrizes usadas neste relatório



Global Reporting Initiative

Considera os conteúdos gerais e específicos do GRI de acordo com a materialidade da Companhia.



Capitais do Relato Integrado

Adequado nas diretrizes da International Integrated Reporting Framework (IR), na Orientação Técnica CPC 09 e nas exigências da Instrução CVM 14/2020.



Sustainability Accounting Standards Board

Considera também as orientações do SASB, do setor Telecommunication Services.



Task Force on Climate Related Financial Disclosures

Também está alinhado as orientações do TCFD.



Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

Faz as devidas correlações com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A análise e consolidação dos indicadores levou em conta as operações com as informações socioambientais e de governança representando aproximadamente 96,2% do escopo total das demonstrações financeiras.

Em consonância com a política de transparência e o compromisso com a sustentabilidade do negócio da Vivo, o Relato foi revisado e aprovado pela Diretoria Estatutária da Companhia, levando em consideração informações significativas sobre os índices e provedores de dados ESG, como o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 e o Dow Jones Best-in-Class World Index. Os indicadores quantita-

tivos relacionados às Normas GRI e ao SASB estão reunidos nos anexos, além de disponibilizarmos a **Base de Preparação do Relato Integrado 2024**.

Este documento também passou por assegu- rança externa independente, realizada pela PwC. As informações financeiras nele contidas englobam as operações consolidadas da Companhia. Elas foram auditadas externamente pela PwC no momento da divulgação das demonstrações financeiras completas de 2024. O Relatório de Assegu- rança independente pode ser acessado **na página 230** deste Relato.

Ferramentas de leitura



Este documento possui recursos de acessibilidade e interatividade Para melhor visualização do PDF, **utilize o Acrobat Reader**.

Interatividade

Indicação de elementos interativos na página



Indicação de links externos



(Confira em)

Indicação de elementos ocultos que se tornarão visíveis ao passar o mouse



Indicação de links internos

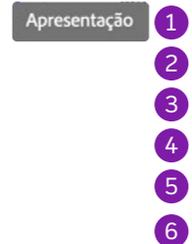
(Saiba mais em)

Navegação

Navegação entre páginas

Passa o mouse sobre o número do capítulo para ver seu nome. **Clique** sobre o número para acessar o capítulo

Link para sumário principal



2024 em números



NEGÓCIOS

+33 mil
colaboradores

1.792
lojas (próprias e revendas)

~101 mil
aliados (terceiros)

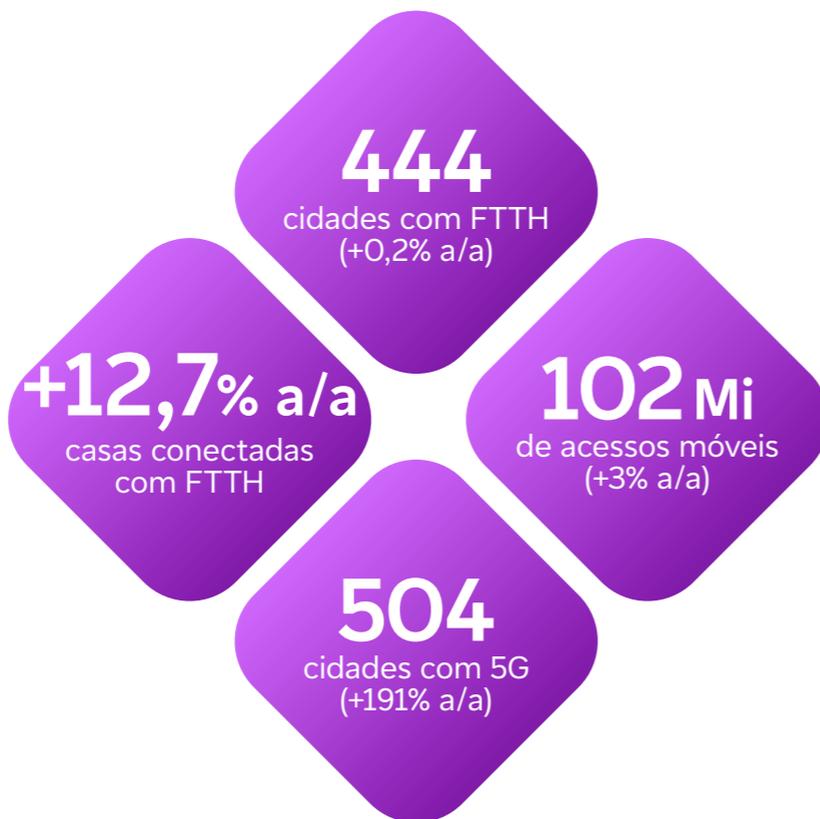
+116 Mi
clientes (acessos)
(+3% a/a)

R\$ 55,8 Bi
de receita líquida (+7% a/a)

R\$ 22,9 Bi
de EBITDA (+7% a/a)

R\$ 9,2 Bi
de investimentos ex-IFRS 16¹ (+2% a/a)

R\$ 5,5 Bi
de lucro líquido (+10% a/a)



¹ CAPEX líquido de contratos de arrendamento e licenças.

AMBIENTAL

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

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

100%
das emissões residuais compensadas

125
fornecedores carbono intensivos engajados

87%
dos fornecedores intensivos em carbono atuando pelo clima

ENERGIA

72 usinas
de energia renovável (+7% a/a)

68 GW
de economia em projetos de eficiência energética

100%
energia elétrica renovável



ECONOMIA CIRCULAR

+37 ton
de resíduos eletrônicos de consumidores coletados no Vivo Recycle (+200% a/a)

5,28 Mi
de itens coletados pelo programa Vivo Recycle desde 2006

1.445
resíduos de uniformes reaproveitados

+97%
dos resíduos da operação reciclados



SOCIAL

DIVERSIDADE

38,3%

de mulheres em cargos de liderança executiva (+1,3 p.p a/a)

33,9%

de pessoas negras em cargos de liderança (+1,1 p.p a/a)

526

mulheres técnicas no programa Mulheres de Fibra (+28% a/a)

43,2%

de pessoas negras no quadro de colaboradores (+1,5 p.p a/a)

ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS

+5 mil

novas contratações

2.610

vagas ocupadas por movimentações internas

~2 Mi

de horas de treinamento

16%

de turnover

85

de eNPS (zona de excelência)

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

-4,3%

de reclamações na Anatel

87%

de resolutividade no Consumidor.gov

83%

das avaliações das lojas com 5 estrelas

+2 p.p.

acima do NPS do ano anterior

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO

2 Mi

de pessoas impactadas pelos projetos de educação

R\$ 50 Mi

investidos

CADEIA DE VALOR

~581

fornecedores avaliados em ESG pelo programa Parceiro Plural

GOVERNANÇA

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO | GRI 2-9

83%

de membros independentes

33%

de mulheres no Conselho

CIBERSEGURANÇA

ISO27001

incluído o processo de GVUL (Gestão de Vulnerabilidades), MDR (Managed Detection and Response), AppSec (Segurança de Aplicações) e Monitoramento de Proteção de Dados.

INOVAÇÃO ABERTA

25

startups no portfólio da Wayra

47%

geraram negócios para a Vivo.gov

~R\$ 150,9 Mi

investidos em startups e fintechs pela Vivo Ventures (fundo de Corporate Venture Capital) desde sua criação, em 2022

REMUNERAÇÃO

10%

da remuneração de longo prazo atrelada a metas climáticas¹

20%

das metas de curto prazo vinculadas a objetivos ESG² desde 2019

ÉTICA

98,3%

dos colaboradores treinados no novo Princípios do Negócio Responsável – Código de Ética

¹ Objetivo: neutralização e redução de emissões de CO₂.

² Objetivos: experiência do cliente (NPS + NPS Gap), igualdade de gênero (mulheres diretas) e mudanças climáticas (emissões de CO₂).

Principais reconhecimentos

NEGÓCIOS

- Eleita como o 5G mais rápido do Brasil e do mundo pelo **OPENSIGNAL 5G GLOBAL AWARDS 2024**.
- Reconhecida pelo **NPERF AWARDS 2024** como **Melhor Banda Larga da América Latina** e Melhor Wi-fi do Brasil.
- **ENTRE AS EMPRESAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO BRASIL** (ISE B3), e presente no índice pelo 12º ano consecutivo.
- **6ª EMPRESA DO SETOR MAIS SUSTENTÁVEL** do mundo pelo ranking da S&P (CSA) e 5º ano consecutivo entre as empresas líderes em sustentabilidade no The Sustainability Yearbook da S&P.
- **INDUSTRY ESG TOP RATED** pela Sustainalytics e Selo Prime pela ISS Corporate.
- 7º lugar como marca brasileira mais valiosa entre as **50 MARCAS MAIS VALIOSAS DO BRASIL**.
- **UMA DAS EMPRESAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO** pela Corporate Knights (Global 100).
- Marca de operadora de telefonia e internet preferida pelos brasileiros pelo **ESTADÃO MARCAS MAIS 2024**.
- Marca mais lembrada em Telefonia Celular, Banda Larga e 5G pelo **PRÊMIO TOP OF MIND 2024**.
- **TOP 3** do setor (Telecomunicações, Tecnologia e Mídia) na edição **MELHORES DO ESG** da Revista Exame.
- Melhor empresa no setor TI & Telecom na 24ª edição de **VALOR 1000**.

AMBIENTAL

- Empresa **LÍDER EM MUDANÇAS CLIMÁTICAS** pelo CDP desde 2020.
- Entre as empresas **LÍDERES EM ENGAJAMENTO COM FORNECEDORES** por 4 anos consecutivos, de acordo com o CDP.
- Presente no Índice **CARBONO EFICIENTE - ICO₂** da B3 desde 2010.
- **SELO OURO NO GHG PROTOCOL** desde 2012.
- **ESTRATÉGIA NET ZERO** integra a publicação do GSMA divulgada no Mobile World Congress (MWC) Barcelona.
- Triplo reconhecimento no **PRÊMIO ECO AMCHAM** - na categoria inédita “Lideranças Eco” e com os cases “Vivo Amplia Ação Climática para a Cadeia de Valor” e “A Estratégia de Descarbonização da Vivo”.
- Top 5 em Sustentabilidade e Mudanças Climáticas no prêmio **EMPRESAS MAIS ESTADÃO 2023**, elaborado em parceria com a FIA.

SOCIAL

- 3º ano no **BLOOMBERG GENDERQUALITY INDEX (GEI)** e **TOP 100** do **REFINITIV GLOBAL DIVERSITY & INCLUSION INDEX**.
- 4º ano presente no **ÍNDICE GPTW B3** e Top 3 no ranking **MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR DO GPTW 2024**.
- Entre as 25 melhores empresas para desenvolver a carreira no Brasil, segundo o **LINKEDIN TOP COMPANIES**.
- Empresa líder do setor no Brasil em atrair e fidelizar talentos pelo **RANKING MERCOS TALENTO**.
- Programa de voluntariado da Fundação Telefônica Vivo reconhecido como Programa do Ano pelo **PRÊMIO APLAUDE 2024**.
- Prêmio Estadão em parceria com a FIA - **LUGARES MAIS INCRÍVEIS PARA TRABALHAR 2024**.
- Empresa vencedora do prêmio **DIVERSIDADE EM PRÁTICA PELO TOP OF MIND**.



GOVERNANÇA

- Única empresa do setor presente no Ranking das 100 melhores empresas do **MERCO RESPONSABILIDADE ESG BRASIL** e melhor reputação do setor no **RANKING MERCO REPUTAÇÃO CORPORATIVA**.
- Líder do setor no **ÍNDICE CALIBER DE REPUTAÇÃO CORPORATIVA**.
- **MELHOR DEPARTAMENTO DE COMPLIANCE:** Telecom e Tecnologia pelo Leaders League Compliance Awards.
- **1º** lugar nas oito categorias do ranking **LATIN AMERICA EXECUTIVE** da Institutional Investor.
- **1º lugar no Ranking 100 OPEN CORPS** na categoria Telecom e 4º lugar no ranking geral de empresas mais ativas em Open Innovation do Brasil.
- **Top 20 EMPRESAS MAIS INOVADORAS** do Brasil pela **MIT Technology Review Brasil**.
- Premiação Empresa **PRÓ ÉTICA 2022-2023** pela Controladoria Geral da União - Governo Federal.



Mais informações e atualizações podem ser acessadas no [site de relações com investidores](#).

Índices, rankings e ratings

Índice/rankings/ratings	Desempenho	Última atualização
Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)	Constituinte.	Maior, 2025
Dow Jones Best-In-Class World Index	Única telecom brasileira no índice, e 6º melhor desempenho do setor no mundo.	Fevereiro, 2025
S&P Global 1200 Scored & Screened Index	Constituinte.	Março, 2025
S&P Global LargeMidCap Scored & Screened Index	Constituinte.	Março, 2025
Índice S&P/B3 Brasil ESG	Top 10 constituinte do índice (market share).	Março, 2025
CDP	A List (D- a A).	Abril, 2025
Índice de Carbono Eficiente (ICO ₂)	Constituinte.	Janeiro, 2025
FTSE4Good	Constituinte.	Junho, 2024
TOP 100 do FTSE Diversity & Inclusion Index	Constituinte.	Junho, 2024
Bloomberg Gender-Equality Index (GEI)	Listados no índice da Bloomberg focado em transparência em relação a gênero.	Junho, 2024
Índice Teva Mulheres	Constituinte.	Abril, 2025
Bloomberg	7,11 (0 a 10).	Janeiro, 2025
MSCI	A (CCC a AAA).	Junho, 2024
Sustainalytics	15,5 (0 a 40+ / Quanto menor, melhor).	Abril, 2025
ISS ESG (Q Corporate Rating)	B- (D- a A+) Prime Status.	Janeiro, 2025
ISS ESG (Quality Score)	Env. (E): 3 (1 a 10 / Quanto menor, melhor) Soc. (S): 1 (1 a 10 / Quanto menor, melhor) Gov. (G): 3 (1 a 10 / Quanto menor, melhor).	E e S: Janeiro, 2025 G: Março, 2025
FTSE	4,4 (0 a 5).	Junho, 2024
Moody's	66 (0 a 100).	Outubro, 2024
S&P Global CSA	88 (0 a 100).	Novembro, 2024



Sistemas de gestão

A Vivo gerencia seus aspectos socioambientais com base nas melhores práticas internacionais, garantindo que todas as operações da Companhia estejam alinhadas com o mais alto padrão de governança, sustentabilidade e responsabilidade corporativa.

A seguir, estão elencadas as principais normas e certificações que atestam o compromisso da empresa com a excelência em diversas áreas de gestão:

DSC 10000 – GESTÃO DE ÉTICA E INTEGRIDADE

A certificação aprimora os sistemas internos da Companhia, assegurando a prevenção e a detecção de comportamentos ilícitos, e garantindo que as práticas da empresa estejam sempre em conformidade com os princípios de ética e integridade.

ISO 14001 – GESTÃO AMBIENTAL

A Vivo conquistou a certificação ISO 14001 em 2016, reconhecendo-a como a operadora de telecomunicações com o maior Sistema de Gestão Ambiental (SGA) certificado no Brasil. Mantida em mais de 80% dos estados brasileiros, em suas principais capitais.

ISO 26000 – RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

Primeira empresa do setor no Brasil e no grupo a implementar a norma. Reconhecida como Nível Ouro pela alta aderência. Refletindo o compromisso da Companhia com o princípio da responsabilidade; transparência; comportamento ético; e respeito pelos interesses dos stakeholders, pelo estado de direito, pelas normas internacionais de comportamento e pelos direitos humanos.

ISO 27001 – GESTÃO DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Esta certificação valida a robustez dos sistemas

de segurança da Vivo, assegurando a proteção de dados sensíveis e fortalecendo a resiliência das operações digitais da Companhia.

ISO 45001 – GESTÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL

A Vivo se destaca como a primeira operadora de telecomunicações no Brasil a obter a certificação ISO 45001, que reconhece as melhores práticas na gestão de saúde e segurança ocupacional. Esta certificação abrange diversas áreas da Companhia, incluindo lojas, setores administrativos, operações de campo e call centers.

ISO 50001 - GESTÃO DE ENERGIA

Certificação atualmente implementada em duas unidades da Companhia, que atesta o compromisso da Vivo na implementação de iniciativas que garantam a eficiência energética.

Esses sistemas de gestão certificados, também proporcionam a cobertura de auditorias internas e externas independentes sobre seu escopo, apoiando uma gestão cada vez mais adequada de riscos e impactos ambientais, sociais e de governança.

Sistema de gestão	DSC 10000 Gestão de Ética e Integridade	ISO 14001 Gestão Ambiental	ISO 26000 Responsabilidade Corporativa	ISO 27001 Gestão de Segurança da Informação	ISO 45001 Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional	ISO 50001 Gestão de Energia
Auditoria interna	-	✓	-	✓	✓	✓
Auditoria externa	✓	✓	✓	✓	✓	✓



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 e a transformação positiva. Em 2024, permanecemos como uma das empresas mais sustentáveis do país presentes no **Top 3 do ISE B3**. Pela primeira vez, a Vivo foi listada na carteira do **Dow Jones Best-in-Class World Index**, sendo a única telecom brasileira no índice, líder do setor nas Américas e 6ª com o melhor desempenho do setor globalmente.

- 2004** ■ Primeiro informe de responsabilidade corporativa no Brasil, já de acordo com os padrões da Global Reporting Initiative (GRI).
- 2005** ■ Aprovação do Código de Ética pelo Conselho de Administração.
 - Implantação do Vivo Recycle (Recicle com a Vivo), por meio do qual já foram recolhidos mais de 5 milhões de itens, sendo mais de um milhão de celulares.
- 2006** ■ Divulgação do primeiro compromisso com a sustentabilidade nos Princípios de Atuação.
 - Instituição das primeiras metas globais de sustentabilidade.
- 2007** ■ Aprimoramento da performance ambiental alinhada ao Science Based Targets Initiative (SBTi)
 - Realização da 1ª materialidade para a elaboração dos informes de responsabilidade corporativa.
- 2009** ■ Criação da primeira política ambiental, aprovada pela Alta Administração.
- 2010** ■ Vivo se torna signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas.
- 2011** ■ Divulgação de informações ESG em relatórios financeiros e de mercado.
 - Vivo listada na carteira do ISE da B3, que reúne as companhias com as melhores práticas de Sustentabilidade e Governança.

- 2012** ■ Obtenção do Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol.
- 2014** ■ Criação do Comitê de Princípios de Atuação para impulsionar a incorporação das melhores práticas empresariais - entre elas, as de sustentabilidade - na estratégia da Companhia.
- 2015** ■ Lançamento da Política de Sustentabilidade para a cadeia de fornecimento.
 - Lançamento de página direcionada a comunicar os projetos e ações de sustentabilidade e governança, hoje vivosustentavel.com.br.
 - Divulgação do Plano de Negócios Responsáveis (PNR), com indicadores estratégicos de sustentabilidade, transversais a toda a Companhia.
- 2016** ■ CEO da Vivo se torna sponsor da estratégia ESG da Companhia, reportando os resultados anualmente ao Conselho de Administração da Espanha.
 - Foi certificado, com a ISO 14001, o Sistema de Gestão Ambiental em mais de 80% dos estados brasileiros.
 - Vivo se tornou signatária do Women's Empowerment Principles (WEPPs), iniciativa da ONU Mulheres.
 - Lançamento do Portal Dialogando, iniciativa que promove a discussão sobre o uso responsável da tecnologia.

- 2018** ■ Centro de privacidade: página reformulada, com informações sobre cuidado e proteção à privacidade de dados dos clientes.
 - Criação do Comitê de Negócio Responsável e Reputação, liderado pelo CEO.
 - 100% energia renovável (Escopo 2) desde novembro de 2018.
- 2019** ■ Divulgação de resultados ESG nas apresentações de resultados aos investidores, feitas pelo CEO.
 - Primeira empresa carbono neutro do Grupo Telefônica e do setor na América Latina.
 - Lançamento da Política Global de Direitos Humanos.
 - 20% da remuneração variável dos executivos passa a ser relacionada a temas de sustentabilidade.
- 2020** ■ Foi certificada como Leed Platinum a loja Vivo Shopping Villa Lobos, em São Paulo (SP).
 - Comitê de Qualidade e Sustentabilidade: reformulação do Comitê de Qualidade, incluindo a competência de sustentabilidade.
 - Implementação e Certificação da ISO 26000, diretriz internacional de responsabilidade corporativa.
 - 1º ano de reporte da Vivo no questionário de mudanças climáticas do CDP.
 - Certificação ISO 50.001.

- 2021** ■ Inclusão de seção ESG no site de Relações com Investidores e em páginas dedicadas ao tema.
 - Mobilização de fornecedores com atividades intensivas em CO₂ para a redução de suas emissões de gases de efeito estufa, ampliando assim a atuação da Vivo nas ações voltadas para economia de baixo carbono.
 - Realização do Estudo de Riscos Climáticos.
- 2022** ■ 1ª emissão de debêntures ESG (SLB) com metas atreladas à redução das emissões de CO₂ e diversidade racial na liderança.
 - Atualização dos Princípios de Negócio Responsável, o Código de Ética do Grupo Telefônica.
 - Criação do Vivo Ventures, o fundo de investimento em startups com aporte estimado em R\$ 320 milhões.
 - Cinco compromissos assumidos na Ambição 2030 do Pacto Global: Ambição Net Zero, Elas Lideram, Raça é Prioridade, Mente em Foco e Salário Digno.
 - Remuneração de longo prazo ESG vinculadas à VIVT3, com metas atreladas ao combate às mudanças climáticas.
 - Compromisso para a Biodiversidade com o CEBDS.

- 2023** ■ Divulgação do Estudo “Vivo pelos ODS 2030”, que detalha a visão estratégica de sustentabilidade da Companhia e a sua jornada de impacto positivo em relação à Agenda 2030 da ONU.
 - Sexto Compromisso assumido na Ambição 2030 do Pacto Global: Conexão Circula.
 - Lançamento do Plano de Ação Climática.
 - Diagnóstico de Impactos à biodiversidade.
- 2024** ■ ISE da B3: destaque em Governança Corporativa, Capital Social, Meio Ambiente e Inovação.
 - Inclusão no DJSI World: reconhecimento por sua estratégia de sustentabilidade.
 - Participação no 20º World Summit on the Information Society (WSIS 2024): discussão sobre conectividade e educação, apresentando soluções para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).
 - Criação do novo pilar do propósito “Digitalizar para Aproximar”: o Futuro Vivo.
 - 1ª empresa do setor signatária do The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD).
 - 1º ESG Day da Vivo: antecipação da Meta Net Zero (2035), ampliação de metas de diversidade racial e de gênero e lançamento da meta de circularidade.
 - Estudo de medição de impacto: realizado com a metodologia IWAI/Harvard.

Dupla materialidade

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

A Vivo incorporou, desde 2021, o conceito de dupla materialidade, que avalia o impacto da sustentabilidade não só sobre a performance financeira de longo prazo, mas também sobre o meio ambiente e a sociedade. Este processo considera os interesses de diferentes stakeholders e auxilia na construção do posicionamento da Companhia, alinhando-o com sua estratégia de curto, médio e longo prazos.

O estudo de materialidade e suas aplicações na estratégia e relato da Companhia, bem como temas ESG tratados ao longo do documento são parte do escopo das reuniões trimestrais do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.

Em 2024, a Vivo passou a adotar uma abordagem mais ágil e dinâmica, com reavaliações periódicas e frequentes da dupla materialidade, com o objetivo de assegurar que os temas materiais da Companhia sejam monitorados de forma contínua e atualizada. Dessa forma, o estudo passou a ser revisado anualmente, com a utilização de informações tanto primárias quanto secundárias de diversas fontes, e integra o processo de asseguuração externa limitada do Relato Integrado.

Visão geral do estudo de dupla materialidade

Principais etapas

- 1 Mapeamento do contexto de sustentabilidade, das atividades da Companhia e seus grupos de relacionamento.
- 2 Identificação de impactos potenciais (riscos) e reais, bem como oportunidades ESG.
- 3 Avaliação da significância dos impactos potenciais (riscos) e reais e sua priorização (severidade).
- 4 Agrupamento em macrotemas, definição e priorização dos limites para os temas materiais.
- 5 Revisão do impacto de temas subestimados com base na percepção da Alta Administração e/ou resultados de estudos internos.
- 6 Revisão da matriz de dupla materialidade pelo Comitê de Qualidade e Sustentabilidade e aprovação do Conselho de Administração.
- 7 Alinhamento com o planejamento estratégico (Plano de Negócio Responsável) e processos de gestão e reporte.

Frameworks utilizados

GRI 2021, Relato Integrado (IIRC), CPC09 e alinhamento com requisitos de assessments ESG (ISE e DJSI).

Frequência e fontes de informações

- **Trimestral:** pesquisas de reputação e percepção dos stakeholders (Reprtrak e Tracking de Marca) e resultados econômico-financeiros.
- **Semestral:** atualização da avaliação de riscos corporativos e estudos específicos de riscos, impactos e oportunidades.
- **Anual:** planejamento estratégico (2024-2026), atualização de frameworks e assessments ESG e calibração e validação da Alta Administração.
- **Bienal:** consulta a especialistas e pesquisa direta com stakeholders para testagem dos temas materiais e captação de novas percepções.

Impacto avaliado

- **Interno:** considera riscos e oportunidades associados, definindo um nível de criticidade para o negócio (percepção de impacto financeiro).
- **Externo:** considera a influência positiva e/ou negativa das atividades realizadas pela Companhia nestes temas para a sociedade.

Stakeholders prioritários

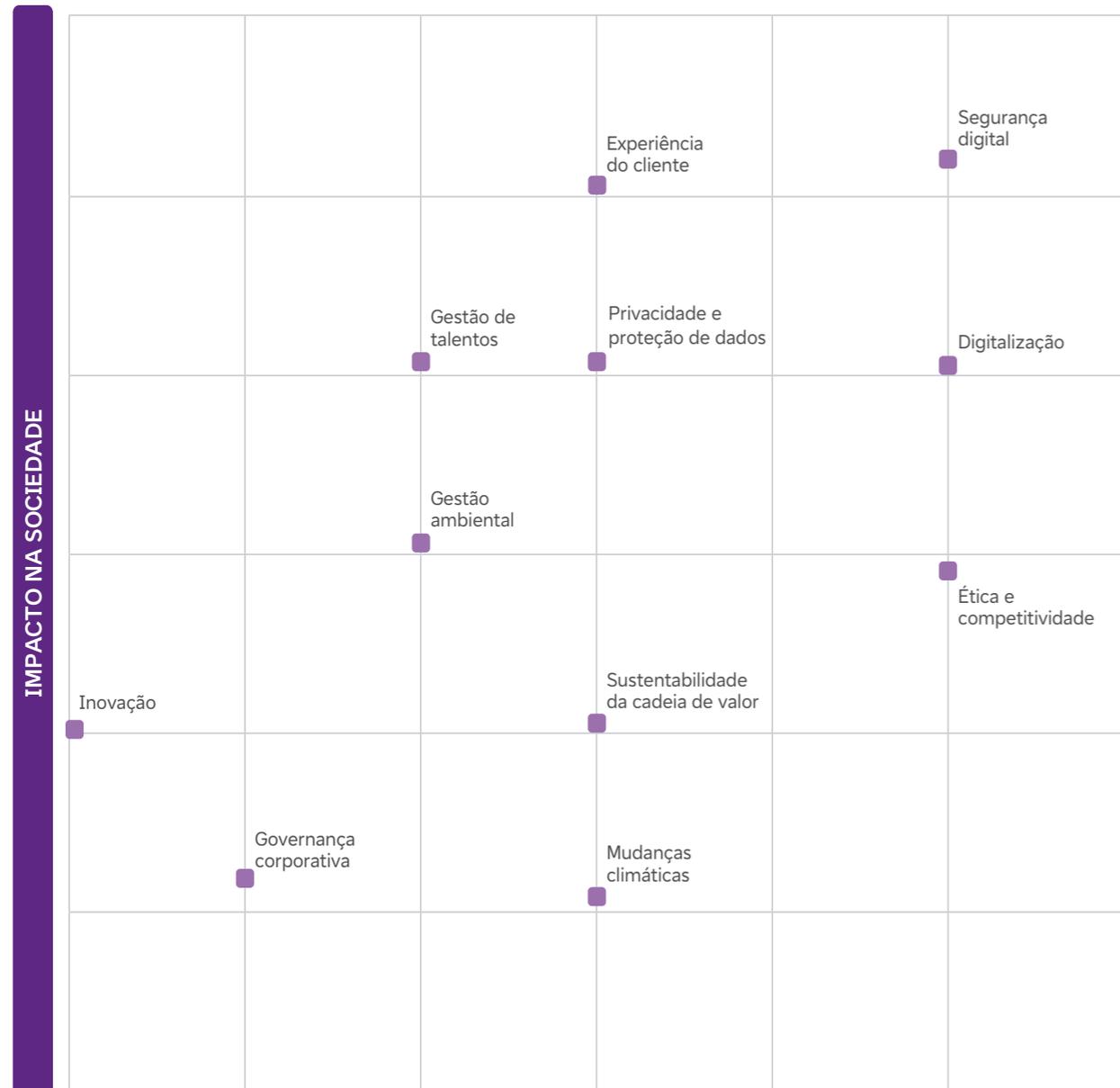
- Acionistas.
- Clientes.
- Conselheiros.
- Fornecedores.
- Colaboradores.
- Investidores.
- ONGs.
- Órgãos reguladores.





MATRIZ DE MATERIALIDADE

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



Legenda: ■ Temas materiais

Os resultados da dupla materialidade atual da Vivo foram produto de um processo contínuo de construção dos últimos 4 anos:

2021	2022	2023/2024
Adoção da dupla materialidade e pesquisa direta com mais de 700 stakeholders.	Ampliação do estudo com consulta direta a mais de 4.500 stakeholders.	Revisão do estudo com integração de mais de 30 fontes de informação internas qualificadas.

Desde o final de 2024, a Vivo está conduzindo um processo de revisão mais abrangente do seu estudo de dupla materialidade. A previsão de divulgação é para o segundo semestre de 2025, no [site de Relações com Investidores](#) da Companhia.

O próximo Estudo de Dupla Materialidade compreenderá:

- Avanços relevantes em sua metodologia, com adoção de novos requisitos originados de frameworks voluntários e regulatórios (nacionais e internacionais);
- Inclusão de novas fontes de análise de impacto financeiro considerando o contexto contábil, financeiro, estratégico, jurídico e de riscos;
- Avaliação de contexto considerando estudos de tendências (+40 estudos avaliados) e benchmarking setorial (+30 empresas);
- Avaliação de estudos de riscos, impactos e oportunidades ESG conduzidos pelas diversas áreas da Companhia; e
- Consultas diretas com mapeamento de percepção dos principais stakeholders.



Engajamento de stakeholders

GRI 2-25, 2-29

Os **Princípios de Negócio Responsável** orientam a Vivo em sua missão de atuar como uma companhia confiável, ética e transparente perante todas as suas partes interessadas (stakeholders). Esses princípios estabelecem diretrizes claras que norteiam a conduta da Companhia em suas operações e relacionamentos, promovendo práticas responsáveis e sustentáveis.

Para garantir que seus valores sejam amplamente compreendidos, a Vivo adota uma comunicação transparente, acessível e contínua com seus públicos, reforçando seu compromisso com a confiança mútua e o engajamento ativo com as demandas e expectativas de seus stakeholders.

Para assegurar a eficiência do engajamento,

seguimos as **Diretrizes para Engajamento das Partes Interessadas**. Elas estabelecem métricas para identificar stakeholders e estabelecer níveis de interação apropriados, de acordo com as necessidades específicas de cada grupo e atividade, além de monitorar se a Companhia está correspondendo às expectativas de suas partes interessadas adequadamente.

A metodologia adotada, desenvolvida internamente pela Vivo e alinhada às melhores práticas do mercado, resulta das consultas a diversas áreas da Companhia. Esse processo possibilita um mapeamento abrangente e uma análise aprofundada das relações com seus stakeholders, resultando na definição dos stakeholders prioritários, organizados em categorias.

Estratégia de gestão

Mapa de partes interessadas

- 1 Mapa de todas as partes interessadas
- 2 Identificação de aspectos materiais
- 3 Priorização das principais partes interessadas

Objetivos de negócio

- 1 Definição dos temas materiais para o negócio a partir de dupla materialidade
- 2 Identificação de parceiros internos e processos de engajamento externos
- 3 Estabelecimento de objetivos e linhas de ação para alcançar os objetivos

Engajamento das partes interessadas

- 1 Seleção das principais partes interessadas
- 2 Definição do modelo de engajamento
- 3 Diálogo especializado
- 4 Monitoramento periódico
- 5 Colaboração para desafios comuns
- 6 Identificação de diferenças em percepção e desempenho
- 7 Planos de ação e remediação

Parte interessada	Canal de diálogo	KPI impactado
Clientes	Conselho de Usuários	Reuniões com conselheiros
	Canais digitais	Total de clientes
	Pesquisa de relacionamento multicanal	Número de pesquisas concluídas
Colaboradores	eNPS	Taxa de resposta
	Workplace	Porcentagem de usuários mensais ativos
Fornecedores e parceiros estratégicos	Pesquisa de fornecedores	Índice de satisfação
Acionistas e investidores institucionais	Assembleia Geral de Acionistas	Reuniões com acionistas minoritários
		Road shows e conferências (investidores institucionais)
		Acionistas minoritários
		Investidores institucionais
		Número de entrevistas RepTrak concluídas
Sociedade	Reputação	Número de entrevistas MERCO aos públicos de interesse
		Milhões de seguidores das contas exclusivas da @Vivo (LinkedIn, X, Facebook, Instagram, YouTube e TikTok)
Comunidades	Canal de Consultas	Número de consultas respondidas e resolvidas
Entidades governamentais e agências reguladoras	Reuniões com reguladores	Número médio de reuniões OTTs Telecomunicações
Líderes de opinião, meios de comunicação social e serviços de comunicação	Comunicados de imprensa, entrevistas, convites e respostas aos meios de comunicação social	Processos de gestão de comunicação (vs. 2018)

Para atender às demandas do público, além de todos os canais de comunicação, quaisquer questões relacionadas ao nosso negócio podem ser enviadas para o e-mail: sustentabilidade.br@telefonica.com.

A Vivo reconhece a importância de fornecer informações precisas, completas, claras e no momento adequado para todos os seus grupos de interesse. Esse compromisso está presente tanto nos relatórios submetidos aos órgãos reguladores do mercado quanto nas comunicações públicas realizadas pela Companhia, incluindo os conteúdos disponibilizados em seus portais institucionais. Além disso, a Companhia concentra seus esforços principalmente em engajamentos estratégicos e relevantes, os quais podem ser acompanhados por meio de indicadores específicos, tais como:

- Indicadores de canais de atendimento, incluindo Ouvidoria.
- Resultados de monitoramento de indicadores dos Princípios de Negócio Responsável.
- RepTrak (avaliação de reputação feita com clientes e não clientes das principais operadoras): em 2024, foram entrevistadas **4.930 pessoas**, por meio de **pesquisa especializada realizada pela empresa**. O resultado anual de 2024 demonstrou um novo crescimento reputacional, ano contra ano, tanto em relação ao desempenho individual da Companhia quanto aos principais concorrentes.





- Indicadores de monitoramento de fornecedores, além do atendimento aos Princípios de Negócio Responsável constar em 100% dos contratos.
- Indicador de engajamento de colaboradores – eNPS (em 2024, a Companhia se manteve na zona de excelência com índice de 85).

- Indicador de satisfação do cliente - NPS (com crescimento de +2 pontos percentuais a/a, pelo quarto ano consecutivo).

A Vivo reafirma seu compromisso em manter-se sempre aberta e receptiva às necessidades de todos os seus stakeholders.

TREINAMENTO DE ENGAJAMENTO DE PARTES INTERESSADAS PARA A ÁREA DE NEGÓCIOS

GRI 2-29

No ano de 2024, a Companhia deu um passo importante na integração da sustentabilidade com as operações de negócios, por meio da implementação de treinamentos voltados para os times de B2B e B2C, com o objetivo de aproximar a temática ESG da realidade dos negócios, bem como fortalecer a cultura de sustentabilidade dentro da organização.

A implementação do **ESG - B2B Training Negócios** e o reforço do treinamento de **Sustentabilidade para o time de B2C** foram duas ações estratégicas realizadas ao longo do ano. Esses trei-

namentos tiveram como objetivo capacitar as equipes sobre práticas atuais relacionadas à sustentabilidade, e ao consumo consciente, promovendo a aplicação de ações sustentáveis em suas respectivas áreas de atuação.

Em conjunto, **aproximadamente 3.000 colaboradores** foram capacitados, além de terem sido executados **workshops complementares**, que também foram uma parte importante dessa estratégia, incentivando o debate e o compartilhamento de ideias sobre como integrar a sustentabilidade de forma eficaz nas áreas de negócio.

Comunicação responsável

A comunicação responsável é um pilar fundamental para garantir que a Vivo e suas controladas e subsidiárias se relacionem de maneira ética, transparente e respeitosa com todos os seus stakeholders, sejam internos ou externos. Em conformidade com os Princípios de Negócios Responsável, a Companhia adota uma abordagem que prioriza a clareza, a precisão e a integridade na transmissão das mensagens.

Através da implementação de diretrizes de comunicação corporativa, busca-se maximizar a exposição positiva da marca e fortalecer a confiança com os públicos. Os esforços da empresa são guiados por um compromisso com a verdade, a transparência e o respeito à diversidade, ao mesmo tempo em que se evitam práticas que possam comprometer a reputação da Vivo ou induzir a interpretações equivocadas.

A **Política de Comunicação Responsável** estabelece uma série de princípios que garantem que todas as mensagens, tanto internas quanto externas, sejam sempre alinhadas aos valores da Companhia e às expectativas dos stakeholders. A comunicação deve ser clara, acessível e sensível às diversas realidades dos públicos atendidos pela Vivo. Isso inclui o respeito à privacidade dos consumidores, a proteção dos dados pessoais e o compromisso com a inclusão e a equidade em todas as interações da Companhia.

Atuação da Vivo no país

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 **33 mil colaboradores diretos e aproximadamente 101 mil indiretos**. Seu modelo de negócio é orientado para prover infraestrutura de rede nacional, posicionando-se como um hub digital, oferecendo serviços como telefonia fixa e móvel, internet banda larga, TV por assinatura e streaming.

O modelo de marca tem como principal orientador o cliente no centro de tudo o que é feito, o que fundamenta o objetivo da Vivo de ser uma plataforma de fomento à conexão entre as pessoas.

O modelo de marca foi estruturado em 2009 e implantado nos anos seguintes, nos quais a marca Telefônica desempenha um papel corporativo e institucional em todas as localidades em que o grupo atua, enquanto a marca Vivo e outras marcas comerciais materializam a oferta integrada de produtos e serviços, simplificando e padronizando a experiência do cliente.



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

Marca contemporânea e inspiradora

Infraestrutura robusta

Maior base de acessos da América Latina

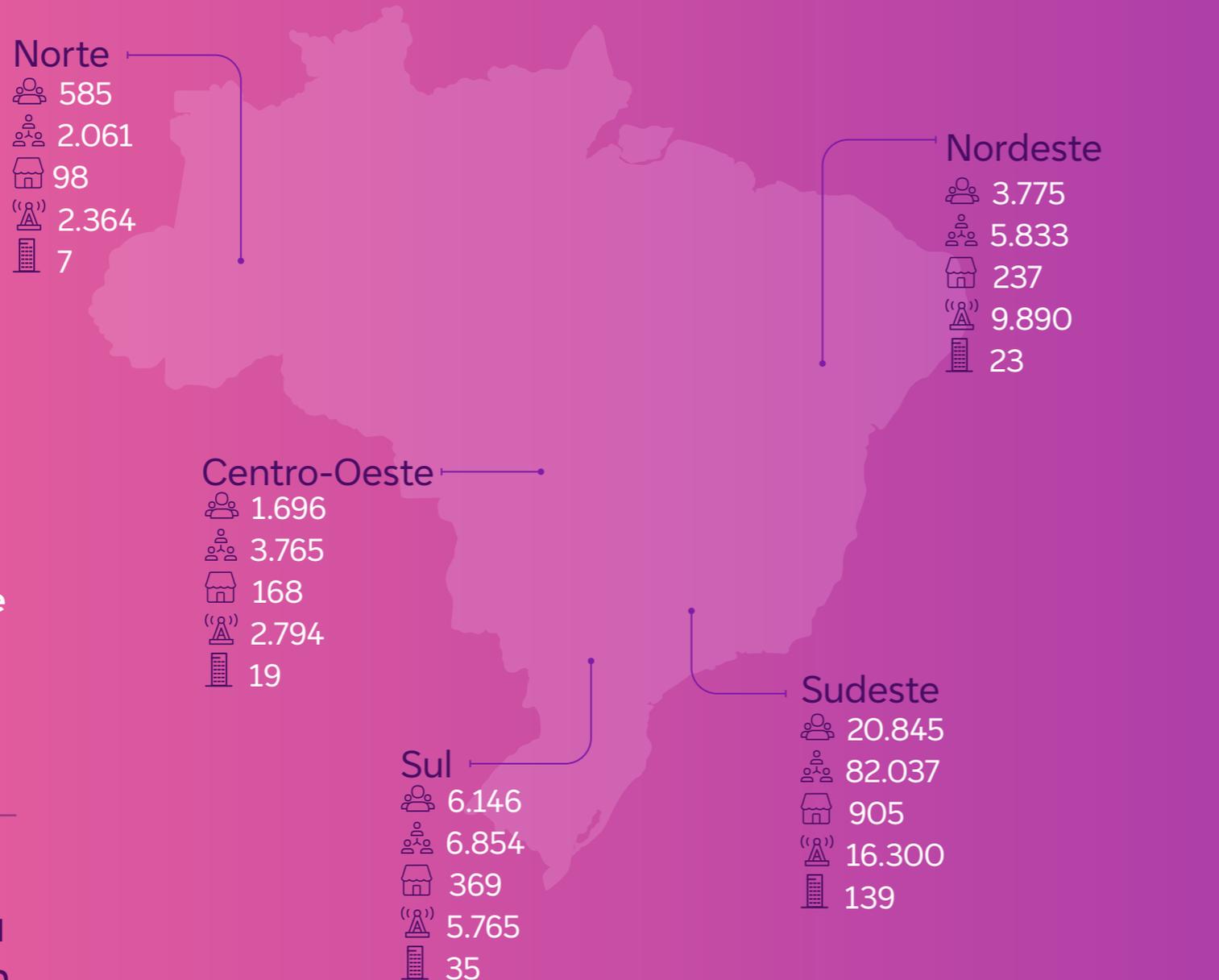
Portfólio amplo e completo

Potência dos canais



Mapa de atuação

GRI 2-7, 2-8



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

29 milhões de domicílios com Fibra

A Companhia chegou a **504 municípios** com cobertura 5G

Colaboradores Terceiros Lojas próprias e revendas ERBs Edifícios administrativos próprios e locados

Nossa equipe

+33 mil colaboradores | **~101 mil** terceiros

Nossa estrutura

1.792 lojas próprias e revendas

223 edifícios administrativos próprios e locados

37.113 estações rádio base (ERBs)¹

Em nossa base de clientes temos mais de

57 milhões de CPFs | **1,8 milhão** de CNPJs

¹ Fonte dos dados: Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) | Atualizado em março de 2025



Apresentação

Relatório Integrado 2024



Interatividade 



Governança Corporativa

- Estrutura acionária
- Estrutura de governança corporativa
- Avaliação do Conselho de Administração
- Conflito de interesses
- Remuneração
- Governança da sustentabilidade
- Gestão de riscos
- Ética e integridade



Governança corporativa

GRI 2-1, 2-12, 2-13, 3-3 Tema material: Governança corporativa

A Vivo é uma Companhia de capital aberto, com ações ordinárias 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 está alinhada com os mais elevados padrões de ética e transparência, sempre respeitando as legislações aplicáveis e as regulamentações pertinentes do mercado de capitais, o que garante a adoção de práticas responsáveis e sustentáveis em todas as operações da Vivo.**



Clique aqui para conhecer o Estatuto Social e saber mais sobre as normas internas da Companhia.

As disposições relativas à governança corporativa da Vivo estão contempladas no Estatuto Social e em normativas internas da Companhia, as quais norteiam as atividades da Administração.

Com base em tais disposições, a Companhia constantemente adota diretrizes claras e objetivas, acreditando que essa prática beneficia os investidores atuais e futuros, além do mercado em geral.

Composição acionária

GRI 2-1

A Telefônica Brasil S.A. é uma sociedade por ações de capital aberto, com operação no Brasil e 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 76,3% do seu capital social. O Grupo Telefônica é um dos maiores conglomerados de telecomunicações do mundo, com presença em 12 países da Europa e América Latina.

POSIÇÃO ACIONÁRIA DA TELEFÔNICA BRASIL

ACIONISTAS	QUANTIDADE	(%) CAPITAL SOCIAL
Telefônica	2.488.480.640	76,30%
Telefónica S.A.	1.268.797.680	38,90%
Telefónica Latinoamérica Holding S.L.	1.217.810.000	37,34%
Telefónica Chile S.A.	1.872.960	0,06%
Minoritários	751.602.912	23,05%
Ações em Tesouraria	21.203.840	0,65%
TOTAL	3.261.287.392	100,00%

*Atualizado em 09 de maio de 2025.

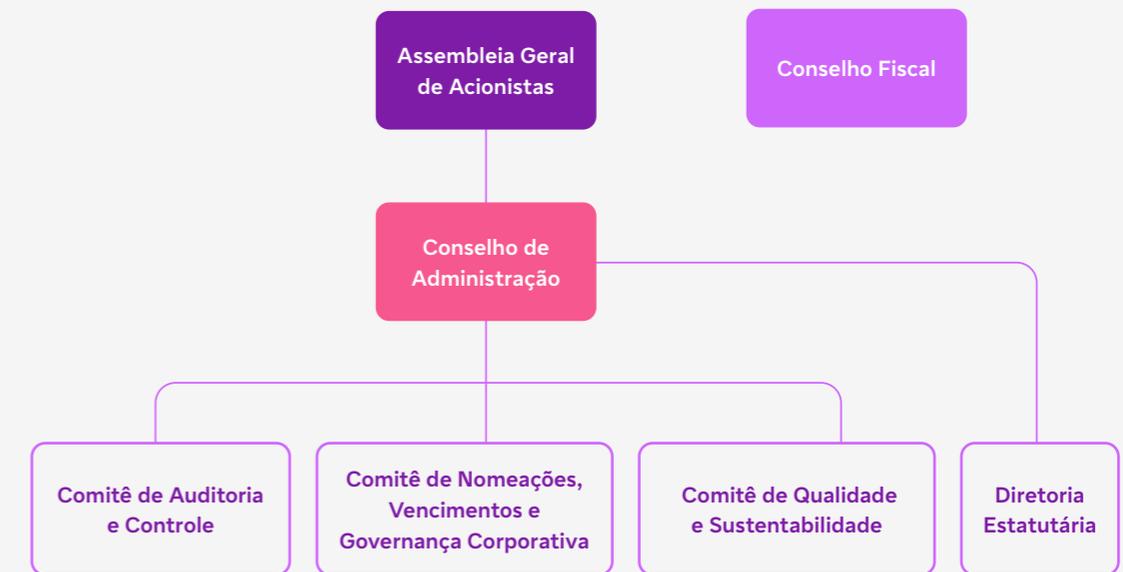




Estrutura de governança corporativa

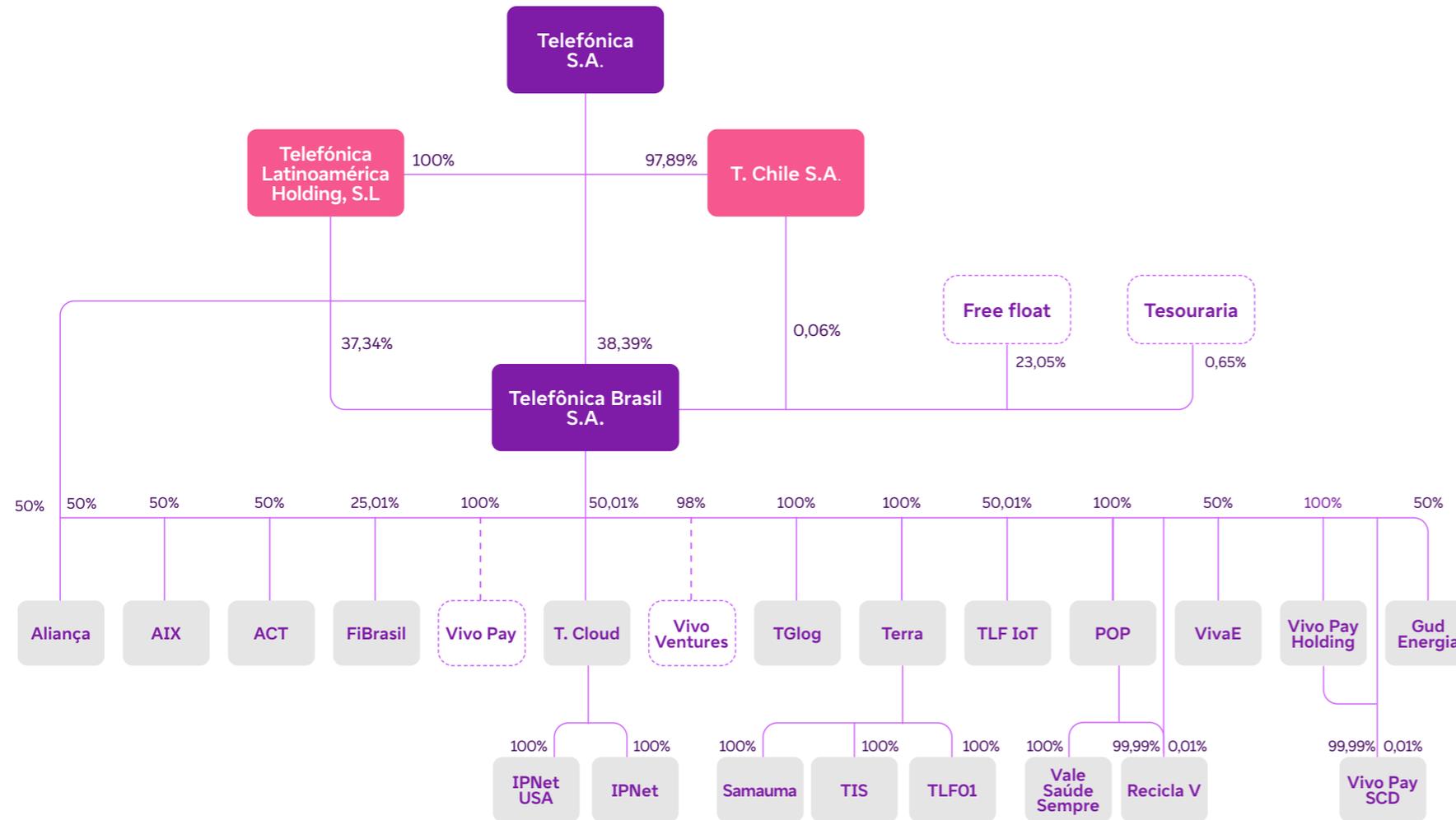
GRI 2-9

A estrutura de governança corporativa da Companhia compreende a Assembleia Geral de Acionistas, o 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), a Diretoria Estatutária e o Conselho Fiscal, conforme apresentada no organograma a seguir.



Clique aqui para conhecer a composição atual do Conselho de Administração da Vivo.

Entenda o organograma da Vivo:



--- Fundo de Investimento



Conselho de Administração e comitês de assessoramento

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

O Conselho de Administração da Companhia é composto por doze membros¹, sendo quatro mulheres e dez conselheiros independentes², 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 2024, a média de tempo de permanência dos membros no Conselho foi de 7,2 anos³.

Cabe ressaltar que o Presidente do Conselho de Administração não é um membro executivo da Companhia.

Todos os conselheiros recebem treinamentos sobre os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética) e a Política de Sustentabilidade da Companhia. Além disso, em todas as reuniões ordinárias do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade são reportadas informações atualizadas sobre aspectos ESG da Companhia.

Comitês de assessoramento ao Conselho de Administração

GRI 2-9, 2-16

O Conselho de Administração pode aprovar a criação de comitês técnicos e consultivos para um melhor desempenho de suas funções e assessoramento em assuntos de interesse da Companhia. Atualmente, o Conselho de Administração é auxiliado por três comitês de assessoramento, os quais 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, sendo permitida a reeleição, quais sejam:

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.

¹ Incluem situações que impactam negativamente os stakeholders da Companhia.

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 às preocupações cruciais¹ relacionadas aos aspectos e práticas ESG da Companhia, as respectivas informações são consolidadas e reportadas periodicamente ao Comitê de Auditoria e Controle e ao Comitê de Qualidade e Sustentabilidade, conforme suas competências, abrangendo temas como o Programa de Compliance, gestão de riscos, auditoria interna, Canal de Denúncias, estratégia e gestão de sustentabilidade e ESG, entre outros.

¹ Os atuais conselheiros de administração foram eleitos em Assembleia Geral Ordinária realizada em 25 de abril de 2025 e possuem prazo de mandato até a Assembleia Geral Ordinária a ser realizada em 2028.

² Cada conselheiro independente realizou uma autodeclaração 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.

³ Para o cálculo dessa métrica, é contabilizado o período total de todos os conselheiros em 31 de dezembro de 2024, incluindo o mandato vigente à época e os anteriores.

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, sendo permitida a reeleição. Atualmente, a Diretoria Estatutária é formada por cinco membros, com os seguintes cargos: Diretor-Presidente, Diretor de Finanças e 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, sendo permitida a reeleição.



Accesse a composição da **Estrutura de Governança da Companhia**.

Avaliação do Conselho de Administração

GRI 2-18

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

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

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

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

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



Conflito de interesses

GRI 2-15

A Vivo adota a ferramenta de autodeclaração de situações de conflito de interesses, sejam elas potenciais, aparentes ou reais, para todos os colaboradores. Um conflito de interesse ocorre quando um indivíduo tem interesses pessoais ou familiares que podem comprometer sua imparcialidade em relação a uma decisão, afetando o processo decisório da Companhia.

No que tange aos membros do Conselho de Administração, da Diretoria Estatutária e do Conselho Fiscal, nos termos dos seus respectivos regimentos, caso o conflito de interesses envolva um membro do Conselho de Administração, um Diretor Estatutário ou um Conselheiro Fiscal, respectivamente, é exigido que ele se abstenha de examinar documentos e informações referentes aos itens da pauta objeto do conflito e de votar, devendo, inclusive, se afastar fisicamente das discussões e deliberações, cumprindo-lhe informar os demais membros sobre o seu impedimento, fazendo consignar em ata da reunião do respectivo órgão a natureza e extensão de seu interesse.

Na situação do membro com interesse conflitante não se manifestar sobre seu impedimento, qualquer outro membro ciente do impedimento poderá sinalizar o conflito, cabendo ao respectivo

órgão deliberar sobre a natureza e extensão do impedimento previamente à discussão e votação da pauta objeto do conflito, devendo ser tomadas as medidas cabíveis como se o próprio membro tivesse manifestado seu impedimento.

O compromisso de transparência da Companhia também inclui a divulgação no Formulário de Referência (i) da independência dos membros do Conselho de Administração, (ii) da participação dos administradores em outros órgãos de administração da Companhia e controladas e (iii) das transações com partes relacionadas.

No que tange às transações com partes relacionadas, a Companhia possui uma **Política para Transações com Partes Relacionadas** que tem por objetivo dirimir situações de potencial conflito de interesses. Desta forma, as transações realizadas entre partes relacionadas são analisadas pelo Comitê de Contratação entre Partes Relacionadas e, quando necessário, são submetidas à aprovação da Diretoria Estatutária, Conselho de Administração ou Assembleia Geral de Acionistas, conforme as diretrizes da referida Política, do Regimento Interno do Comitê de Contratação entre Partes Relacionadas e do Estatuto Social da Companhia, a fim de assegurar a devida transparência a essas transações.



Remuneração

GRI 2-19

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

Remuneração fixa

A evolução do salário ocorre pelo atendimento aos requisitos legais, ajuste em função de acordo coletivo, diretrizes orçamentárias e na 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/ano e ajustada anualmente conforme pesquisas salariais. Para a Diretoria Não Estatutária, além das 12 parcelas/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.

Incentivo de curto prazo

Para os incentivos de curto prazo, é adotado o modelo de Programa de Participação dos Resultados (PPR), sendo ligado aos objetivos gerais da Companhia e que considera indicadores de desempenho financeiros e não financeiros. Além disso, 20% da remuneração variável são atrelados a indicadores ESG.

A remuneração variável de curto prazo da Diretoria (Estatutária e Não Estatutária) e de todos os colaboradores é alinhada aos objetivos gerais da Companhia. Uma parte significativa da remuneração da Diretoria (Estatutária e Não Estatutária) e dos colaboradores segue o conceito de “pay for performance”, ou seja, seu recebimento está condicionado a resultados da Companhia, definidos com base em uma série de indicadores de desempenho, tanto financeiros quanto não financeiros, como receita total, resultado operacional, fluxo de caixa livre, Net Promoter Score (NPS), emissão de gases de efeito estufa e o percentual de mulheres em cargos de alta liderança.

Incentivo de longo prazo

A Vivo oferece remuneração de longo prazo, baseada em (1) 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 programa Plano de Compra de Ações Global – Employee Share Plan (GESP), para qualquer colaborador que queira aderir, e (2) 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, possui diretrizes de clawback (devolução) e está condicionada à manutenção de uma relação de trabalho ativa na Companhia, na data da consolidação do ciclo, e à obtenção de resultados vinculados aos objetivos estabelecidos no plano, incluindo os indicadores: Total Shareholder Return ou o Retorno Total ao Acionista (TSR), Fluxo de Caixa Livre (FCF), Neutralização/Compensação de Emissões de CO₂, e Igualdade de Gênero - presença de mulheres em posições de direção.

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



Benefícios

Outra forma de promover a paixão púrpura, nossa cultura, e o norteador gente é nossa melhor tecnologia é através do fomento à saúde e bem-estar dos colaboradores. Por isso, a Vivo desenvolveu o programa VIBE, um modelo de benefícios flexíveis alinhado à estratégia da Companhia. 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 farmácia; seguro de vida; academia; e reembolso educação. Além do VIBE, a Companhia oferta outros benefícios como auxílio creche, auxílio babá, auxílio especial para dependentes com necessidades especiais e previdência privada.

Para o plano de previdência privada, a Vivo oferece o modelo de contribuição definida em que a contrapartida de contribuição é de acordo com o tempo de empresa e pode atingir até 125% da contribuição do colaborador, o que demonstra preocupação da Companhia por apoiar o colaborador em seu futuro, e em sua educação financeira. O programa está disponível aos colaboradores em geral.

Para saber mais sobre as ações voltadas para a saúde e bem-estar dos colaboradores, [consulte a página 173](#).

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 visa atrair, reter e motivar talentos, alinhando-se às melhores práticas de governança corporativa. Ela é composta por componentes fixos e variáveis, com foco em metas de desempenho e criação de valor sustentável para a Companhia e seus stakeholders. A seguir, estão detalhados os principais elementos que compõem essa estrutura.

COMPOSIÇÃO DA REMUNERAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO

	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 22 mil participantes e administra atualmente 05 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 2024, a Visão Prev superou R\$ 8,6 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\$ 87 milhões (50% superior ao fechamento de 2023), com um crescimento de 17% no número de participantes. O plano Visão Telefônica fechou 2024 com uma reserva de R\$ 6,4 bilhões e se destaca como o 3º maior do Brasil na modalidade de Contribuição Definida segundo a Abrapp.



Governança da sustentabilidade

GRI 2-12, 2-13, 2-17, 3-3 Tema material: Governança corporativa

O propósito da Vivo é **digitalizar, aproximar e ir além. Alcançar, incluir, desenvolver. Espalhar novas oportunidades para um mundo onde as pessoas possam crescer.** Esse propósito é sustentado por pilares estratégicos, entre os quais destaca-se o **Futuro Vivo**. Guiada por esse princípio essencial, a Companhia mantém o foco na sustentabilidade em tudo o que faz, promovendo iniciativas voltadas para o bem-estar da sociedade, oferecendo produtos, serviços e soluções que tornam a conectividade mais acessível para todos. 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 Sustentabilidade¹, que se reporta diretamente ao CEO. Cada Vice-Presidência também gerencia os aspectos ESG e seus respectivos stakeholders de acordo com seu escopo de atuação. Além disso, a Vivo conta 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 Negócio Responsável, 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 Companhia.

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.

¹ Os temas de sustentabilidade e ESG fazem parte da atual VP de Comunicação e Sustentabilidade criada a partir da reestruturação na governança executiva da Vivo (Telefônica Brasil) anunciada ao mercado em 30/04/25.



Estratégia | Plano de Negócio Responsável

O pilar estratégico **Futuro Vivo** reflete o compromisso da Vivo em analisar de forma cuidadosa 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.

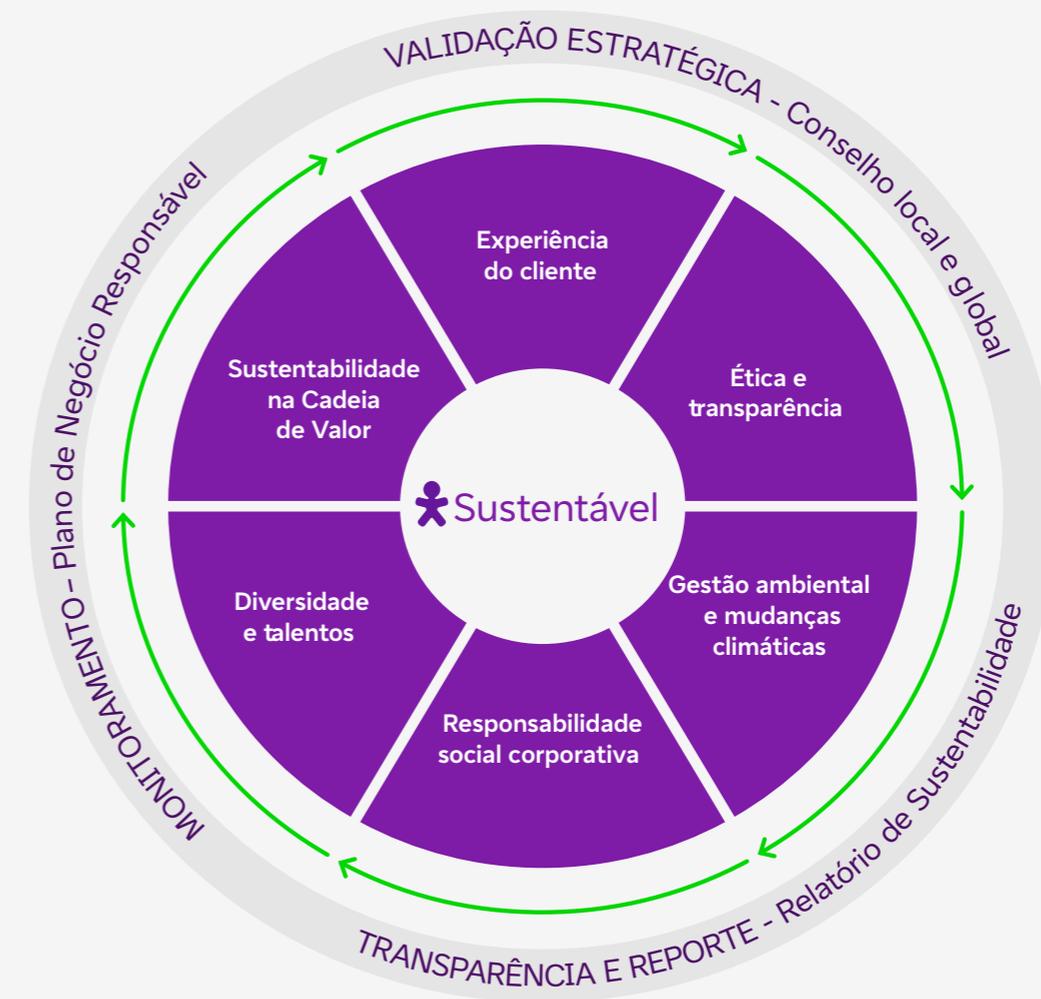
Para orientar sua governança sustentável, a Vivo adota os Princípios de Negócio Responsável, documento que também abarca a Política de Sustentabilidade e o Código de Conduta e Ética. Além disso, materializa os compromissos e estratégia da Companhia no Plano de Negócio Responsável (PNR). Este plano é composto por seis pilares de atuação, com mais de 100 indicadores e metas, que são monitorados e aprovados de forma consolidada pelo Conselho de Administração.

O PNR é o instrumento estratégico que orienta a sustentabilidade na Vivo a curto, médio e longo prazo, com um foco especial no triênio vigente. Ele é revisado anualmente pelas diretorias responsáveis por cada tema. Assim, além de contribuir para tornar a Vivo cada vez mais

sustentável, o PNR também alinha a Companhia com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a Agenda 2030.

A estrutura e os processos de revisão do PNR são baseados principalmente nos resultados do estudo de dupla materialidade, mas também consideram outros direcionadores estratégicos, como avaliações de sustentabilidade/ESG (índices, rankings e ratings), mapa de riscos corporativos, benchmarkings, entre outros. Essa abordagem permite que a Vivo esteja sempre alinhada com os principais desafios e oportunidades de sustentabilidade.

Os principais objetivos, compromissos e metas públicas, que constam no Plano de Negócio Responsável são detalhados na página 186.



1

Mapeamento de temas ESG relevantes para o setor e a Vivo

2

Alinhamento com as áreas gestoras (trianual)

3

Monitoramento anual e revisão das metas do triênio

4

Validação anual das diretorias envolvidas

5

Revisão e validação da alta administração



Novas metas ESG 2035

Em 2024, a Vivo anunciou a antecipação de suas metas ESG, reafirmando seu compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social.

A Companhia estabeleceu metas ambiciosas para as áreas de clima, economia circular e diversidade, alinhando suas ações às demandas globais por soluções que visam a proteção ambiental e a promoção da inclusão social.

O anúncio foi feito pelo CEO da Vivo, Christian Gebara, durante o Vivo ESG Day, evento realizado no Teatro Vivo e que reuniu múltiplos stakeholders entre especialistas, ONGs, acadêmicos, imprensa e colaboradores para discutir os desafios e as oportunidades nos campos ambiental, social e de governança corporativa (ESG).

Com atuação voltada ao desenvolvimento sustentável e metas climáticas estabelecidas logo após o Acordo de Paris, os novos compromissos da Vivo impulsionam a agenda de clima, circularidade e diversidade.

A Vivo tem o objetivo de alcançar o **Net Zero até 2035**, cinco anos antes do previsto anteriormente, um

desafio considerado inédito para grandes empresas do setor. Isso significa reduzir em 90% as emissões da Companhia, considerando as emissões da operação (Escopos 1 e 2) e cadeia de valor (Escopo 3). Além disso, a Vivo neutralizará os 10% remanescentes por meio de projetos que removem o carbono da atmosfera, preferencialmente soluções baseadas na natureza. Esse compromisso reforça o empenho da Companhia em liderar a transição para um futuro de baixo carbono.

A Vivo também se comprometeu, junto à sociedade, a ampliar significativamente suas iniciativas de **circularidade de resíduos eletrônicos**, com o objetivo de aumentar em 150% o volume de resíduos de consumidores coletados até 2035. A meta é alcançar 225 toneladas, totalizando 375 toneladas de resíduos reciclados desde o início do projeto. Esse esforço está alinhado com a visão da Companhia de promover uma **economia circular**, na qual os resíduos são reaproveitados e transformados, minimizando

impactos ambientais e estimulando a sustentabilidade ao longo de toda a cadeia produtiva.

No que diz respeito à diversidade, a Vivo traçou metas claras para melhorar a representatividade de gênero e raça em sua estrutura organizacional. A Companhia visa alcançar 40% de mulheres em cargos de alta liderança até 2035, com 45% delas ocupando posições de liderança em toda a organização. Além disso, a Vivo compromete-se a ter 40% de negros em posições de liderança e 45% no quadro geral de colaboradores. Essas metas refletem o compromisso da Companhia com a promoção de um ambiente de trabalho mais inclusivo, representativo e diversificado, colocando a diversidade no centro de suas práticas corporativas.

Essas novas ambições destacam o compromisso da Vivo com práticas responsáveis e com o impacto positivo que deseja alcançar, avançando de forma acelerada para enfrentar os desafios globais e contribuir para um futuro mais equilibrado, sustentável e inclusivo para todos.

Novas metas de ESG para 2035

Alcançar **Net Zero** 5 anos antes do previsto

Coletar **375 ton** de resíduos eletrônicos de consumidores

Atingir e manter **40%** de mulheres em cargo de liderança executiva, **40%** de pessoas negras em cargos de liderança e **45%** de pessoas negras no quadro de colaboradores



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 2024, a Vivo alcançou 33,9% de colaboradores negros em cargos de liderança e manteve o marco de redução de suas emissões em 90% (frente a 2015). (Saiba mais em [Diversidade, página 162](#) e [Mudanças climáticas, página 129](#)).

Essa iniciativa contribuiu para consolidar e impulsionar esses temas dentro da Companhia. Além disso, a meta 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.

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

Gestão de riscos

GRI 3-3 Tema material: Governança corporativa

A Vivo adota um **Modelo de Gestão de Riscos** fundamentado na metodologia COSO ERM 2017¹ (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.



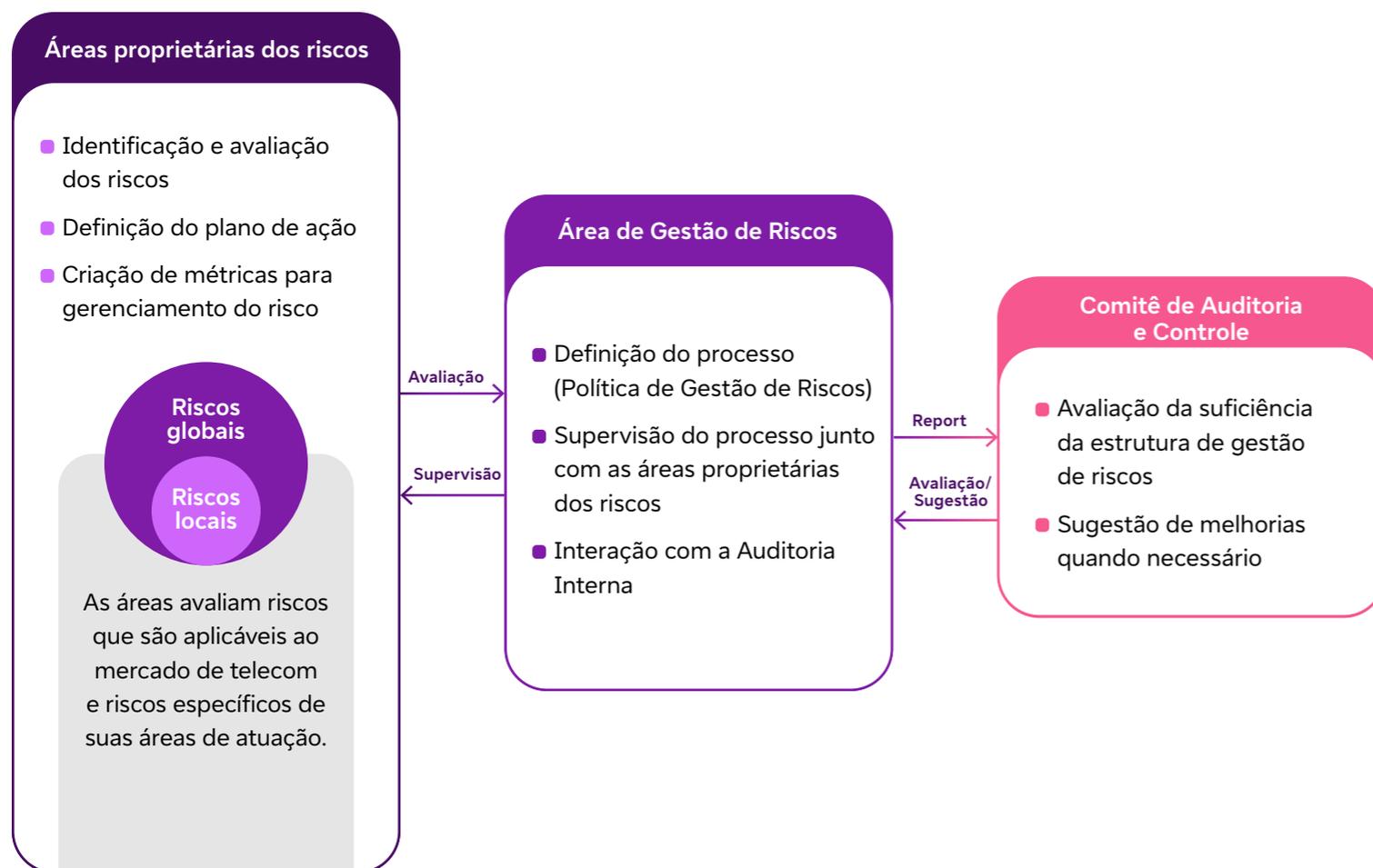
¹ “Enterprise Risk Management -Integrating with Strategy and Performance”, publicado em Setembro de 2017 pelo Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). COSO é uma das referências mais importantes em controle interno, gestão de riscos empresariais e prevenção de fraudes.



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:



Supervisão do sistema de gestão de riscos

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E COMITÊ DE AUDITORIA E CONTROLE

O Regimento Interno do Conselho de Administração e dos comitês técnicos e consultivos da Companhia estabelece que o Comitê de Auditoria e Controle tem como principal função apoiar o Conselho de Administração em suas atividades de supervisão, por meio da avaliação da integridade dos processos financeiros e dos sistemas de controle da Companhia.

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 pelos riscos.

Demais responsabilidades do Comitê podem ser consultadas no Regimento Interno.

SUPERVISÃO DA GESTÃO DE RISCOS

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

RESPONSÁVEIS PELOS RISCOS

Os responsáveis pelos riscos (proprietários) participam ativamente da estratégia e das decisões importantes sobre a gestão dos riscos. Para isso, cada um dos riscos identificados é atribuído um gestor executivo com a responsabilidade total sobre o risco e sua gestão, elaborando um plano para mitigação e acompanhamento eficiente de sua evolução.

Caso os controles ou planos de mitigação relativos a esse risco permaneçam fora do seu âmbito de atuação, o responsável pelo risco deverá



identificar um responsável pelo plano de mitigação e supervisionar para que este plano seja definido e que funcione de forma efetiva.

TOLERÂNCIA AO RISCO/NÍVEL DE RISCO ACEITÁVEL

A Política de Gestão de Riscos estabelece que o nível de risco aceitável 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. Exceção são os temas de compliance, corrupção, suborno e fraude, com os quais a Vivo tem tolerância zero ao risco.

Processo de gestão de riscos

O processo de gestão de riscos acontece de forma homogênea em todas as áreas da Companhia, cabendo aos responsáveis a identificação, a avaliação, o controle, a resposta e o acompanhamento dos principais riscos, facilitando a priorização e o desenvolvimento de planos de ação para mitigá-los.

A sistemática de gestão de riscos abrange as seguintes etapas:

- 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 possa impactar no cumprimento dos objetivos da Companhia.

Neste processo de identificação, são considerados tanto os riscos associados ao cumprimento do planejamento estratégico como os potenciais riscos emergentes, que poderiam eventualmente ocasionar um impacto adverso no desempenho futuro da Companhia, embora em tempo futuro incerto.
- 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 através 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 da 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 homogeneizadas 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 Companhia, como evolução da concorrência e da consolidação do mercado, marco regulatório, cadeia de suprimentos, inovação tecnológica, privacidade de dados, gestão de talentos, adaptação às demandas de clientes e/ou o desenvolvimento de novos padrões éticos ou sociais 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 riscos.

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.



Riscos relacionados a ESG

Devido à natureza do negócio e ao compromisso com a sustentabilidade, a Vivo está sujeita a diversos riscos ESG (ambientais, sociais e de governança), os quais são integrados ao processo de gestão de riscos.

A gestão de riscos da Companhia é guiada por estratégia e objetivos, com a intenção de identificar os riscos que possam impactar seu alcance, incluindo aqueles diretamente relacionados à sustentabilidade e aos fatores ESG. O foco da Vivo é analisar, controlar e mitigar os impactos desses riscos, assegurando o alinhamento com nossos compromissos e metas.

Para saber mais sobre as certificações e reconhecimentos na gestão de riscos da Vivo, consulte a [página 13](#).

Riscos emergentes 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.



Ética e integridade

GRI 3-3 Tema material: Ética e competitividade

Fazer o certo do jeito certo para existir no Futuro Vivo

O **Futuro Vivo** vai além da sustentabilidade ambiental, estendendo-se aos aspectos sociais e de governança. Nesse contexto, a governança corporativa se destaca como um dos principais pilares para assegurar que a Vivo continue a atuar com ética, integridade e transparência em todas as suas operações, seja com clientes, parceiros comerciais, sociedade ou acionistas.

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).

Focada na transparência, responsabilidade e compromisso com a ética, a Companhia conta com o Programa de Compliance **#VivoDeAcordo**, sob a liderança do Chief Compliance Officer. Estruturado em **nove pilares**, o programa é alinhado tanto aos requisitos legais nacionais e internacionais aplicáveis à Vivo quanto às melhores práticas do mercado. 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.

Na Vivo, o Chief Compliance Officer possui autonomia e independência no cumprimento do #VivoDeAcordo e reporta diretamente ao Comitê de Auditoria e Controle (CAC), órgão de assessoramen-

to do Conselho de Administração. Este comitê foi criado para, dentre outras atribuições, acompanhar as atividades de Compliance, Controle Interno e Auditoria Interna e avaliar a efetividade e suficiência dos sistemas de controle e de gerenciamento de riscos e contingências da Companhia.



Relatórios de acompanhamento das atividades relacionadas ao Programa de Compliance e recomendações de aprimoramento de políticas, práticas e procedimentos são apresentados periodicamente ao Comitê de Auditoria e Controle (CAC). O Chief Compliance Officer

apresenta, ainda, atualizações sobre o Programa de Compliance aos Diretores Estatutários em Reuniões de Diretoria (REDIR). Para assegurar 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 políticas e normas da empresa. Além disso, sempre que há atualizações, a Companhia as comunica de forma ampla em seus canais internos e reforça a existência da Página de Documentos Normativos como referência para consulta.

Todos os colaboradores, orientados pelo norteador cultural Ação Responsável, que integra a Cultura Digital Colaborativa, são responsáveis por agir de acordo com os **Princípios de Negócio Responsável** – o **Código de Conduta e Ética** – e demais normas da Companhia, estando sujeitos a medidas disciplinares em caso de descumprimento.

Como resultado do compromisso em manter um robusto Programa de Compliance, a Vivo, premiada com o Selo Pró-Ética 2022-2023, foi reconhecida na primeira edição do Leaders League Compliance Summit & Awards Brasil 2024 por ter o melhor departamento de Compliance em Telecom e Tecnologia e, pelo quinto ano consecutivo, **conquistou a Certificação DSC 10.000**, consolidando-se como referência em boas práticas de governança corporativa.

Para mais informações sobre o programa #VivoDeAcordo e seus pilares, visite a [página de Ética e Compliance da Vivo](#).

Atuar na remediação e monitoramento necessários para assegurar a conformidade com leis, normas e regulamentos internos e externos.



Fornecer ferramentas e treinamentos para capacitar todos a lidar com dilemas éticos relacionados à integridade no cotidiano.



Entre os objetivos do Programa de Compliance, destacam-se:

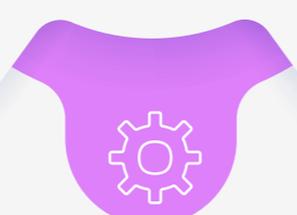
Detectar e mitigar riscos relacionados à integridade, gerando valor para a Companhia, stakeholders e clientes.



Apoiar a Companhia e os colaboradores no entendimento e aplicação das legislações anticorrupção e normativas internas, promovendo a conscientização sobre comportamento responsável e disseminando os princípios corporativos de Integridade, Compromisso e Transparência.



Implementar mecanismos e controles que aumentem a eficiência nos fluxos e processos da Companhia.



Comunicação e treinamentos

GRI 205-2

Com o objetivo de disseminar e fortalecer a cultura de ética e integridade, comunicações e treinamentos são promovidos continuamente, além de ser realizado, anualmente, o evento Compliance Day.

Todas as comunicações do **Programa de Compliance** são veiculadas nos canais internos da empresa, buscando alcançar 100% dos colaboradores, incluindo a alta liderança, como os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Estatutária. Alguns exemplos de temas de treinamento são:

- Princípios de Negócio Responsável (PNR);
- Foreign Corrupt Practices Act (FCPA);
- Conflito de Interesses;
- Integração de Compliance (onboarding) para novos colaboradores;
- Legislação Anticorrupção Brasileira;
- Gestão e Relacionamento com Parceiros Comerciais;
- Prevenção à Lavagem de Dinheiro; e

- #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 dentro da 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 em aplicação de medidas disciplinares aos colaboradores.

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

O objetivo das comunicações e treinamentos é promover e reforçar as regras e os comportamentos esperados, incluindo o detalhamento das responsabilidades previstas em leis e normativas que devem ser seguidas por todos.

Gestão de terceiros

GRI 205-1, 205-2

A atuação de terceiros com os quais a Vivo se relaciona, como prestadores de serviços e parceiros comerciais, representa um impacto significativo na reputação e integridade da Companhia, uma vez que suas ações podem refletir diretamente nos valores defendidos pela empresa, e na confiança que mantém os seus clientes e stakeholders. Com o objetivo de garantir o cumprimento das legislações anticorrupção brasileiras e internacionais, bem como preservar sua reputação e integridade, a empresa desenvolve ações para assegurar que as relações comerciais com terceiros atendam as normas estabelecidas. Essas iniciativas incluem:

- Pesquisas reputacionais (due diligences de integridade), implementadas no âmbito do processo de contratação, de acordo com critérios internos, que incluem a verificação recorrente do envolvimento dos terceiros em processos administrativos e judiciais, além das questões ligadas

aos casos de não cumprimento das legislações anticorrupção;

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

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



Canais de integridade

GRI 2-26

O #VivoDeAcordo oferece diversas ferramentas que permitem aos colaboradores contribuir ativamente para o fortalecimento da cultura organizacional de ética e integridade, além de proteger a reputação da Companhia contra riscos associados ao descumprimento de normas.

As ferramentas são:

Fale com #VivoDeAcordo: canal dedicado ao esclarecimento de dúvidas e dilemas éticos, proporcionando suporte para tomada de decisões responsáveis.

Ferramenta corporativa de conflito de interesses: canal para que os colaboradores declarem possíveis situações de conflito de interesses.

Presentes e convites: canal para registrar, de forma antecipada, qualquer intenção de realizar refeição ou oferecer presente para agente público.

Página de documentos normativos na intranet: portal para acesso rápido às políticas e normativas vigentes da Companhia, assegurando que todos os colaboradores estejam atualizados quanto às diretrizes aplicáveis.

Canal de Denúncias: ferramenta confidencial e sigilosa para relatar irregularidades e violações legais.

Essas ferramentas são essenciais para garantir a adesão a altos padrões de compliance e promover um ambiente de trabalho íntegro e transparente.

Canal de Denúncias

GRI 2-25

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 a 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 pela Diretoria de Inspeção, de forma sigilosa e com opção de anonimato do denunciado. A Companhia também coíbe qualquer tipo de retaliação contra colaboradores que realizem denúncias de boa-fé.

Para fazer uma denúncia, acesse:


Formulário
online


Telefone:
0800 650 1515


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

Auditoria interna

GRI 2-12

A Vivo conta com uma estrutura de Auditoria Interna, cuja liderança (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, que são encaminhados às diretorias responsáveis e apresentados ao Comitê de Auditoria e ao Conselho de Administração, de acordo com a sua relevância.



AVALIAÇÕES EXTERNAS INDEPENDENTES

A Auditoria Interna da Vivo foi reconhecida com o Certificado de Qualidade, uma importante distinção concedida pelo Instituto de Auditores Internos da Espanha (IIA Espanha) e pelo Instituto dos Auditores Internos do Brasil (AUDIBRA/IIA 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, sejam registradas, processadas, resumidas e reportadas dentro dos prazos e formatos especificados nas normas da CVM.

A Companhia possui uma Normativa sobre Registro, Comunicação e Controle de Informação Financeiro-Contábil, que regula 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.

Além disso, a Companhia adota um sistema de certificação, no qual diversas áreas emitem pareceres, assumindo a responsabilidade pelas informações financeiras e não financeiras divulgadas ao mercado. Com base nesses pareceres, o Diretor-Presidente e o CFO emitem suas respectivas certificações, atestando a veracidade e qualidade das informações fornecidas ao mercado.

Práticas concorrenciais

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

A Vivo segue rigorosamente as políticas e diretrizes 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.

Adicionalmente, está em processo de aprovação interna uma política e diretrizes locais que visam formalizar o compromisso da Vivo com o Princípio da Livre Concorrência. Por meio dessas diretrizes, a Companhia reforça sua prática de promover uma com-

petição 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 ajam de maneira ética e responsável, alinhando-se aos padrões de comportamento estabelecidos, incluindo a concorrência leal, que é um dos pilares dos seus Princípios do Negócio Responsável.

Os Princípios de Negócio Responsável têm origem em três valores básicos: **a integridade, o compromisso e a transparência**, essenciais para fomentar a relação de confiança que a Vivo quer ter com as suas partes interessadas.

Em 2024 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. A Vivo reafirma seu compromisso com as melhores práticas de governança corporativa e transparência, e a integridade de seus processos, a idoneidade de seus gestores, e os mecanismos adotados para o cumprimento da legislação concorrencial.





Interatividade 



Digitalizar para Aproximar

- O propósito da Vivo
- Modelo de negócios
- Contexto 2024
- 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 Vivo oferece soluções e serviços que apoiam a digitalização de indivíduos, empresas e organizações.

Nos últimos cinco anos, a Vivo atuou 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, empre-

sas 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. Mesmo trabalhando com pilares estratégicos que refletiam a visão de futuro da Companhia, a Vivo continuou atenta e preparada para as transformações pelas quais o mundo tem passado. Por isso, após cinco anos de resultados sólidos, decidiu renovar os pilares, mantendo o propósito de **Digitalizar para Aproximar** como sua essência.

A renovação dos pilares estratégicos não foi apenas uma adaptação, mas uma evolução.

Todos os avanços refletem a dedicação da Vivo em criar um futuro conectado, digital e mais humano, sempre impulsionado pela Paixão Púrpura.



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 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.



Vivo Total

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.**

Eu Nós 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.**

Futuro Vivo

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.**

Vivo Max

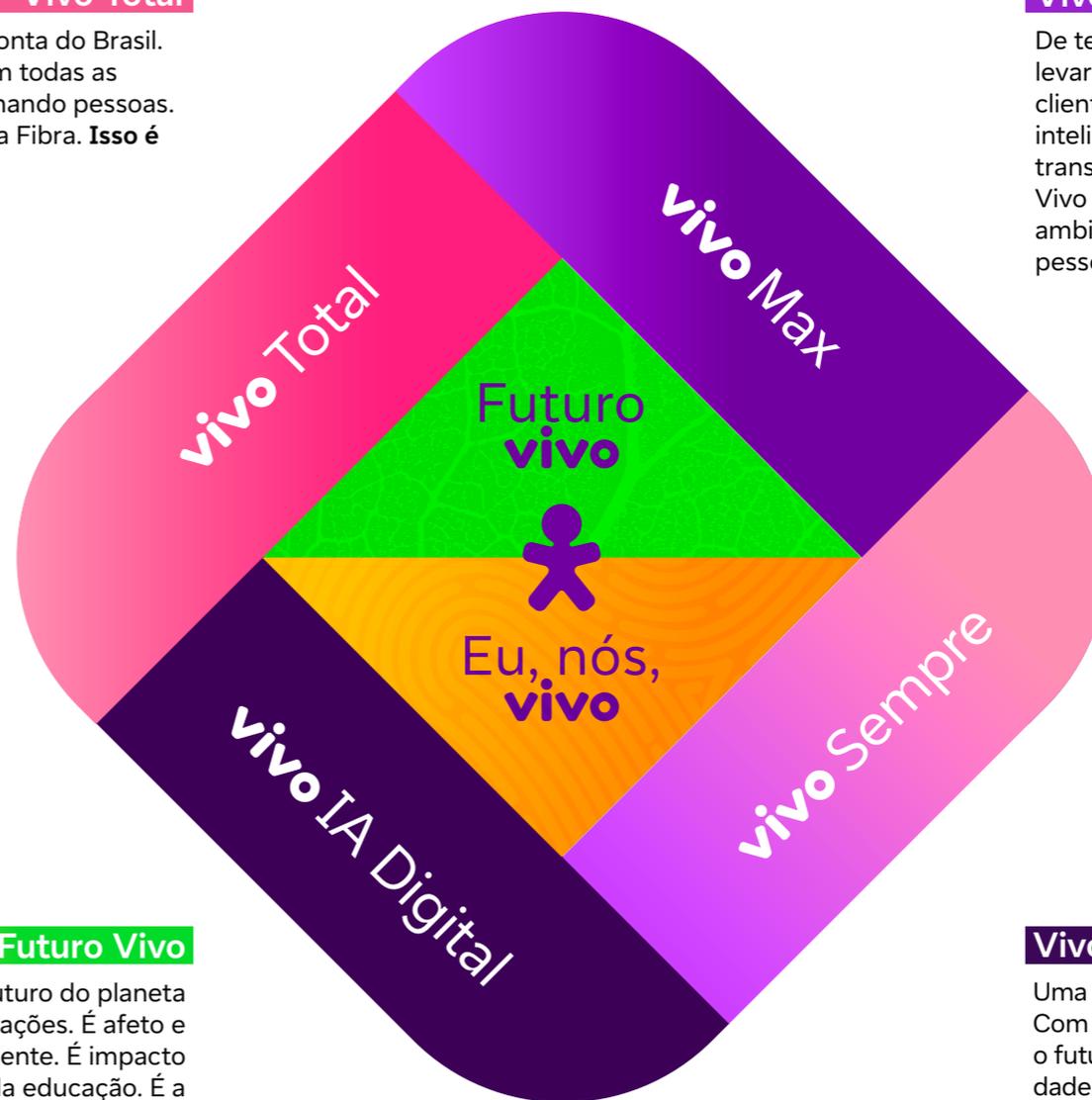
De tecnologia a gente entende e quer levar isso cada vez mais para os nossos clientes. Seja na saúde, em uma casa inteligente ou inovando em formas de transformar vidas. Com Cloud, Cyber e Vivo Pay pra todo mundo em um novo ambiente criado por nós, para todas as pessoas. **Isso é Vivo Max.**

Vivo Sempre

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.**

Vivo IA Digital

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.**



Valores e princípios

GRI 2-24

A Vivo constrói sua atuação e crescimento com base em três valores sólidos e essenciais: integridade, compromisso e transparência.

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 refetuar consultas sobre as dúvidas ou perguntas que eventualmente tiverem em relação a nossa operação.

Esses valores dão origem aos **Princípios de Negócio Responsável** que regem a Companhia. Esses princípios abarcam o **Código de Ética e Conduta** e a **Política de Sustentabilidade** da Vivo; ambos são fundamentais para a gestão ética e de longo prazo da empresa, promovendo um desenvolvimento socioambiental justo, ético e sustentável.

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

Os Princípios de Negócio Responsável se estendem a todos os colaboradores, fornecedores, parceiros de negócio e partes interessadas, reforçando a responsabilidade compartilhada em torno de uma cadeia de valor que segue os mesmos valores da Vivo.

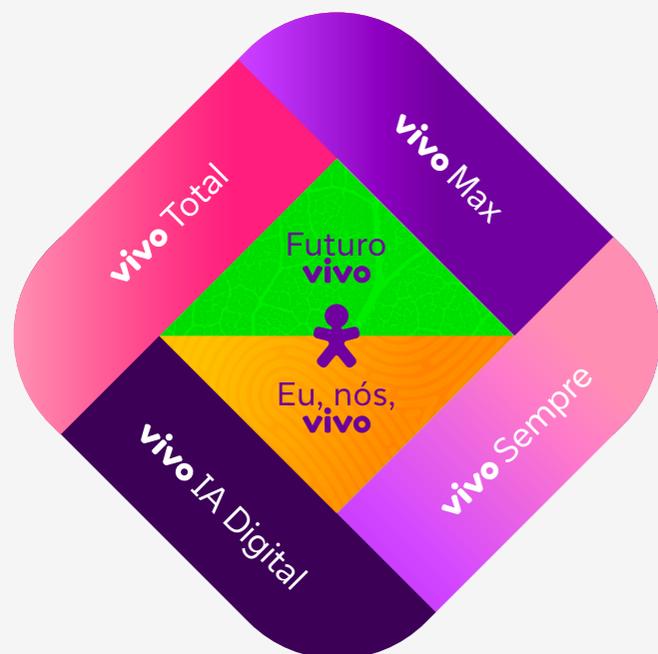
Essa base sólida de valores e princípios é fundamental para o fortalecimento dos **novos pilares estratégicos** da Vivo. Ela proporciona um alicerce ético essencial para as transformações e inovações que a Companhia está promovendo. Com foco na digitalização, integração de serviços e sustentabilidade, a Vivo não apenas se mantém fiel aos seus valores, mas também assegura que suas iniciativas, como o avanço em inteligência artificial, a evolução no atendimento ao cliente e a ampliação de sua infraestrutura digital, estejam alinhadas aos mais altos padrões de ética, responsabilidade e transparência, conduzindo a Companhia rumo a um futuro cada vez mais conectado e sustentável.



Modelo de negócios

O modelo de negócio da Vivo está orientado em prover infraestrutura de rede em todo o país e ser um hub digital para as 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 orientados tanto para clientes B2C, como B2B.

Estratégia



AMBIENTE EXTERNO

SAIBA MAIS

Contexto macroeconômico e tendências

Avanço da inteligência artificial e inovação tecnológica

Expectativas dos clientes - experiência digital

CAPITAIS DE ENTRADA

CAPITAL FINANCEIRO

R\$ 9,2 Bi em investimentos em infraestrutura digital
504 cidade com 5G

CAPITAL MANUFATURADO

37.113 antenas
223 imóveis administrativos
1.777 lojas próprias e franqueadas

CAPITAL INTELLECTUAL

Inovação em IA
4 Mi de usuários únicos/mês na Aura

CAPITAL HUMANO

+ 33 mil colaboradores
Paixão Púrpura, a cultura da Vivo
R\$ 65 Mi investidos em treinamento e desenvolvimento com capacitações presenciais e online

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

+116 Mi de clientes (acessos)
Engajamento de stakeholders
50 Mi investidos pela Fundação Telefônica

CAPITAL NATURAL

Consumo de recursos naturais
Cerca de R\$ 2 Mi investidos em gestão ambiental
72 usinas de energia renovável

NEGÓCIO E ESTRATÉGIA DE ATUAÇÃO



NEGÓCIOS

- Serviço móvel
- Dados corp., TIC e serviços digitais
- FTTH
- Aparelhos eletrônicos
- Outros¹

¹ Voz, xDSL, FTTC e IPTV.

GOVERNANÇA E PERFORMANCE



Princípios de Negócios Responsável

Programa de Compliance #VivodeAcordo

Plano de Negócio Responsável

Sistema de Gestão Certificados

CAPITAIS DE SAÍDA

CAPITAL FINANCEIRO

R\$ 55,8 Bi de receita operacional líquida
R\$ 1,5 Bi em dividendos

CAPITAL MANUFATURADO

61% da população brasileira coberta com 5G
29 milhões de casas passadas com FTTH

CAPITAL INTELLECTUAL

25 startups no portfólio da Wayra
3 novos investimentos: CRM Bonus, Agrolend e Lendtech

CAPITAL HUMANO

92% de participação da pesquisa de eNPS
+ 2 Mi de horas de treinamento

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

Crescimento de 2 p.p a/a no NPS
2 Mi de pessoas impactadas pelos projetos educacionais e ações solidárias da Fundação Telefônica

CAPITAL NATURAL

90% de redução nas emissões do escopo 1 e 2
68 GWh de economia em projetos de eficiência energética
+97% dos resíduos da operação reciclados



Digitalizar para Aprimorar

Relatório Integrado 2024



do 5G deve continuar a crescer à medida que a disponibilidade e acessibilidade dos dispositivos melhoram. Segundo dados da Anatel de dezembro de 2024, 69% dos brasileiros vivem em locais com cobertura 5G. O 5G também marca a entrada de novos players regionais no mercado móvel brasileiro, que começaram a lançar suas operações no início de 2024. **A Vivo continuará expandindo sua cobertura de 5G, oferecendo a melhor combinação de velocidade e qualidade em todo o país, ao mesmo tempo em que garante a disponibilidade de 4G e 4.5G para todos os seus clientes.** Isso estabelecerá as bases para o eventual desligamento futuro das redes legadas, sempre com foco na melhoria da experiência incomparável da Vivo.

À medida que os consumidores se tornam mais digitais, serviços para além da conectividade ganham relevância. As empresas se beneficiam da digitalização para ampliar seus portfólios de serviços e oferecer mais soluções, com foco no fortalecimento dos relacionamentos com os clientes e, conseqüentemente, no aumento da receita por usuário. **A Vivo continuará investindo em serviços digitais e propostas de valor inovadoras como estratégia de crescimento, desenvolven-**

A experiência do cliente continuará a desempenhar um papel fundamental na diferenciação entre as operadoras, com a inteligência artificial generativa abrindo uma nova fronteira de competição.

do suas plataformas digitais nas áreas de educação, saúde, serviços financeiros, eletrônicos e casas inteligentes. Além disso, a Vivo aproveitará novas parcerias e iniciativas de inovação aberta através da Wayra e Vivo Ventures, entrando em novas verticais promissoras, como a de energia, fortalecendo seu caminho para criar o principal ecossistema digital no Brasil.

No segmento B2B, os esforços de digitalização continuarão a ser uma prioridade, impulsionando a demanda por melhor conectividade e criando mais oportunidades para os serviços profissionais e gerenciados em Cloud, Cibersegurança, IoT e Big Data. As operadoras agora podem monetizar suas redes como plataformas abertas. Em linha com essa tendência, a Vivo desenvolveu um ecossistema de parceiros para lançar a iniciativa Open Gateway, transformando redes em plataformas prontas para desenvolvedores, simplificando a criação de soluções interoperacionais entre operadoras e impulsionando uma nova geração de serviços digitais.

A Vivo está comprometida em fornecer aos seus clientes as melhores experiências do mercado, aproveitando o potencial da IA generativa

para criar jornadas mais envolventes e integradas no App Vivo.

A Vivo continuará posicionada como referência em sustentabilidade no Brasil, em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e avançando para se tornar uma empresa Net Zero até 2035, cinco anos antes do planejado inicialmente. Esta estratégia está alinhada com a tendência de que clientes, investidores e parceiros dão cada vez mais importância ao compromisso das empresas com as agendas ESG.

Para fomentar a inovação e o crescimento sustentável dos negócios, a Vivo continuará sua jornada de atrair e reter os melhores talentos no mercado em um ambiente inclusivo e diverso, sempre apoiados por uma marca contemporânea conectada a temas sociais chave. Nesse contexto, a Companhia está bem posicionada para fortalecer sua liderança nos temas de diversidade e inclusão.

Os pilares estratégicos da Vivo, guiados pelos principais motores do Grupo Telefônica, permitirão à Companhia a atingir seu propósito de Digitalizar para Aproximar.



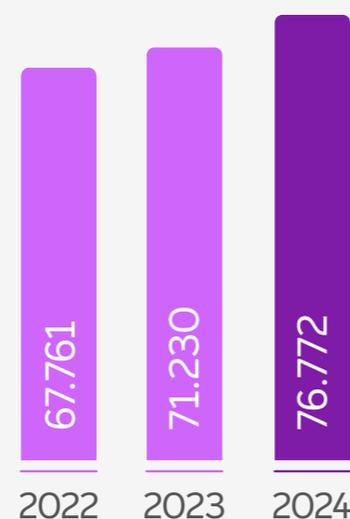
Desempenho econômico-financeiro

Receita bruta

A receita bruta cresceu + 7,8% em 2024, passando de R\$ 71.230 milhões para R\$ 76.772 milhões, impulsionada pela comercialização de serviços e venda de produtos como aparelhos e eletrônicos.

RECEITA OPERACIONAL BRUTA

R\$ milhões



Receita líquida

Em 2024, a receita líquida cresceu + 7,2%, saindo de R\$ 52.100 milhões, em 2023, para R\$ 55.845 milhões, impulsionada pelas receitas de serviço móvel, FTTH e dados corporativos, TIC e serviços digitais.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

R\$ milhões



EBITDA

O EBITDA da Companhia atingiu R\$ 22.880 milhões em 2024, um aumento de + 7,3% em relação a 2023. Já a margem EBITDA ficou em 41,0%, um aumento de 0,1 p.p. em relação ao ano anterior.

EBITDA

R\$ milhões

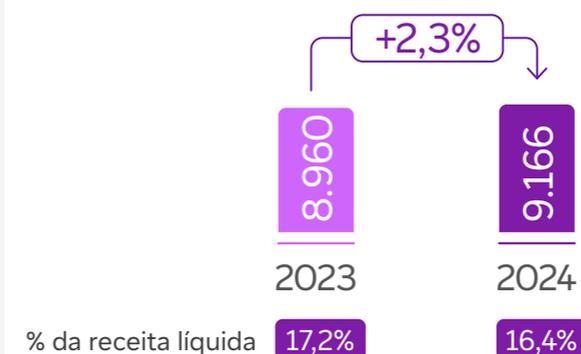


Investimentos

A Vivo investiu um total de R\$ 9.166 milhões (exceto licenças e contratos de arrendamentos) em 2024, que 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 + 2,3% superior ao registrado em 2023.

CAPEX¹

R\$ milhões



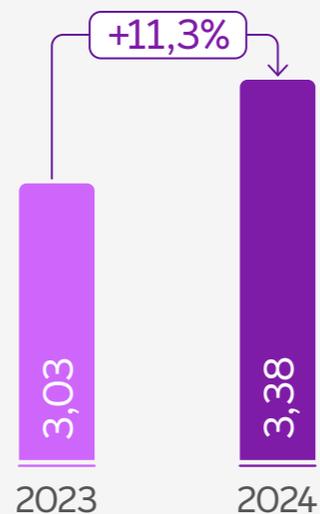
¹ Ex-licenças de espectro e IFRS-16.



Retorno ao acionista

A Companhia tem como foco principal, todos os anos, proporcionar o melhor retorno financeiro possível para seus acionistas. Em 2024, a Vivo distribuiu o valor de R\$ 5.845 milhões, sendo R\$ 3.045 milhões em juros sobre capital próprio, R\$ 1.500 milhões em redução de capital e R\$ 1.300 milhões em recompras de ações.

LUCRO POR AÇÃO
R\$ milhões



REMUNERAÇÃO AO ACIONISTA¹
R\$ milhões

% do lucro líquido



¹ Considera os dividendos, juros sobre capital próprio, recursos decorrentes da redução de capital social pagos e as recompras de ações realizadas entre janeiro e dezembro do respectivo ano.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) - 2024 | GRI 201-1

em R\$ milhões

Remuneração de capitais próprios	5.557
Remuneração de capitais de terceiros	4.779
Impostos, taxas e contribuições	12.812
Pessoal, encargos e benefícios sociais	6.557
Total	29.705



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 disponibilizadas 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 e são realizadas observando termos e condições que seriam estabelecidos entre partes não relacionadas em transações comparáveis (Arm's Lengthth Principle).

TRANSPARÊNCIA FISCAL ALÍQUOTA EFETIVA TRIBUTÁRIA SOBRE A RENDA

Indicadores (R\$ mil)	2022	2023 ¹	2024
Lucros antes dos tributos	4.831.591	5.573.916	6.763.809
Despesa IRPJ e CSLL à alíquota de 34%	(1.642.741)	(1.895.131)	(2.299.695)
Diferenças permanentes	869.052	1.361.192	1.093.218
Crédito (débito) tributário	(773.689)	(533.939)	(1.206.477)
Taxa efetiva	16,0%	9,6%	17,8%
IRPJ e CSLL recolhidos	(1.113.889)	(901.688)	(862.064)
Alíquota efetiva de caixa	23,1%	16,2%	12,7%

¹ Valor inclui R\$ 320,7 MI referentes a créditos de IRPJ e CSLL diferidos, reconhecidos após a incorporação da Garliava (empresa que detinha ativos da Oi).

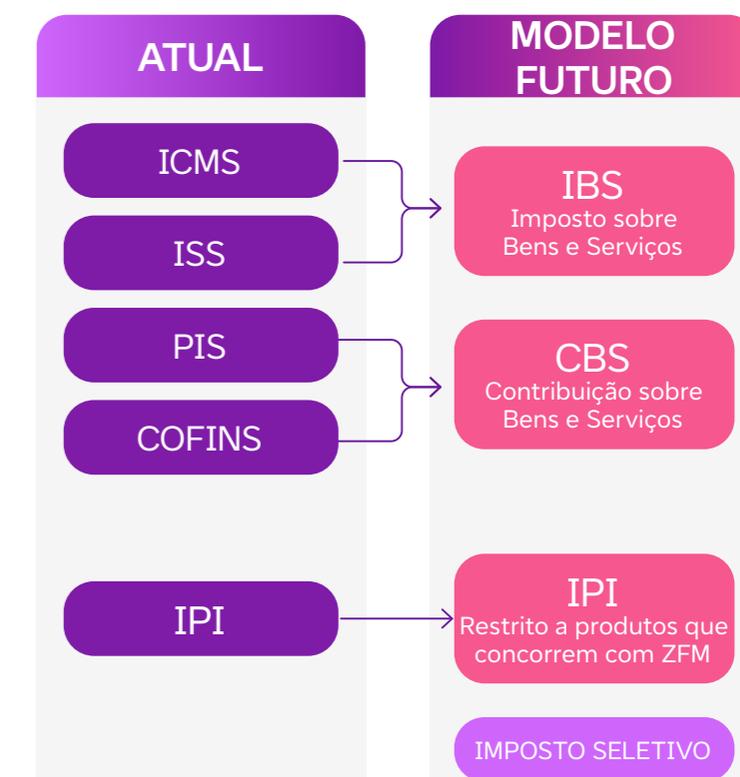
Reforma tributária sobre o consumo

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

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

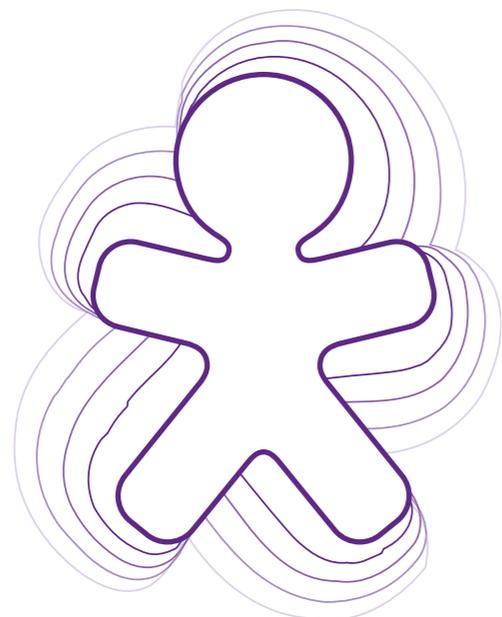
de que o IS não poderá incidir sobre serviços de telecomunicações. O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) continuará a incidir sobre os produtos que concorrem com aqueles fabricados na Zona Franca de Manaus, no estado do Amazonas (AM), tendo sua alíquota reduzida a zero nos demais casos.





A reforma tributária 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.

Haverá um período de transição de 2026 até 2032, em que os dois sistemas tributários (vigente e novo) coexistirão. Os impactos da reforma na apuração dos tributos acima mencionados, a partir do início do período de transição, somente serão plenamente conhecidos quando da finalização do processo de regulamentação das alterações constitucionais.



Informações financeiras – relatório país-a-país

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

Consolidado	BRASIL			HOLANDA		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Nome das entidades residentes	DF - página 22	DF - página 53	DF - página 51	Aliança Atlântica Holding		
Principal atividade	Telecomunicações			Holding, atuando no setor de telecomunicações		
Número de colaboradores	32.570	33.253	33.094	Não possui colaboradores diretos		
Receita líquida	48.041.162	52.100.151	55.845.048	912	7.643	9.706
Lucro antes dos tributos sobre a renda	4.831.591	5.573.916	6.763.809	278	7.268	9.378
Despesa tributos sobre a renda	(773.689)	(533.939)	(1.206.477)	(634)	(1.712)	(2.420)
Tributos sobre a renda pagos	(1.113.889)	(901.688)	(862.064)	(634)	(1.712)	(2.420)

* Conversão da taxa: Euro médio do ano em dezembro de 2024 - 5,8061202..



Interatividade 



vivo Total

Totalização 
Rede móvel 
Rede fixa 



Totalização

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 novo pilar estratégico **Vivo Total**, a Vivo apresenta sua ambição em se consolidar como plataforma tecnológica líder no Brasil, atuando no conceito de totalização, que objetiva impulsionar seu crescimento e ampliar a fidelização dos clientes por meio da convergência da oferta dos serviços de fibra e do pós-pago.

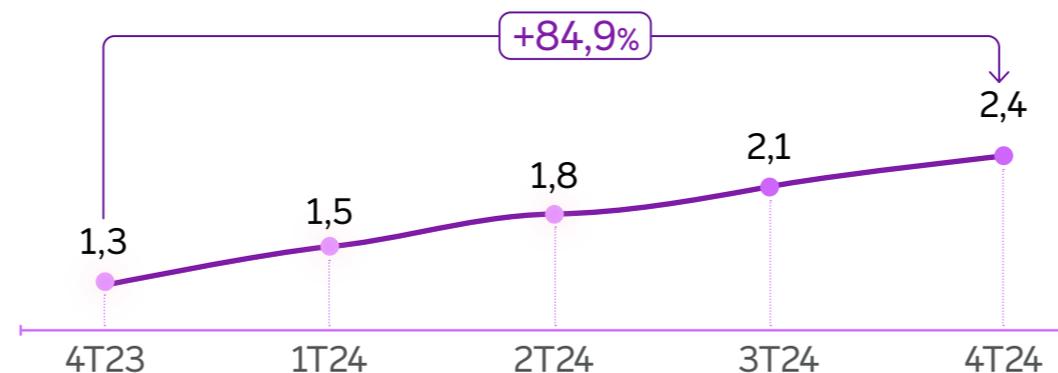
Desta forma, o Vivo Total combina o melhor da fibra e da internet móvel em um mesmo plano, trazendo mais comodidade e facilidade para os clientes. Em 2024, o Vivo Total chegou a 2,4 milhões de assinantes (+85% YoY), somando 34% dos acessos de FTTH e representou 90% das altas de FTTH em lojas próprias da empresa.

A totalização, além de promover a convergência com a fibra, também impulsiona a convergência com outros serviços digitais, como os serviços de música, vídeo, cibersegurança, e proporciona maior comodidade e satisfação dos clientes em uma jornada centralizada e digital.

* Total

Fibra + Móvel¹

BASE DE CLIENTES VIVO TOTAL
milhões



Destaques do Vivo Total:

>90%

de crescimento da receita do Vivo Total em 2024

~90%

das vendas de FTTH em lojas Vivo são realizadas no plano Vivo Total

~2/3

clientes convergentes da Vivo (fibra + móvel) já estão no Vivo Total

¹ Vivo Total é uma oferta convergente que combina fibra e pós-pago em uma única fatura.

ALAVANCA DE FIDELIZAÇÃO

Churn Fibra

Churn Vivo Total

-40%

61%

Totalização B2C

32%

Totalização B2B





VIVO TRAVEL

Presente em 175 países, o Vivo Travel foi eleito em 2024, pela quinta 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, vários países já estão inclusos sem custo adicional e o cliente pode complementar de acordo com o seu destino. Além disso, nos planos pós-pago família, os dependentes também têm o serviço de roaming para utilizar em suas viagens.

Em 2024, a Vivo tornou seu roaming internacional ainda mais atrativo para clientes dos planos

Pré e Controle: em dezembro, 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 5GB, 10GB e 20GB, além de SMS ilimitado e 200 minutos de ligações dentro dos países contratados e para o Brasil. A ativação dos pacotes é realizada de forma totalmente digital, por meio do App Vivo, com pagamento via cartão de crédito. A solução é inédita no Brasil e, assim, a Vivo amplia a acessibilidade dos seus serviços, permitindo a todos os clientes realizar viagens internacionais utilizando seu plano no exterior, sem necessidade de trocar de chip, tendo a mesma cobertura e qualidade de rede que possuem em território nacional.

Rede móvel

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

Em 2024, a Companhia consolidou sua liderança no segmento móvel, impulsionada por investimentos estratégicos.

Recursos foram direcionados à ampliação da rede móvel, com destaque para o 5G, agora presente em 504 municípios e cobrindo 61% da população brasileira.

Além disso, também se destacou pela velocidade de download do 5G, alcançando uma média de 365,6 mbps, sendo **a velocidade mais rápida do mundo** na categoria de grandes territórios, conforme apontado pela Opensignal. O desempenho positivo no ano foi marcado pelo crescimento da base de clientes e pela entrega consistente de valor aos acionistas.

A Vivo continua a inovar em seu portfólio de serviços, oferecendo planos móveis diversificados, como pré-pagos, controle, pós-pagos e o Vivo Easy, que permite total personalização por meio de uma plataforma 100% digital. Essa diversidade de opções reflete o compromisso da Companhia em atender às necessidades de cada

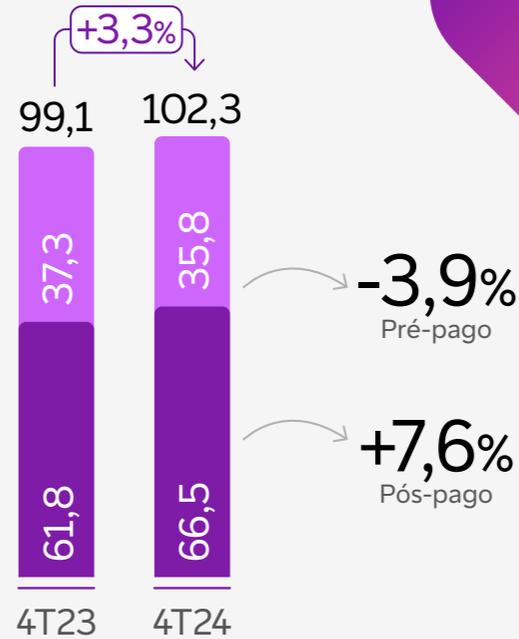
cliente, consolidando sua posição como a melhor escolha em conectividade.

Esses avanços reforçam a capacidade da Vivo em oferecer uma experiência de conexão superior, com cobertura abrangente e desempenho de excelência. Ao ampliar sua cobertura 5G, a Companhia reafirma seu compromisso em liderar a transformação digital no Brasil.

Encerrando 2024 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.



ACESSOS MÓVEIS (milhões)



Forte expansão de acessos pós-pago, aumentando a resiliência e recorrência da base de clientes da Vivo

COBERTURA TOTAL
5,1 mil cidades com cobertura móvel

COBERTURA 4.5G (cidades/mil)



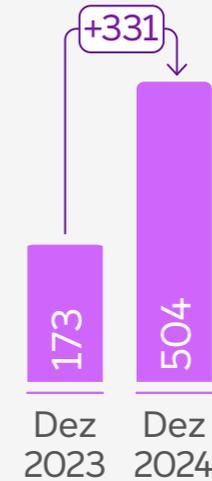
~91% da população coberta com 4.5G

94% da população urbana coberta com 4.5G

LIDERANÇA EM MARKET SHARE TOTAL (percentual referente à dezembro de 2024)



COBERTURA 5G (% da população)



61% da população coberta com 5G

69% da população urbana coberta com 5G

504 cidades



Rede fixa

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

A Vivo reafirma liderança em conectividade no Brasil, fornecendo banda larga fixa como fiber to the home (FTTH), fiber to the curb (FTTC) e xDSL, com velocidades variando de 1 Mbps a 1 Gbps. Em 2024, a cobertura da Vivo alcança 100% dos municípios da área de concessão no estado de São Paulo e centenas de outras localidades em todo o Brasil. Ao final do ano, 444 municípios brasileiros já eram atendidos com o serviço FTTH. A Companhia possui 7,3 milhões de clientes de banda larga fixa, sendo 7,0 milhões conectados por meio de fibra óptica.

A Companhia atendia aproximadamente 39,9 milhões de lares em 2024, dos quais 29,1 milhões contavam com tecnologia FTTH.

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).

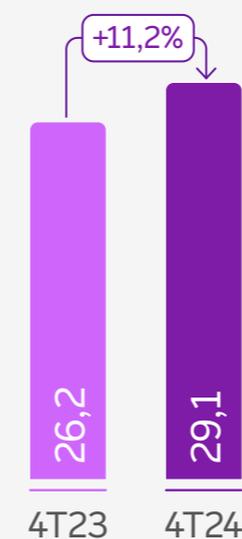
Na expansão de sua rede de fibra, a FiBrasil desempenhou um papel estratégico em 2024. Essa subsidiária encerrou o ano com 4,5 milhões de homes passed permitindo menores investimentos iniciais e maior agilidade para entrar no mercado. Este modelo acelera a cobertura de fibra em um país de grandes dimensões como o Brasil, democratizando o acesso à internet de ultravelocidade.

No mesmo ano, o setor de banda larga fixa também teve um crescimento significativo. No total, o Brasil somou 52,5 milhões de assinaturas em 2024. Comparando com o ano anterior, o setor registrou um crescimento de 8,1%, com 3,9 milhões de novos clientes. A Vivo se destacou nesse cenário, com um aumento de 593 mil novas assinaturas em 2024, elevando sua base para 7,3 milhões de clientes de banda larga fixa no país, um crescimento anual de 8,8%.

Evolução de homes passed

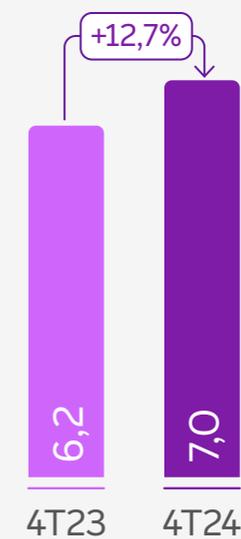
Planos convergentes, com o melhor da Fibra e do 5G, completam o portfólio e aumentam o lifetime value.

CASAS PASSADAS FTTH
(milhões)



A Vivo cumpriu com o objetivo de alcançar 29 milhões de casas passadas com FTTH até o final de 2024, para manter a evolução da receita de fibra

CASAS CONECTADAS FTTH
(milhões)



VIVO BOX

Alinhado ao pilar **Vivo Total**, que preza por mais velocidade, mais valor e mais excelência em cada conexão, a Vivo possui o **Vivo Box 5G**. Esta solução inovadora de banda larga fixa, baseada na tecnologia FWA (Fixed Wireless Access), oferece 150 GB de franquia, permitindo aos clientes acessar a internet de alta velocidade sem a necessidade de cabos ou instalações complexas.

O **Vivo Box 5G** é um roteador Wi-Fi 6 portátil, que capta o sinal 5G e o distribui para os dispositivos na residência. Além disso, o equipamento é autoinstalável, dispensando a presença de técnicos especializados para a configuração.

Uma das grandes vantagens desse serviço é a mobilidade: os clientes podem levar o roteador para qualquer local com cobertura da rede 5G da Vivo, transformando qualquer ambiente em um ponto de internet de alta velocidade.

Serviços de TV

A Vivo manteve sua presença no mercado de TV por assinatura, oferecendo serviços de Internet Protocol Television (IPTV) em 444 cidades brasileiras. Essa plataforma foi desenvolvida pela Vivo para garantir a melhor experiência de TV por meio de sua rede de fibra óptica (FTTH). Ao final de 2024, a Companhia contava com 785 mil clientes de TV por assinatura, todos utilizando a tecnologia IPTV.

Além disso, a Vivo continua a expandir sua rede de fibra óptica (FTTH) para alcançar cada vez mais clientes em todo o Brasil, cobrindo hoje 29 milhões de residências. A Companhia oferece os serviços de IPTV por meio dessa infraestrutura, proporcionando uma experiência de TV por assinatura de alta qualidade.

TV por fibra: A Vivo oferece TV por assinatura via IPTV em 444 cidades, somando 785 mil clientes ao final de 2024 – conectados à qualidade da rede de fibra óptica.

Migração para o regime de autorização

Um dos principais avanços da Companhia foi o acordo sobre o fim do contrato de concessão e a transição para a operação sob um modelo de autorização. O contrato, cujo término estava originalmente previsto para 2025, gerava incertezas regulatórias e operacionais. No entanto, com o sucesso da negociação, todos os ativos da concessão passaram a ser de propriedade definitiva da Telefônica, eliminando pendências e proporcionando maior segurança jurídica para a empresa.

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.

Anteriormente, a Telefônica estava autorizada a fornecer serviços de telefonia fixa para chamadas locais e de longa distância nacional originadas na Região III, que compreende o estado de São Paulo, exceto o Setor 33¹, conforme estabelecido no Plano de Outorgas (PGO). O contrato de concessão, revisado em 2006 e 2011, seria válido até 31 de dezembro de 2025.

¹ O Setor 33 abrange os municípios de Altinópolis, Aramina, Batatais, Brodosqui, Buritizal, Cajuru, Cássia dos Coqueiros, Colômbia, Franca, Guairá, Guará, Ipuã, Ituverava, Jardinópolis, Miguelópolis, Morro Agudo, Nuporanga, Orlandia, Ribeirão Corrente, Sales de Oliveira, Santa Cruz da Esperança, Santo Antônio da Alegria e São Joaquim da Barra.



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 Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o Tribunal de Contas da União (TCU) e o Ministério das Comunicações.

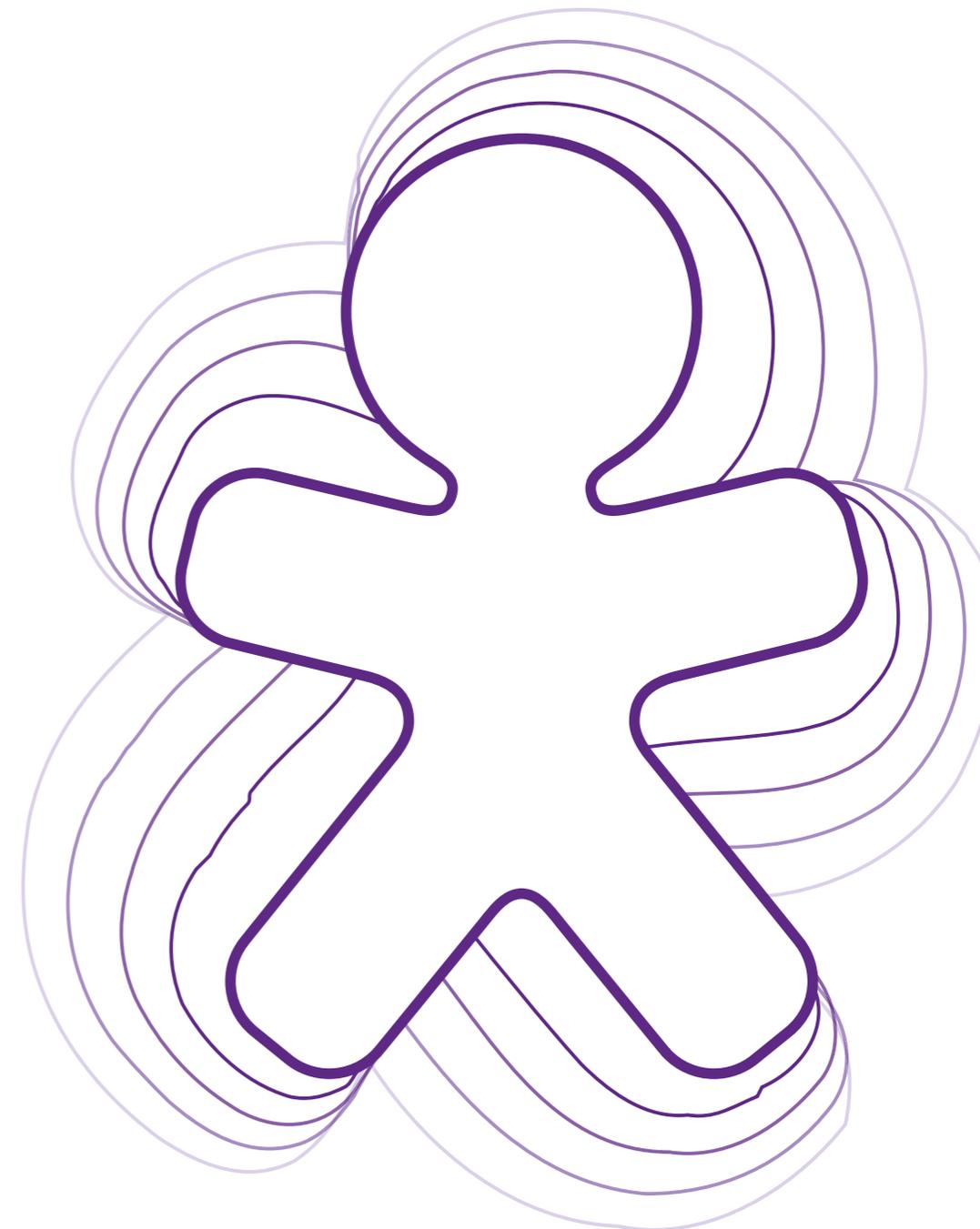
Esse termo, entre outras obrigações específicas, prevê a necessidade de realizar investimentos em backhaul e cobertura móvel. Tais investimentos atendem a um relevante interesse público, pois:

- 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.

Com a celebração do Termo, foi concluída a última etapa para a efetiva adaptação do regime de Concessão do Serviço de Telefonia Fixa Comutada (STFC), passando a Companhia para o regime privado de Autorização do Serviço de Telefonia Fixa Comutada (STFC). Como resultado, espera-se uma maior inclusão da população no ecossistema digital e um aumento na qualidade do serviço de conectividade.

Além disso, a migração do regime público para o regime privado viabiliza uma estrutura mais eficiente e menos onerosa, 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.





Interatividade 



vivo Max

- Novos Negócios
- Vivo Empresas
- Inovação Aberta



Novos Negócios

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 pra todo mundo em um novo ambiente criado por nós, para todas as pessoas. 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 diversifi-

cação 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 apenas amplia sua atuação no setor de telecomunicações, mas também potencializa a conexão entre as pessoas e novas oportunidades em áreas estratégicas, como saúde, educação, finanças e entretenimento.

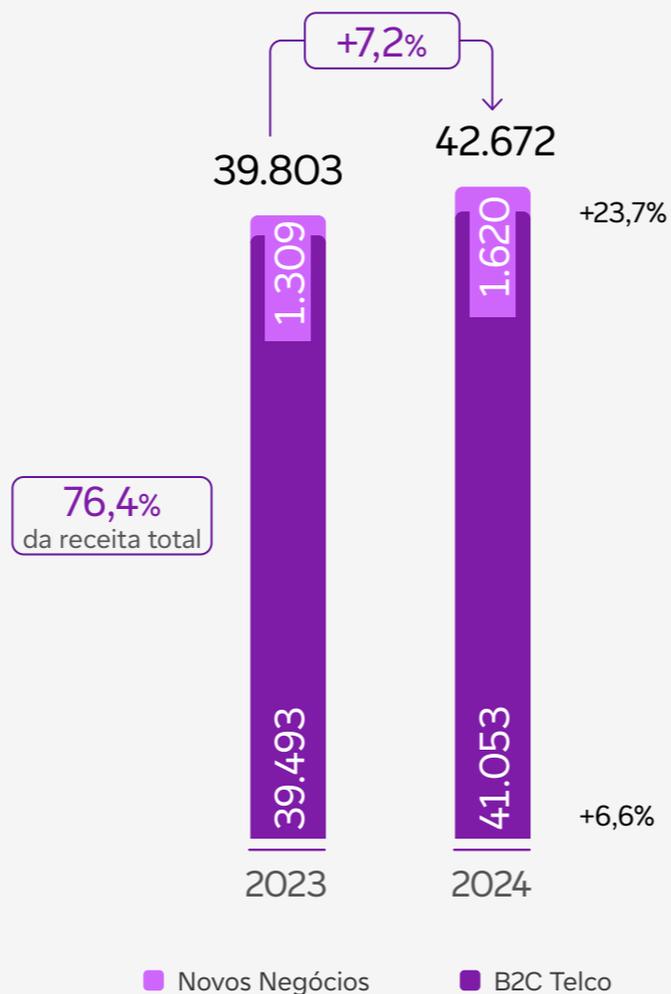
Através do pilar Vivo Max, a Vivo reforça sua estratégia de diversificação, maximizando sua presença no cotidiano digital dos clientes.



No último ano, 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\$ 62,3, consolidando o posicionamento da Vivo como one-stop-shop para seus 57,2 milhões de clientes.

Estes e demais resultados da Companhia podem ser consultados e acompanhados na nossa **Central de Resultados**.

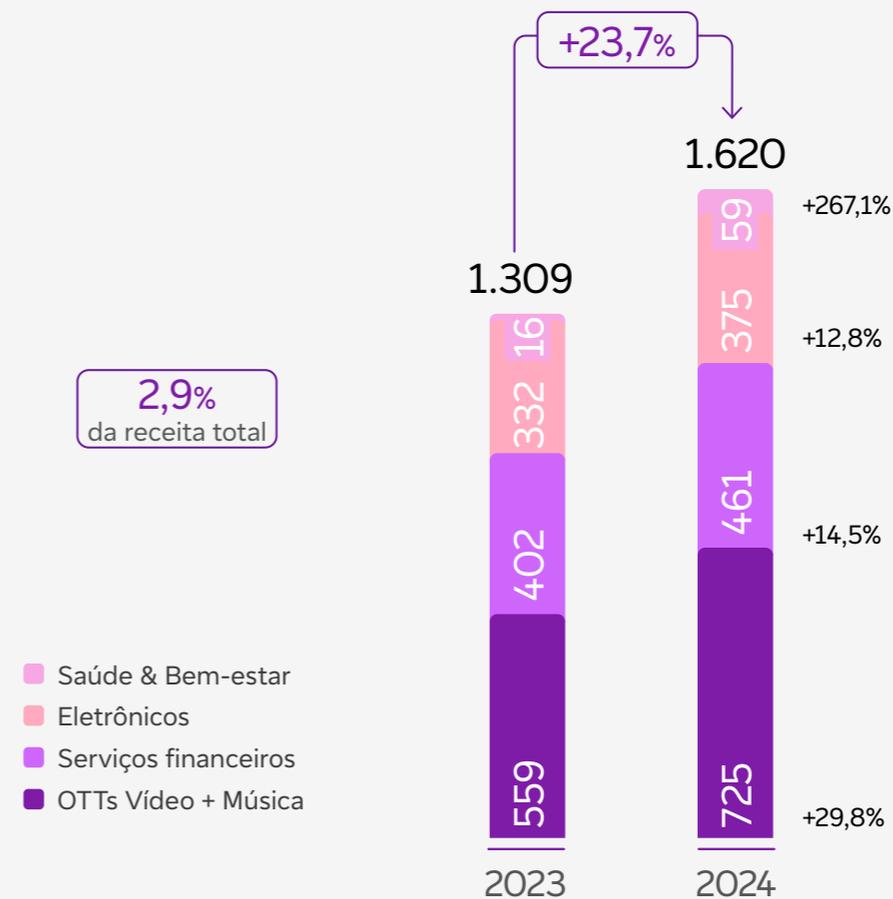
TOTAL RECEITAS B2C¹ R\$ milhões



¹ Considera a receita anual B2C para o cálculo do indicador.

Nossa capacidade de monetizar a fidelidade dos clientes se baseia em nosso amplo portfólio e proposta diferenciada.

B2C NOVOS NEGÓCIOS R\$ milhões



Saúde e bem-estar

Em 2024, a Vivo continua 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.

Números Atma

44,1 Mil assinantes



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 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. Em 2024, continua sendo uma solução acessível para quem busca melhorar a saúde mental de forma simples e prática no dia a dia.

Vale Saúde Sempre

A **Vale Saúde Sempre** é a assinatura de serviços de saúde da Vivo com mais de 390 mil assinantes, que oferece descontos de até 80% em consultas médicas, odontológicas, exames e medicamentos. Com 58 especialidades e uma rede com mais de 3,4 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 app, 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).

Foram mais de 64 mil consultas médicas, exames e procedimentos realizados, e mais de 1,4 milhão de itens vendidos com desconto em farmácias em 2024.

Com a proposta de saúde acessível para todos, a **Vale Saúde Sempre** conta com mais de 50 especialidades, e uma rede de mais 3.400 clínicas e laboratórios além de mais de 9,2 mil farmácias com até 60% de desconto.

+ 3.400
clínicas/laboratórios

58
especialidades

+ 390 Mil
assinantes na
Vale Saúde Sempre

+ 64 Mil
procedimentos
em 2024



Fintech (serviços financeiros)

O desenvolvimento de serviços financeiros pela Vivo foi impulsionado pela crescente demanda da sociedade por inclusão financeira e novas oportunidades de negócio. Com a plataforma **Vivo Pay**, a Companhia passou a oferecer aos seus clientes um portfólio completo de serviços financeiros, totalmente digital e de fácil acesso através do App Vivo, na aba Vivo Pay.

Nessa aba, é disponibilizada uma gama de serviços, como empréstimos pessoais, seguros para celulares, tablets e notebooks, parcelamento de Pix, antecipação do Saque-aniversário do FGTS e consórcio de smartphones. No segmento de crédito, o primeiro produto lançado foi o empréstimo pessoal. Feito 100% online, é direcionado a clientes que já utilizam outros serviços da operadora, e com valores de crédito que variam entre R\$ 500 e R\$ 50 mil, com prazos de até 36 vezes. Desde seu lançamento foram mais de R\$ 904 milhões emprestados aos clientes Vivo, com taxas competitivas baseadas no comportamento de crédito de cada cliente. Em 2024,

a Vivo anunciou dois novos produtos de crédito: **parcela Pix**, produto que permite ao cliente parcelar qualquer pix feito para qualquer pessoa ou estabelecimento e a **antecipação do Saque-aniversário do FGTS**, produto amplamente divulgado desde a pandemia, ampliando assim a oferta de crédito e a inclusão financeira dos brasileiros.

No segmento de seguros, o **Vivo Seguro Celular** se destaca, oferecendo proteção contra roubo, furto e danos acidentais, em parceria com uma das maiores seguradoras do mundo, a Zurich. O seguro está disponível para smartphones e para outros dispositivos eletrônicos como notebooks, smartwatches e tablets e conta com mais de 500 mil clientes segurados.

As opções para smartphones, por exemplo, têm planos a partir de R\$ 14,90/mês.

Além disso, a autorização do Banco Central do Brasil (BC), em setembro de 2024, para o funcionamento da Vivo Pay Sociedade de Crédito S.A. solidifica a Vivo como uma fintech de crédito.

A parceria com a Klubi, uma fintech especializada na administração de consórcios, representa um marco estratégico para a Vivo. Em 2024, o Vivo Ventures investiu na Klubi, possibilitando o lançamento do Consórcio Celular, um serviço inovador de consórcio de smartphones. Essa solução permite que os clientes adquiram aparelhos em até 36 parcelas, sem depender de sorteios, e, após o pagamento de pelo menos metade das parcelas, têm acesso imediato a 100% do valor do crédito.

Esse avanço representa um passo importante na expansão e otimização dos serviços financeiros da Companhia, ampliando suas soluções digitais, proporcionando mais benefícios aos seus clientes e reforçando a Vivo como uma empresa de tecnologia além da conectividade.

R\$ **904** Mi
em contratações
de crédito pessoal
desde o lançamento

R\$ **461** Mi
de receita em 2024

+ **500** Mil
smartphones
segurados

R\$ **359** Mi
de carteira de
empréstimo pessoal

30%
dos smartphones
vendidos têm um
produto de seguro



Casa Inteligente

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

Esse serviço permite equipar as residências com dispositivos e sistemas automatizados que podem ser facilmente controlados pelo celular ou por comandos de voz. A tecnologia traz maior conveniência ao cotidiano, ao possibilitar

o controle de diversos aspectos da casa de forma simples e intuitiva.

Todos esses recursos são integrados em um app intuitivo lançado em 2024, que coordena os dispositivos inteligentes da casa. Utilizando a Internet das Coisas (IoT), os aparelhos se comunicam pela internet, criando um ecossistema conectado e facilitando a vida dos clientes.



Para saber mais, acesse **Casa Inteligente**.

OS PRINCIPAIS BENEFÍCIOS INCLUEM

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

R\$ **54** Mi
em receita

+3 Mil
em serviços
contratados

+94 Mil
devices
vendidos

+150
lojas reformadas
com experiência de
casa inteligente

Edutech (educação)

A Vivo tem se destacado na área de educação com o objetivo de contribuir para a formação e profissionalização de pessoas, especialmente aquelas que estão começando suas trajetórias no mercado de trabalho. Em parceria com a Ânima Educação, a Companhia oferece a plataforma **Vivae**. Com 52 cursos focados na capacitação profissional e no desenvolvimento de habilida-

des (hard e soft skills) demandadas pelo mercado de trabalho, a plataforma 100% digital oferece diversas áreas de aprendizado, ajudando os usuários a se especializarem nas áreas de seu interesse.

As aulas são interativas e estruturadas no formato de **microlearning**, aproximando os conteúdos de formas que dialogam diretamente com os jovens.

Além disso, no final de 2024, a Vivae também passou a ofertar soluções corporativas como treinamento e desenvolvimento e avaliação dentro de processos seletivos.

52 cursos
disponíveis

77 Mil
assinantes

1.400
horas de conteúdos



Consumer electronics

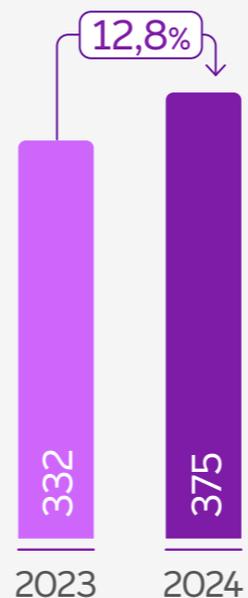
Alinhada à sua estratégia de se consolidar como uma empresa de tecnologia, a Vivo segue expandindo seus negócios dentro do ecossistema digital. Em 2024, a Companhia ampliou seu portfólio ao passar a **comercializar smart TVs** da Samsung em suas lojas, fruto de um acordo com a Samsung Brasil. A parceria fortalece a oferta de produtos da fabricante no portfólio da Vivo e reforça sua atuação no varejo de tecnologia.

Além das smart TVs, a Vivo já oferece uma ampla gama de eletrônicos de consumo, incluindo smartphones, acessórios e dispositivos inteligentes,

disponíveis tanto em suas lojas físicas quanto em sua plataforma online. Por meio de sua loja digital, os clientes podem adquirir produtos como smartphones, fones de ouvido e outros acessórios, 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 12 vezes sem juros. Além disso, sua loja online oferece frete grátis para todo o país, proporcionando mais comodidade e benefícios aos consumidores.

RECEITA
R\$ milhões



Loja online Vivo

A Vivo tem investido fortemente na experiência do cliente, reconhecendo sua importância para o sucesso contínuo da Companhia. Com isso, está em processo de transformação de suas lojas, migrando do modelo tradicional de canal de vendas para um modelo de hub de experiências.

Esse novo conceito visa oferecer uma jornada mais rica e personalizada para os clientes, permitindo que eles não apenas comprem produtos, mas também vivenciem a marca de maneira mais profunda e envolvente. O objetivo é criar um ambiente que favoreça a interação com os produtos e serviços da Vivo, proporcionando uma experiência imersiva e de maior valor agregado.



Saiba mais acessando **nosso portal**.

DESTAQUES EM CONSUMER ELECTRONICS

Crescimento de receita em 2024 (a/a)

ÁUDIO + 26%

BEM-ESTAR + 91%

ESSENCIAIS + 10%

Portfólio completo de serviços de telecomunicações para **B2C e B2B**.

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 +55% YoY

Venda de produtos eletrônicos e acessórios essenciais cresceram +113% na Black Friday

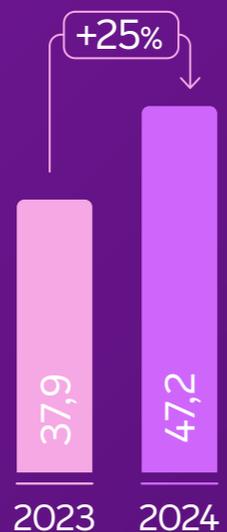


Ovvi

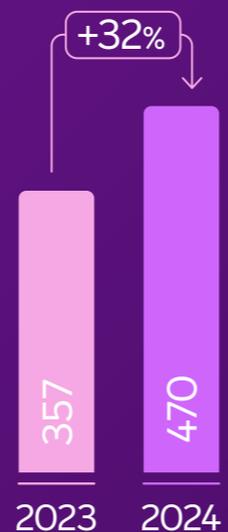
A Ovvi é a marca de acessórios tecnológicos da Vivo, criada para oferecer produtos de alta performance e design sofisticado a um preço justo. Com uma linha diversificada de acessórios para smartphones e dispositivos eletrônicos, a Ovvi se destaca por aliar funcionalidade e estética às necessidades dos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

A Ovvi comemorou dois anos de trajetória com resultados impressionantes em 2024.

RECEITA LTM
R\$ milhões



PRODUTOS VENDIDOS
R\$ milhões



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.

Por meio do **Vivo Play**, os clientes dos planos Fibra, Vivo Total, Controle ou Pós têm acesso aos melhores conteúdos do mercado de vídeo seja por um plano de TV por assinatura ou TV por streaming.

Além do Vivo Play, a Campanha tem parceria com os melhores serviços de streaming de vídeo e música para complementar a proposta de valor de Entretenimento para os clientes Vivo. Esses produtos são oferecidos tanto como um serviço digital adicional ou incluso nos planos.

3 Mi
de assinaturas
de OTTs



Energia

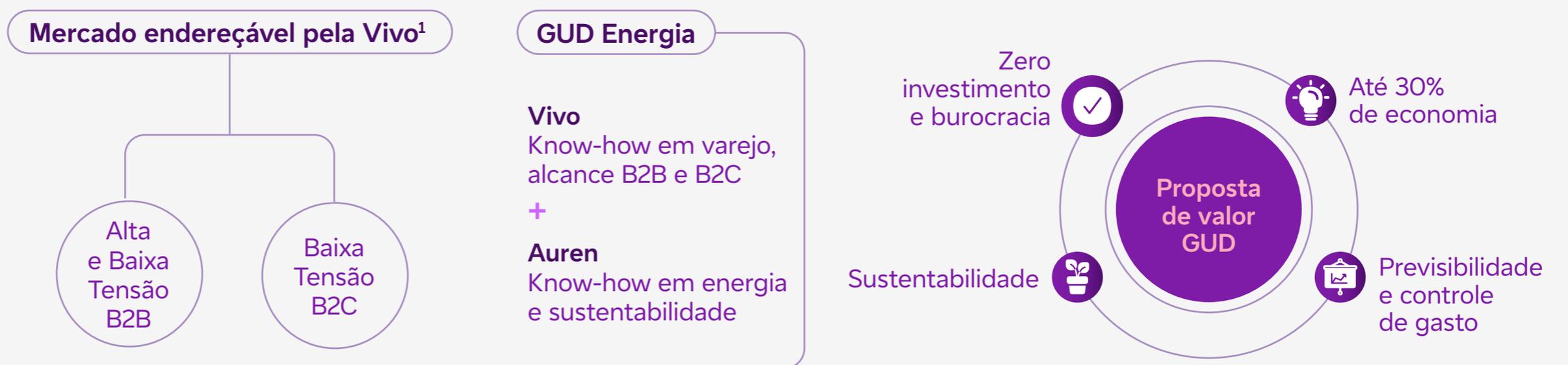
A Vivo e a Auren Energia uniram forças para criar a **GUD Energia**, uma joint-venture projetada para capturar as oportunidades geradas pela abertura do mercado livre de energia no Brasil. Essa parceria estratégica tem como foco oferecer soluções customizadas e acessíveis em energia renovável, simplificando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

A Companhia destaca-se por comercializar mais de 15 MWh antes de completar um ano de operação, oferecendo soluções

completas no mercado livre de energia que podem gerar economias de até 30%.

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 potência, como pessoas físicas, que poderão optar por contratar energia de fontes sustentáveis possivelmente a partir de dezembro de 2027, fortalecendo o compromisso com práticas mais ecológicas e acessíveis.



¹ A previsão de abertura do mercado livre de energia para baixa tensão está prevista para agosto de 2026. Já para a inclusão de clientes B2C (pessoa física), a previsão de abertura do mercado é de dezembro de 2027.

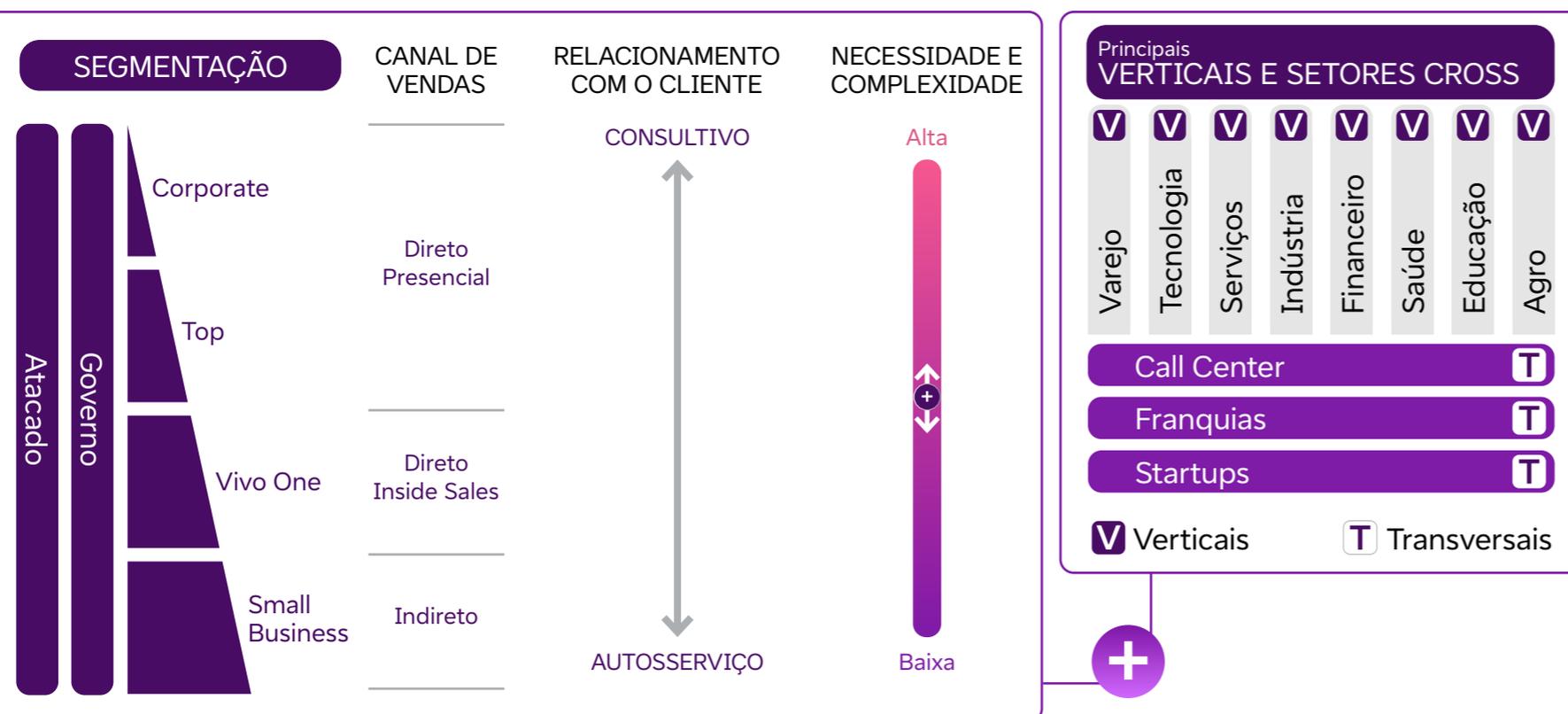


Vivo Empresas

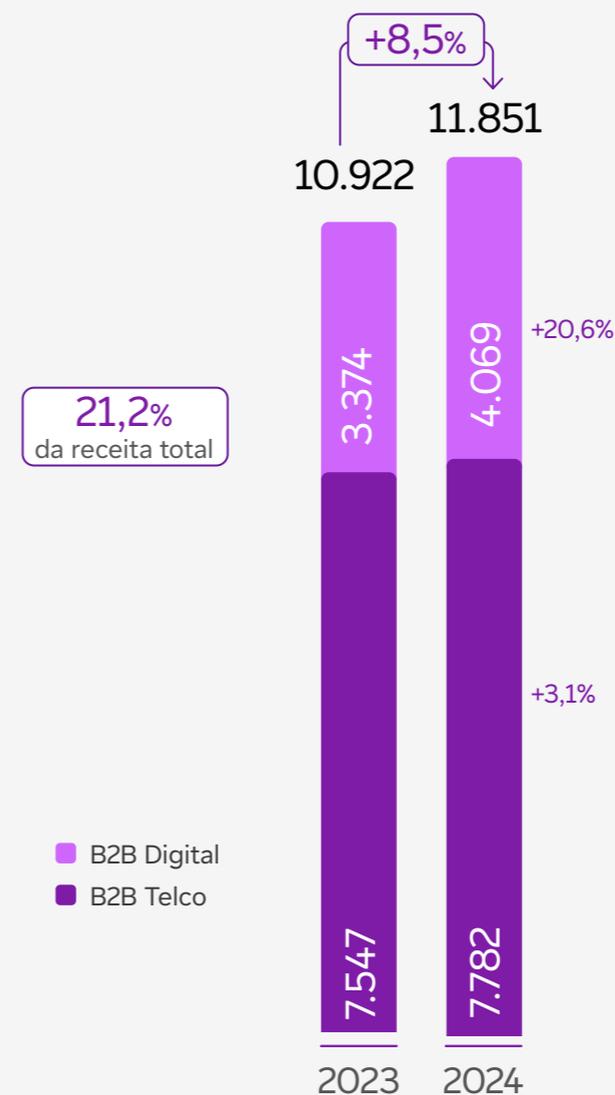
Com a rápida evolução da tecnologia, a digitalização e a gestão do seu ecossistema que se adapta ao crescimento das empresas se tornaram prioridades estratégicas. Como **parceira tecnológica**, a Vivo apoia as organizações nesse processo, ajudando a promover uma transformação digital em larga escala. Com sua expertise, a Companhia oferece serviços de telecomunicações e tecnologia da informação de forma segmentada, proporcionando atendimento que endereça as necessidades específicas

de cada empresa desde públicas, privadas, pequenas, médias e grandes.

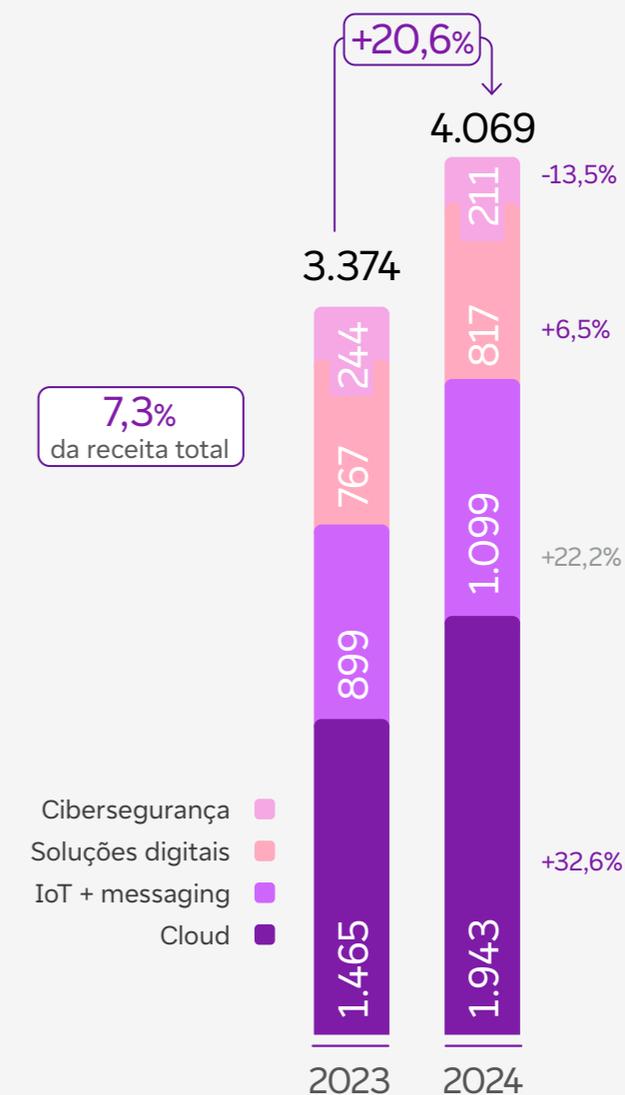
Essa capacidade de adaptação e escalabilidade é possível graças à construção de um robusto ecossistema de parceiros especializados em áreas como **cibersegurança, consultoria, gestão e operação**, entre outros. Juntos, a Vivo e seus parceiros oferecem as melhores soluções, proporcionando um portfólio completo de tecnologia para o mercado B2B.



TOTAL RECEITAS B2B¹
R\$ milhões



B2B DIGITAL
R\$ milhões



¹ Exclui receitas de atacado, totalizando R\$ 1.322 milhões em 2024



IoT, Big Data e Open Gateway

Com o objetivo de impulsionar a digitalização das empresas, a Vivo disponibiliza soluções de ponta, incluindo IoT, Big Data e Open Gateway, para atender às necessidades do mercado digital.

A Internet das Coisas (IoT, em inglês) é uma das principais inovações que a Vivo oferece ao mercado B2B, com alto potencial de geração de valor. A IoT permite a conexão automática entre dispositivos, sem necessidade de intervenção humana, possibilitando a coleta e sistematização de dados de diversos equipamentos, como consumo e eficiência energética. Isso proporciona às empresas ganhos significativos em produtividade, eficiência e redução de riscos, ao possibilitar a análise e a correlação de dados complexos.

As soluções em Big Data, por sua vez, ajudam as empresas a antecipar tendências e gerar insights valiosos ao combinar informações do mercado e do seu público. Dentre as soluções é possível destacar:

- **Smart steps:** focada em fornecer insights para calcular métricas de audiência, ajudando as empresas a definir com precisão o perfil do seu público-alvo.

Assim, a Vivo se consolida como uma parceira estratégica para empresas em seus processos de digitalização, reforçando sua presença e liderança no mercado B2B.

Open Gateway

O Open Gateway é uma iniciativa global, liderada por empresas do setor de telecomunicações, com o objetivo de criar uma infraestrutura comum e aberta entre operadoras. Sua proposta é desenvolver aplicativos e serviços interconectados, garantindo uma comunicação fluida entre dispositivos e clientes de forma integrada.

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 cinco APIs de rede focadas em melhorar a segurança digital:

- **SIM swap API:** detecta trocas não autorizadas de SIM cards, prevenindo ataques de tomada de conta.
- **Number verification API:** facilita a verificação de números de telefone, substituindo processos manuais de confirmação por SMS.
- **Device location API:** permite validar o raio de localização de dispositivos móveis, contribuindo para a segurança e prevenção de fraudes.
- **Telco index:** score de crédito calculado segundo a capacidade financeira do cliente baseada em variáveis socioeconômicas de Telco.
- **KYC:** confirma se um CPF é proprietário da linha de celular e outros dados cadastrais.

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



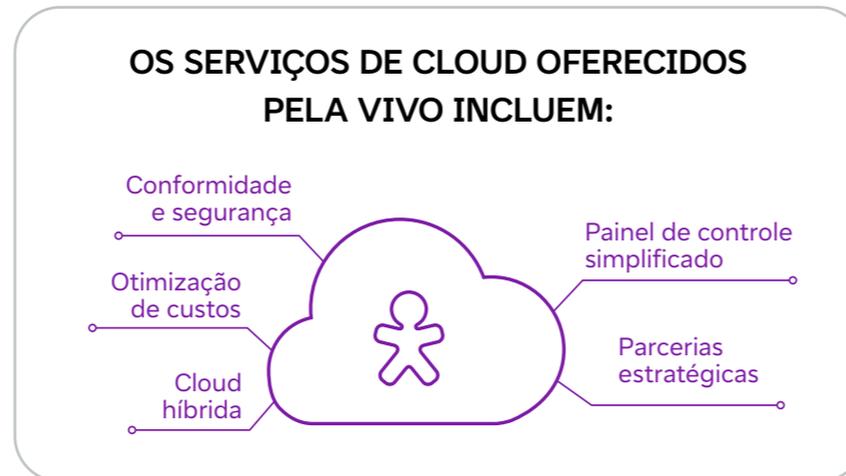
Cloud

Atenta às crescentes demandas do mercado por infraestrutura adequada, proteção e gerenciamento de dados, a Vivo vem se consolidando como referência no ecossistema de parceiros da Microsoft desde 2021. Com uma trajetória marcada com uma transformação de portfólio adicionando serviços profissionais e gerenciados de alto valor agregado, a empresa tem aplicado estratégias consistentes para ampliar o raio de ação e atender às necessidades de digitalização das empresas brasileiras.

Segundo dados do Enterprise Cloud Index, 85% das empresas planejam adotar a nuvem híbrida, e de acordo com a Gartner, 70% delas terão uma estratégia de nuvem incorporada aos seus planos de TI. Esses indicadores reforçam a importância de soluções em nuvem que ofereçam escalabilidade, segurança e flexibilidade.

Nesse cenário, a Vivo se posiciona como um parceiro multicloud robusto, com alianças estratégicas com os principais players do setor – Microsoft, IBM, AWS e Huawei. Com o objetivo de expandir sua atuação e buscar uma nova alavanca de crescimento, a empresa identificou no Google Cloud uma oportunidade estratégica para diversificar ainda mais sua oferta e alcançar novos mercados.

Como parte dessa estratégia, em 2024 a Vivo anunciou a aquisição da IPNET, empresa especializada em cloud computing e integradora de serviços de nuvem do Goo-



gle no Brasil. A incorporação da IPNET fortalece a capacidade da Vivo de entregar soluções completas multicloud, combinando seus ativos já existentes com uma alavanca para acelerar sua presença no ecossistema Google e também Oracle.

A aquisição também reforça o compromisso da Vivo em ser um aliado estratégico para empresas em sua jornada de transformação digital, oferecendo soluções que vão além da infraestrutura, com foco em inovação, governança e resultados de negócio.

Com essa movimentação, a Vivo consolida sua posição como um dos principais provedores de serviços multicloud do país, preparada para atender às mais diversas demandas do mercado corporativo com excelência e visão de futuro.

Cibersegurança

A Vivo é uma parceira estratégica das empresas diante dos desafios do mundo digital, oferecendo um conjunto de soluções avançadas de cibersegurança. O portfólio visa atender o cliente em todas as etapas de sua jornada por meio das frentes de detecção, proteção, resposta e recuperação de seus ambientes.

Entre os serviços disponibilizados, destacam-se:

- **MDR (Managed Detection and Response):** antivírus de próxima geração, que, por meio da inteligência artificial, realiza busca proativa de ameaças e resposta imediata a incidentes, mitigando o impacto no ambiente do cliente.
- **Safe E-mail:** solução de segurança avançada em nuvem para caixas de e-mail corporativas, com foco em detecção de ameaças como phishing (coleta de dados) e malware (software malicioso).
- **Cloud Anti-DDoS (Distributed Denial of Service):** serviço em nuvem que identifica e mitiga o tráfego malicioso direcionado aos ambientes do cliente, como sites, aplicações e servidores, garantindo a disponibilidade e o bom desempenho da estrutura.

Com objetivo de estar ainda mais próxima das necessidades do cliente, sobretudo em um cenário dinâmico em que novas ameaças surgem a todo momento, a Vivo lançou, em 2024, o MDR, Safe E-mail e Cloud Anti-DDoS, destinados à proteção de endpoint, contas de e-mail e rede, respectivamente. 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.



Networking

A Vivo oferece ao mercado a **Vivo Vita, integradora de soluções de rede e provedora de serviços de networking**. O foco é a prestação de serviços gerenciados (garantia de disponibilidade de redes) e de serviços profissionais (implantação de projetos complexos e consultoria especializada).

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 e os produtos do ecossistema digital Vivo direcionados para o mercado corporativo. 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 da forma mais simples.



Saiba mais acessando
nosso portal.

Ecossistema de produtos e soluções digitais

Alinhada com sua estratégia de diversificação para promover fidelização, a Vivo investe em novas áreas de negócio que ampliam sua proposta de valor. Esses investimentos não apenas fortalecem sua presença no mercado, mas também abrem caminho para um crescimento mais sustentável e duradouro.

Vivo Meu Negócio

Na jornada de transformação e apoio ao segmento B2B, a Vivo se destaca por compreender as necessidades específicas das empresas e oferecer serviços exclusivos, com alto potencial de geração de valor.

O **Vivo Meu Negócio** é um ecossistema digital exclusivo e dedicado para pequenos empreendedores que oferece acesso facilitado a serviços de suporte e manutenção no ambiente online, democratizando a jornada de digitalização. O Vivo Meu Negócio parte da conectividade e se complementa com soluções cuidadosamente desenvolvidas – em parceria com importantes players de mercado – para todos os desafios do negócio: desde o momento de abrir a empresa, passando por soluções ágeis de gestão, custos e despesas até ferramentas para presença na web, com criação de site, registro de domínio, hospedagem e estratégia SEO.

Outro destaque é o **Vivo Gestão de Vendas**, um sistema desenvolvido para automatizar as etapas do processo de vendas, criar estratégias personalizadas e centralizar informações, permitindo o monitoramento de desempenho em tempo real.

Essa solução de **Enterprise Resource Planning (ERP)**, é uma tecnologia que integra diferentes áreas da Companhia e automatiza tarefas repetitivas, liberando tempo para que os empreendedores possam se concentrar no planejamento estratégico de seus negócios.

Para apoiar o empreendedor nessa jornada, a Vivo criou um hub de informações relevantes e materiais ricos em temas essenciais para os negócios, apresentados em formatos como podcasts, e-Books, webinars e artigos.

Em 2024, a iniciativa ganhou ainda mais força com o **Truck Vivo Meu Negócio**, uma ação inovadora que percorreu diversas cidades do estado de São Paulo. Esse projeto itinerante levou suporte personalizado às PMEs, oferecendo uma experiência imersiva e soluções práticas para impulsionar negócios.

eSIM

O eSIM, ou chip virtual, é integrado diretamente à placa do dispositivo, eliminando a necessidade do chip físico tradicional. **Essa inovação traz mais praticidade, ao evitar problemas como desgaste ou incompatibilidade de tamanho, e segurança**, pois não pode ser removido, dificultando seu uso indevido em caso de roubo e facilitando o rastreamento do aparelho.

Essa solução digital simplifica a ativação de linhas e mudanças de operadora, redefinindo a experiência do usuário com uma conectividade mais eficiente e segura.



Vivo Agro

Vivo Agro é uma linha de negócios fundamentada na criação de soluções em parceria com o produtor rural para otimizar a produção agrícola. Essa parceria gera soluções digitais de impacto desenhadas para as necessidades operacionais da produção.

Em 2024, a Vivo fortaleceu sua atuação no agronegócio ao se tornar sócia da fintech agrícola Agrolend, por meio de um investimento realizado pelo Vivo Ventures. A Agrolend é especializada em oferecer crédito a pequenos e médios produtores rurais no Brasil, contribuindo para o desenvolvimento e modernização do setor. Outro marco do ano foi a participação da Vivo na Agrishow pelo terceiro ano consecutivo, reforçando sua posição como uma parceira estratégica e referência em soluções digitais para o agronegócio.

Com o Vivo Agro é possível conectar todas as etapas da produção de forma inteligente, aumentando a produtividade e reduzindo custos.

CONHEÇA AS SOLUÇÕES INTELIGENTES DA VIVO PARA O CAMPO:

- **Gestão de Maquinário:** otimização da operação de maquinários pesados por meio da captação de telemetria, oferecendo maior controle ao agricultor.
- **Clima Inteligente:** auxilia o agricultor disponibilizando ferramentas de gestão de irrigação, monitoramento meteorológico e monitoramento do solo, auxiliando na escolha do melhor momento para fazer o manejo, o plantio e a colheita.
- **Gestão Pecuária:** oferece indicadores de manejo por meio de bastão, brincos eletrônicos, cerca e balança.
- **Redes 4G e 5G IoT (NB IoT):** suportam aparelhos IoT para itens estáticos e aparelhos móveis.

Inovação Aberta

GRI 3-3 Tema material: Inovação

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 for-

necedores, 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**.

Esse movimento se refletiu diretamente nos negócios gerados pelas startups conectadas à

Em 2024, a Wayra realizou **quatro investimentos** em startups: na **Ada**, plataforma de formação e recrutamento de profissionais de tecnologia utilizando Inteligência Artificial; na **Fiibo**, multiplataforma de saúde e bem-estar que reúne planos de saúde, fornecedores, corretoras, empresas e colaboradores em um só lugar; na **Inspira**, legaltech que utiliza Inteligência Artificial

para coletar, aperfeiçoar e analisar dados jurisprudenciais de todo o país, fornecendo insights que tornam a prática jurídica mais inteligente e eficiente; e na **Lend**, startup que oferece a tecnologia e as licenças bancárias que permitem às empresas estabelecer cobrança das operações de crédito em total conformidade com a regulamentação em questão de semanas.



Wayra Brasil e ao Vivo Ventures. A Companhia conquistou o marco de cerca de **R\$ 130 milhões em geração de contratos entre startups e a Vivo**, um crescimento de 30% em relação ao ano anterior. O montante inclui tanto startups investidas quanto não investidas (aquelas que participam dos comitês, mas não receberam aporte). Quase metade das 25 startups ativas do portfólio da Wayra Brasil e 71% das sete startups ativas do Vivo Ventures já estabeleceram parcerias ou atuam como fornecedoras do Grupo Telefônica.

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. [Saiba mais sobre Inteligência Artificial na Vivo em Vivo IA Digital.](#)

87

startups do Brasil já foram contempladas desde 2012

R\$ 130 Mi em negócios com startups e a Vivo

4

novos investimentos: Ada, Lendtech, Fiibo e Inspira

25

startups no portfólio da Wayra

40%

do portfólio em negócios com a Vivo

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\$ 30 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.

As áreas prioritárias de investimento incluem **educação, energia, saúde, serviços financeiros, casa inteligente e entretenimento**. Estes são os pilares da estratégia de negócios da Vivo, que se posiciona como empresa de tecnolo-

gia, oferecendo serviços em áreas que vão além da conectividade, refletindo o interesse para a transformação digital e inovação no mercado.

Até o momento, o Vivo Ventures já investiu **R\$ 150,8 milhões – 47,7% do capital alocado no fundo – em sete startups**. Somente em 2024, foram investidos mais de **R\$ 67,2 milhões** em três novas empresas: **CRMBonus**, plataforma que utiliza dados e Inteligência Artificial para oferecer soluções inteligentes de fidelização, cashback e retail media. A Vivo, desde janeiro, utiliza o Vale Bonus, um dos produtos da startup, em que a empresa oferece o benefício (uma moeda digital que pode ser trocada por descontos numa série de lojas) a clientes para estimulá-los a pagar a fatura em dia e a contratar outros produtos, por exemplo; **na Agrolend**, fintech que financia produtores rurais de pequeno e médio porte, em parceria com revendas, cooperativas e





indústrias de insumos e equipamentos agrícolas, de forma rápida, fácil e sem burocracia; e **na Lend**, startup que já havia sido investida via Wayra e, com o crescimento significativo da empresa, foi feito um novo aporte, dessa vez via Vivo Ventures no fim do ano.

O Vivo Ventures também realizou um follow on na Klubi, fintech investida em 2022, que opera como administradora de consórcios. Junto com a Vivo, foi

criado um produto novo, o Compra Planejada, um consórcio de smartphones.

O Compra Planejada oferece uma jornada 100% digital, sem intermediários, em que o cliente pode escolher o valor do celular que quer adquirir e em quanto tempo deseja pagar. O novo aporte visa acelerar ainda mais a presença da Vivo no mercado de fintech e fomentar novas oportunidades de negócios.

Vivo Discover

O programa, em funcionamento desde 2019, tem como objetivo fomentar a inovação aberta por meio de projetos realizados com startups. Além disso, busca a formação de embaixadores que promovam uma cultura de inovação nas áreas de negócio, auxiliando na difusão de novas

ideias e práticas inovadoras dentro da Companhia. O programa também se dedica a informar e disseminar conteúdos sobre inovação, garantindo que todos os colaboradores estejam atualizados sobre os projetos e iniciativas de transformação digital e inovação em andamento.

CONHEÇA AS AÇÕES DO VIVO DISCOVER:

SHAPERS - a Vivo criou um programa para treinar e qualificar executivos da Companhia, conhecidos como shapers, que atuam em diferentes áreas com a missão de disseminar a cultura de inovação aberta e gerar negócios com startups. Em 2024, foram selecionados **30 colaboradores** entre executivos e consultores para compor a 6ª turma de shapers.

MEETUP DE INOVAÇÃO - são eventos mensais realizados para promover a disseminação de projetos inovadores dentro da Vivo e para fomentar a troca de insights, ideias e informações entre os colaboradores, com participação aberta. Em 2024, participaram, em média, **814** colaboradores por encontro.

MISSÃO WAYRA - são visitas programadas de colaboradores Vivo à Wayra, no Cubo, para conhecer em detalhes o que a Wayra faz e conhecer o Cubo, um dos principais hubs de inovação do país. Em 2024, cerca de **154** colaboradores fizeram a visita e puderam se aproximar do ecossistema de inovação aberta.

FALA, INOVAÇÃO! - videocast transmitido no Workplace com nomes relevantes do mercado para falar de temas de inovação. Em 2024, a Companhia falou sobre “Como as grandes empresas se aproveitam de incentivos fiscais para inovar”, “Deepfakes” e “Blockchain além das criptomoedas”. Esse último contou com uma audiência de aproximadamente **3.000** colaboradores.

7
startups investidas
desde 2022

1
follow on:
Klubi

3
novos investimentos:
CRMbonus, Agrolend
e Lendtech

71%
das startups do portfólio
fazem negócios com a Vivo

R\$ **150,8** Mi
investidos até agora
(47,7% do capital alocado)



Interatividade 

vivo Sempre

- Experiência do cliente
- Cultura centrada no cliente
- Canais de relacionamento
- Autorregulação das telecomunicações



Experiência do cliente

GRI 3-3 Tema material: Experiência do cliente

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

A Vivo segue comprometida em aprimorar continuamente a **experiência de seus clientes** por meio de iniciativas estratégicas inovadoras. Alinhada ao pilar **Vivo Sempre**, a Companhia estabeleceu seis direcionadores estratégicos que orientam suas ações e moldam a percepção dos clientes sobre a marca.

Cada direcionador é sustentado por diversas frentes e projetos, abrangendo iniciativas transversais, estruturantes e rápidas. Com o compromisso de proporcionar sempre a melhor experiência, reforçando:

Em 2024, a Vivo, além da atualização da sua estratégia, também reforçou seu foco em garantir que todas as experiências do cliente em suas linhas de negócio fossem unificadas.

A fim de impulsionar e fortalecer seu compromisso com essa proposta de valor, a Vivo estabeleceu uma Vice presidência dedicada inteiramente à **Experiência do Cliente (CX)**, que abrange todas as jornadas de clientes e os principais canais de relacionamento e engajamento com o cliente B2C e B2B.



Princípios e direcionadores

Princípios



1. A Vivo é tecnológica e excelente em qualidade

- A melhor e mais completa rede
- A melhor em soluções de tecnologia



2. A Vivo é próxima e resolve

- É fácil falar com a Vivo
- Sei o que está acontecendo
- A Vivo resolve sempre e rápido
- Me sinto seguro com a Vivo



3. A Vivo faz o cliente se sentir especial

- A Vivo me conhece
- Antecipa as minhas necessidades
- Me proporciona experiências exclusivas

Direcionadores

- 1 Visão única do cliente Vivo
- 2 Experiência integrada entre todos os canais (omnichannel)
- 3 Resolutividade no primeiro contato com o cliente
- 4 Gestão da expectativa para o cliente acompanhar o status dos seus pedidos
- 5 Monitoramento online da experiência do cliente
- 6 Digital first





Para a Vivo, atender bem ao cliente é uma verdadeira paixão que motiva a busca constante pelas melhores experiências. A Companhia valoriza seus clientes, sejam eles B2B ou B2C, compreende suas necessidades e fomenta um relacionamento duradouro, sempre oferecendo produtos, serviços, soluções, suporte e informações adequados a cada perfil.

A Vivo acredita que, além de ser uma excelente Companhia de tecnologia e inovação, é fundamental ser também uma referência em experiência do cliente. Para isso, a Vivo se dedica a criar experiências únicas e memoráveis, alinhadas às necessidades e expectativas de seus clientes, reforçando seu compromisso com a excelência no atendimento e na inovação.

Em cada solicitação, contato ou necessidade dos clientes, a Vivo busca uma experiência omnichannel, com suporte completo, abrangendo desde a resolução de questões mais simples, por meio dos canais digitais, até a resolução de demandas complexas, com atendimento individualizado e personalizado.

A Vivo possui uma grande preocupação com a experiência do cliente em toda a sua jornada com a Companhia e em todos os canais – lojas físicas, aplicativo (clientes B2C e B2B), chatbot, pelo site, ao telefone, através dos técnicos de campo que visitam as casas dos clientes, entre outros canais –, a fim de identificar novas necessidades e oportunidades de melhoria. Utiliza, para isso, tecnologias como Speech Analytics, Data Lake de Big Data, Machine Learning e Inteligência Artificial.

CASE PROJETO MONITORAMENTO ONLINE DA EXPERIÊNCIA DE USO DO CLIENTE

A Vivo tem se dedicado a aprimorar a experiência de seus clientes por meio de diversas iniciativas estratégicas. Uma dessas iniciativas implementadas em 2024 é o **projeto de monitoramento online da experiência de uso do cliente com a fibra da Vivo**. As informações de uso, coletadas pelo modem da casa do cliente, são analisadas e direcionadas para a realização de ações preventivas na infraestrutura de rede e em atuação proativa, cliente a cliente, identificando oportunidades de melhorar a experiência com a fibra.

Dada a relevância da experiência de funcionamento, foi criado um centro de atendimento técnico especializado e unificado para atender a todos os clientes fibra B2C e B2B do Brasil, com gestão da expectativa na instalação ou visita técnica de reparo. Este centro tem ferramentas que aumentam a precisão do diagnóstico e a resolutividade online.

Transformação da jornada do cliente

COMPREENDE:

- **Visão 360°**, investindo na criação de um centro de dados e de diagnóstico, que monitora todo o ciclo de vida do cliente, a partir da medição de KPIs de experiência e diagnósticos que geram insights para subsidiar melhorias em jornadas, produtos e serviços, e estudos estatísticos avançados com foco em resolutividade.
- **Medição completa em cada ponto de contato com a Vivo**, por meio de pesquisas de satisfação, realizadas de forma isonômica e com transparência na divulgação dos resultados em tempo real para todos os colaboradores, desde a linha de frente até a Diretoria, que geram insights para a transformação da jornada do cliente.
- **Zelo e cuidado nas respostas aos clientes detratores**, com a finalidade de reverter o cenário e torná-los promotores da marca. É um processo que funciona como uma retratação efetuada pela área responsável, com atuação em aproximadamente 80% dos clientes, que passam pelo fluxo de close-the-loop.
- **Aceleração da transformação através de times multifuncionais**, que têm como principal objetivo repensar as principais jornadas de relacionamento na Vivo, atuando nas oportunidades identificadas pela voz dos clientes e também gerando cada vez mais valor.
- **Digitalização da jornada de ajuda na Central de Atendimento e nas Lojas**, através do uso do IAjuda (IA generativa), funcionando como um copiloto do atendente pra garantir um melhor atendimento, mais rápido e resolutivo. Com isso, a nota de avaliação do cliente melhora, a conversa se torna cada vez mais fluida, contextualizada e assertiva.



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. São mais de **200 Termômetros DNA (TDNA)**, que fornecem insights e avaliações dos clientes medidas no formato de 1 a 5 estrelas.

O aumento da satisfação dos clientes tem se refletido nas avaliações dos principais Termômetros da Companhia, como por exemplo:

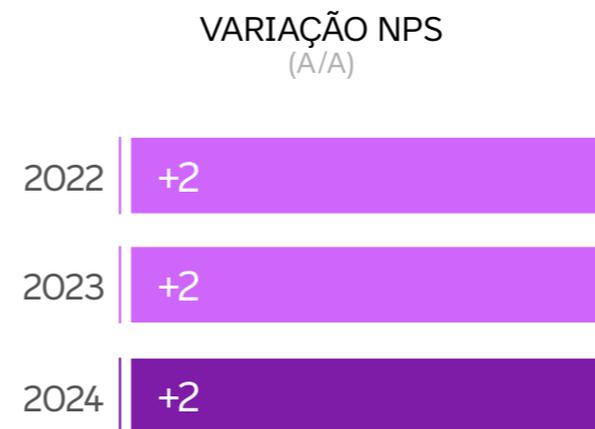
Lojas:
83%
de avaliações
com 5 estrelas
☆☆☆☆☆

Consultores de
vendas B2B:
75%
de avaliações
com 5 estrelas
☆☆☆☆☆

Instalação
de fibra:
83%
de avaliações
com 5 estrelas
☆☆☆☆☆

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

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 conquistou o bicampeonato nas duas categorias de maior NPS do Brasil no seu segmento: Telefonia Móvel e Banda Larga, além de diversos outros prêmios, reforçando o compromisso em proporcionar uma experiência de alta qualidade para seus clientes e se consolidando como líder em satisfação e fidelização no mercado.



Cultura centrada no cliente

GRI 3-3 Tema material: Experiência do cliente

ENGLIBA:

- Programas que mobilizam e incentivam todos os colaboradores diretos e indiretos da Vivo a serem responsáveis pela experiência dos clientes, e geram resultados por meio de iniciativas espalhadas pela Companhia inteira.
- Sessões de engajamento envolvendo a participação de milhares de colaboradores, para inspirar a transformação da experiência do cliente.
- Contato direto dos colaboradores da Vivo com os clientes nos diversos pontos de contato, gerando vivências reais e fortalecendo o “walking the customer experience talk”.

DNA Vivo Betas

A Vivo possui uma iniciativa chamada **DNA Vivo Betas**, composta por profissionais dedicados a conectar os colaboradores da ponta com os times de negócio. Essa ação digital está alinhada à cultura digital colaborativa da Vivo, promovendo a troca de experiências e insights entre as equipes.

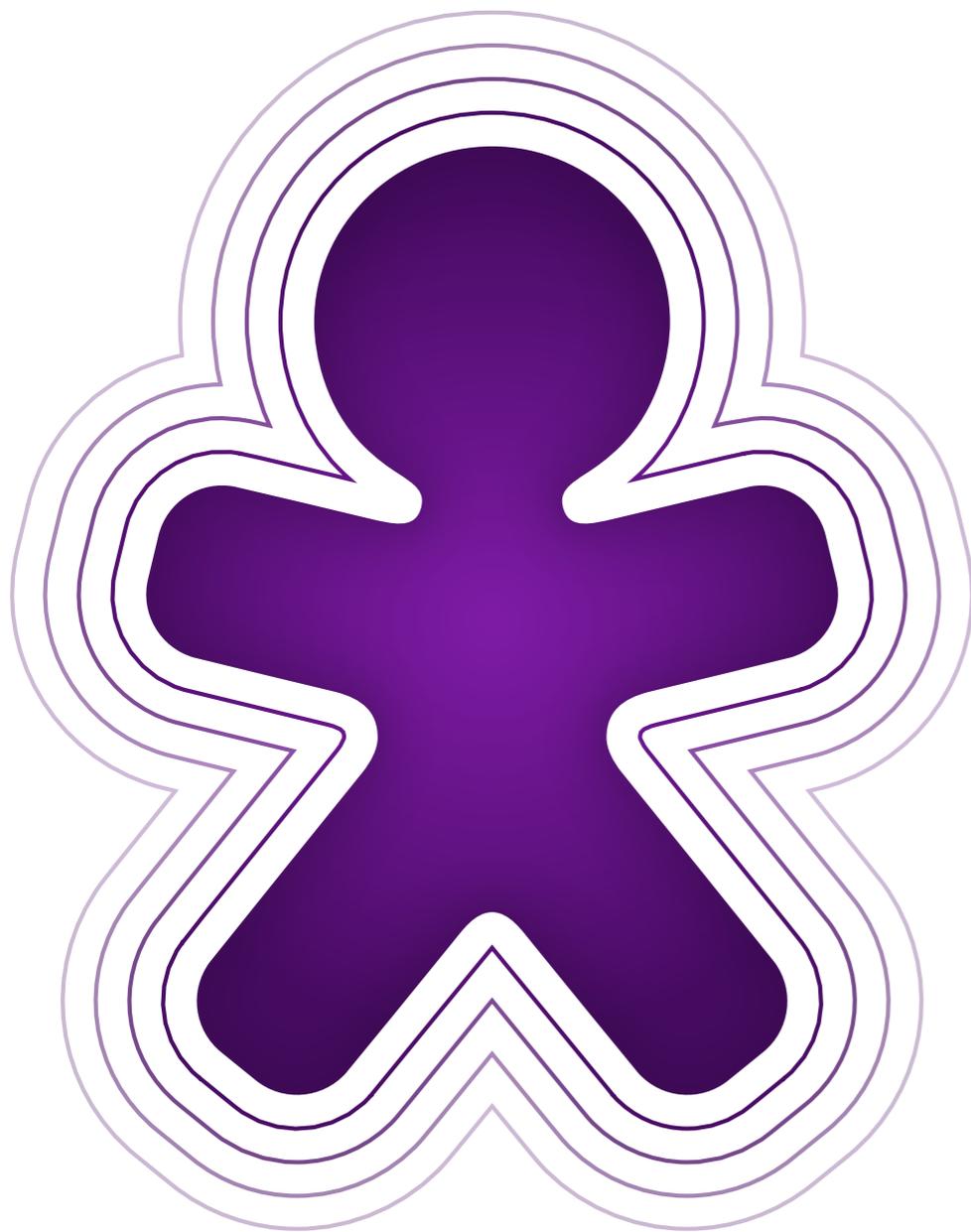
A Companhia fechou 2024 com 64 betas, representando as operações de lojas, Central de Atendimento e equipes de campo e de vendas, trazendo para discussão e reflexão a experiência de quem atua diretamente com o cliente.

DNA Day Inspira

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

Ao todo, já foram realizadas 14 edições e em 2024, tivemos uma edição com mais duas mil visualizações da live no Workplace.





DNA Vivo em Ação

O **DNA Vivo em Ação** é um programa interativo criado em 2019 com o objetivo de aproximar os colaboradores da experiência do cliente nos diversos pontos de contato da Companhia, como centrais de atendimento, lojas, audiências jurídicas e equipes de vendas. Os participantes têm a oportunidade de vivenciar na prática os principais canais de atendimento da Vivo, permitindo uma compreensão mais profunda das necessidades e expectativas dos clientes.

Desde sua criação, o programa tem incentivado os colaboradores a propor ações de melhoria baseadas em suas experiências. Já foram realizadas mais de 3.700 vivências, sendo que mais de 480 colaboradores realizaram o percurso em mais de um canal, desde 2019.

DNA Vivo Embaixadores

O DNA Vivo Embaixadores, é um grupo formado por 21 colaboradores que tem a missão de potencializar o nosso DNA, vivenciando a experiência do cliente e influenciando os colaboradores a terem o pensamento com foco no cliente, além de promover o programa e as suas iniciativas, dentro de suas respectivas áreas. Os embaixadores também são a cara do programa em nossas comunicações, gravando vídeos, conhecendo tudo o que acontece em primeira mão e representando todas as VP's, Regionais e Canais.

Trilha Educacional para líderes aliados

A **Trilha Educacional para líderes aliados**, é uma iniciativa que tem como objetivo **desenvolver** habilidades e comportamentos que um líder precisa para ter **equipes de alta performance** e que entregam a melhor experiência para o cliente. A iniciativa conta com capacitações divididas em dois módulos com foco nos times de Revenda.

O primeiro módulo possui conteúdos focados em desenvolver e sustentar as habilidades e atitudes de líderes de alta performance, já o segundo, conta com conteúdo para empoderar os líderes com metodologias e ferramentas de CX para aplicarem no dia a dia junto a suas equipes. Para participação desta trilha, tivemos mais de 1,5 mil colaboradores aliados inscritos.

Com essas ferramentas, a Vivo tem conseguido atuar de maneira mais eficiente no atendimento e no relacionamento com seus clientes, proporcionando uma experiência cada vez mais personalizada e positiva.



Canais de relacionamento

GRI 3-3 Tema material: Experiência do cliente

No pilar Vivo Sempre, que destaca o principal ativo da Companhia – os clientes –, a Vivo observa tendências atuais 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 digital e exigente.

Em 2024, a Vivo firmou uma parceria logística com a Favela Brasil Xpress para ampliar sua presença nas comunidades de Paraisópolis e Capão Redondo em São Paulo (SP), garantindo entregas mais ágeis e eficientes em áreas de difícil acesso. A iniciativa busca tornar a distribuição de produtos mais assertiva, adaptando-se às particularidades de cada região.

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.

As entregas são realizadas por moto, bicicleta, tuk-tuks, a pé ou com veículos elétricos, conforme a dinâmica local. Em apenas seis meses, mais de 5 mil pedidos foram entregues, incluindo chips, smartphones e outros dispositivos, reforçando o compromisso da Vivo em levar conectividade e tecnologia a todas as regiões.

Canais físicos e remotos

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

Canais e plataformas digitais

App
Web
Chat

Canais físicos e remotos

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

A Companhia fechou o ano de 2024 com uma rede de distribuição comercial assertivamente distribuída, com 259 pontos de venda próprios

em todo o Brasil. Há, também, 1.533 pontos de venda geridos por revendedores autorizados exclusivos, mantendo uma sólida estratégia de capilaridade, que contribuiu para a posição de liderança da Vivo no mercado brasileiro. A Companhia leva seus produtos, serviços e soluções aos clientes por meio dos seguintes canais físicos:

+4%
das lojas próprias reformuladas

Jornadas simplificadas por IA

HUB DE EXPERIÊNCIAS

A Vivo está abrindo mais uma loja como parte do seu conceito de loja como hub de experiências. Disponível no Shopping Barra, em Salvador (BA), o estabelecimento proporciona acesso a todo o portfólio de produtos e serviços da empresa. O mobiliário exibe linhas orgânicas inspiradas nas curvas do Vivinho, símbolo da Companhia além de contar com um ambiente tecnológico que permite testar os produtos em exposição, incluindo vivenciar o espaço Casa Inteligente.



Casa Vivo

A Casa Vivo é um espaço único e inovador que reflete o novo posicionamento da Vivo como uma Companhia focada em tecnologia. Inaugurada em maio de 2023 na cidade de São Paulo (SP), a loja conta com uma área de 443 m², marcada por design minimalista e linhas orgânicas. O projeto se destaca pela flexibilidade na exposição de produtos e pela ampla possibilidade de experimentação, incluindo uma área dedicada à Casa Inteligente.

DIFERENCIAIS DA CASA VIVO:

- **Atendimento personalizado:** especialistas estão à disposição para orientar os clientes na escolha das melhores soluções tecnológicas.
- **Espaço Casa Inteligente:** ambientes que simulam os benefícios de uma casa inteligente e automatizada, oferecendo uma experiência prática e realista.
- **Espaço Vivo Verso:** área reservada para explorar as mais recentes inovações em tecnologia, com destaque para o 5G e a ultra banda larga.

Nesse ambiente, os visitantes podem vivenciar na prática a automatização residencial por meio de dispositivos conectados e rotinas pré-definidas.

A Casa Vivo proporciona uma experiência imersiva que une tecnologia de ponta, design sofisticado e atendimento qualificado, reafirmando o compromisso da Vivo em oferecer conectividade de alta qualidade e soluções inovadoras aos seus clientes.

Lojas Vivo

A Vivo encerrou o ano de 2024 com **1.792 lojas físicas** em todo o Brasil, que se destacam por

um projeto arquitetônico inovador. Essas lojas foram pensadas para oferecer uma experiência única, com ambientação que favorece a exposição dos produtos e serviços da Companhia como a ultravelocidade da **Vivo Fibra** e a plataforma de entretenimento **Vivo Play**.

Entre os destaques, está o **espaço Casa Inteligente**, onde os clientes podem vivenciar a automatização residencial, e o ambiente **pet friendly**, equipado com dispositivos inteligentes que auxiliam a rotina dos tutores e seus animais de estimação. As lojas oferecem uma vasta gama de produtos, incluindo smartphones, smartwatches, notebooks, acessórios, dispositivos para casa conectados

tada, equipamentos de áudio e acessórios para gamers, entre outros. Também é possível contratar os serviços de telefonia móvel e fixa, TV por assinatura, banda larga e **Vivo Fibra**.

Além disso, as lojas contam com o **Vivo Guru**, um consultor especializado em tecnologia que oferece atendimento gratuito aos clientes, auxiliando-os na escolha das melhores soluções.

Para complementar a experiência, as lojas estão equipadas com a Rádio Vivo, que oferece uma curadoria musical única, conectando os clientes aos atributos da marca – democrática, diversa e inclusiva.

TRANSFORMAÇÃO
NAS LOJAS FÍSICAS



Hub de experiências
Novas soluções
tecnológicas



Consultivo e
personalizado
Com apoio do IAjuda
em cada jornada



Ágil e dinâmico
Vivo+, aterrissando
esta praticidade





Vivo em Casa

O programa **Vivo em Casa** oferece aos clientes a conveniência de acessar todos os serviços, produtos e soluções da Vivo de forma **100% remota**. Por meio desse canal, qualquer pessoa pode entrar em contato com os consultores da Companhia recebendo um atendimento personalizado e eficiente, com total flexibilidade e sem sair de casa.

O Vivo em Casa fortalece a **digitalização das lojas**, permitindo que os clientes realizem procedimentos como os realizados nas lojas físicas, mas com a comodidade de fazê-los de maneira segura e totalmente digital, utilizando biometria remota e aceite digital. Dessa forma, é possível comprar produtos e escolher entre retirá-los nas lojas ou recebê-los diretamente no endereço de preferência.

Revendas

As revendas Vivo são locais selecionados e certificados para oferecer o portfólio completo de produtos, serviços e soluções da Companhia. Esses parceiros fazem parte de uma extensa rede de distribuição, garantindo a presença da Vivo em diversas regiões do país.

Canal varejo

O atendimento ao varejo **se beneficia de maneira significativa com a expansão do portfólio de serviços da Vivo**, que inclui opções de pós-pago e Vivo Fibra. Essa ampliação, aliada a uma maior presença em campo e a contínuos investimentos, visa fortalecer a operação e impulsionar os negócios da Companhia.

A Vivo acredita firmemente no potencial do varejo e da estratégia omnichannel – que integra diversos canais de comunicação e vendas – como pilares essenciais para a geração de novos negócios e receitas e para expandir as ofertas de conectividade. No âmbito do varejo, a Companhia busca oferecer soluções inovadoras, que proporcionem aos clientes uma experiência mais dinâmica e interativa. Uma das estratégias é o uso de tecnologia avançada, como realidade aumentada e virtual, integradas ao aplicativo da Vivo, permitindo que os consumidores façam suas compras de maneira mais envolvente e prática.

Vendas porta a porta (PAP)

Este canal é o principal responsável pelas vendas de Vivo Fibra, com foco na qualidade e na expansão da base de clientes da rede de fibra em todo o Brasil. A estratégia inclui o aumento da força de vendas no segmento B2C, com o objetivo de atingir mais clientes de forma eficaz. Estar presente onde os consumidores estão e diversificar as formas de apresentar os produtos, serviços e soluções da Vivo são aspectos essenciais desse canal de relacionamento, alinhando-se ao compromisso da Compa-

nhia de **oferecer uma experiência personalizada e acessível a todos os clientes**.

Televendas outbound

Este canal de vendas, sem limitações geográficas, tem a capacidade de alcançar tanto clientes atuais quanto potenciais em todo o Brasil, proporcionando acesso ao portfólio completo de produtos, serviços e soluções da Vivo, de forma ampla e acessível para todos.

Central de atendimento

A Central de Atendimento da Vivo é um dos canais da operadora, um papel importante na aproximação com o cliente, personalizando e humanizando o atendimento. Ela cria uma experiência única, que não apenas resolve problemas, mas também fortalece o relacionamento com os clientes, gerando cada vez mais negócios.

Além disso, oferece suporte em serviços como telefonia móvel, banda larga fixa, TV por assinatura e serviços empresariais, com canais específicos como:


Telefones:
103 15


Chat App Vivo



Canais e plataformas digitais

A Vivo antecipou a tendência de evolução no relacionamento com os clientes, com os canais digitais ganhando cada vez mais relevância. Esse movimento tem impulsionado as vendas de serviços e contribuído para a redução do custo de aquisição, tornando o processo

mais eficiente e acessível. **O share de vendas digitais da Companhia ultrapassa 30%. Além disso, 87% dos contatos feitos na Vivo já são através do App Vivo e, hoje, a IA já é referência com aproximadamente 30 milhões interações mensais.**

App Vivo

Em 2024, a Vivo avançou na jornada digital do cliente com a criação de um **novo aplicativo**. O novo App proporciona jornadas mais rápidas, fluídas e com maior resolutividade, além de uma loja completa de serviços e produtos Vivo com ofertas personalizadas, uma área de benefícios e novas áreas dedicadas ao Vivo Pay e Casa Inteligente. O processo de transição para o novo aplicativo foi criterioso, começando pelo público interno e com aprimoramentos baseados nos feedbacks dos usuários. Com isso, a Companhia conseguiu manter o App Vivo como um dos maiores do Brasil.

46%
dos clientes usam
o App ativamente.

O App Vivo é o principal canal de relacionamento na Vivo representando 8 de cada 10 contatos feitos pelos clientes.

27,3 Mi
de usuários
no App Vivo¹

¹Conforme base de dados de 2025.

Vivo Valoriza e ecossistema de benefícios

Todos os dias são lançados benefícios e experiências diferentes e exclusivas no app Vivo, na aba Benefícios, na qual o cliente pode consultar todos os benefícios que compõem a sua categoria na Vivo (Púrpura, Silver, Gold, Platinum e V), dentre eles o Vivo Valoriza (o programa de relacionamento da Vivo), o Cinemark (com 50% de desconto em ingressos na rede de cinemas) e o Vale Bonus (moedas virtuais que o cliente ganha se pagar sua conta da Vivo em dia por Pix, Débito Automático ou Cartão de Crédito).

No **Vivo Valoriza**, os clientes podem resgatar benefícios em mais de 400 lojas e empresas

parceiras da Vivo, a qualquer momento e diretamente no App Vivo. Há opções de gastronomia, bem-estar, cultura, viagens, cuidados para pets, gaming & e-sports, sustentabilidade, shopping etc. Além disso, experiências são protagonistas no Vivo Valoriza: eventos patrocinados pela Vivo e benefícios de parceiros podem ser resgatados por todas as categorias.

+4 mi clientes
engajados no ecossistema
de benefícios em 2024

Vivo Empresas

O Meu Vivo Empresas é o canal digital da Vivo no qual o gestor da empresa pode gerenciar contas, produtos e serviços móveis de planos corporativos e encontrar opções de auto-atendimento, como baixar a 2ª via da fatura, ativar ou desativar o roaming internacional, fazer a gestão de linhas e chips, acompanhar o consumo e iniciar o suporte técnico, bem como resgatar benefícios pelo Vivo Valoriza Empresas.

Autorregulação das telecomunicações

O **Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART)** é o primeiro programa abrangente de autorregulação do setor. Contempla um conjunto de princípios, regras, estruturas organizacionais, instrumentos, mecanismos de deliberação e procedimentos de autodisciplina que visam permitir uma regulação efetiva e eficiente do setor de telecomunicações.

O SART foi criado em 2020 e é uma iniciativa da Conexis Brasil Digital, da qual a Vivo é uma das associadas. O SART estabelece normas e procedimentos comuns, a serem seguidos por todas as empresas participantes sobre os aspectos considerados mais críticos na relação entre prestadoras e clientes e que, historicamente, geram o maior volume de reclamações junto à Anatel e aos Procons. Atualmente, a Vivo preside a Diretoria Estatutária do SART.

Além disso, também existe a **Plataforma Não Me Perturbe**, que opera desde julho de 2019. A iniciativa fechou o ano de 2024 com mais de 7,5 milhões de números de telefone cadastrados para não receber chamadas de telemarketing de empresas de telecomunicações e mais de 5 milhões para ligações com oferta de crédito consignado.

Em 2023, para viabilizar determinações da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para redução de ligações indesejadas, foi criada a ferramenta **Qual empresa me ligou?**, com o objetivo de identificar o CNPJ e a razão social associados ao número de telefone da empresa que realizou a chamada telefônica.

CELL BROADCAST: NOVO SISTEMA DE ALERTA DE EMERGÊNCIA PARA DESASTRES

O sistema de Alertas de Emergência, entrou em operação para as regiões Sul e Sudeste em dezembro de 2024, podendo ser estendido para o restante do Brasil ao longo de 2025. 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 4 e 5G receberão alertas Severos ou Extremos sem necessidade de cadastro prévio.

A Defesa Civil deve emitir alertas 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 tem esta compatibilidade). Desta maneira, as pessoas recebem a mensagem de alerta por meio de texto sobreposto à tela do aparelho, exigindo interação do usuário, além de alerta sonoro intenso independente do aparelho estar no modo silencioso.





Interatividade 



vivo IA Digital

- Inteligência Artificial
- Proteção de dados e privacidade
- Segurança digital



Uma Vivo mais humana e mais digital. Com um olhar para a tecnologia e 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.

Vivo, cada dia mais digital.

Tecnologia
habilitadora

Avanço em
segurança
digital

Orientada
por dados

Arquitetura
do futuro

IA
protagonista

Há anos, a Vivo tem investido no desenvolvimento de seus profissionais e no uso de tecnologias de vanguarda, como a própria Inteligência Artificial (IA), o que nos habilitou a acompanhar e antecipar os movimentos mais recentes do mercado. Agora, com o novo direcionamento estratégico **Vivo IA Digital**, a Companhia marca um passo significativo na integração entre inteligência humana e tecnologia de ponta. Em um cenário de transformação digital em larga escala, a Vivo se posiciona como protagonista dessa revolução, **investindo em soluções de IA que não apenas ampliam a conectividade**, mas também oferecem um atendimento mais **inovador e humanizado**, alinhado com as necessidades e expectativas dos seus clientes.

A Companhia acredita que as conexões se tornam verdadeiramente especiais quando são impulsionadas pela harmonia entre pessoas e tecnologia. Por isso, a Vivo tem investido fortemente no desenvolvimento de produtos, serviços e processos baseados em Inteligência Artificial, sempre com o objetivo de gerar impacto positivo na vida de seus

clientes. A meta é aplicar o melhor da tecnologia, preservando a essência humana, para transformar a experiência do cliente e colaborar para um futuro digital mais conectado e inclusivo.

A Vivo possui um **Chief Information Officer¹, ligado diretamente ao COO**, que promove a gestão dos sistemas de informação da Companhia, buscando entregar soluções de Tecnologia da Informação (TI) cada vez mais inovadoras, com diferenciais competitivos e eficientes, que garantam flexibilidade, agilidade (time-to-market) e qualidade para seu negócio. Além disso, impulsiona a transformação digital e a melhoria contínua de processos críticos da Vivo, para que se tornem cada vez mais eficientes e sustentáveis.

Com isso, a Companhia busca manter e ampliar sua plataforma tecnológica do futuro para habilitar a nova onda de serviços digitais, ao mesmo tempo que proporciona a melhor infraestrutura para os seus serviços de telecomunicações, com o cliente no centro da sua estratégia de tecnologia.

¹O Chief Information Officer reporta-se ao Chief Operating Officer desde a reestruturação na governança executiva da Vivo (Telefônica Brasil) anunciada ao mercado em 30/04/25.





CONSTRUINDO UM FUTURO DE POSSIBILIDADE INFINITAS

Avançamos na construção de uma arquitetura mais robusta, moderna e flexível, que nos prepara para o futuro, para trazermos respostas mais ágeis às necessidades do negócio.

Inteligência Artificial

GRI 3-3 Tema material: Inovação

Em 2024, esse compromisso se traduziu em uma forte aceleração no desenvolvimento e implementação de soluções baseadas em dados e IA, resultando em otimizações significativas em diversas áreas da operação. Esse avanço permitiu maior eficiência, segurança e geração de valor para a empresa, fortalecendo sua posição como referência em inovação tecnológica.

Atualmente, a Vivo foca em duas frentes principais de atuação: **Employer Experience** (experiência dos colaboradores), que busca aprimorar a eficiência e o desempenho diário dos colaboradores, e **Customer Experience** (experiência dos clientes), que tem como objetivo customizar as ferramentas de Inteligência Artificial (IA) com base nos comportamentos dos clientes. Essa

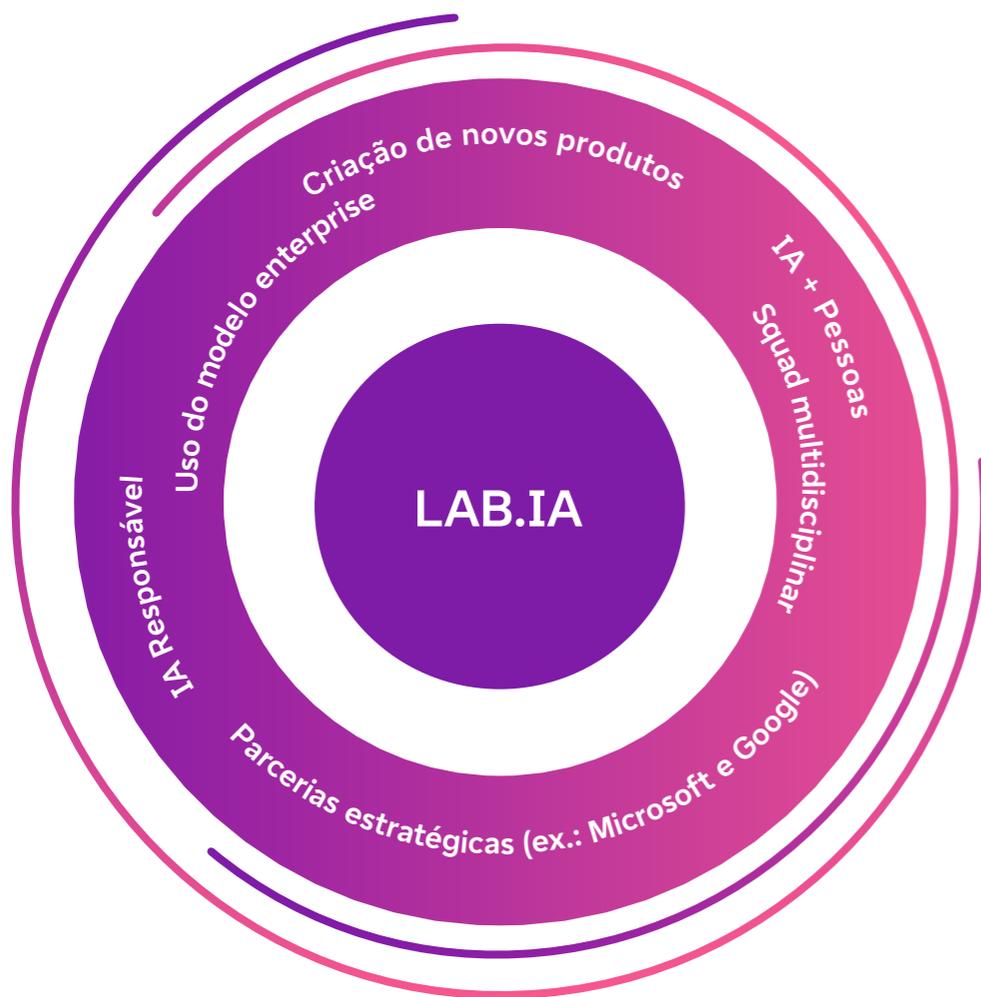
abordagem resulta em um nível mais elevado de personalização e contexto, proporcionando uma interação mais relevante e eficaz durante o contato com os usuários.

A aplicação da IA na Vivo está presente em diversos processos, e a grande maioria dos casos de uso estão voltados para ganhos de eficiên-

cia com uso dos modelos generativos. Entre as principais aplicações, destacam-se o copiloto para o call center, a IA no fluxo de engenharia de software e a automação de processos internos, reduzindo tempo e custos operacionais. Todas essas iniciativas têm como objetivo transformar a Vivo para ser, cada vez mais, uma empresa orientada à IA.

Iniciativas em IA

Com o surgimento da IA Generativa, a Vivo incrementou suas capacidades sobre a tecnologia **criando um laboratório de IA acessível a todas as suas áreas**, o que culminou na otimização de produtos, serviços e processos.



Por meio deste laboratório, **a Companhia desenvolveu uma solução de copiloto para os representantes de call center**, treinando a tecnologia de IA Generativa com mais de 6.500 documentos, processos de atendimento, produtos e serviços, sistemas e aplicações, além do Guia de Uso da marca Vivo. Essa **ferramenta já é utilizada por mais de 23 mil atendentes e vendedores** e tem proporcionado resultados expressivos na redução do Tempo Médio de Atendimento (TMA) nos segmentos B2B e B2C. Para os clientes finais, a Companhia **reduziu em média 9% de TMA para os clientes B2C e 4% para os clientes B2B**, o que atesta maior grau de eficiência e resolutividade.

A solução atua como um assistente inteligente, fornecendo respostas rápidas e precisas às consultas dos atendentes, o que contribui para a melhoria da eficiência operacional e da satisfação do cliente. Além disso, a integração com a IA Generativa permite que o sistema aprenda continuamente, aprimorando-se com o tempo e adaptando-se às necessidades dos usuários. Em 2024, a Companhia desenvolveu também o **Raio-X**, uma ferramenta dentro da plataforma de IA Generativa que fornece aos atendentes um resumo detalhado do perfil do cliente, permitindo um atendimento mais claro e resolutivo. Essa iniciativa visa aprimorar a qualidade do serviço prestado, garantindo uma experiência mais customizada para os usuários.



Aura

Protagonistas quando o assunto é **Inteligência Artificial**.

4 Mi
usuários
únicos/mês

27 Mi
interações/mês

Em relação à IA tradicional, a Vivo possui a Aura, que foi projetada para facilitar a vida dos clientes e permite a resolução de diversos problemas simples, sem a necessidade de acionar outros canais de atendimento. Além disso, seus sistemas são desenvolvidos para garantir a segurança das informações e proteger a confidencialidade dos dados confiados à Vivo pelos usuários. A Aura está disponível em diversos canais de contato (App Vivo, WhatsApp, Portal Vivo, Facebook Messenger, entre outros), e, em 2024, a Aura foi reposicionada para atender a jornadas que exigem maior urgência e resolutividade. Considerando todos os bots implementados, a Vivo conseguiu gerar uma economia de R\$ 45 milhões em eficiência.



IA Generativa nos canais

Call Center B2C

Call Center B2B

Lojas próprias

+23 mil
atendentes
já utilizaram

6.500
conteúdos

R\$ 45 Mi
em geração
de eficiência

+5 Mi
perguntas/mês

I.Ajuda

Além disso, a Vivo promove o conceito de plataforma, desenvolvendo soluções que podem ser incorporadas como produtos dentro de sua Plataforma de IA. Essa abordagem visa acelerar a democratização do uso de ferramentas de IA, tornando-as mais acessíveis e eficientes para os 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.

Visibilidade no mercado



Uma das maiores **infraestruturas de IA no Brasil**



Case mundial de **Customer Success History Microsoft**



Única **telco Latam** habilitada no programa de **beta tester Google**

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 inves-

tido 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 através 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). 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.





Proteção de Dados e Privacidade

GRI 3-3 Tema material: Privacidade e proteção de dados

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 contido nos **Princípios de Negócio Responsável – o Código de Conduta e Ética –**, ao definir que todos os colaboradores devem manter o respeito e a promoção dos direitos humanos e dos digitais (princípio 3) e 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 Companhia, garantindo, assim, o subsequente reporte aos demais membros do Conselho.

Para garantir a governança de 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 pela Política de Privacidade e Proteção de Dados da Vivo, atualizada em 2022. Essas diretrizes, em conjunto com a Política e Normas de Segurança, definem as ações realizadas para proteger os dados contra acessos indevidos e vazamentos. Em caso de descumprimento dessas políticas, a Companhia 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 conformidade com as 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 per-

mite a identificação das finalidades de uso de dados, as tecnologias e ferramentas empregadas e a ponderação de riscos associados.

Além disso, são adotados os conceitos de **security e privacy by design** no desenvolvimento de produtos e serviços, buscando a redução dos riscos associados à segurança e privacidade das informações, criando condições para que as correções sejam 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 continua a se dedicar à participação ativa nas consultas públicas promovidas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), de acordo com a agenda regulatória, tanto por meio dos grupos de trabalho empresariais quanto de forma individual.

Para disseminar os conceitos trazidos pela LGPD e os procedimentos aplicados pelo Programa de Governança em Privacidade, o e-learning **LGPD na Prática é disponibilizado a todos os colaboradores da Companhia, resultando em 89% de participação em 2024**. O curso também traz dicas de segurança e esclare-

cimentos 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, levando em consideração as especificidades da área e o resultado obtido na avaliação prévia de maturidade sobre o tema.

Ademais, foram implementadas melhorias no formulário de solicitação de direitos dos titulares, tornando-o mais acessível. Ao longo do ano, foram aplicados assessments em fornecedores selecionados para avaliação de aspectos em governança de privacidade, visando a conformidade com as normas e as melhores práticas, além de alinhamento com as diretrizes de privacidade da Companhia.

Frentes de trabalho e principais atividades do Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados da Vivo

LGPD e regulamentos

Governança

- Gestão do mapeamento de atividades de tratamento de dados pessoais para análise de adequação pelas equipes DPO, Jurídico e Segurança Corporativa.
- Due diligence de privacidade em fornecedores críticos.
- Avaliação de incidentes de segurança envolvendo dados pessoais.
- Interações associativas e contribuições em consultas públicas promovidas pela ANPD.
- Suporte sobre privacidade para as áreas de negócio.
- Atuação em comitês e fóruns sobre privacidade e proteção de dados da Organização.

Transparência

- Gestão do Centro de Privacidade da Vivo.
- Atendimento aos direitos dos titulares de dados.
- Resposta aos questionamentos da ANPD.
- Desenvolvimento e revisão de políticas e regulamentos de privacidade.
- Indicadores internos de governança em privacidade.

Conscientização e treinamento

- E-learning de privacidade e proteção de dados.
- Plano de comunicação e ações para disseminação do tema.
- Workshops para as áreas de negócio.

Atividades conduzidas pela área de Privacidade, responsável pela governança do tema de Privacidade de Dados Pessoais, sob gestão da Encarregada de Proteção de Dados (Data Protection Officer), que pertence à estrutura do Chief Compliance Officer da Vivo.



Segurança digital

GRI 418-1, 3-3 Tema material: Segurança digital , SASB TC-TL-220A.1, TC-TL-230A.2, TC-TL-550A.2

A Vivo adota uma abordagem abrangente para garantir a segurança digital de seus clientes e parceiros, oferecendo uma variedade de serviços e recursos voltados para a proteção de dados e a integridade das informações. Para isso, segue as diretrizes estabelecidas pela Política Global de Segurança do Grupo Telefónica, aplicáveis a todas as operações nos países onde o grupo opera, e desenvolve sua jornada de segurança digital com base em um Plano Diretor de longo prazo.

Essa estratégia é acompanhada pela alta administração, com a designação de um conselheiro específico para revisar e supervisionar sua execução.

Para apresentar a estratégia de segurança corporativa à alta administração, todas as áreas de segurança digital são envolvidas, destacando os principais pontos de cada setor. A estratégia é apresentada trimestralmente na Reunião de Estratégia de Segurança Digital a uma conselheira dedicada aos temas de segurança, que posteriormente reporta ao Conselho de Administração da Vivo. O time de Estratégia de Segurança Corporativa é responsável por orquestrar os grupos, desenvolver o material de reporte e

acompanhar o desenvolvimento e aplicação do planejamento estratégico.

Suas ações são guiadas por três pilares fundamentais: disponibilidade, integridade e confidencialidade, com foco na gestão proativa de riscos e na criação de um ambiente tecnológico seguro e confiável. Utiliza-se também uma abordagem buscando a gestão baseada em dados, a progressão da resiliência cibernética e eficiência na utilização de recursos.

A jornada de segurança corporativa e digital da Vivo está estruturada em um Plano Diretor com horizonte estratégico até 2027.

A Vivo mantém uma abordagem robusta e engajada em todos os níveis de governança para a gestão de riscos cibernéticos, adaptando constantemente sua estratégia de defesa diante da evolução das ameaças. Adotamos uma postura de riscos com menor tolerância em temas críticos, como proteção de dados, segurança de ambientes essenciais, integridade do ecossistema e segurança na cadeia de suprimentos.





Um dos exemplos de aplicação dessa estratégia é a execução anual de **Cyber War Games (Exercícios de Guerra Cibernética)**. Nessas simulações, uma equipe Red Team promove cenários de ataques cibernéticos, enquanto a equipe Blue Team trabalha na identificação e defesa desses incidentes. Essa prática permite avaliar a maturidade da segurança digital, testar processos, reforçar os procedimentos de detecção e resposta a incidentes e fortalecer ainda mais o ambiente digital da Vivo.

A cultura de risco também é aprimorada por meio de iniciativas de treinamento e conscientização. Todos os colaboradores participam de um curso obrigatório de privacidade e segurança durante o processo de integração, além de workshops anuais voltados para fornecedores contratados. Públicos críticos e executivos são continuamente treinados e essas ações promovem a conscientização sobre segurança digital. Foi realizada uma avaliação rigorosa da postura de segurança dos fornecedores durante todo o processo de vigência do contrato, medindo a maturidade dos fornecedores no tema,

identificando lacunas e propondo planos corretivos. Estabeleceram-se requisitos de segurança cibernética para terceiros, alinhados às melhores práticas do setor, e continuamente monitorados para assegurar a conformidade com os padrões acordados.

As políticas, diretrizes e processos da área estão centralizados na intranet, promovendo transparência e acesso aos princípios de governança, monitoramento e gestão de riscos.

Outro ponto essencial no compromisso da Vivo com a segurança digital é a implementação de um **Plano de Resposta a Incidentes**, que opera sob a governança do Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios (SGCN). Por meio desse sistema, a Vivo elabora 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.

Em 2024, a Vivo celebrou o Dia da Internet Segura, reforçando a importância da segurança digital por meio do **Portal Dialogando**, uma iniciativa que promove o uso consciente e responsável da tecnologia. Durante a campanha “Conectando Inclusão e Segurança Digital”, conteúdos variados, como artigos, podcasts, quizzes e enquetes, foram publicados semanalmente. Entre os temas abordados estão neurodiversidade e segurança digital, orientações em caso de roubo de celular, prevenção contra golpes financeiros, dicas de proteção online para estudantes e idosos, entre outros.

Governança

A Vivo reafirma seu compromisso com a segurança da informação e a proteção da confidencialidade dos dados de seus clientes, colaboradores e parceiros. A Companhia adota processos e diretrizes robustos, baseados em padrões reconhecidos globalmente, como:

- **ISO 27001**: Certificação para Gestão de Segurança da Informação.
- **ISO 22301**: Certificação para Continuidade de Negócios.
- **NIST**: Diretrizes do National Institute of Standards and Technology.
- **PCI DSS**: Padrões de Segurança de Dados da Indústria de Pagamentos.
- **Managed Detection and Response (MDR)**: Ampliação do serviço de cibersegurança.

Esses frameworks são complementados por ações contínuas para garantir conformidade com as regulamentações vigentes, incluindo a **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)** e a **Resolução 740 da Anatel**, que estabelece diretrizes específicas para a segurança cibernética no setor de telecomunicações. Todas as políticas, normas e processos estão publicados na intranet, canal disponível a todos os colaboradores e que traz para a Companhia os princípios da área, a governança e o monitoramento, bem como nos canais disponíveis para a formalização dos riscos e os acompanhamento dos planos de ação.

Para promover um ambiente corporativo mais seguro, foram disponibilizados, na intranet, materiais detalhados sobre as ações que cada colaborador pode adotar para garantir a segurança no trabalho. Além disso, foi publicado o Manifesto de Segurança Digital e links foram fornecidos para acesso aos principais pontos de cibersegurança e cursos especializados no tema.

A Vivo obteve a **Certificação ISO 27001** para seis processos dentro do seu programa de segurança digital, o **Vivo Segura**, com destaque nas áreas de **Gestão de Vulnerabilidades (GVUL), Managed Detection and Response (MDR), Segurança de Aplicações (AppSec) e Monitoramento de Proteção de Dados**. Além do escopo da certificação, em 2024, a Vivo incluiu mais dois processos no seu sistema de gestão: Gestão de Riscos em Fornecedores e Hunting de Ameaças. Esta certificação e todos os processos inseridos são um reflexo do compromisso da empresa com as melhores práticas de segurança da informação e a proteção de dados sensíveis.

A Companhia também realiza a **governança do Sistema de Gestão de Continuidade de Negó-**

cios (SGCN), com a elaboração de análise de impacto e planos de continuidade de negócios (PGC, PGI, PRD e PCO), que são testados minimamente a cada seis meses. A metodologia de gestão de continuidade de negócios utilizada segue o Regulamento Global de Gestão de Continuidade de Negócios e está alinhada às melhores práticas da norma ISO NBR 22301 – Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios. O papel da GCN é garantir a resiliência da organização em situações de crise ou interrupção

Comitê de Crise

A Vivo 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). O Comitê tem como objetivo reunir os responsáveis pela tomada de decisões e os principais membros das áreas afetadas, a fim de analisar a situação, compreender sua extensão e definir as ações estratégicas necessárias para garantir a recuperação rápida da operação, minimizando impactos tanto para a Companhia quanto para os clientes.

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. Nesse hub, ele tem acesso a todas as ações e 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: **os Bloqueios Emergenciais e Limpeza de Aparelho**, funcionalidades gratuitas que permitem, 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 **AntiSpam**, que evita ligações indesejadas ao bloquear automaticamente chamadas massivas; 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.





Interatividade 

Futuro vivo

- Impacto no desenvolvimento sustentável do país
- Responsabilidade social corporativa
- Sistema de Gestão Ambiental (SGA)
- Água
- Biodiversidade
- Energia
- Mudanças climáticas
- Economia circular
- Produtos e serviços sustentáveis
- Relacionamento com fornecedores



Impacto no desenvolvimento sustentável do país



Nosso olhar está no futuro do planeta 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.

A visão da Vivo – #VivoSustentável – que anteriormente colocava a sustentabilidade como um dos pilares estratégicos do negócio, passou por uma transformação. Agora, com a nova visão – **Futuro Vivo** – a empresa se projeta para o futuro como uma Companhia que busca o desenvolvimento social, ambiental e econômico. Essa nova abordagem une negócio e sociedade, digitalização e sustentabilidade, refletindo melhor sua convicção na evolução e na liderança diante dos desafios globais existentes.

Para isso, internamente, **a sustentabilidade é o alicerce das decisões da Vivo**, guiando suas operações com base em princípios éticos e ações consistentes nos âmbitos socioambientais e de governança. Comprometida com uma robusta Agenda ESG (ambiental, social e de governança), a Companhia demonstra seu propósito de olhar

para o futuro com responsabilidade, podendo assim contribuir ativamente e efetivamente para o desenvolvimento sustentável do Brasil.

Esse compromisso, aliado a visão Futuro Vivo, se materializa externamente através de uma estratégia de impacto distribuída em projetos e iniciativas que geram efeitos positivos na sociedade e no meio ambiente, pavimentando um futuro mais equilibrado, inclusivo e alinhado às necessidades urgentes do planeta.

Desde 2010, a Vivo é participante do Pacto Global da ONU, com o compromisso de seguir os Princípios Orientadores e a avançar nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030.

Com o objetivo de tangibilizar essa estratégia para os seus diferentes públicos de interesse, a Vivo lançou o documento **Vivo pelos ODS 2030**, análise detalhada do impacto do negócio nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Este estudo identificou 11 ODS prioritários para a Companhia, destacando áreas de atuação estratégica e oportunidades de contribuição diretas e indiretas para o desenvolvimento sustentável. Por meio dessa avaliação qualitativa é possível entender as oportunidades e os riscos que a atuação da Companhia tem sobre o desenvolvimento da cadeia de valor, dos colaboradores e da sociedade, para cada objetivo estabelecido pela ONU. Para aprofundar-se nos detalhes dessa análise e compreender melhor o compromisso da Vivo com os ODS, é possível acessar o documento completo “Vivo pelos ODS 2030” através do [link](#).





Mensuração de impacto socioeconômico

A fim de aprofundar a análise qualitativa do estudo Vivo pelos ODS 2030, ao longo de 2024, foi realizada uma medição quantitativa do impacto socioeconômico da Vivo na sociedade e no planeta. Essa mensuração buscou monetizar os impactos identificados por meio de diretrizes e metodologias internacionais, com o objetivo de avançar a jornada de sustentabilidade e melhorar a tomada de decisão do negócio em critérios sociais, ambientais e econômicos.

O projeto se baseou nas diretrizes da Impact-Weighted Accounts Framework (IWAF) e The Capitals Coalition para medir

e monetizar os impactos, e utilizou metodologias reconhecidas de mercado para os cálculos de cada impacto identificado. Os impactos foram divididos em quatro categorias de contribuição: econômico, social, humano e natural, e consideraram diferentes temas, como: representatividade no PIB, inclusão digital em áreas rurais, segurança digital e privacidade de dados, geração de empregos, diversidade no quadro de colaboradores, contribuição salarial, mudanças climáticas, geração de resíduos eletrônicos, biodiversidade, entre outros.

Em 2024, a Vivo teve um impacto significativo sobre a soma das riquezas do Brasil, contribuindo com aproximadamente 17,3 bilhões de euros – mais de 30% do impacto do grupo, representando 0,85% do PIB do país. Ademais, a operação do negócio gerou, no mesmo período, mais de 629 mil empregos diretos, indiretos e induzidos – cerca de 0,6% dos empregos existentes no Brasil.

A contribuição da Vivo representa **0,85%** do PIB.

Geração de **629 mil** empregos diretos¹, indiretos² e induzidos³.

A monetização é essencial para expressar as externalidades em uma única unidade, permitindo a comparação e priorização dos impactos em termos de gestão.

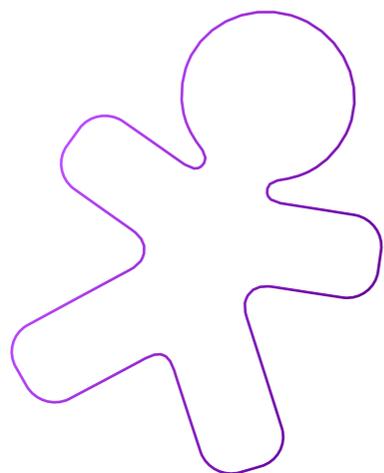
¹ Empregos diretos: gerados diretamente pela Companhia.
² Empregos indiretos: gerados na cadeia de suprimentos e serviços que suportam a Companhia.
³ Empregos induzidos: gerados pela demanda adicional de bens e serviços na economia local, resultante dos rendimentos dos empregados diretos e indiretos.

Ambição 2030

A Vivo reafirma seu compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social corporativa por meio de sua participação na iniciativa **Ambição 2030**, promovida pelo Pacto Global da ONU no Brasil. Essa iniciativa visa acelerar o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) até 2030, incentivando empresas a adotarem práticas que promovam um futuro mais sustentável e inclusivo.

Como líder do setor de telecomunicações no Brasil, a Vivo se destaca por ser a primeira Companhia do segmento a aderir a seis dos movimentos da Ambição 2030:

- **Ambição Net Zero:** compromisso de reduzir as emissões de gases de efeito estufa, visando a neutralidade de carbono até 2040.
- **Elas Lideram:** foco na promoção da equidade de gênero e no empoderamento feminino.
- **Raça é Prioridade:** compromisso com a promoção da igualdade racial e combate à discriminação.
- **Mente em Foco:** iniciativas voltadas para a saúde mental e bem-estar dos colaboradores.
- **Salário Digno:** garantia de remuneração justa e condições de trabalho adequadas para todos os funcionários.





- **Conexão Circular:** gestão sustentável e uso eficiente dos recursos naturais junto a estratégias e modelos de negócio circulares.

Em março de 2024, durante evento paralelo à 68ª Comissão da ONU sobre a Situação das Mulheres (CSW), o Pacto Global da ONU – Rede Brasil reconheceu as boas práticas da Vivo nos Movimentos de Direitos Humanos da Ambição 2030. O CEO da Vivo, Christian Gebara, recebeu o troféu de **CEO mais engajado na categoria Raça é Prioridade**.

Além disso, a Vivo foi reconhecida na categoria **Mente em Foco pelo programa EMPODERA – Jornada de Promoção à Saúde Mental para Pessoas Transexuais**, destacando seu compromisso com a inclusão e o bem-estar de grupos historicamente marginalizados.

Essas iniciativas refletem o compromisso da Vivo em integrar práticas sustentáveis e inclusivas em sua operação, alinhando-se aos ODS e contribuindo para um futuro mais justo e sustentável.

Transformação digital e geração de impacto positivo

Como líder de mercado no setor de telecomunicações, **a Vivo desempenha um papel crucial na promoção de impactos positivos que garantam uma transformação digital sustentável**, reforçando seu compromisso com um futuro que não deixe ninguém para trás. Suas principais frentes de geração de impacto incluem:

- **Transformação digital e inclusão:** expansão da cobertura e do acesso à internet para todas as regiões, com foco em oferecer serviços digitais inclusivos, acessíveis e sustentáveis.
- **Redução da brecha digital:** promoção da inclusão social e da igualdade de oportunidades, garantindo que a tecnologia esteja ao alcance de todos, independentemente de sua localização ou condição socioeconômica.
- **Direitos digitais:** valorização da transparência, do respeito aos direitos

humanos e da utilização ética e responsável da tecnologia, assegurando confiança em um mundo digital.

- **Competências digitais:** combate à desigualdade social por meio da capacitação de jovens e adultos, inserindo-os no ambiente digital e fortalecendo suas habilidades para o mercado de trabalho.
- **Economia circular:** promoção do ecodesign, da reutilização e da reciclagem de equipamentos eletrônicos, reduzindo o impacto ambiental e prolongando o ciclo de vida dos produtos.
- **Mudança climática:** implementação de medidas para reduzir as emissões de CO₂ em suas operações, cadeia de valor e soluções oferecidas aos clientes, contribuindo para a transição para uma economia de baixo carbono.

Desenho Responsável

A Vivo possui diretrizes de sustentabilidade que contribuem na concepção, desenvolvimento e comercialização dos seus produtos e serviços, a fim de que sejam mais sustentáveis, ou seja, inclusivos, acessíveis, eficientes, relevantes e que contribuam com a sociedade.

Essas diretrizes são aplicáveis na avaliação de todos os novos produtos e serviços comercializados pela Vivo. Isso inclui os projetos que promovem alterações em produtos e serviços, promoções e ofertas, bônus, planos, condições comerciais, mudança de valores e reajustes tarifários, entre outros.

O Desenho Responsável consiste no processo interno implementado pela Vivo desde 2023 para gerenciar a aplicação dessas diretrizes. Esse processo é composto por quatro pilares que resumem os temas materiais do negócio: **responsabilidade com os clientes; ética no uso da inteligência artificial; direitos humanos e acessibilidade; meio ambiente e análise do ciclo de vida.**



No Desenho Responsável, os quatro pilares são divididos em diversas categorias de avaliação, contemplando mais de 80 questões:

1. RESPONSABILIDADE COM OS CLIENTES

- Orientação ao cliente
- Integridade
- Inovação
- Reputação de Parceiros e Fornecedores
- Contribuição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

2. ÉTICA NO USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

- Transparente e explicável
- Centrada nas pessoas
- Justa
- Privacidade e segurança desde o desenho
- Trabalhando com parceiros e terceiros

3. DIREITOS HUMANOS E ACESSIBILIDADE

- Propósito responsável
- Acessibilidade desde o desenho
- Desenvolvimento responsável e transparente
- Conteúdo compreensível e ética
- Operativo robusto e seguro

4. MEIO AMBIENTE E ANÁLISE DO CICLO DE VIDA

- Eficiência energética
- Redução do consumo de água
- Redução das emissões de CO₂
- Economia circular



Pacto Digital

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 primeira ação da Vivo ocorreu em 2014, quando a Companhia identificou os desafios para assegurar uma internet aberta e segura para todos. Em 2018, uma nova etapa foi alcançada, que já indicava a criação de um pacto para garantir que os benefícios da era digital chegassem a todos, incluindo propostas de transformações significativas nos serviços públicos, sempre com o foco em maior privacidade e segurança digital.

A proposta do pacto se concretizou, e a Vivo segue trabalhando para transformar o Brasil em um país cada vez mais digital, diminuindo as lacunas sociais e tecnológicas. Nesse contexto, o Grupo definiu os Fundamentos do Pacto Digital, com cinco pilares essenciais para orientar suas ações.

Os fundamentos do Pacto Digital

- Promover a digitalização para uma sociedade e economia mais sustentáveis;
- Garantir uma competição equilibrada;
- Construir uma conectividade inclusiva e sustentável;
- Abordar as desigualdades investindo em habilidades digitais e adaptando o estado de bem-estar;
- Melhorar a confiança por meio do uso ético e responsável da tecnologia.

Eixos de uma digitalização sustentável

Social

- Atualização do sistema de bem-estar social;
- Reciclagem e adaptação de formação;
- Modernização da educação;
- Confiança digital;
- Carta de direitos digitais;
- Comportamentos éticos e responsáveis;
- Modernização legislativa e regulatória.

Econômico

- Conectividade avançada e inclusiva;
- Concorrência justa e regras do jogo equilibradas;
- Soberania digital;
- Inovação e empreendedorismo;
- Digitalização da economia e administração pública;
- Crescimento sustentável e digital.

Meio ambiente

- Redes avançadas para uma transição verde;
- Incentivos para uma digitalização sustentável;
- Transformação de energia;
- Mudança climática e descarbonização.



Responsabilidade social corporativa

GRI 2-25

A Vivo acredita que a **sustentabilidade está diretamente relacionada à capacidade de se manter atenta e conectada aos anseios e expectativas de uma sociedade em constante transformação**. Com esse propósito, a Companhia direciona suas ações para gerar impacto positivo, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar social.

Desde 2020, a Companhia incorporou à sua estratégia o modelo de gestão proposto pela ISO 26000, Diretriz Internacional sobre Responsabilidade Social Corporativa, com o objetivo de monitorar seu desempenho e promover melhorias contínuas. As diretrizes e os princípios dessa norma foram utilizados para aprimorar a cultura organizacional e mitigar riscos do negócio, assegurando uma atuação responsável, ética, transparente e cada vez mais sustentável.

Desde 2023, a Vivo reforça seu compromisso com a gestão ao realizar a reavaliação de políticas e processos documentados, além de promover avaliações in loco em áreas estratégicas,

como manutenção de redes, lojas e call centers próprios e de terceiros. Com o apoio de uma avaliadora independente, a Companhia foi reconhecida com o Nível Ouro, alcançando 89% de conformidade com a diretriz e demonstrando um alto nível de aderência.

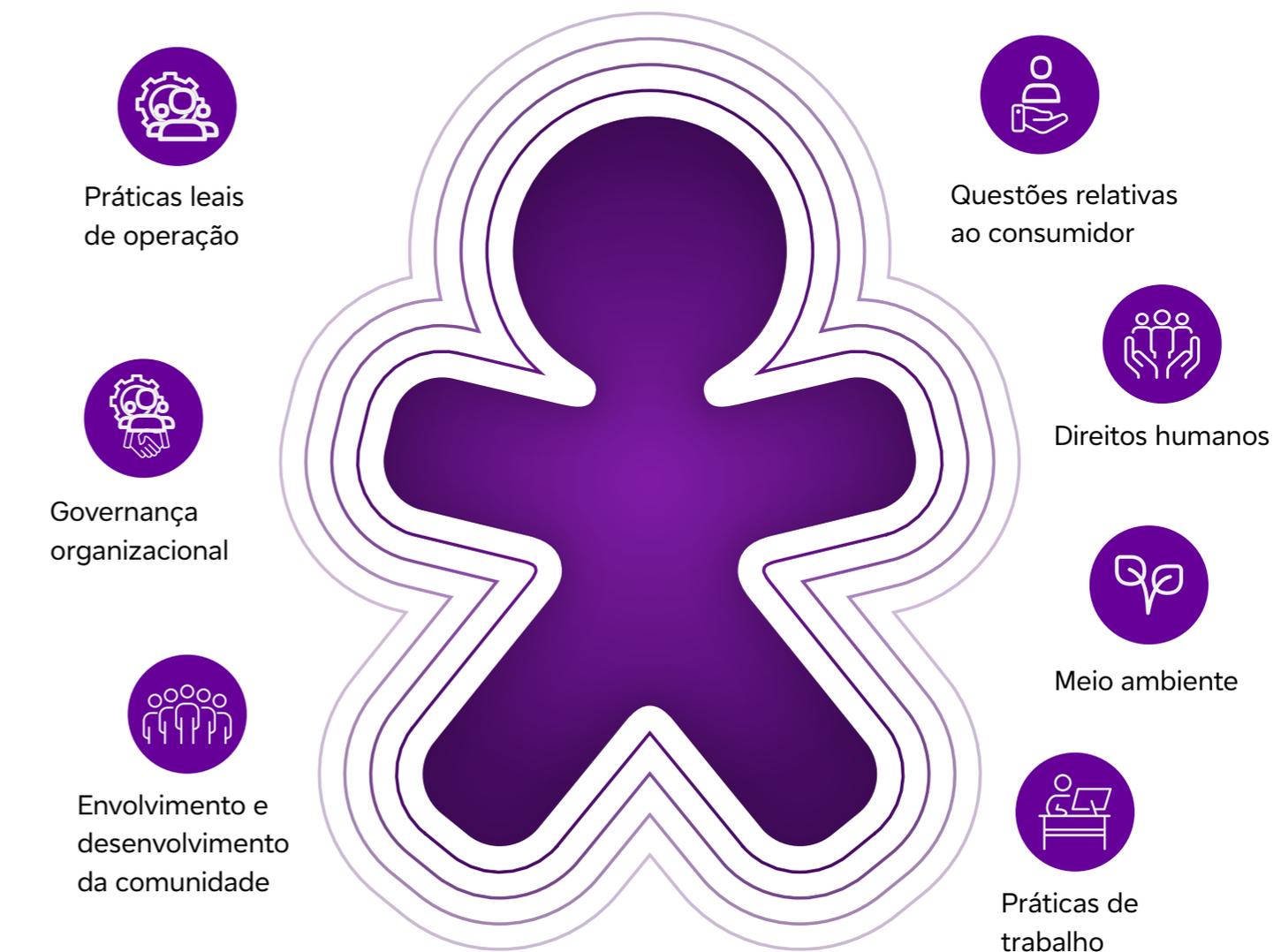
Governança

GRI 2-23, 2-24, 2-25

O **Sistema de Gestão de Responsabilidade Social** da Vivo orienta a atuação da Companhia com base nas diretrizes e nos princípios da ISO 26000, promovendo melhorias contínuas na cultura organizacional e contribuindo para a mitigação de riscos do negócio, alinhada ao princípio da precaução, integrado ao processo de gerenciamento de riscos da organização.

Por meio das diretrizes da ISO 26000, a Vivo impulsionou melhorias em sua cultura organizacional, minimizando os riscos de seu negócio, garantindo uma atuação cada vez mais susten-

ISO 26000 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA



tável por meio de um comportamento ético e transparente e que além de contribuir para o desenvolvimento sustentável e bem-estar da sociedade, ainda:

- Leva em consideração as expectativas das partes interessadas;
- Está em conformidade com a legislação aplicável;
- É consistente com as normas internacionais de comportamento;
- Está integrado em toda a organização e é praticado em suas relações.

Os temas centrais definidos pela ISO 26000 são incorporados às decisões, atividades e projetos de responsabilidade social corporativa da Companhia, servindo como referência para uma atuação cada vez mais ética e responsável. Esses temas, bem como a forma como são conduzidos, estão detalhados em nos **Princípios de Negócio Responsável** da Vivo. Este documento, aprovado pela alta administração, consolida o código de ética e conduta da Companhia, orienta suas ações diárias como indivíduos e equipe, e atua como a política de sustentabilidade da organização.

Esses temas são:

■ Governança organizacional –

abrange os processos e estruturas de tomada de decisão, atribuição de poder e controle. O tema traz discussões e definições sobre como a organização deve agir e incorporar práticas de responsabilidade social à sua atuação cotidiana.

■ Práticas trabalhistas –

abrange emprego direto, terceirizado e autônomo, além de temas como: emprego e relações do trabalho; condições de trabalho e proteção social; diálogo social; saúde e segurança no trabalho; e desenvolvimento humano e treinamento no local de trabalho.

■ Questões dos consumidores –

inclui temas como marketing leal, informações factuais e não tendenciosas e práticas contratuais justas; proteção à saúde e à segurança do consumidor; consumo sustentável; atendimento e suporte ao consumidor; solução de problemas e reclamações; proteção e privacidade dos dados do consumidor; acesso a serviços essenciais; e educação e conscientização.

■ Direitos humanos –

inclui temas como o due diligence, situações de risco para os direitos humanos; como evitar cumplicidade; resolução de queixas; discriminação e grupos vulneráveis; direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais; princípios e direitos fundamentais do trabalho.

■ Meio ambiente –

inclui tópicos relacionados à prevenção da poluição; utilização sustentável de recursos; redução e adaptação às mudanças climáticas; proteção do meio ambiente e da biodiversidade; e restauração de habitats naturais.

■ Envolvimento e desenvolvimento da comunidade –

refere-se ao envolvimento da comunidade; educação e cultura; geração de emprego e capacitação; desenvolvimento tecnológico e acesso a tecnologias; geração de riqueza e renda; e saúde e investimento social.

■ Práticas leis de operação –

compreende: práticas anticorrupção; envolvimento político responsável; concorrência leal; promoção da responsabilidade social na cadeia de valor; e respeito aos direitos de propriedade.



Direitos humanos

GRI 2-25

O tema dos direitos humanos é uma das diretrizes centrais dos **Princípios de Negócio Responsável** da Vivo, sendo tema da **Política Global de Direitos Humanos** da organização, que está alinhado aos Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos, refletido em diversos regulamentos, iniciativas e procedimentos internos.

Para evitar qualquer forma de não conformidade nessa área, a empresa realiza semestralmente avaliações de riscos relacionados aos direitos humanos, seguindo o processo de Gestão de Riscos Corporativos (Enterprise Risk Management) do Grupo Telefônica, tanto internamente quanto em sua cadeia de valor. Atualmente, a Companhia utiliza uma matriz de risco voltada para o tema dos direitos humanos que, além de contar os riscos do Grupo, considera outros que também apresentam ameaças ao negócio do ponto de vista do contexto legal.

A Vivo também conta com um **processo de due diligence aplicado aos fornecedores ou prestadores de serviços** para de verificar, prevenir, mitigar e remediar possíveis impactos aos direi-

tos humanos. No caso de compra, fusão e incorporação de novas empresas, também há uma avaliação dos riscos relacionados à temática.

Desde 2022, a Companhia passou a **inserir, em seus contratos, um item específico de direitos humanos**, visando formalizar o comprome-

timento deste tema junto aos fornecedores e parceiros de negócio.



Princípios de direitos humanos

Conjunto de direitos universais:

- Universal Declaration of Human Rights (UDRH);
- ILO Declaration of Fundamental Principles of Rights at Work (ILO);
- International Covenant on Civil and Political Rights (ICCPR);
- International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights (ICESCR);
- Constituição Federal Brasileira.

Controles e ações associadas aos direitos humanos

Mapeamento:

- Identificação de políticas, procedimentos, ações e ferramentas existentes para controle dos riscos/impactos correntes ou potenciais.

Avaliação:

- Qualidade e eficácia dos controles.

Riscos e impactos aos direitos humanos (inerentes)

Direcionadores:

- United Nations Global Compact;
- Guide to Human Rights Impact Assessment and Management (Global Compact/IFC);
- Human Rights Translated (Global Compact);
- Guidelines for Multinational Enterprises (OECD);

Avaliação de criticidade do risco inerente:

- Probabilidade x impacto.

*Os detentores de direitos abrangeram grupos e populações vulneráveis no âmbito destas quatro categorias.

Risco residual

Avaliação de criticidade do risco residual:

- Com base na eficácia dos controles avaliação da classificação de criticidade residual do risco.

Contexto operacional Vivo e detentores dos direitos humanos

Operações:

- Administrativo;
- Varejo;
- Call-center;
- Infra estrutura.

Detentores*:

- Funcionários;
- Fornecedores;
- Consumidor;
- Comunidade.



Visando aprimorar a gestão sobre o assunto, a Companhia realizou o projeto local para a **Avaliação de Impacto em Direitos Humanos** em toda a operação da Vivo, com o apoio de uma consultoria externa. O projeto tem como objetivo avaliar os impactos de direitos humanos na Vivo como parte da estratégia de sustentabilidade.

Como resultado deste mapeamento, além de uma Matriz de Impactos, a Vivo teve recomendações de melhorias em políticas e normas corporativas relacionadas à gestão, o que impulsionou avanços sistêmicos na atuação de direitos humanos da Companhia.

Confira os principais riscos avaliados pela Companhia **na Avaliação de Impacto em Direitos Humanos**.

No dia a dia, a Vivo trabalha para evitar, de forma proativa, qualquer tipo de abuso, discriminação ou não conformidade em direitos humanos ou qualquer cumplicidade derivada de situações de abuso de seus parceiros comerciais. Como principais ações, podem ser destacadas:

- A Companhia tem um compromisso firme com o **respeito e a promoção dos direitos humanos**, monitorados no mais alto nível e com responsabilidades bem definidas.
- Do ponto de vista da gestão interna, o Grupo Telefónica realiza Avaliações Globais de Impacto dos Direitos Humanos, aplicadas a 100% dos países em que opera, a cada três ou quatro anos. Com auxílio de especialistas externos e consultas a stakeholders, essas avaliações ajudam a entender como as atividades, relações, produtos e serviços da empresa afetam os direitos humanos, identificando questões materiais a serem trabalhadas.
- Para expandir sua atuação na área de direitos humanos, realizamos avaliações periódicas com as empresas do grupo, incluindo subsidiárias e Joy Ventures. Essas avaliações contemplam questões específicas sobre direitos humanos, permitindo uma análise detalhada de sua atuação nesse campo. Esse processo é conduzido com o objetivo de mapear e compreender suas práticas, identificando oportunidades de aprimoramento e garantindo que os princípios de direitos humanos sejam respeitados e fortalecidos em toda a estrutura organizacional.

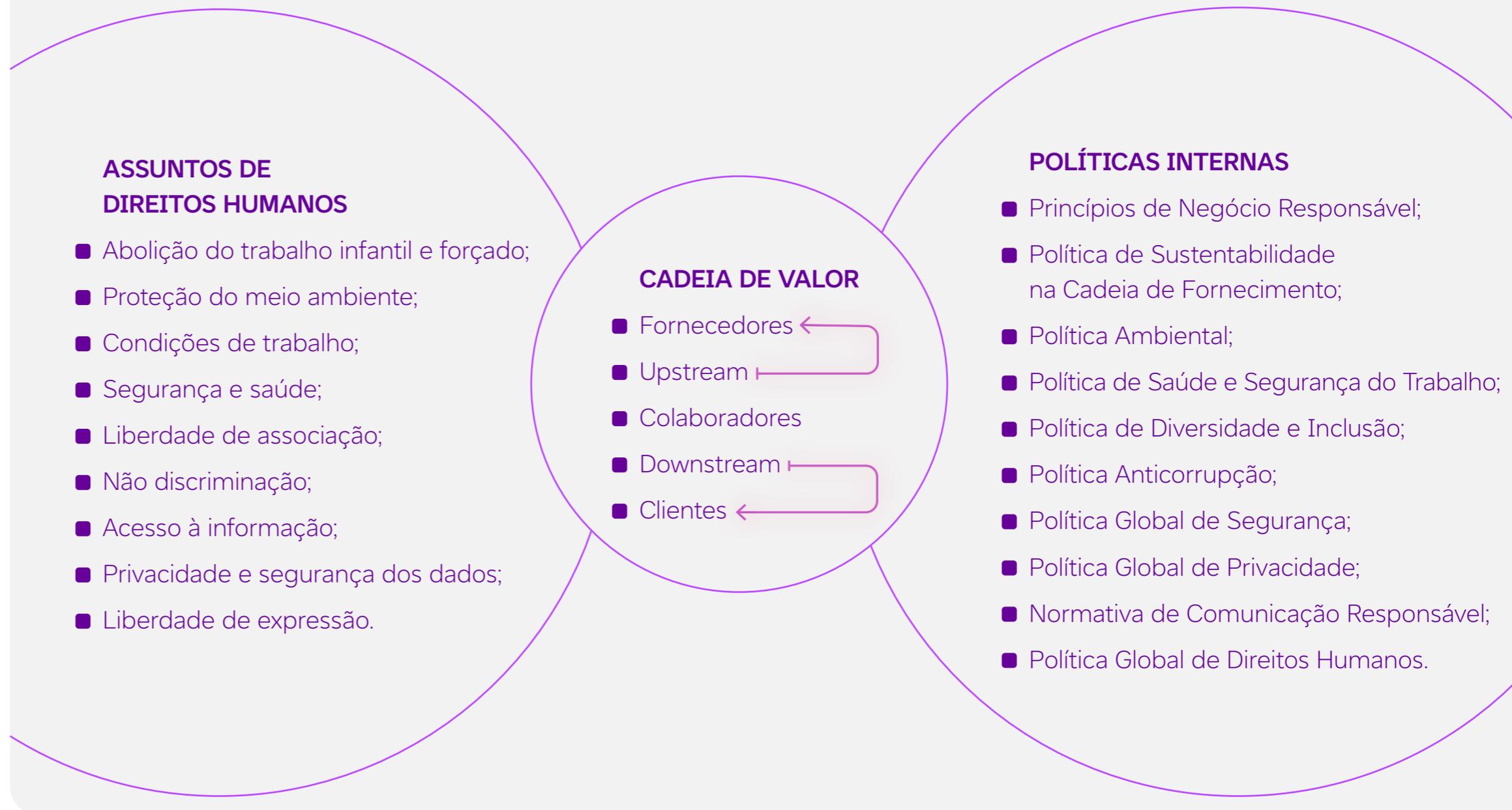


- Todos os colaboradores realizam o treinamento sobre direitos humanos. O treinamento faz parte da formação de **Princípios de Negócio Responsável**. A Vivo fechou o ano de 2024 com mais de 98% de seu efetivo com o treinamento sobre direitos humanos concluído. Além de abordar a importância da promoção e respeito ao tema, também são trazidas a importância dos direitos humanos digitais, a liberdade de expressão, a confidencialidade das comunicações e a privacidade e a proteção dos dados pessoais, questões centrais para a sociedade atual e para o negócio.

- É amplamente divulgada a existência do **Canal de Denúncias da Vivo**, reforçando a todos que, em caso de identificação de ocorrências que possam ferir qualquer direito fundamental, seja feito o reporte, acionando o canal. [Para mais informações acesse a página 42](#). Além disso, o Grupo Telefônica também disponibiliza o **Canal de Negócio Responsável**, no qual as manifestações sobre possíveis violações também podem ser direcionadas.

A Companhia monitora e trata todas as manifestações recebidas. [Mais informações nos anexos deste relatório](#).

Visão geral da gestão de direitos humanos



Uso consciente e responsável da tecnologia

GRI 3-3 Tema material: Digitalização

Alinhada ao pilar **Vivo Max**, a Vivo se dedica a maximizar sua presença no cotidiano tecnológico de seus clientes. Os novos negócios desempenham um papel essencial nesse objetivo, impulsionando a Companhia rumo à liderança em tecnologia digital no Brasil.

Ser protagonista significa engajar-se ativamente na discussão com a sociedade sobre o uso consciente e responsável da tecnologia. Para isso, a Vivo promove iniciativas que buscam equilibrar as dimensões física e digital, apoiando conexões autênticas, sejam elas online ou offline.

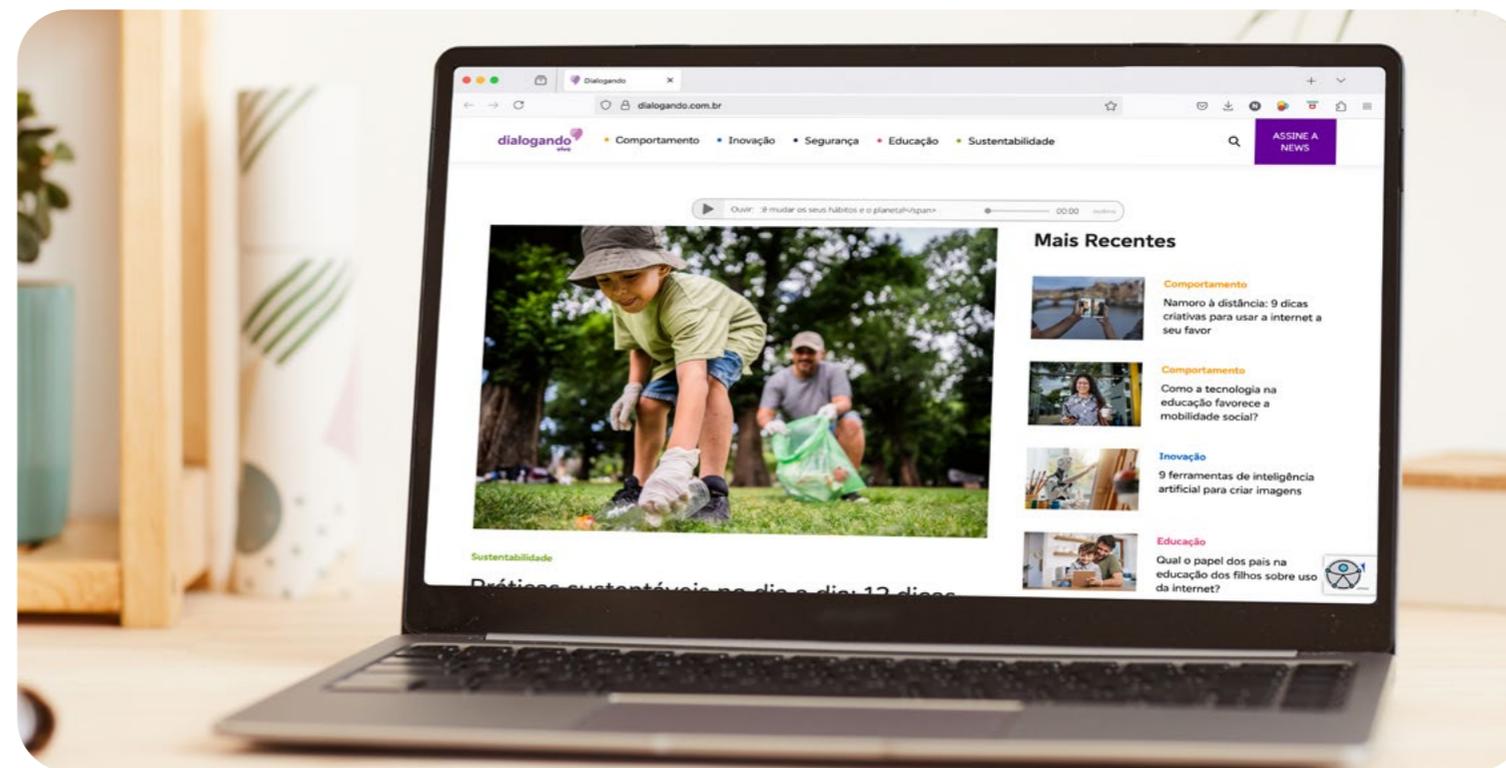
Desde 2016, a Vivo mantém o **portal Dialogando**, que está presente em dez países. A iniciativa permite que a Companhia leve à sociedade, de forma didática, conteúdos relevantes sobre o uso consciente e responsável da tecnologia e seus impactos na vida das pessoas e da coletividade. Com versões em português e espanhol, os conteúdos da plataforma estão baseados em cinco pilares: **comportamento, inovação, segurança, educação e sustentabilidade.**

Em 2024, o portal Dialogando, consolidando-se como uma plataforma de referência para discussões e conteúdos relevantes. O ano foi marcado por números impressionantes, com o portal atingindo um alcance de 245 mil pessoas, gerando mais de 300 mil visualizações e aproximadamente 270 mil sessões. A plataforma se manteve como um espaço dinâmico e engajador, com grande participação do público em temas que despertaram interesse contínuo. Entre os assuntos mais acessados, destacaram-se: comportamento (61.207 sessões), segurança (59.358 sessões) e inovação (47.525 sessões), refletindo o foco constante em questões relevantes e atuais.

O desempenho do portal foi majoritariamente orgânico, com mais de 182 mil sessões originadas de tráfego não pago, resultando em uma taxa de engajamento impressionante de 72,2%. Além disso, o tempo médio de permanência nas sessões foi de cinco minutos e quatro segundos, evidenciando o interesse do público nos conteúdos oferecidos. As 131.775 sessões engajadas e os 203.831 totais de visualizações orgânicas são

claros indicadores do impacto positivo da plataforma. Esses resultados reafirmam o vínculo forte e crescente da Companhia com as comunidades que se articulam em torno dos temas levantados, reforçando a reputação positiva da qualidade do conteúdo e o compromisso com o diálogo relevante e transparente.

Portal Dialogando consolidou-se como uma plataforma de referência para discussões e conteúdos relevantes. O ano foi marcado por números impressionantes, com o portal atingindo um alcance de 245 mil pessoas, gerando mais de 300 mil visualizações e aproximadamente 270 mil sessões.



Fundação Telefônica Vivo

Em 2024, a **Fundação Telefônica Vivo** celebrou seus 25 anos no Brasil, consolidando-se no pilar social da estratégia ESG da Companhia. Em um mundo em constante transformação tecnológica, em que a digitalização se mostra uma poderosa ferramenta para reduzir desigualdades e corrigir décadas de atraso educacional no Brasil, a Fundação **atua em prol da educação pública**, contribuindo com o **desenvolvimento de competências digitais de educadores e estudantes**.

Com o propósito **“Educar para transformar, digitalizar para aproximar”**, apoia secretarias de educação na ampliação de políticas e programas de **adoção qualificada de tecnologia** nos ensinos fundamental e médio. Para isso, a Fundação oferece **formações continuadas, com ênfase em tecnologia e matemática** para educadores dos anos iniciais. Além disso, contribui para a ampliação da **educação profissional na área de tecnologia** na rede pública, colaborando com a empregabilidade de estudantes do ensino médio técnico.

A instituição participa também de movimentos e coalizões que discutem e impulsionam estratégias e agendas sistêmicas junto ao poder

público, com o objetivo de **promover a inclusão de tecnologias digitais na educação**.

Em 2024, desenvolveu e-books digitais gratuitos com as **recomendações para a implementação do complemento da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) sobre computação na educação básica**, regulamentada pela Resolução 1, de 4 de outubro de 2022, que é reconhecida como parte integrante da formação geral do estudante em todas as áreas do conhecimento.

A Fundação também foi protagonista no lançamento da **série de Webinários sobre avaliação de competências digitais de estudantes**, debatendo temas como Nativos digitais e as competências para o uso responsável da tecnologia. Esses debates foram promovidos para engajar os principais atores na promoção da cultura digital na educação pública, explorando diferentes abordagens e avaliações para as competências digitais dos estudantes.

2 Mi
de pessoas impactadas pelos projetos educacionais e ações solidárias

1,6 Mi
de estudantes beneficiados

21 mil
voluntários

240 mil
beneficiados pelo programa de Voluntariado Corporativo

R\$ 49 Mi
de investimento social com recursos próprios

72 mil
professores formados (EaD e presencial)

Tudo isso sob uma perspectiva que coloca a **equidade racial** como tema transversal aos programas e projetos da instituição. A Fundação compreende que não é possível promover a inclusão digital sem reconhecer e combater as desigualdades sociais, ainda presentes no acesso à educação no Brasil. Pensando nisso, em parceria com o Núcleo de Estudos Raciais do Insper (Neri/Insper), a Companhia lançou a **pesquisa “Tecnologia e Desigualdades Raciais no Brasil”**, apresentando evidências sobre como a tecnologia pode influenciar positivamente o ensino e a aprendizagem, em diferentes etapas da trajetória escolar dos estudantes.

A Fundação Telefônica Vivo trabalha, ainda, o **voluntariado corporativo**, com a finalidade de sensibilizar e engajar colaboradores da Vivo em ações que geram impacto social. E, cada vez mais, direciona as suas ações a serviço da educação, com apoio a escolas públicas e a instituições sociais focadas nessa causa.



Inteligência Artificial na educação

Em um cenário de grandes transformações tecnológicas, a Inteligência Artificial surge como uma ferramenta promissora para a educação e que pode trazer avanços significativos para melhorar os processos de ensino e aprendizagem.

Atenta aos benefícios e desafios dessa tecnologia, no ano passado, durante o evento de 25 anos da instituição, a Fundação realizou o lançamento do livro **Educação para a Era da Inteligência Artificial**, tendo como um dos autores o renomado professor e pesquisador **Charles Fadel** e traduzido para o português com o apoio da Fundação Telefônica Vivo, Fundação Santillana e Instituto Península.

A obra é destinada para quem busca entender os impactos da Inteligência Artificial (IA) na educação, desmistificando as preocupações com a superinteligência e explorando os desafios na adoção da ferramenta, além de abordar como o uso qualificado da IA pode ajudar a transformar as salas de aula de modo inovador e eficaz.



SAIBA +

Acese aqui o livro **Educação para a era da Inteligência Artificial**.

“

“É hora de repensar o que ensinamos e como ensinamos. Ao integrar tecnologia e ciências humanas, podemos oferecer uma educação que não apenas prepare os alunos para o mercado de trabalho, mas também os capacite a serem cidadãos críticos e conscientes.”

Charles Fadel

”



PROGRAMA PENSE GRANDE TECH

Objetivos:

- Contribuir para o desenvolvimento de competências digitais de estudantes da educação profissional na área de tecnologia, em redes públicas.
- Colaborar com o fortalecimento de atuação no setor produtivo com a formação e empregabilidade de estudantes do ensino médio na área de tecnologia.

Entre as principais ações do programa junto ao setor produtivo, a instituição realizou o **Desafio dos dados**, uma maratona acadêmica destinada a estudantes de ensino médio profissional dos cursos técnicos em tecnologia da rede pública, que acontece em parceria com a 42 SP e o time de Edutech da Vivo para promover aprendizado prático, desenvolvimento de competências técnicas e inovação, incentivando os estudantes a pensarem em seus projetos de vida.

5 estados
(ES, MS, SC, SP e GO)



28 municípios impactados



43 escolas



8.399 estudantes impactados



1.846 estudantes matriculados no curso técnico de Ciência de Dados



938 professores formados



PROGRAMA DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES EM COMPETÊNCIAS DIGITAIS

O desenvolvimento do Programa de Formação de Professores em Competências Digitais faz parte da Coalizão Tec Educação, formada pela Fundação Telefônica Vivo em parceria com outras organizações da sociedade civil: o Centro de Inovação para a Educação Brasileira (Cieb); a Fundação Lemann; o Instituto Sonho Grande; Instituto Natura; e MegaEdu.

A iniciativa surge como uma resposta à necessidade urgente de desenvolver competências digitais em professores e gestores escolares. Seu objetivo é garantir o uso qualificado das tecnologias digitais nas escolas, contribuindo com o desenvolvimento profissional dos educadores, com foco na melhoria dos índices educacionais.

O programa atua a partir de cinco pilares: formação de educadores; currículo; reconhecimento; planejamento, avaliação e monitoramento; e institucionalização. Também oferece cursos à distância e gratuitos de formação continuada para os educadores, por meio da plataforma Escolas Conectadas.

3 territórios 
atendidos (Rede de educação municipal de Recife e redes estaduais de Mato Grosso e Maranhão)

12.665 
educadores beneficiados

284.571 
dos professores da rede estadual do Mato Grosso com mais de 10 horas de formação¹

61% 
Avanço de 52,7% para 60,6% de professores com níveis adequados de desenvolvimento de competências digitais, segundo o Guia EduTec²

¹ Considerando base de 18 mil professores da Seduc/MT. ² Ferramenta online e gratuita de autoavaliação disponibilizada pelo Centro de Inovação para a Educação Brasileira (CIEB), que mede o nível de desenvolvimento de competências digitais dos docentes.

PLATAFORMA ESCOLAS CONECTADAS

- **55.510 professores** formados;
- Mais de **4 Mi de horas** de formação;
- **160.027 formações**, média de mais de 3 cursos finalizados por cursista;
- **94% de satisfação** com os cursos;
- Presença massiva em **85% dos municípios brasileiros**.





Voluntariado

Por meio do programa de Voluntariado, a Vivo oferece aos colaboradores a oportunidade de participar de ações voluntárias, ao longo do ano, em diferentes causas e áreas. Essa iniciativa busca construir uma rede cada vez maior de pessoas engajadas em ações que gerem impacto social, promovendo uma experiência transformadora e contribuindo para o desenvolvimento de competências pessoais e profissionais.

Este programa contou, em 2024, com **56 embaixadores** responsáveis pelos comitês de voluntariado, formados por pessoas que planejam e executam os projetos espalhados em **39 cidades brasileiras**, compostos por quase **350 colaboradores voluntários**.



Para conhecer mais sobre as iniciativas da Fundação Telefônica, acesse o site fundacaotelefonicavivo.org.br.



Principais iniciativas do programa de Voluntariado

Em 2024, o **Dia dos Voluntários** celebrou sua 20ª edição, reunindo cerca de **10 mil colaboradores** em **39 cidades brasileiras**. Esse evento consolidou-se como um marco de solidariedade, engajamento e colaboração dentro da cultura do Grupo. As atividades abrangem desde a **melhoria da infraestrutura de escolas** até a **capacitação de jovens e adultos**, passando por reformas de espaços e criação de **laboratórios de ciências, matemática, robótica, e espaços maker**.

Em um movimento ainda mais amplo, o programa incluiu **ações de sensibilização nas lojas Vivo**, com a promoção de leitura e literatura antirracista, e o lançamento da **gincana Vivo Recicle**, que arrecadou **23 toneladas** de resíduos eletrônicos em **23 instituições** sociais e escolas públicas.

Além disso, a iniciativa foi reconhecida com o **Prêmio Aplauda 2024 – Ações Voluntárias que Transformam**, na categoria Programa de Voluntariado do Ano, destacando a relevância das ações de voluntariado da Companhia para a sociedade.

Além disso, o **projeto Voluntário Multiplicador** capacitou jovens de três escolas públicas e uma

instituição social em São Paulo (SP), com a participação de colaboradores que compartilharam seus conhecimentos sobre análise e interpretação de dados por meio de uma formação gamificada. O **programa de Voluntariado** tem sido uma das principais ferramentas de impacto social da Fundação Telefônica Vivo, com resultados significativos para as instituições beneficiadas e para os próprios colaboradores. O apoio contínuo a causas como a educação pública, a inclusão social e o fortalecimento das comunidades reflete o compromisso da Vivo com o propósito de digitalizar para aproximar e educar para transformar.

APOIO AO RIO GRANDE DO SUL

A Fundação liderou uma campanha de match-funding para colaboradores na qual foram arrecadados R\$ 416 mil reais, revertidos para água, alimentos, cobertores, kits de higiene e limpeza, que foram entregues para diferentes instituições sociais nas regiões mais afetadas pelas fortes chuvas que atingiram o estado. Além disso, em parceria com a Secretaria Estadual de Educação, a Fundação vem apoiando, o plano de reconstrução da educação do estado. A Fundação age na emergência, mas seu compromisso é também com o longo prazo.



Sistema de Gestão Ambiental (SGA)

GRI 2-25

A Vivo utiliza um **Sistema de Gestão Ambiental (SGA)**, que segue a norma **ISO 14001** para identificar, monitorar e reduzir impactos ambientais de suas operações, e possui escopo técnico nas operações de “Planejamento, Implantação, Operação & Manutenção e Desativação da Rede Fixa e Móvel em 51 municípios brasileiros”. A proteção do meio ambiente é um princípio impor-

tante na estratégia da empresa, o que se reflete no cumprimento das normas e procedimentos do SGA.

Esses compromissos se transformam em metas de curto, médio e longo prazo para garantir um desempenho ambiental eficaz, controlar e reduzir os impactos de suas atividades.

Os principais impactos identificados incluem a geração de resíduos sólidos, emissões atmosféricas, emissão de ruído e radiação não-ionizante - todos rigorosamente monitorados de forma periódica. A Companhia adota práticas sólidas de monitoramento, como a medição regular de radiação não-ionizante e pressão sonora, a gestão eficiente de resíduos sólidos, inspeções de para-raios, além da constante atualização de licenças e alvarás de funcionamento. Também realiza a manutenção preventiva dos principais equipamentos que possam ter alguma interação com o meio ambiente.

Além disso, a Vivo investe continuamente na modernização da sua infraestrutura, garantindo conformidade com as legislações e normas ambientais. No último ano, a Companhia destinou mais de R\$ 9,5 milhões a obras de melhoria em infraestruturas, reafirmando seu compromisso com um futuro mais sustentável.

Para melhorar continuamente e garantir transparência, a Vivo revisa anualmente os indicadores sobre os impactos ambientais de suas operações e define metas para melhorar seu desempenho ambiental. Esse planejamento é aprovado pela alta direção, que fornece os recursos necessários para alcançar as metas, mostrando o compromisso da empresa com a sustentabilidade. A Companhia também realiza auditorias internas de forma regular e passa por auditorias externas para verificar o atendimento às normas ambientais e encontrar oportunidades de melhoria.

A Companhia monitora de forma contínua o atendimento legal de seus fornecedores com aspectos ambientais relevantes, utilizando um indicador mensal de compliance que abrange inclusive os serviços subcontratados em suas operações. Além do monitoramento, a empresa oferece consultoria especializada, apoiando

A **Política Ambiental**, aprovada pelo Conselho de Administração e revisada em 2024, orienta a Companhia a seguir e implementar 12 compromissos principais, que incluem, entre eles:

- Proteção ao meio ambiente;
- Cumprimento das normas legais ambientais;
- Uso eficiente dos recursos naturais;
- Gestão de resíduos e promoção da economia circular;
- Mitigação e adaptação às mudanças climáticas;
- Proteção da biodiversidade e dos ecossistemas;
- Gestão de fornecedores para promover práticas ambientais sustentáveis na cadeia de valor;
- Frota sustentável;
- Due Dilligence Ambiental em processos de fusão e aquisição.

o desenvolvimento e a implementação de planos de ação. O objetivo é engajar os parceiros e promover as melhores práticas de gestão ambiental não apenas na Companhia, mas também em sua cadeia de valor.

A Vivo reconhece a necessidade e importância do sistema de gestão ambiental, não apenas para o atendimento legal, mas também para monitorar aspectos relacionados às mudanças climáticas e biodiversidade e promover a cultura da sustentabilidade na organização. Considerado como um dos pilares estruturantes do Futuro Vivo, a Companhia investe continuamente no SGA, a fim de contribuir com um ambiente mais equilibrado e saudável para a sociedade.



Para mais informações sobre o escopo consulte a [página do SGA da Vivo](#).

51
municípios no escopo
da certificação

38
auditorias internas
realizadas

R\$ **9,5 Mi**
investidos em obras
de infraestrutura

Cerca de
R\$ **1,8 Mi**
investidos em gestão
ambiental

R\$ **1,9 Mi**
investido em laudos de
radiação não-ionizante



Água

GRI 303-1, 303-3, 3-3 Tema material: Gestão ambiental

A Vivo orienta suas ações por meio de sua **Política Ambiental**, que prioriza o uso responsável dos recursos naturais, como a água, e promove práticas que aumentam a eficiência hídrica e reduzem a pegada ambiental de suas operações.

Alinhada a esse compromisso, a Companhia investe continuamente em soluções digitais inovadoras, não apenas para transformar a sociedade, mas também para enfrentar desafios globais, como a escassez de água. Ao integrar tecnologia e responsabilidade ambiental, a Vivo amplifica significativamente seu impacto positivo no meio ambiente, reafirmando seu papel de liderança em um futuro mais equilibrado e sustentável.

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 da Companhia é predominantemente destinado ao abastecimento de escritórios e prédios técnicos, utilizados em sistemas de refrigeração, consumo humano e limpeza das instala-

ções. Para aumentar a **eficiência no consumo de água** nesses locais, a Vivo adota medidas como a instalação de torneiras de acionamento automático e realiza avaliações periódicas para identificar e corrigir vazamentos, promovendo o uso consciente e minimizando o impacto ambiental sobre os recursos hídricos.

Consciente de que a ausência de abastecimento pode impactar o bem-estar dos funcionários e a operação de equipamentos que necessitam de refrigeração, **a Companhia estabeleceu metas relacionadas ao consumo de água, integradas ao Plano de Negócio Responsável (PNR), aprovado de forma consolidada pelo Conselho de Administração.**

Além disso, os esforços de gestão hídrica da Vivo incluem a colaboração multidisciplinar para identificar oportunidades de melhoria que aumentem a ecoeficiência, especialmente em edifícios com grande número de colaboradores. A Companhia participa de iniciativas externas que promovem o uso eficiente da água, como a Câmara Temática sobre Água do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento

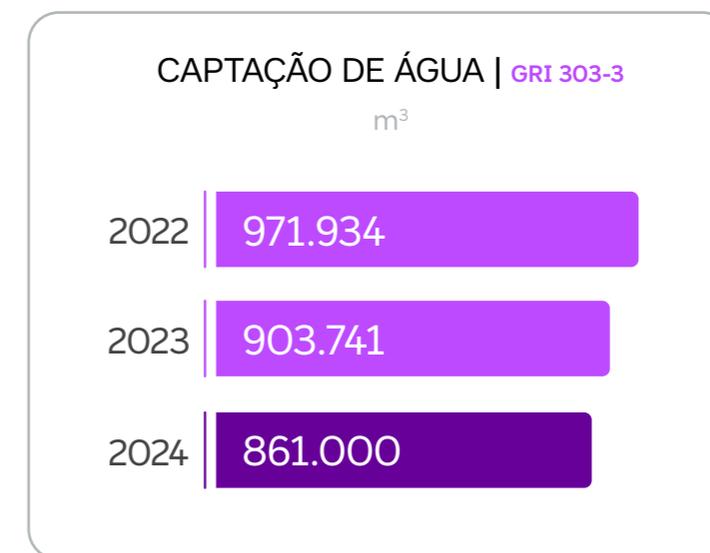
Sustentável (CEBDS) e a plataforma Ação pela Água e Oceano do Pacto Global da ONU.

Entre as ações implementadas pela Vivo, destacam-se:

- **Comitê de Crise:** monitoramento dos níveis de represas para ações preventivas em caso de escassez hídrica.
- **Projetos de avaliação de consumo:** implementação da digitalização e análise de variações e tendências no consumo de água.
- **Alinhamento com concessionárias:** parcerias para identificar vazamentos e antecipar interrupções no fornecimento de água devido a manutenções na rede, permitindo ações preventivas e corretivas.
- **Engajamento de colaboradores:** campanhas internas de conscientização sobre o uso responsável da água, como as realizadas no Dia Mundial da Água e sobre consumo consciente.

- **Infraestrutura sustentável:** na sede de São Paulo (SP), localizada no Edifício Eco Berrini, a Vivo implementou um sistema de tratamento de águas cinzas para reutilização em descargas sanitárias, além de utilizar equipamentos hidrossanitários eficientes e de baixo consumo.

Essas iniciativas refletem o compromisso da Vivo com a sustentabilidade e a gestão responsável dos recursos hídricos em suas operações.



Para mais informações, consulte os anexos disponíveis na página 181.



Biodiversidade

GRI 2-25, 3-3 Tema material: Gestão ambiental

A Vivo reconhece a importância da biodiversidade como um pilar essencial para a saúde do planeta e para o desenvolvimento sustentável. Para isso, a Companhia adota práticas para minimizar os impactos à biodiversidade e contribuir com a conservação dos ecossistemas através de investimentos em projetos de restauração e proteção das florestas no bioma amazônico.

Diagnóstico dos riscos à biodiversidade

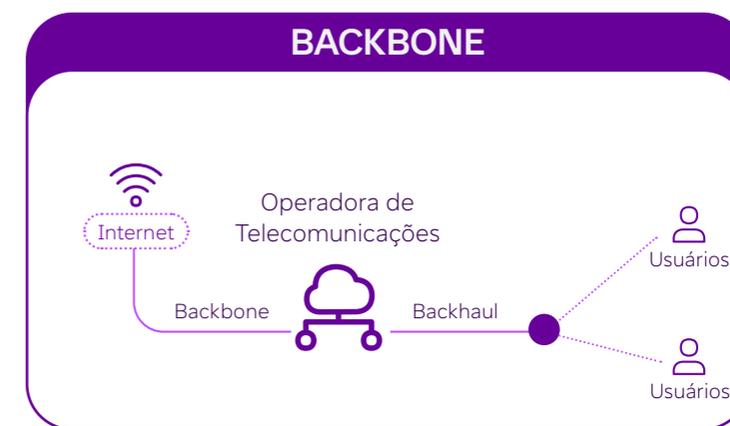
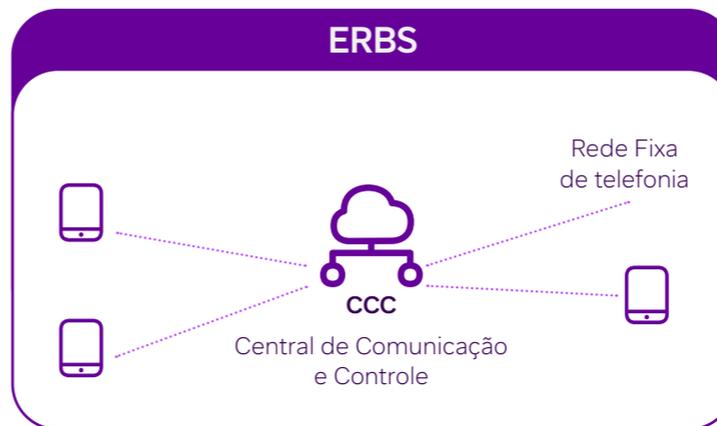
Para identificar riscos e impactos ambientais relacionados às suas atividades de telecomunicações, a Vivo conduziu um estudo focado na biodiversidade e nas infraestruturas instaladas em áreas naturais. O diagnóstico resultou em uma avaliação dos potenciais impactos da Companhia sobre a biodiversidade e concluiu que os principais impactos estão na cadeia de valor.

Os impactos mais significativos relacionados às atividades da Companhia se concentram na fase de construção das infraestruturas de telecomunicações.

Para minimizar esses impactos, a Companhia adota práticas que reduzam ao máximo a interferência à biodiversidade. Uma das estratégias adotadas é o compartilhamento de redes existentes com outras companhias, assim, a Companhia evita a construção de novas estruturas. Além disso, a Vivo opta pela instalação das redes às margens das estradas, quando for necessário a instalação subterrânea, adota o método não destrutivo, uma tecnologia mais sustentável e que minimiza os impactos à biodiversidade.

Os principais riscos mapeados para as atividades de transmissão da rede móvel (ERBs) incluem:

- Incêndios;
- Colisão de pássaros;
- Remoção de vegetação; e
- Geração de resíduos.



Nas operações, a Companhia dispõe de procedimentos e instruções de trabalho que norteiam seu objetivo de prevenir danos e passivos ambientais. através da ferramenta “Gestão de Aspectos e Impactos Ambientais – GAIA”, foram identificadas as atividades que interagem com o meio ambiente e que podem causar danos à fauna e flora durante as fases de construção, implantação ou manutenção do local.

Os controles operacionais da Vivo seguem a hierarquia de mitigação:

- Evitar;
- Minimizar;
- Restaurar;
- Compensar potenciais impactos à biodiversidade.

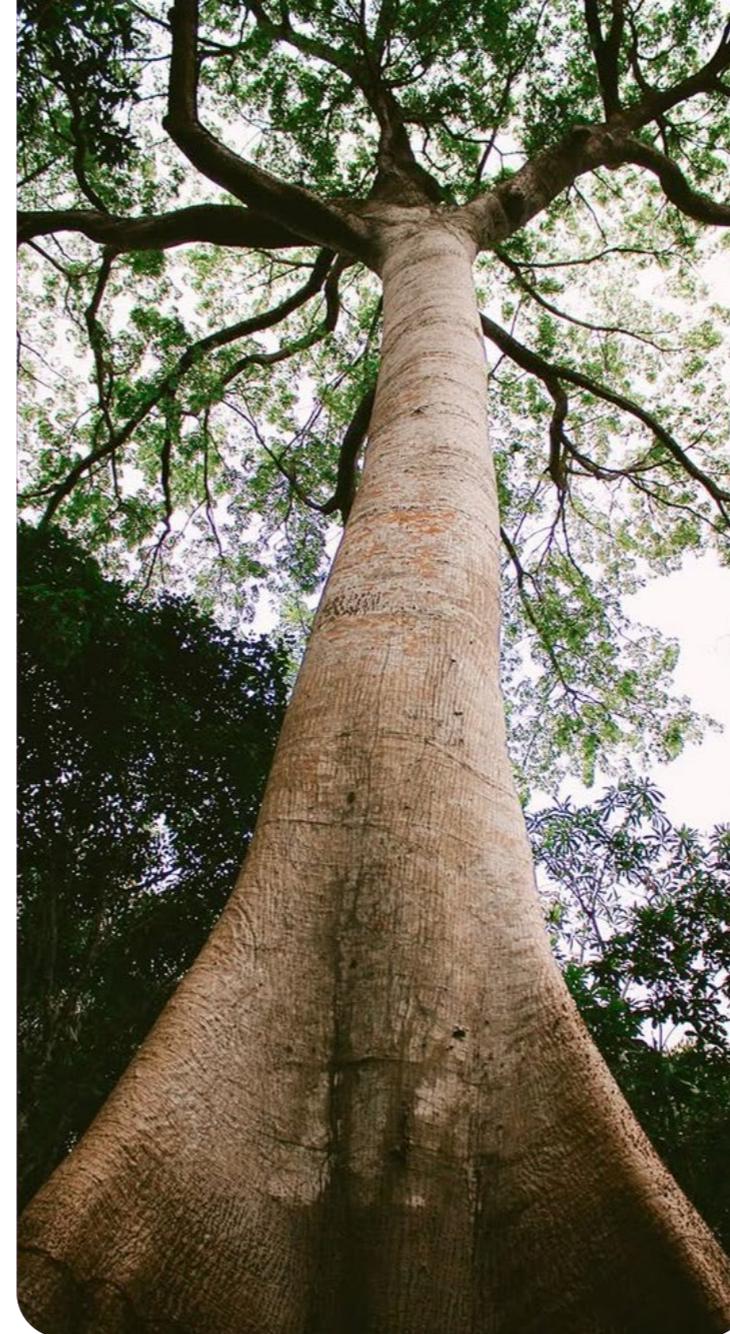
Durante o planejamento de instalações de ERB, é priorizada a escolha de locais onde não seja necessário intervir em áreas naturais, mesmo no caso de estruturas que não sejam de propriedade da Companhia e sejam construídas por empresas de compartilhamento (locadoras de torres). Além

disso, a Vivo conta com uma instrução de trabalho específica para a abertura e manutenção de estradas, que define diretrizes claras de controle ambiental para as etapas iniciais do processo de construção.

Considerando os riscos mapeados, foi elaborada uma matriz que relaciona os impactos potenciais sobre a biodiversidade e propõe ações mitigadoras, baseando-se na metodologia LEAP¹ da Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD) e na norma ISO 31000:2018 – Gestão de Riscos.

A partir dos resultados do estudo, os riscos à biodiversidade associados às operações da Vivo foram incorporados ao mapa de riscos corporativos. Esses riscos são reavaliados semestralmente, servindo como um importante insumo para a tomada de decisões estratégicas.

De forma suplementar, a **Vivo também incorporou o tema biodiversidade como um dos aspectos** de avaliação do tema material de Gestão ambiental **em sua matriz de dupla materialidade**, reafirmando seu compromisso com a sustentabilidade e a preservação ambiental.



Compromisso com a biodiversidade

Em 2024, reforçando seu compromisso com a biodiversidade, a Vivo adotou voluntariamente as recomendações da Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD), alinhando suas práticas às melhores diretrizes internacionais para a gestão de riscos e oportunidades relacionados à natureza. Como parte desse alinhamento, a **Política Ambiental da Vivo** estabelece o compromisso da proteção à biodiversidade, desdobrado em seis ações principais:

- Integrar a proteção da biodiversidade no Mapa de Riscos da empresa, a fim de dar suporte a tomada de decisões e a análise, gestão e elaboração de relatórios de riscos de curto, médio e longo prazo.
- Identificar e quantificar as dependências e impactos ambientais do modelo de negócios da empresa, abrangendo a diversidade biológica e a proteção do ecossistema para minimizar os impactos operacionais na biodiversidade.

¹ A metodologia LEAP é parte central da estrutura TNFD. LEAP é um acrônimo que representa as etapas fundamentais do processo: ¹ Locate interface with nature (Localizar a interação com a natureza); ² Evaluate dependencies and impacts (Avaliar dependências e impactos); ³ Assess risks and opportunities (Avaliar riscos e oportunidades); ⁴ Prepare to respond and report (Preparar para responder e relatar).



- Aplicar o princípio da hierarquia de mitigação (evitar, minimizar, restaurar e compensar) em todas as etapas, do planejamento à implantação, operação e descomissionamento da rede.
- Evitar o desmatamento associado às suas atividades e/ou cadeias de suprimentos a montante e a jusante.
- Evitar selecionar novos locais de projetos de infraestrutura em áreas protegidas devido ao seu valor ecológico, biológico, cultural e paisagístico, exceto em casos de extrema necessidade sem alternativas viáveis.
- Envolver as partes interessadas no compromisso com a proteção da biodiversidade.

BIODIVERSIDADE E CLIMA

Ao mesmo tempo em que atua para reduzir emissões de CO₂ nos três escopos, a Vivo compensa as emissões residuais por meio do investimento em projetos de preservação e restauração da Floresta Amazônica em Rondônia e no noroeste do Mato Grosso.

Por meio da compra de créditos de carbono, a Vivo já ajudou a preservar mais de 481 mil árvores em 805 hectares da Floresta Amazônica desde 2019.

Projeto REED+ Manoa

Em 2024, a Vivo firmou parceria para a aquisição de créditos de carbono do projeto de proteção da Floresta Amazônica, o REED+ Manoa, localizado no município de Cujubim, em Rondônia. A iniciativa, desenvolvida pela Ambipar Environment, é referência em manejo florestal sustentável e refúgio para a biodiversidade. A área do projeto REED+ Manoa tem **mais de 72 mil hectares de floresta preservada** que desempenha um papel fundamental na manutenção de “corredores ecológicos” miti-

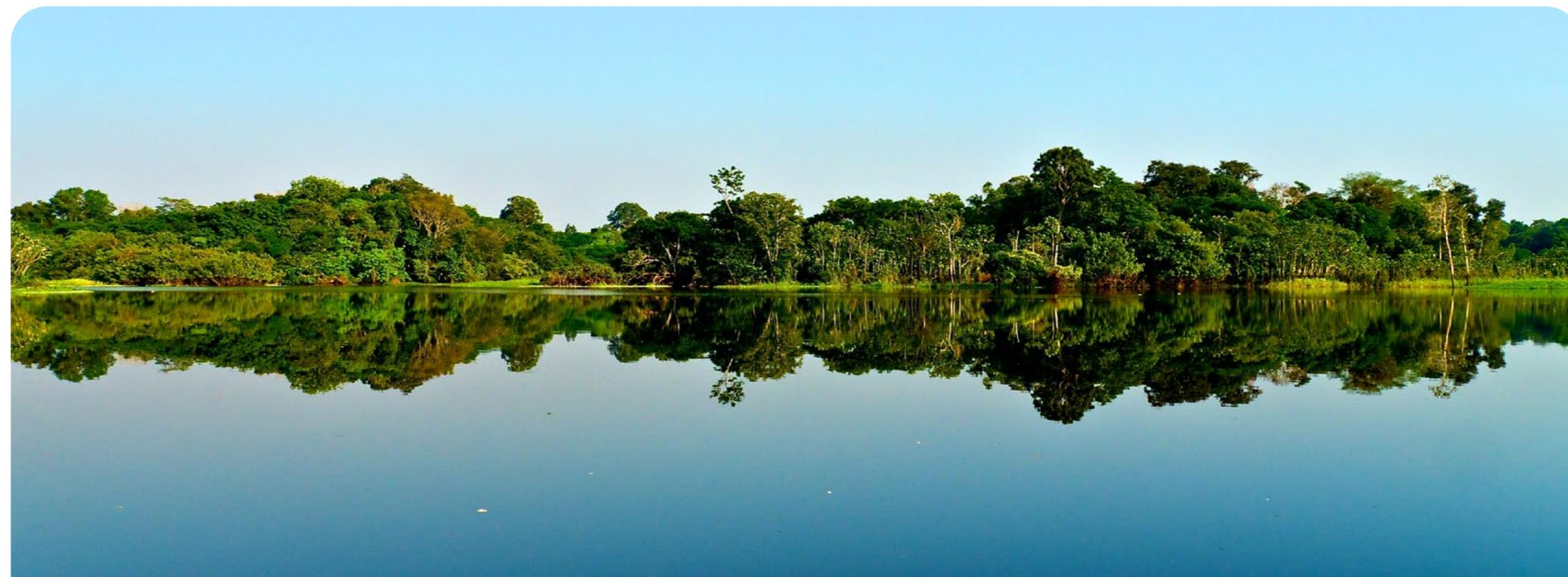
gando impactos negativos da degradação da região.

No âmbito social, a existência da Fazenda Manoa e a continuidade de suas atividades geram benefícios diretos e indiretos em várias escalas de impacto, especialmente em nível regional, com foco no município de Cujubim.

Desde 2017, grande parte das propriedades ao redor da fazenda tem perdido floresta para

atividades pecuárias e agrícolas, notadamente a sojicultura. No entanto, a Fazenda Manoa, conhecida internacionalmente como referência em manejo florestal sustentável, tem se mantido praticamente intacta ao longo dos anos.

Devido a essa condição particular, a Fazenda Manoa tornou-se um refúgio para mais de 410 espécies de fauna identificadas in loco por estudos realizados na área.



Projeto Reflorestamento Multiespécies

Após o Tratado de Quioto, em 1998, a ONF Brasil deu início ao projeto de reflorestamento em grande escala na Fazenda São Nicolau, com o objetivo de demonstrar a viabilidade da fixação de carbono atmosférico por meio do plantio de árvores nativas no bioma amazônico. O projeto visa não apenas manter a biodiversidade das áreas de mata nativa, mas também reflorestar antigas pastagens, selecionando espécies amazônicas com alta capacidade de crescimento em áreas degradadas. Essas espécies atuam como pioneiras na restauração da cobertura vegetal e, mais amplamente, da biodiversidade. Além da captura de carbono, o projeto tem contribuído significativamente para respostas científicas sobre o papel das florestas na luta contra o aquecimento global.

Através de seu programa científico paralelo, em parceria com instituições brasileiras e internacionais, o projeto busca quantificar e monitorar a eficiência da floresta plantada na retirada de CO₂ atmosférico, com o crescimento das mais de 2,5 milhões de árvores plantadas nos 2.000 hectares (ha) de pastos antigos.

Desde o início das atividades, o projeto já absorveu mais de 2 milhões de toneladas de CO₂ pelo acúmulo de biomassa florestal em sua área total de 10.000 ha. O projeto também analisa a riqueza da floresta nativa da fazenda, com 7.000 hectares, através de um inventário florestal realizado pela Faculdade de Ciências Florestais da Universidade Federal do Mato Grosso. Esse inventário revelou a presença de mais de 135 espécies de árvores de 43 famílias, além de um grande número de epífitas, lianas e produtos não madeireiros de grande importância, como castanha, açaí e babaçu. A análise é realizada através de inventário contínuo em parcelas permanentes de monitoramento da dinâmica florestal e da biodiversidade.

A biodiversidade da fauna também é significativa: mais de 2.000 espécies foram inventariadas (500 espécies de aves, 160 espécies de anfíbios e répteis, e 60 espécies de pequenos e grandes mamíferos), incluindo 12 espécies em risco de extinção. Mais de 40 novas espécies foram descobertas e descritas, e mais de 100 artigos científicos foram publicados

com dados coletados na fazenda, reforçando sua relevância para as agendas ambientais, sociais e científicas do estado, e sua repercussão internacional.

Desde o início da implantação e convivência na região, as ações do projeto se desdobraram, contribuindo com sua inserção social através dos programas de Educação Ambiental (em mais de 20 anos, mais de 10 mil visitantes da Fazenda beneficiaram dessa vivência e conscientização ambiental) e de Integração Local, onde a experiência dos plantios do projeto pôde ser expandida a famílias e produtores vizinhos, disseminando práticas sustentáveis e de restauração florestal.

A Fazenda São Nicolau é um exemplo de gestão do ambiente florestal com a diversificação de atividades produtivas sustentáveis e replicáveis, integrando viabilidade econômica com impactos socioambientais positivos e conservação da biodiversidade.





Compromissos e roadmap de atuação

Desde 2022, a Vivo é signatária do Compromisso Empresarial Brasileiro pela Biodiversidade do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), reforçando seu compromisso de proteger as florestas e a biodiversidade brasileiras, além de prevenir o desmatamento.

Além disso, o Grupo Telefónica, do qual a Vivo faz parte, participa da iniciativa 1t.org, projeto global promovido pelo Fórum Econômico Mundial, cujo objetivo principal é apoiar a planta-

ção, a restauração e a conservação de 1 trilhão de árvores em todo o mundo até 2030. O Grupo pretende conservar e restaurar 1,5 milhões de árvores entre 2020 e 2030, melhorando a biodiversidade:

- Conservar 400 mil árvores no curto-médio prazo (2020-2025), apoiando projetos para prevenir o desmatamento, investindo em projetos de proteção florestal e promoção

do desenvolvimento sustentável das comunidades locais. Entre 2020 e 2024, a Vivo contribuiu para preservar mais de 386 mil árvores.

- Restaurar e plantar 1,1 milhão de árvores investindo em projetos de reflorestamento e florestamento que capturam emissões de Gases de Efeito Estufa da atmosfera.



Energia

GRI 302-1, 3-3 Tema material: Gestão ambiental, SASB TC-TL-130a.1

A Vivo reconhece que a energia é um recurso essencial, não apenas para garantir a operação contínua de sua ampla rede de telecomunicações, mas também para atender com qualidade os **milhões de clientes** que dependem de seus serviços.

Como parte de seu compromisso com a sustentabilidade, a Vivo foi pioneira no Brasil e no Grupo Telefónica fora da Europa ao **atingir o marco de consumir energia 100% renovável**. Essa conquista, realizada com uma antecipação de 12 anos em relação à meta original, reflete o engajamento da Companhia em adotar práticas que minimizem seu impacto ambiental.

Além de sustentar a confiabilidade da infraestrutura energética, esse direcionamento é um pilar central do plano da Vivo para mitigar riscos associados às mudanças climáticas e promover um futuro mais sustentável.

Além disso, **como signatária da RE100, uma iniciativa global que reúne empresas comprometidas em alcançar 100% de consumo de energia renovável em suas operações**, a Vivo está empenhada em liderar a transição para um futuro de baixo carbono.

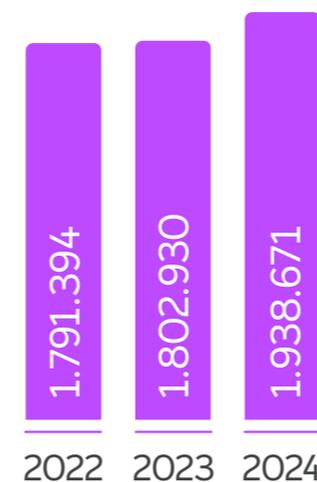
A Vivo possui um robusto **plano de Energia Renovável e um programa de Eficiência Energética**, que são pilares fundamentais de sua estratégia para mitigar os impactos das mudanças climáticas. Essas iniciativas têm como foco a promoção de um consumo consciente de energia, a redução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) e a transição para uma matriz energética mais sustentável, fortalecendo o compromisso da Companhia com a economia de baixo carbono.

Desde 2020, **a Companhia possui a Certificação ISO 50001 (Gestão de Energia)** na sede em São Paulo (SP) – Eco Berrini, e em um site técnico

no bairro de Americanópolis, também na capital paulista. Os objetivos que a Vivo quer alcançar com o sistema de gestão são: promover a redução do consumo e do custo de energia elétrica; aprimorar a eficiência energética nas operações; manter fontes renováveis; e mitigar outros impactos ambientais relacionados por meio da gestão sistemática da energia.

CONSUMO TOTAL DE ENERGIA

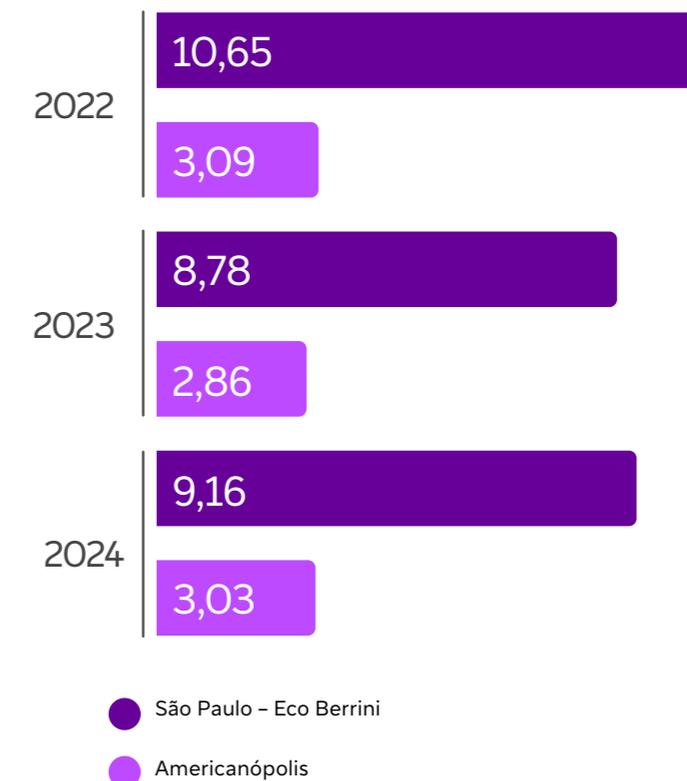
em MWh



Nota: o aumento no consumo em 2024, em comparação com 2023, está associado à incorporação de 3.785 sites à base da Vivo. Vale destacar que parte desse impacto foi mitigado por meio da implementação de projetos de eficiência energética.

CONSUMO DE ENERGIA NOS EDIFÍCIOS COM CERTIFICAÇÃO ISO 50.001

em Mwh



Para mais informações, consulte os Anexos disponíveis na página 181



Redução do consumo de energia

GRI 302-4

A Vivo se tornou uma **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 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 estende seu compromisso com a sustentabilidade ao garantir que os data centers, com alta demanda energética, também sejam abastecidos com energia 100% do mercado livre. A Companhia prioriza a aquisição de energia do mercado livre e geração distribuída, dependendo da viabilidade técnica. A aquisição de I-RECs é realizada para garantir que toda a energia consumida seja proveniente de fontes limpas e renováveis. Essa estratégia se aplica tanto para sites próprios como locados.

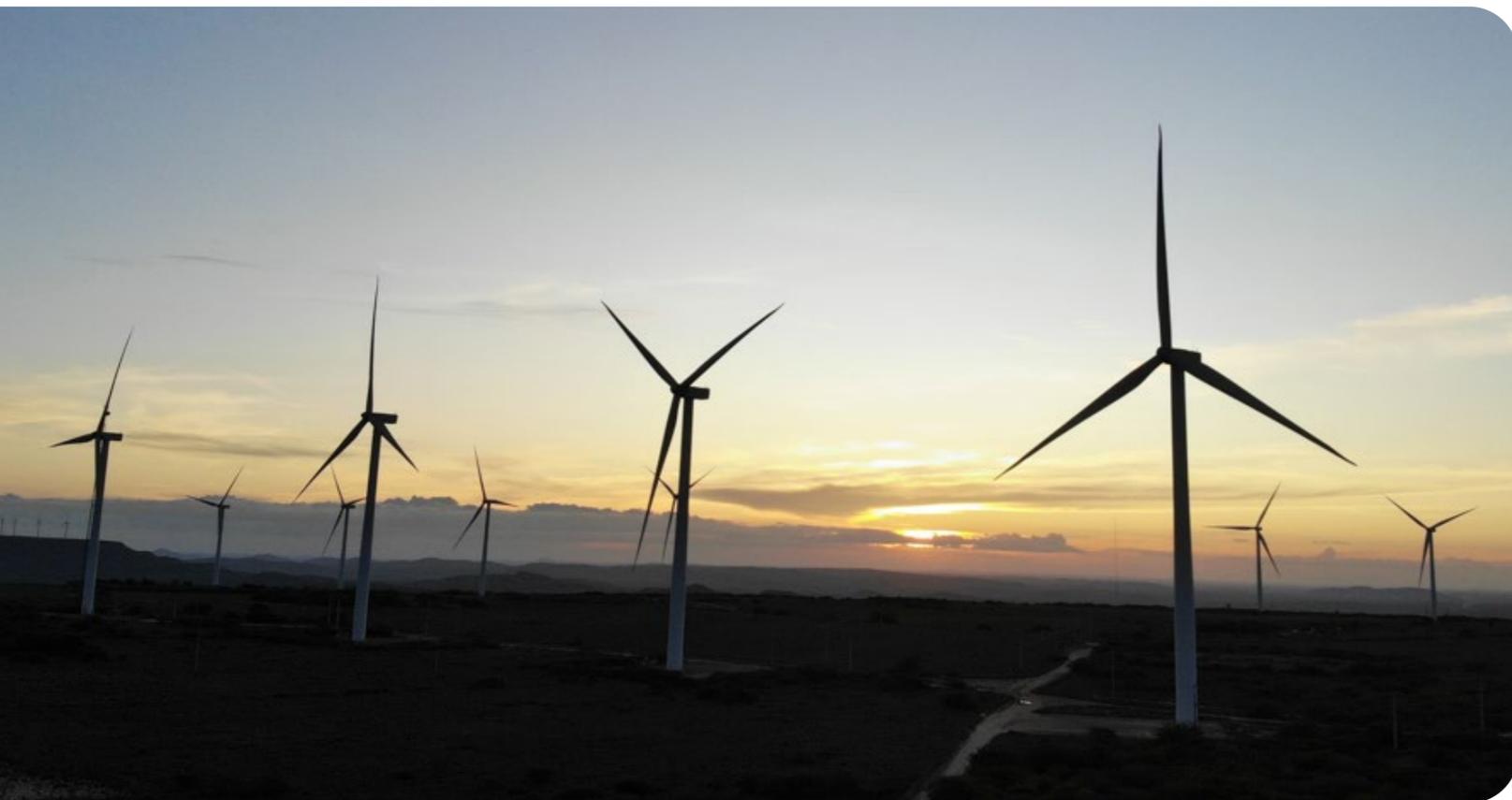
A Companhia conta, também, com um **Plano de Eficiência Energética**, com diversas ações atreladas. Em 2024, os projetos de eficiência energética alcançaram uma economia de 68 GWh¹.

Diversas iniciativas contribuíram para esse resultado, a exemplo do desligamento de tecnologias obsoletas das infraestruturas 2G e 3G da Vivo. Além disso, a Companhia realiza a

desativação de armários e retrofit de iluminação de seus edifícios.

Na operação, as centrais de comutação e data centers consomem grande quantidade de energia para alimentar servidores, sistemas de refrigeração e outras infraestruturas, por isso, a Companhia também atua permanentemente para reduzir este consumo. A Vivo trabalha de modo intensivo em iniciativas de eficiência energética, dentre elas, a renovação de equipamentos com mais recursos tecnológicos, a otimização do uso e a desativação de estruturas.

O resfriamento é uma parte crucial do funcionamento das centrais e data centers, uma vez que os equipamentos e servidores geram calor e precisam ser mantidos em uma temperatura adequada para funcionar corretamente. Os modelos mais comuns de resfriamento são equipamentos de ar-condicionado a água, que são alimentados por chillers.



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 72 usinas de energia renovável.

Os investimentos nesse modelo de geração distribuída são realizados por meio de parcerias de até 20 anos com empresas contratadas. Após a conclusão de todas as usinas previstas, a Companhia produzirá cerca de 710 mil MWh de energia por ano, 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.

Vantagens do modelo

A geração de energia renovável é uma estratégia essencial no combate ao aquecimento global, pois ajuda a reduzir as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) gerados pela produção convencional de eletricidade. Além de seu baixo impacto ambiental, **as fontes renováveis favorecem a eficiência do sistema de distribuição, diminuindo as perdas e ineficiências na transmissão e, consequentemente, contribuindo para a redução dos custos**. 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 Nacional Integrado (SNI)**, mais especificamente na rede distribuidora local, gerando créditos que resultam em economia nas faturas de energia elétrica, ao mesmo tempo que contribuem para a sus-

tentabilidade energética da Companhia. Com um total de 72 usinas de Geração Distribuída em operação, sendo 51 solares, 15 hidrelétricas e 6 de biogás, espalhadas por 21 estados e Distrito Federal, a Vivo é capaz de gerar 646 mil MWh por ano, o suficiente para abastecer 308 mil residências. 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.

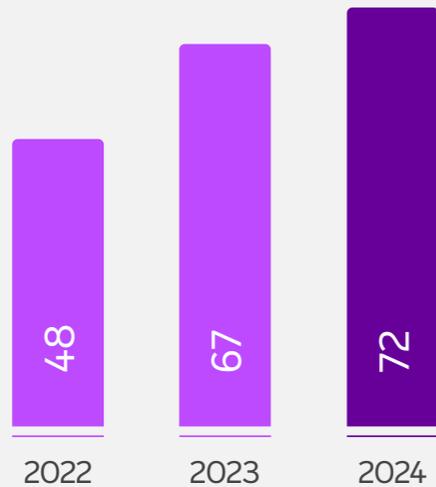
Como parte de seu compromisso com a geração de energia renovável e reconhecendo a importância de práticas sustentáveis, a Vivo firmou uma parceria estratégica com a Elera Renováveis para se tornar autoprodutora de energia. Essa colaboração engloba a instalação de quatro parques solares no Complexo Solar Janaúba, em Minas Gerais (MG), com uma capacidade total de 237 MWp. Com essa iniciativa, a Vivo passará a atender até 73% de seu consumo no mercado livre de energia, abastecendo até 200 unidades consumidoras em média tensão. Essa ação reforça o compromisso da Vivo com a sustentabilidade e a diversificação de sua matriz energética.

72
usinas de
Geração Distribuída

capazes de gerar
646 mil
MWh por ano

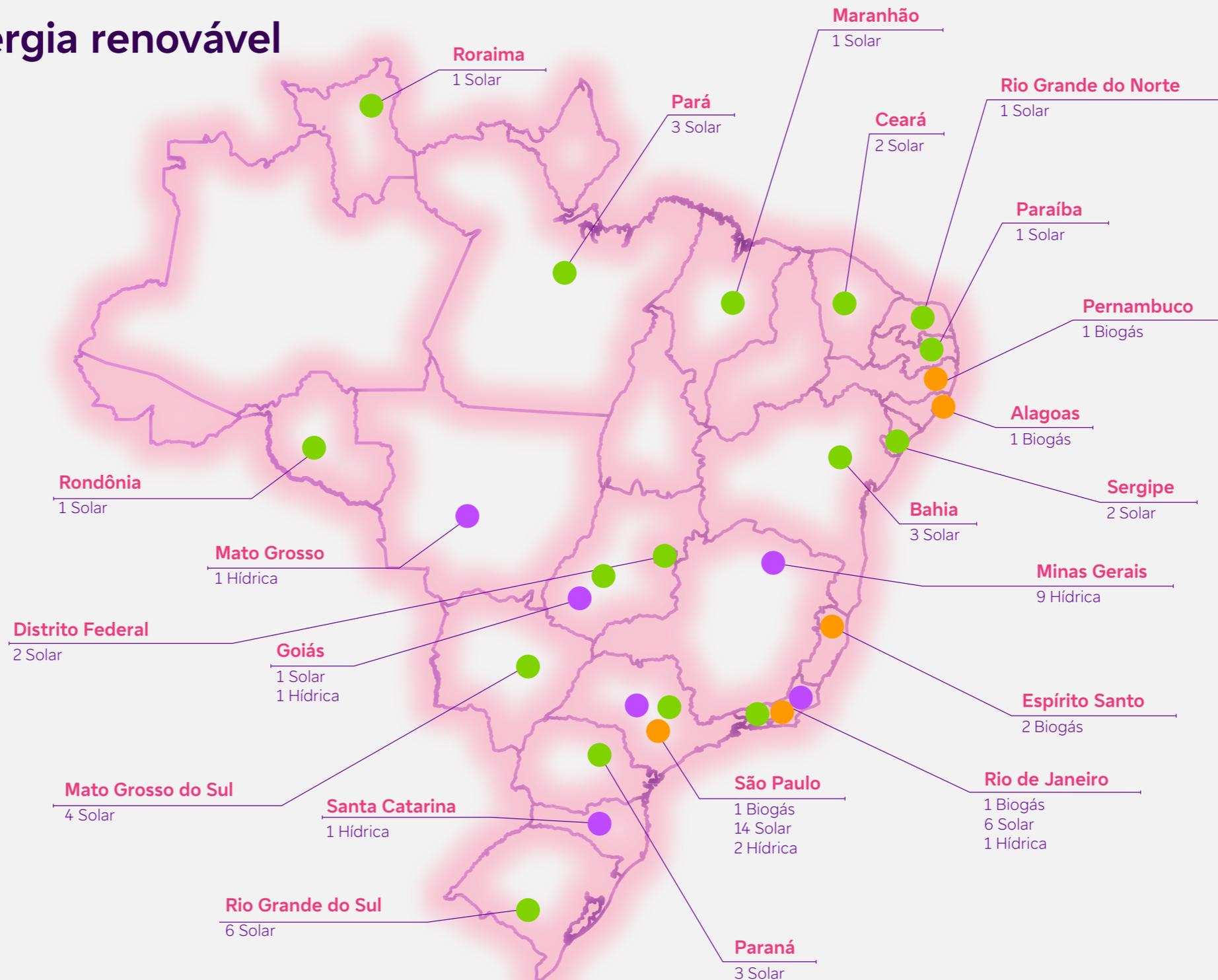


Número de usinas de energia renovável



21 UFs
+ Distrito Federal

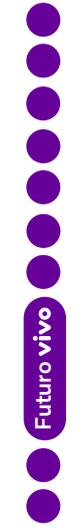
30 áreas de concessão
Distribuidoras de Energia



NÚMERO DE USINAS

- 6 biogás
- 51 solar
- 15 hídrica

Total: **72** usinas



Mudanças climáticas

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 3-3 Tema material: Mudanças climáticas

O **Futuro Vivo** tem como premissa fundamental a integração de um futuro digital, verde e sustentável. A Vivo acredita que as mudanças climáticas constituem um dos principais desafios da humanidade e reforça a urgência de ações concretas para mitigar seus impactos e promover um futuro mais sustentável.

Os dados são alarmantes. De acordo com o Observatório Copernicus, 2024 foi o ano mais quente desde a era pré-industrial, com temperaturas ultrapassando, por 11 meses, o limite crítico de 1,5°C. No Brasil, a média de temperatura, em 2024, atingiu 25,02°C, superando em 0,79°C a média histórica de 1991-2020. Esses números ressaltam, mais do que nunca, a necessidade urgente de adotar estratégias eficazes no combate às mudanças climáticas.

A Vivo está comprometida em potencializar seus impactos positivos e mitigar os impactos adversos, para isso, a Companhia se preocupa em descarbonizar suas operações e da sua cadeia de valor, de modo a influenciar fornecedores e clientes a tomarem atitudes conscientes e se comprometerem com ações mais responsáveis com o meio ambiente.

A Companhia iniciou sua jornada de descarbonização em 2010, com o monitoramento das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE). Desde então, a Companhia elabora anualmente seu inventário de emissões, seguindo as diretrizes metodológicas do GHG Protocol, baseadas nos princípios de **relevância, integralidade, consistência, transparência e exatidão**.

Diante da urgência climática em limitar o aquecimento global a 1.5°C, após a assinatura do Acordo de Paris, a Vivo intensificou seus esforços para redução de emissões estabelecendo diversas metas ambiciosas.

O setor de telecomunicações não é intensivo no consumo de combustíveis fósseis, porém, é dependente de eletricidade para o funcionamento das redes de transmissão e comutação de dados. A Vivo tem adotado boas práticas para a gestão adequada dos recursos, como a utilização de **100% de eletricidade renovável em sua operação**, com consumo proveniente de seu projeto de geração distribuída em baixa tensão, autoprodução (média tensão) e da energia adquirida no mercado livre. Para complementar a esse consumo, a Vivo adquire certificados

de energia renovável (**I-RECs**) de fonte eólica, reforçando seu compromisso com a sustentabilidade e a transição para um futuro mais verde e sustentável.

No contexto da governança e do compromisso com a agenda climática, a Vivo trata o tema com máxima prioridade. As metas de emissões são rigorosamente supervisionadas pela alta liderança e integradas ao negócio, impulsionando o crescimento sustentável da Companhia.

Como resultado dos seus esforços, em 2023, a Vivo atingiu um marco importante rumo ao Net Zero, reduzindo em 90% as emissões dos escopos 1 e 2. Em 2024, a empresa permaneceu firme, mantendo esse percentual de redução.

Adesões a posicionamentos multissetoriais

- Call to action from the Brazilian Business Sector (CEBDS);
- Posicionamento do setor empresarial brasileiro pela urgência da criação de um mercado regulado de carbono no Brasil (CEBDS).

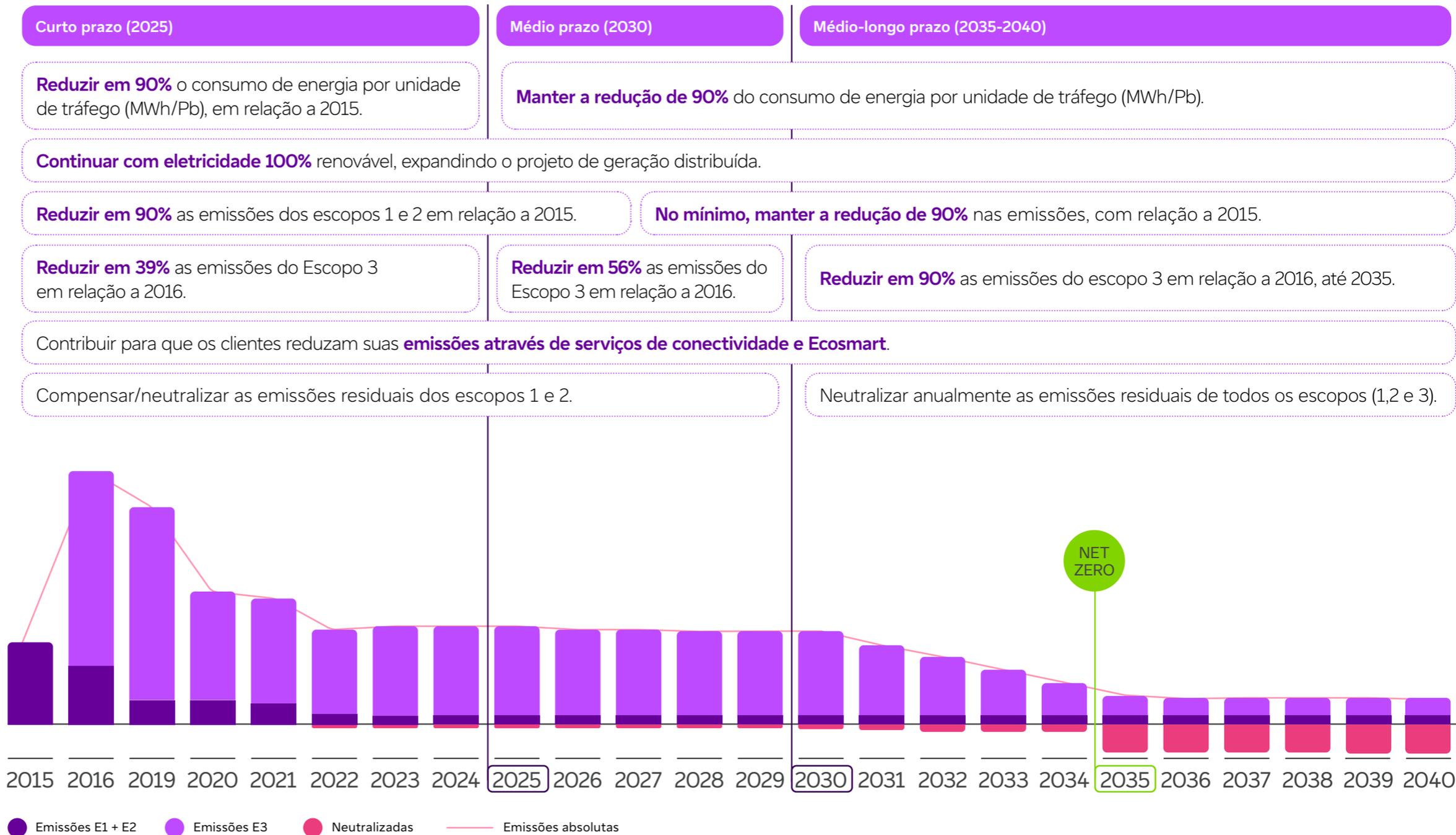
O **Comitê de Qualidade e Sustentabilidade** é o responsável por revisar a estratégia de sustentabilidade, na forma do Plano de Negócios Responsável (PNR) e do Plano de Ação Climática. Neste âmbito, o Comitê de Qualidade e Sustentabilidade acompanha o desempenho em relação às metas de emissões de CO₂, planos de ação de redução de GEE, além das estratégias e resultados do programa de Eficiência Energética e os planos de Energia Renovável.



Metas e métricas

A Vivo estabeleceu metas ambiciosas para reduzir suas emissões de Gases de Efeito Estufa, alinhadas às recomendações científicas e ao Acordo de Paris. **A Companhia compromete-se a atingir zero emissões líquidas até 2035.** Isso significa reduzir as emissões dos escopos 1, 2 e 3 a um nível residual consistente, alinhadas ao cenário de 1,5°C, e neutralizar as emissões residuais. Nossa jornada de descarbonização considera objetivos no curto (2025), médio (2030) e longo prazo (2040), validados pela iniciativa Science Based Targets initiative (SBTi) a nível de grupo.

Ao antecipar a meta de se tornar uma companhia Net Zero em cinco anos, inédito para grandes empresas do setor, estabeleceu-se um objetivo para o médio-longo prazo (2035). Esta meta conecta os objetivos de médio e longo prazo da Companhia, que foram validados pela ciência. Com isso, a empresa demonstra seu progresso contínuo e capacidade de adaptação às mudanças no ambiente tecnológico, econômico e regulatório, garantindo que a Vivo está no caminho certo para alcançar as metas de longo prazo.





Inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

GRI 305-4, 305-5

O ano de 2024 foi marcado por uma série de desafios significativos. No Brasil, foi observada a intensificação da frequência e severidade dos eventos climáticos extremos, e as temperaturas médias globais registraram recorde. O país enfrentou impactos severos, como enchentes devastadoras no Rio Grande do Sul, secas históricas nos rios do Pantanal e da Amazônia, além de incêndios que atingiram diversos biomas. Esses eventos causaram pre-

juízos sociais que afetaram diretamente a vida de milhões de brasileiros.

Paralelamente, em alinhamento com o princípio de transparência e seguindo as melhores práticas do Grupo Telefónica, a Companhia passou a adotar os valores de Potencial de Aquecimento Global (Global Warming Potential – GWP) do Sixth Assessment Report (AR6) para contabilizar suas emissões de GEE.

Mesmo com a emergência climática cada vez mais presente e o aumento nos fatores de emissão, em 2024, a Companhia conseguiu manter o patamar de redução atingido em 2023, ou seja, 90% de redução das emissões operacionais (escopos 1 e 2) comparadas ao ano-base de 2015.

Em comparação com o ano anterior – antes da atualização os fatores de emissão para o AR6 – , a

Vivo reduziu em aproximadamente 7% suas emissões nos escopos 1 e 2 em 2024, mostrando sua contribuição efetiva para uma economia de baixo carbono. Esse resultado deriva de uma série de iniciativas realizadas nos últimos anos que foram consolidadas no Plano de Ação Climática. A Vivo também conta com um Plano de Eficiência Operacional, que articula uma série de medidas para mitigar suas emissões próprias.

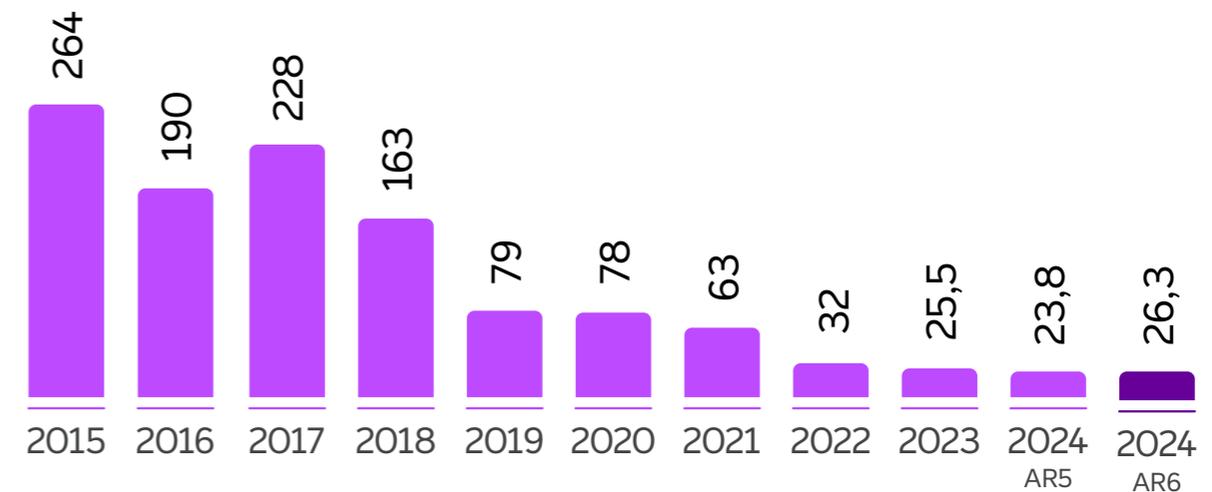
As iniciativas que contribuíram para as reduções das emissões nesse último ciclo, foram:

- **Projeto de retrofit de gás refrigerante**, no qual substituí-se o R22, principal gás refrigerante consumido pela empresa, representando 45% das emissões de Escopo 1, pelo gás R449c que possui um GWP menor. Em 2024, a Companhia já implementou essa ação em 157 máquinas, sendo que, até 2030, a empresa planeja reduzir 48% do consumo do R22.
- **Monitoramento individualizado por máquina**, permitindo identificar e agir nas intercorrências como vazamento de gases com maior agilidade, e

reforço através de procedimentos e treinamentos a necessidade de as empresas contratadas realizarem o recolhimento e reaproveitamento dos gases nas máquinas de refrigeração.

Consumo de 100% de etanol na frota flex, que contempla a maior parcela da frota de veículos da empresa, promovendo a eficiência de consumo por quilometro, acompanhando com telemetria os deslocamentos, a utilização e o estado desses veículos.

EVOLUÇÃO DO INDICADOR
mil tCO₂ (total acumulado no ano)



Frota

A Vivo ampliou sua frota operacional com a incorporação de 200 veículos elétricos Renault Kangoo E-Tech, destinados às operações em São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Curitiba e no Distrito Federal entregues para operação no primeiro semestre de 2024. Essa iniciativa, realizada em parceria com a Renault, posicionou a Vivo como a primeira empresa do setor de telecomunicações no Brasil a eletrificar parte de sua frota.

Ao longo do ano, a Companhia focou em ampliar a rede de recarga para atender os técnicos e aprimorar os controles dos veículos e principalmente das recargas realizadas.

Para o abastecimento, a Vivo, em parceria com a Edenred, desenvolveu uma solução de meio de pagamento corporativo para utilização nas principais redes públicas operantes no Brasil e que hoje já conta com as cinco principais redes do mercado.

Além disso, a Vivo estabeleceu parcerias com redes privadas de recarga e utiliza instalação própria em suas bases operacionais. Já foram

ativados 48 carregadores em 16 bases para apoiar a operação. Em 2025, a expectativa é seguir com a ampliação desta rede própria, a fim de possibilitar a implantação da frota elétrica em outras operações.

Além dos carros elétricos, a Vivo reduziu sua frota por meio da otimização de processos, garantindo maior racionalização no uso de recursos, mantendo atualmente uma frota de

com mais de 5.000 veículos em todo o Brasil, com todos os modelos flex operando exclusivamente com etanol desde 2022, como parte de sua estratégia de sustentabilidade. A empresa também utiliza 35 bicicletas elétricas para deslocamentos de curta distância.

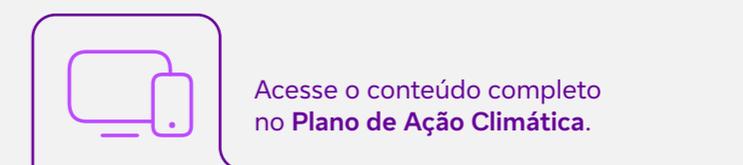
Essas ações integram o Plano de Ação Climática da Vivo, que visa alcançar zero emissões líquidas de carbono até 2035.



Plano de Ação Climática

O Plano de Ação Climática da Vivo tem o objetivo de prestar contas para a sociedade e guiar a Companhia na jornada para alcançar os objetivos Net Zero de curto, médio e longo prazo.

O Plano de Ação Climática apresenta, de maneira periódica, a evolução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), bem como as ações implementadas e os planos para descarbonização da Companhia. O Plano se estrutura em **cinco modelos principais**, divididos em dois pilares. O primeiro pilar contempla três principais modelos que estão alinhados ao negócio e aos escopos das emissões (**operacional, cadeia de valor e comercial**). O segundo pilar abrange os modelos **econômico e de governança** que, são transversais e destinam-se a orientar e viabilizar a transição da Vivo para uma economia de baixo carbono.





Riscos e oportunidades das mudanças climáticas

GRI 3-3 Tema material: Mudanças climáticas

A Vivo reconhece que os riscos climáticos são fatores sistêmicos capazes de afetar a Companhia em diversas frentes, incluindo aspectos socioeconômicos, financeiros e ambientais. Compreender e integrar os riscos e oportunidade das mudanças climáticas na tomada de decisão é essencial para mitigar impactos adversos e aproveitar os benefícios de um futuro mais sustentável.

Para assegurar a resiliência de suas operações, a **Companhia monitora cuidadosamente tanto os fatores internos quanto externos que possam impactar sua performance**. Isso inclui uma análise contínua dos riscos climáticos, que é integrada à avaliação global de riscos do Grupo Telefônica. A Companhia adota uma abordagem proativa, realizando avaliações periódicas para quantificar o impacto potencial de eventos climáticos adversos no fluxo de caixa operacional, levando em consideração tanto os riscos físicos (crônicos e agudos) quanto os de transição.

Riscos físicos: referem-se aos impactos diretos das mudanças climáticas e podem ser divididos em duas categorias: eventos **agudos** ou **crônicos**. Os eventos agudos podem ocorrer de forma repentina e incluem inundações fluviais, deslizamentos, incêndios florestais e tempestades. Já os eventos crônicos, cuja ocorrência é lenta e gradual, incluem, por exemplo, o aumento do nível do mar e o aumento de ondas de calor.

Riscos de transição: decorrem da necessidade de adaptação a uma economia de baixo carbono, envolvendo regulamentações ambientais mais rigorosas, mudanças nas preferências dos consumidores, inovações tecnológicas e outras questões relacionadas à mitigação das mudanças climáticas.

Modelo operacional: visa gerar eficiências em processos internos da Telefônica Brasil, com o objetivo de reduzir emissões dos escopos 1 e 2, e compensar/neutralizar aquelas que ainda não foram possíveis de evitar.

Modelo de cadeia de valor: atua sobre as emissões do Escopo 3, por meio do engajamento e desenvolvimento de fornecedores e fabricantes e da aplicação e critérios de circularidade na compra de equipamentos e materiais.

Modelo comercial: incentiva a Telefônica Brasil a desenvolver e oferecer produtos e serviços digitais que possibilitam a redução das emissões dos clientes e promove o consumo consciente, de maneira que os consumidores utilizem critérios de sustentabilidade em suas decisões de compra.

Modelo econômico: compreende as ferramentas para investimento em eficiência da operação e a internalização do preço de carbono como alavancas para apoiar a tomada de decisões e a análise financeira das mudanças climáticas.

Modelo de governança: transversal a toda a Companhia, de forma a guiar os demais modelos, trabalha para o cumprimento de metas, o reconhecimento do seu poder em influenciar a sociedade e estabelece alianças com grupos que estejam alinhados a seus interesses, a fim de fomentar as discussões e ações para o combate às mudanças climáticas.

Em suas operações, a Vivo monitora ativamente as questões relacionadas às mudanças climáticas, reconhecendo que impõem uma série de riscos, tanto físicos quanto regulatórios. A Companhia está ciente de que o aumento da frequência e severidade dos eventos climáticos extremos, como tempestades, calor extremo e inundações, podem afetar sua infraestrutura e causar falhas nas redes. O agravamento desses fenômenos eleva o risco de danos às infraestruturas, especialmente em eventos consecutivos, o que pode acarretar escassez de recursos para reparação e restauração.

Outro ponto relevante é a elevação das temperaturas médias, que gera maior demanda por refrigeração dos equipamentos de rede, aumentando os custos operacionais e podendo impactar a continuidade dos serviços. Complementarmente, a escassez ou indisponibilidade de recursos energéticos ocasionada por desastres climáticos pode elevar os custos de energia, prejudicando a operação e os resultados financeiros da Companhia. Para mitigar esses impactos, **a Vivo adota ações focadas em maior eficiência energética, no uso de energias renováveis, na geração distribuída de energia e, também, na autoprodução de energia.** Essas iniciativas não apenas reduzem os custos operacionais, mas também contribuem

para a resiliência da Companhia frente aos riscos de mercado. **Dessa forma, a Vivo busca assegurar a continuidade e a qualidade dos serviços oferecidos, mesmo diante dos desafios impostos pelas mudanças climáticas.**

Com o objetivo de gerenciar os principais riscos identificados, a Vivo conta com um **programa de Adaptação que inclui planos de Eficiência Energética, plano de Energia Renovável** e uma área dedicada à Continuidade do Negócio, orientada pelo Regulamento de Continuidade Global de Negócios (GBC). Este programa visa garantir a máxima resiliência das operações da Companhia diante de qualquer eventual interrupção.

As mudanças climáticas também geram oportunidades, especialmente na transição para uma economia de baixo carbono, impulsionando novos modelos de negócio sustentável. O relatório **SMARTer2030 – ICT Solution for 21st Century Challenges** destaca que a digitalização pode reduzir as emissões globais em 20% até 2030.

Por meio da digitalização, do uso de serviços de big data e da Internet das Coisas (IoT, na sigla em inglês), empresas e sociedade



podem fazer essa transição, escolhendo soluções digitais que reduzem as emissões de seus processos e atividades cotidianas.

Um exemplo disso é o Selo Eco Smart, que identifica os produtos e serviços comercializa-

dos pela Vivo que ajudam a reduzir as emissões de carbono dos clientes B2B. Esses produtos impulsionam a descarbonização por meio da tecnologia e da conexão digital. Para mais informações, consulte a seção sobre **Produtos e serviços sustentáveis.**

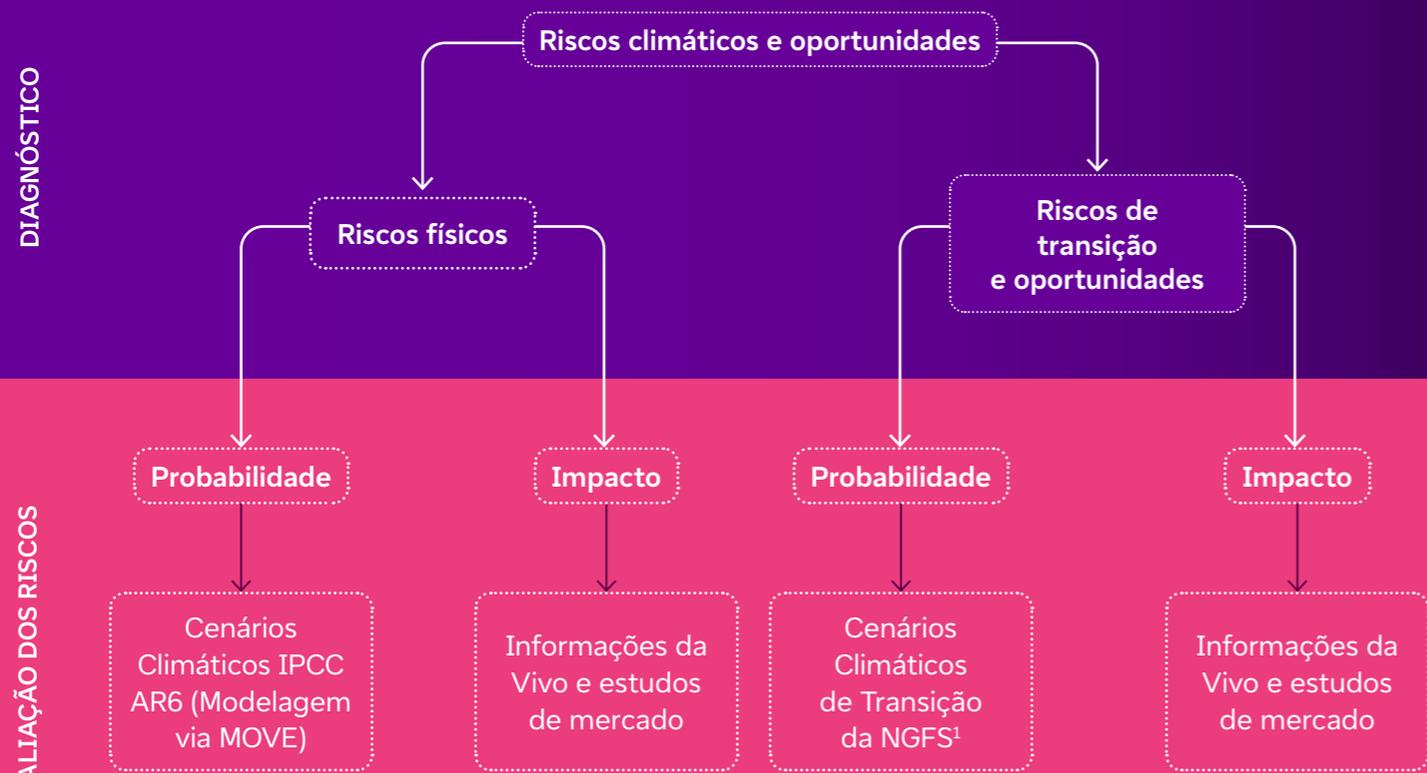
A Vivo entende que a digitalização será fundamental para enfrentar a transição para uma economia de baixo carbono e está alinhando suas estratégias comerciais e ambientais para encontrar oportunidades relacionadas a esses novos tipos de soluções, que têm o potencial de otimizar o consumo de recursos e, portanto, reduzir impactos no meio ambiente.



Avaliação de riscos e oportunidades

Com base nas recentes atualizações do Sexto Relatório de Avaliação (AR6) do Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima (IPCC), a Vivo, em parceria com a consultoria Waycarbon, realizou uma avaliação sobre riscos climáticos considerando os cenários Shared Socio-Economic Pathways (SSP).

Os riscos físicos foram avaliados usando projeções de variáveis climáticas para três cenários diferentes de trajetórias de concentração de CO₂ definidos pelo IPCC, nos horizontes temporais de 2030, 2050 e 2070.



Nota: a avaliação considera as operações da Vivo que se concentram exclusivamente no território nacional.
 ¹ Network for Greening the Financial System.

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

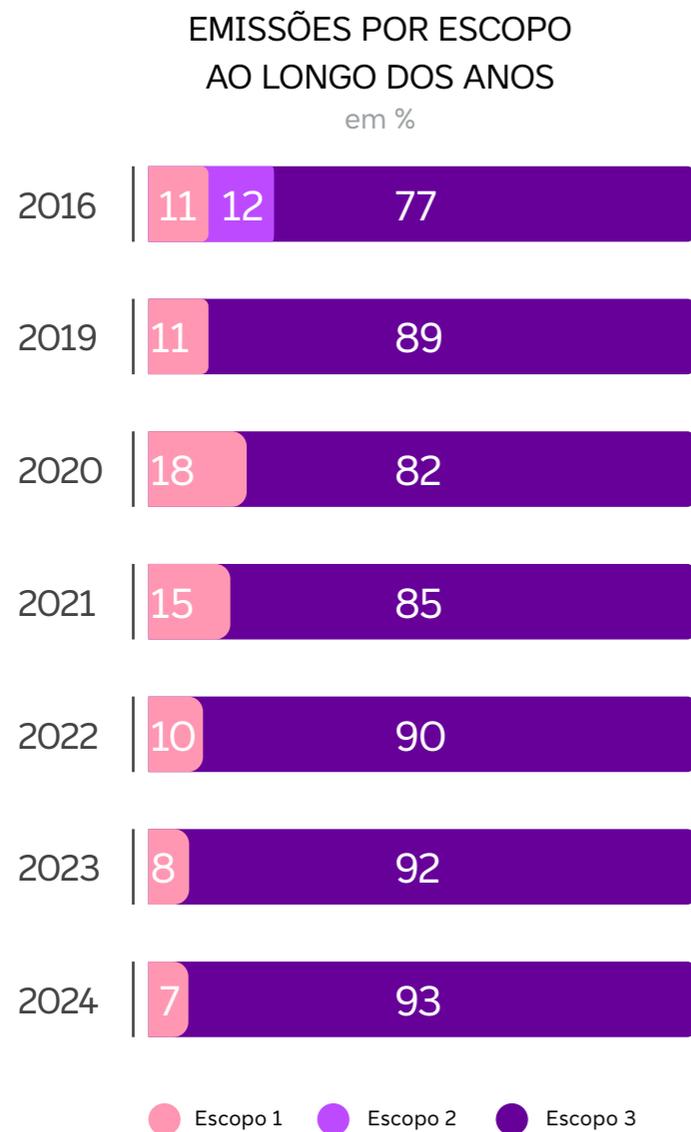
- Cenário otimista em termos de emissões de Gases de Efeito Estufa, em que o aumento de temperatura não ultrapassa os 2,0 °C até 2100;
- Cumprimento do Acordo de Paris na maioria dos países;
- Rápidas e intensas intervenções de políticas climáticas;
- Eventos climáticos extremos moderados e em redução ao longo do século.

Os principais riscos e oportunidades identificados pela Vivo são apresentados no **capítulo de anexos**. Esta avaliação tem como objetivo atualizar a análise realizada em 2021 e 2023 e preparar a Companhia para respostas futuras, alinhadas aos requisitos regulatórios.





Ações estratégicas para a gestão das emissões de Escopo 3



A Vivo tem realizado um importante trabalho em sua jornada de descarbonização através de um programa estruturado para redução das emissões, com destaque para a diminuição das emissões dos Escopos 1 e 2.

Em 2024, as emissões de Escopo 3 passaram a representar **93% das emissões totais**, indicando que a cadeia de fornecedores concentra a maior parte dessas emissões, ou seja, **80% das emissões de toda a cadeia de valor** da Companhia.

Para cumprir sua meta Net Zero, a Vivo tem intensificado o engajamento de seus principais fornecedores e o desenvolvimento de planos de ação voltados para a melhoria na gestão das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE).

Programa de Carbono na Cadeia de Fornecedores

Nesse contexto a Vivo conta com seu **Programa de Carbono na Cadeia de Fornecedores**, com o objetivo de reduzir as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) ao longo de sua cadeia de fornecimento, um passo essencial para atingir suas metas climáticas e contribuir com a descarbonização global.

De um universo de aproximadamente 1.200 fornecedores, foram selecionados para o Programa cerca de 125 empresas pertencentes às categorias mais intensivas em carbono, incluindo:

- Equipamentos eletrônicos (B2B e B2C);
- Equipamentos de redes energizados;
- Materiais de rede (passivos);
- Serviços de rede e; e
- Logística e transporte.

Essa seleção abrange mais de **80% das emissões dos fornecedores e 58% dos gastos da cadeia de fornecimento**. Ao envolver todos os fornecedores das categorias mais significativas em carbono no programa, a Vivo assegura isonomia nos processos concorrenciais e oferece a oportunidade para que todos ampliem seus conhecimentos em gestão de carbono e mudanças climáticas.

Após a seleção, foi conduzido um diagnóstico para avaliar o nível de maturidade das empresas em relação à gestão de carbono. No início do projeto, constatou-se que apenas 30% dos fornecedores mensuravam, mitigavam ou se comprometiam a reduzir suas emissões, demonstrando a necessidade de desenvolver e preparar a cadeia de fornecimento da empresa para uma economia de baixo carbono.

Com esse cenário, a Vivo construiu um programa com ciclos anuais que inicia engajando os fornecedores através de uma trilha de capacitação, abordando desde conceitos básicos (como elaborar inventário de emissões) até tópicos avançados, como riscos climáticos e transparência nos reportes.

As empresas que optam em seguir sua jornada de desenvolvimento, recebem o apoio de uma consultoria individualizada, sem custos, com a contrapartida de assumirem um objetivo climático com a Vivo e o planeta. Com o apoio dessa consultoria, os fornecedores conseguem sanar dúvidas específicas do setor em que atuam, mapear suas fontes de emissão e realizar inventários de carbono.

Além disso, a consultoria trabalha junto aos fornecedores na construção de metas voluntárias, seja em redução de emissões, uso de energia renovável ou compensação de carbono. As metas apresentadas pelos fornecedores precisam seguir a metodologia SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, and Timely), ou seja, ser Específica, Mensurável, Atribuível, Realista e Temporal.

Por meio do monitoramento, realizado nas etapas de cadastro e renovação em novas concorrências, é possível medir a evolução de cada fornecedor frente aos objetivos apresentados e, quando necessário, recomendar ajustes nas ambições das empresas para que estejam mais alinhadas à sua representatividade enquanto fornecedor da Vivo.

Para os fornecedores de serviço intensivos em carbono, costuma-se incluir em contrato a solicitação para que estabeleçam metas de redução de emissões alinhadas com a iniciativa Science Based Targets (SBTi). Esses fornecedores devem desenvolver e apresentar metas de redução de emissões com base científica ao SBTi dentro de seis meses após a assinatura do contrato, e concluir sua validação dentro dos prazos estabelecidos pelo programa.

Em 2024, o programa capacitou 86 empresas e impactou mais de 220 profissionais. Como resultado, a Vivo conseguiu com que 87% dos fornecedores carbono intensivos participantes do programa assumissem compromissos voluntários pelo clima.

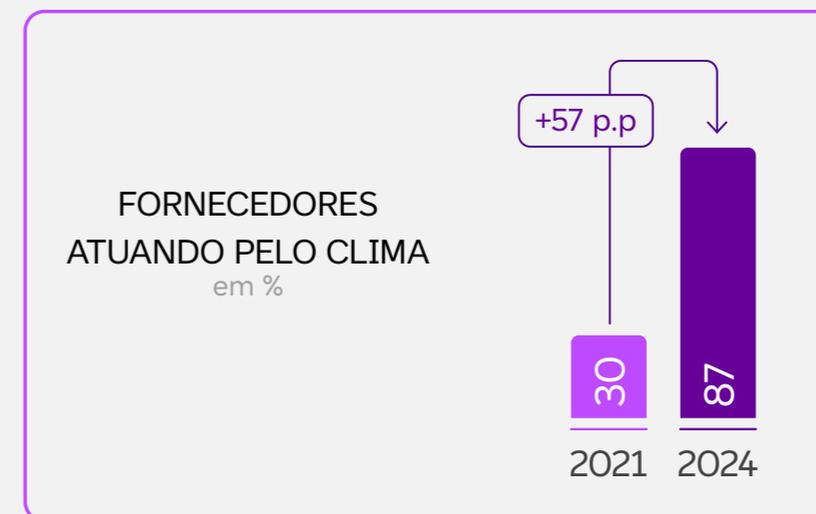
Cadeias sustentáveis

+1.200
fornecedores

125
empresas em
categorias carbono
intensivas

Equivalente a
+80%
das emissões de
fornecedores

- 1 Engajamento – workshops
- 2 Desenvolvimento – consultoria
- 3 Compromisso – objetivos e metas
- 4 Monitoramento – verificação e atendimento
- 5 Aceleração – aceleração das ambições
- 6 Validação SBTi – metas baseadas na ciência





Com o apoio da Vivo e da consultoria oferecida, estamos mapeando nossas emissões e elaborando nosso inventário de Gases de Efeito Estufa. Com isso, temos avançado na identificação e definição de ações estratégicas para redução dos principais fatores de emissão. Com o gerenciamento mais eficiente, alcançamos reduções significativas. Esse processo não apenas traz mais engajamento, mas também sinaliza novas oportunidades para contribuirmos de maneira importante no combate às mudanças climáticas.



O apoio da Vivo foi fundamental para ampliar o conhecimento e fortalecer nossas práticas em sustentabilidade. Nossa experiência no programa tem sido muito positiva, proporcionando uma visão mais estruturada sobre a gestão de emissões e a importância do engajamento com a sustentabilidade. O programa forneceu à nossa empresa apoio técnico para gerir e monitorar emissões de carbono e maior conscientização e envolvimento das equipes para adotar práticas mais sustentáveis no dia a dia e identificar oportunidades para mitigar as emissões em nossas operações. Não podemos deixar de destacar, também, a integração e troca de conhecimento entre as empresas. Agradecemos à Vivo pelo pioneirismo e suporte contínuo, que têm sido essenciais para impulsionar a implementação de medidas concretas no combate às mudanças climáticas. Seguimos comprometidos com a evolução contínua para um modelo de negócios mais sustentável.



Compras de baixo carbono

Como 80% das emissões de Escopo 3 da Vivo vêm de fornecedores, trabalhar com empresas que têm estratégias de descarbonização ajuda a reduzir as emissões associadas às compras de bens e serviços. Além da inclusão de requisitos de sustentabilidade no processo de compras, a Companhia conta com a Instrução de Compras de Baixo Carbono, a qual orienta sobre a necessidade de aplicação dos princípios de eficiência energética e baixo carbono nas compras de equipamentos que são grandes consumidores de energia e gases refrigerantes. Essa instrução está alinhada com a Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento e com a Política de Gestão Energética.

Por meio dessa instrução, a empresa incorporou o conceito de Custo Total de Propriedade (Total Cost of Ownership - TCO) no processo de aquisição de equipamentos, no qual considera a quantidade de energia e/ou gás refrigerante que o equipamento consumirá durante a sua utilização, e não apenas o custo de compra. Também foi incorporado à instrução o preço interno do carbono, como forma de aprimorar a gestão e direcionar as escolhas de compras. Estabelecer um preço interno do carbono é uma das formas mais eficazes que as empresas têm para fazer a gestão de riscos e oportunidades associados à redução de suas emissões e, assim, internalizar os custos derivados, permitindo o financiamento eficiente de sua transição para uma economia de baixo carbono.





Prolongamento da vida útil de materiais e equipamentos

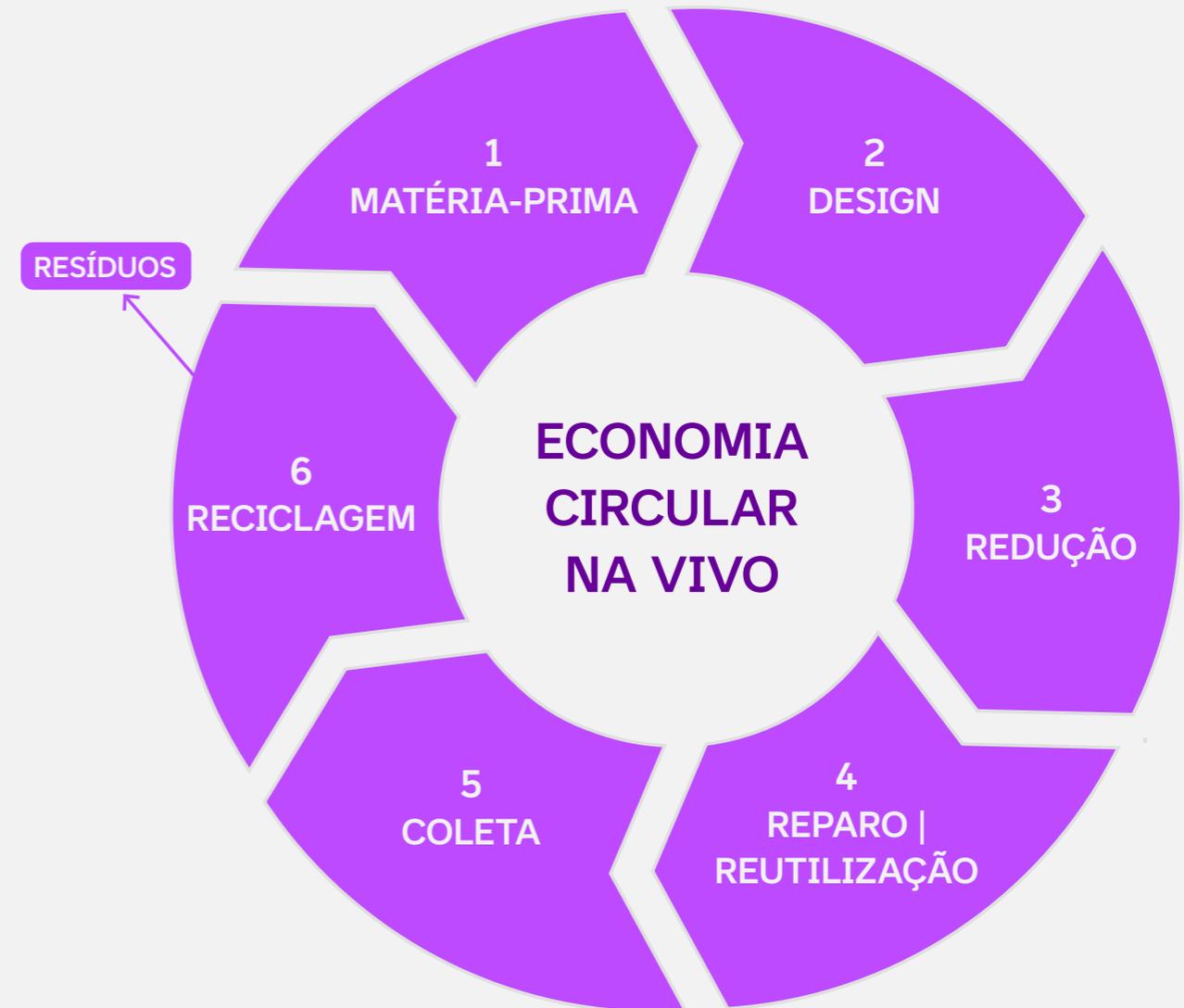
O carbono é um componente fundamental presente em todos os equipamentos utilizados para fornecer a conectividade e expandir a digitalização. Neste contexto, a transição para uma economia circular, que promove a extensão da vida útil dos produtos e reintegra os resíduos nos ciclos de produção, é uma estratégia importante para reduzir as emissões de carbono. De acordo com o **Circularity Gap Report 2024**, o manejo e uso de materiais contribuem com 70% das emissões globais de Gases de Efeito Estufa (GEE); somente 7,2% da economia mundial é circular.

Incorporar o conceito de circularidade nos negócios, especialmente nas telecomunicações, ajuda a evitar emissões de GEE, devido à alta geração de carbono na extração e processamento de matéria prima. Para tanto, a Vivo adota ações de economia circular desde a aquisição ao reaproveitamento de equipamentos.

Economia circular

Alinhada ao ODS 12, que incentiva padrões de produção e consumo sustentáveis, a Vivo promove a economia circular no uso de equipamentos eletrônicos, integrando práticas de ecodesign, reutilização e reciclagem. Essa abordagem desempenha um papel essencial na redução do desperdício de recursos e da geração de resíduos, ao fechar os ciclos produtivos e diminuir a dependência da extração de matéria-prima.

Assim, para ampliar o uso eficiente dos recursos e mantê-los pelo maior tempo possível em uso, **a Vivo possui um Plano de Economia Circular (PEC) estruturado em seis etapas.**





1 - MATÉRIA-PRIMA: está conectado com o tipo de insumo, que será adotado para a produção, incluindo sua origem. A Vivo se preocupa com a sustentabilidade dos materiais utilizados. Em contratos com seus fornecedores, solicita que os materiais, equipamentos e outros itens necessários à prestação de serviços não contêm minerais de áreas de conflito.

2 - DESIGN: A Vivo está comprometida em aplicar critérios de **ecodesign** para minimizar o impacto ambiental nas etapas do ciclo de vida dos seus produtos e serviços. Através das Compras com Critérios de Circularidade, aplica-se um questionário com parâmetros ambientais no processo de aquisição de equipamentos eletrônicos. Esse questionário ajuda a empresa a avaliar temas essenciais para alcançar as suas metas de circularidade, como os aspectos de modularidade e durabilidade dos componentes, ecoeficiência energética e uso de plástico reciclado. **A ambição da Vivo é implementar esses critérios em 100% dos processos de compras de modems, decoders e set up boxes utilizados nos domicílios dos clientes até 2025, sendo que, em 2024, 60% dos processos de compras já incorporaram esses critérios.**

Existe também a iniciativa Desenhos com Critérios Ambientais, que introduz critérios de circularidade na concepção de equipamentos de conectividade doméstica. Nessa abordagem, são considerados conceitos como reparabilidade, reciclabilidade e eficiência no uso de energia e materiais. Com isso, é possível desenvolver equipamentos mais duráveis, que reduzem o consumo de matérias-primas, energia e emissões associadas, tanto nos processos de produção quanto na fase de utilização dos aparelhos.

3 - REDUÇÃO: o consumo consciente é fundamental para reduzir o uso desnecessário de recursos. Essa iniciativa contribui para evitar a geração de resíduos e, conseqüentemente, para a diminuição dos impactos ambientais associados a eles.

Em 2019, a Vivo implementou a substituição dos copos plásticos por copos de papel, evoluindo para a retirada total em 2022 tanto nos prédios quanto nas lojas. Isso incentiva os colaboradores a utilizarem utensílios reutilizáveis e diminui o descarte de materiais de uso único.

Nas operações, se destaca o projeto Matrix que visa realizar conexões de fibra óptica de maneira mais eficiente, pois reaproveita cabeamentos existentes em endereços e locais que anterior-

mente foram de clientes da Vivo. Além disso, o projeto realiza a conectorização em campo, reduzindo o consumo de cabos com metragens definidas, que gerariam desperdício. Desde seu início, em 2022, o projeto Matrix evitou o uso de cerca de 70 mil quilômetros de cabos.

Só em 2024, o Projeto Matrix evitou o uso de 38 mil quilômetros de cabos, com economia de mais de R\$ 29 milhões.

4 - REPARO | REUTILIZAÇÃO: iniciativas que enfatizam a reparabilidade e a reutilização de componentes são cruciais, pois possibilitam a troca de partes específicas de um produto em detrimento a seu descarte completo, promovendo a cultura do reuso. Essa abordagem circular não só prolonga a vida útil dos bens, mas também alivia a pressão sobre os recursos naturais, reduzindo a necessidade de extração de matérias-primas virgens.

Um exemplo disso, é o programa Vivo Renova. Voltado aos clientes, o programa promove a troca de celulares antigos por vouchers de descon-

to, o que facilita o acesso a novas tecnologias enquanto estende a vida útil dos dispositivos usados que são comercializados novamente. O objetivo é aumentar a durabilidade dos aparelhos através da reutilização, incentivando um ciclo de consumo mais consciente e sustentável.

Com relação aos serviços da rede fixa, o projeto de modems e decoders aplica o conceito **de reparo e reutilização** nos equipamentos recolhidos das casas dos clientes, com o objetivo de recolocar o equipamento recondicionado na casa de um novo cliente, ou de reciclar as peças dos aparelhos que não possuem mais condições de reparo. Esse programa reduz o impacto associado à produção de novos equipamentos ao longo de todo o ciclo produtivo, desde a extração da matéria-prima até o seu transporte aos centros de distribuição.

Desde 2017, a Vivo reparou mais de 11 milhões de modems e decoders, sendo mais de 1,1 milhão destes somente em 2024.

A Vivo também desenvolveu o projeto de reutilização de uniformes, que alia sustentabilidade ambiental e impacto social. Nesse projeto, os uniformes que seriam descartados são trans-

formados em novos produtos. A confecção desses itens é realizada por meio de trabalho justo e inclusivo, promovendo a reintegração social e econômica de mulheres egressas do sistema prisional.

5 - COLETA: ações estruturadas para coletar, identificar e segregar os resíduos com precisão, não apenas maximiza a aplicação de soluções e tecnologias adequadas a cada tipo de material, mas também resulta em uma significativa redução de custos de reciclagem e um aumento no valor agregado dos materiais coletados. A Vivo adota práticas de coleta seletiva em suas instalações, promovendo a reciclagem de papel, plástico, vidro e outros materiais entre seus colaboradores. A desse tema dessa temática é orientada pelo Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), no qual a Companhia estabelece ações para promover a destinação ambientalmente adequada dos resíduos gerados.

6 - RECICLAGEM: os resíduos descartados podem ser reinseridos na cadeia produtiva, evitando seu acúmulo em lixões ou aterros sanitários, de maneira a reduzir as pressões sobre as matérias primas e preservar os

recursos ambientais e a biodiversidade.

Desde 2006, o programa Vivo Recycle mobiliza a sociedade sobre o consumo consciente e descarte correto de resíduos eletrônicos. Com pontos de coleta espalhados em todo o território nacional, o programa permite que os resíduos eletrônicos coletados sejam reciclados e retornem à cadeia produtiva na forma de matéria-prima.

Nas suas operações, em 2024, a Vivo Vivo reciclou mais de 97% dos resíduos gerados e tem como objetivo enviar zero resíduos para aterro sanitário até 2030.

Esse compromisso possibilitou à Vivo ser uma das primeiras empresas aderirem ao movimento Conexão Circular em 2023, lançado no Brasil pelo Pacto Global da ONU, dentro da Ambição 2030, com o objetivo de engajar empresas em práticas sustentáveis.

7 - RESÍDUOS: quando as etapas anteriores da economia circular não são viáveis e há geração de resíduos, a Companhia realiza a destinação ambientalmente adequada. Isso significa garantir que os resíduos sejam tratados de maneira que seu impacto ambiental seja minimizado.

Um dos desafios contemporâneos para o setor de telecomunicações é a reciclagem da fibra

óptica, devido à complexa composição desse produto, que torna a separação e reciclagem dos componentes difícil. Para enfrentar este obstáculo, a Vivo está investindo em estudos com o objetivo de desenvolver soluções viáveis. Para garantir a eficácia das iniciativas na gestão dos resíduos a Vivo utiliza o Sistema de Gestão de Resíduos da Telefónica (GReTel), para monitoramento e rastreamento dos volumes gerados, bem como do tratamento aplicado aos resíduos.

O objetivo é fortalecer a gestão de resíduos, promovendo a circularidade e identificando novas oportunidades para reduzir e reciclar os resíduos. Ao total, a cadeia de fornecedores abrange mais de 300 empresas prestadoras de serviços, responsáveis pela geração, transporte e disposição final dos resíduos.

Os dados registrados são auditados periodicamente por organismo externo, que assegura a confiabilidade das informações e permite a melhoria contínua no desempenho ambiental da Vivo.

Com sua estratégia de economia circular, a Vivo estabeleceu a meta ambiciosa de atingir zero resíduos enviados para aterro até 2030, considerando suas operações, priorizando reutilização, reparo, reciclagem e redução de resíduos. Essas iniciativas preservam recursos naturais ao minimizar a extração de matéria-prima virgem, prolongam a vida útil dos equipamentos e integram materiais reciclados à cadeia produtiva, contribuindo para a redução das emissões indiretas de Gases de Efeito Estufa (GEE).





PREVENÇÃO DE IMPACTOS RELACIONADOS A RESÍDUOS

GRI 301-3

A Vivo utiliza uma abordagem abrangente na prevenção de impactos decorrentes de resíduos, por meio de uma estratégia que engloba a sua cadeia de fornecedores. Para garantir a gestão adequada de resíduos, a Companhia utiliza um software para homologar e monitorar a conformidade ambiental das empresas responsáveis por esta atividade.

Como parte de sua responsabilidade ambiental, a Vivo engaja seus parceiros a seguirem a Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento, buscando garantir o cumprimento dos princípios de sustentabilidade em todas as etapas. Em todas as minutas contratuais com os fornecedores geradores de resíduos, existem cláusulas específicas detalhando as exigências legais e de gestão da Companhia sobre o tema.

Dessa maneira, todo o processo de gestão de resíduos da Companhia segue as legislações ambientais e os preceitos dos órgãos fiscalizadores, como a emissão do Manifesto de Transporte de Resíduos (MTR) e o Certificado de Destinação Final (CDF), documentos avaliados pelas auditorias de Sustentabilidade, que visam identificar oportunidades de valorização dos materiais e minimizar impactos ambientais das operações da Companhia.

O compromisso da Vivo com a redução, reutilização, reaproveitamento e reciclagem dos resíduos reflete sua preocupação em garantir um planeta mais limpo e saudável para as gerações futuras. A partir dos processos, controles e treinamentos com fornecedores, a empresa faz com que este princípio seja compartilhado por toda a sua cadeia de valor.

Vivo Recicle

GRI 3-3 Tema material: Gestão ambiental, 301-3, 306-1, 306-2, SASB TC-TL-440A.1

O **Vivo Recicle**, programa de logística reversa de resíduos eletrônicos, promove a economia circular e o consumo consciente entre os consumidores. Com pontos de coleta espalhados por todo o território nacional, incluindo lojas e prédios administrativos, o programa possibilita que resíduos eletrônicos de pequeno porte, como celulares, baterias e cabos, sejam reciclados e reintegrados à cadeia produtiva na forma de matéria prima.

Em 2024, as ações do programa Vivo Recicle foram ampliadas com o intuito de impulsionar cada vez mais a economia circular no país. Em uma parceria com a Fundação Telefônica Vivo, foram engajados jovens de comunidades ao redor de 23 escolas públicas e ONGs

beneficiadas pelo programa de Voluntariado da Fundação Telefônica Vivo. A iniciativa contemplou gincana e prêmios e coletou 23 toneladas de eletrônicos, como celulares, cabos, fones e teclados. Participaram da ação instituições de todas as regiões do Brasil nas cidades de Belo Horizonte, Boa Vista, Brasília, Campo Grande, Curitiba, Diadema, Guarulhos, Imperatriz, Jaboatão dos Guaraperes, Rio de Janeiro, São Paulo e Vitória da Conquista.

A gincana do Vivo Recicle conscientizou e engajou mais de 21 mil estudantes sobre práticas de cuidado com o meio ambiente, especialmente a circularidade. As turmas que se destacaram na campanha de coleta de resídu-



23 t de resíduos eletrônicos acumulados das linhas verde, azul e marrom



21 mil crianças, jovens e professores participantes



10 estados participantes

os eletrônicos participaram de vivência cultural no cinema, com transporte, combo de pipoca e refrigerante. Mais de 1.200 crianças e jovens e 230 professores e diretores mais engajados foram reconhecidos nesta iniciativa.

Além disso, a Vivo realizou uma campanha com o mote “Desengaveta, Reciclar é construir um Futuro Vivo”. A iniciativa engajou a sociedade, de uma forma descomplicada, no descarte de equipamentos em desuso, como celulares, fones e carregadores. A proposta foi para que estes resíduos saiam da invisibilidade do fundo da gaveta de casa e retornem para a economia circular, evitando danos ao meio ambiente.

A campanha contou também com uma ginca- na para os colaboradores das lojas, do admi- nistrativo e das regionais. As diretorias mais engajadas e que arrecadaram a maior volume- tria de resíduos, considerando volume em peso coletado e número de participantes, ganharam ingressos do festival Lollapalooza para sorteio, e os diretores foram reconhecidos em uma importante convenção da alta liderança.

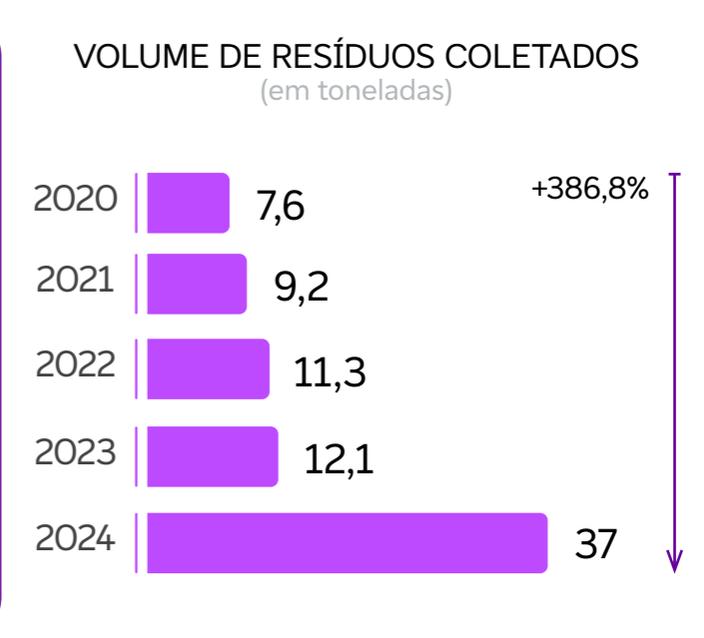
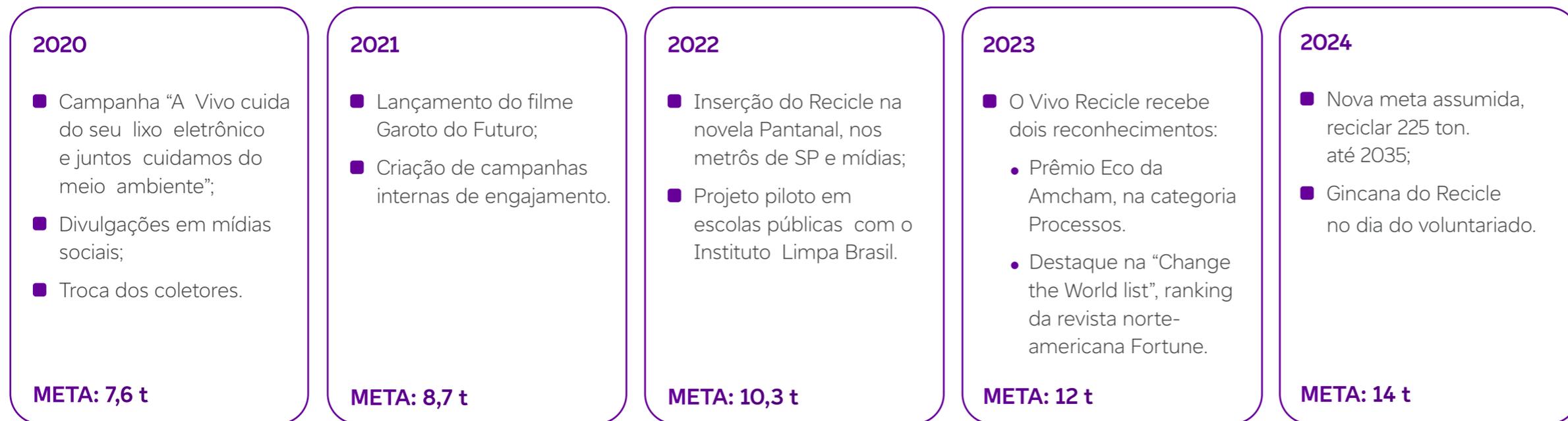
Durante o ano, o programa contou também com a participação de influenciadores enga- jados nas pautas ambientais e parceiros da marca, como o DJ Alok e os esportistas Gabriel e Sophia Medina, que descartaram resíduos

eletrônicos nas urnas do Vivo Recycle e incen- tivaram os consumidores a fazerem o mesmo, reforçando a importância da destinação ade- quada desses materiais. O impacto dessas ações foi expressivo, com destaque para o alcance das postagens como o vídeo de Gabriel Medi- na, que obteve 1,6 milhões de visualizações e 14 mil curtidas.

Esse ano foi um marco na atuação da Vivo em economia circular, pois demonstra o potencial da empresa em ir além das fronteiras de sua operação e influenciar a sociedade com seus valores e boas práticas. Como resultado des- tas iniciativas, somente em 2024, o Vivo Recycle

recolheu 37 toneladas de resíduos eletrônicos junto aos consumidores, um crescimento de mais de 200% frente ao ano anterior, resultado de campanhas com clientes, colaboradores e estudantes de escolas beneficiadas por inicia- tivas da Fundação Telefônica Vivo. Um avanço importante rumo ao desafio estabelecido pela empresa, que é sair de 150 toneladas acumu- ladas, entre 2006 e 2023, para 225 toneladas nos próximos 12 anos, chegando a 375 tonela- das até 2035.

Além disso, a Vivo promove a logística reversa de equipamentos de sua rede fixa, como modems e decodificadores, instalados nas residências de



1.792
pontos de coleta

187 t
coletadas de
2006 a 2024

Vivo Recycle recolheu
37 t
resíduos eletrônicos
junto aos consumidores

1,1 Mi
modens e
decodificadores
recondicionados

clientes para os serviços de banda larga e TV. Esse programa contribui para a redução da necessidade de extração de novas matérias-primas e diminui as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) associadas à fabricação de novos dispositivos. Em 2024, mais de 1,1 milhão de modens e decodificadores foram reutilizados, representando 585,3 toneladas de equipamentos reciclados.

A Vivo tem como meta atingir **90% de recondicionamento e reutilização** desses equipamentos até 2025. Os clientes podem solicitar a retirada dos dispositivos fora de uso no conforto de suas casas ou entregá-los em um dos cerca de **1,8 mil pontos de coleta** localizados em lojas Vivo em todo o país.

Digitalização – Projeto Paper Less

Para a Vivo, **Digitalizar para Aproximar** significa integrar estratégias, tecnologias, pessoas e cultura para oferecer experiências aprimoradas a clientes e colaboradores. Essa abordagem visa reduzir custos e tempo de transações, tornando-as mais organizadas, eficazes e sustentáveis.

Por meio do Projeto Paper Less, a Companhia diminui o consumo e armazenamento de papel em todas as áreas, reforçando a segurança documental através da digitalização e impressão consciente. Essa iniciativa abrange todas as operações da Vivo, desde processos administrativos até lojas e canais de vendas B2B e B2C, incluindo operações terceirizadas e fornecedores. **Em 2018, a Vivo estabeleceu a meta de reduzir em 70% o volume de impressões de documentos até 2021, diminuindo de aproximadamente 4,4 milhões para 1,3 milhões de páginas por mês.**

Em 2024, para potencializar os indicadores do Paper Less, a Companhia concluiu o projeto de **Catálogo, Descarte Seguro e Otimização do Acervo Físico**, resultando em uma redução substancial no seu acervo de documentação. Este trabalho notável proporcionou a diminuição de 580 mil caixas de documentos para aproximadamente 70 mil caixas.

Além disso, a redução no acervo trouxe uma significativa economia financeira, diminuindo o custo mensal de armazenamento de R\$ 261 mil para R\$ 58 mil, representando uma redução de aproximadamente 78%.

A digitalização também é aplicada na assinatura de documentos administrativos e contratos com fornecedores. Atualmente, a Companhia utiliza o **Portal de Assinaturas**, uma ferramenta própria que já processou cerca de 1 milhão de documentos, facilitando a assinatura digital e contribuindo para a eficiência e sustentabilidade dos processos internos.

Diminuição de
510 mil
caixas de documentos

Custo de
armazenamento de
R\$ 261 mil
para R\$ 58 mil

Redução do custo
de
aproximadamente
78%

Cerca de
1 Mi de documentos
processados digitalmente



Produtos e serviços sustentáveis

GRI 3-3 Tema material: Digitalização

Faz parte da estratégia de sustentabilidade desenvolver e disponibilizar produtos, serviços e soluções sustentáveis. A Companhia **estimula o consumo responsável e consciente durante toda a jornada do cliente.**

A Vivo utiliza a transformação digital e a conectividade como fatores-chave para promover a sustentabilidade em sua cadeia de valor. A empresa está comprometida em auxiliar seus clientes no uso eficiente de recursos e na descarbonização de suas atividades. Para isso, são fornecidas informações sobre os benefícios ou atributos ambientais de produtos e serviços para que a sustentabilidade faça parte da decisão de compra dos clientes Vivo.

Nas lojas físicas e online, a Companhia oferece o selo Eco Rating, que orienta os consumidores na escolha de smartphones mais sustentáveis. Os dispositivos que recebem o **selo Eco Rating** são avaliados por meio de uma metodologia baseada no desempenho ambiental dos celulares considerando todo o ciclo de vida. A avaliação considera fatores como a pegada de carbono

no das etapas de extração de matérias-primas, fabricação, transporte, além da economia de energia e a eficiência do carregador durante o uso do aparelho. Outros aspectos avaliados incluem a durabilidade dos produtos, a embalagem responsável e o potencial de reciclabilidade após o descarte, com foco na redução de resíduos.

Eco Rating

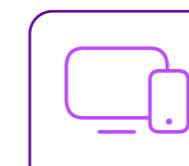
ETAPAS DO CICLO DE VIDA:



Principais categorias analisadas:

- **Durabilidade:** Apresenta, entre outros fatores, a resistência física do aparelho, a vida útil de sua bateria e de seus componentes, além do período de garantia do telefone.
- **Reparabilidade:** Mede a facilidade de reparo do telefone, incluindo ações que podem aumentar sua vida útil ao facilitar seu reparo, reutilização e atualização.
- **Reciclabilidade:** Ele mede a facilidade de recuperação e desmontagem dos componentes do dispositivo e se seus materiais podem ser reciclados ao fim de sua vida útil.
- **Eficiência climática:** Mede as emissões de gases de efeito estufa ao longo do ciclo de vida do telefone. Quanto maior a pontuação, maior a proteção do meio ambiente.

- **Eficiência de uso de recursos:** Mede o impacto causado pela extração da matéria-prima necessária à fabricação do telefone. Quanto maior a pontuação, maior a disponibilidade de matéria-prima.



Saiba mais na página em Eco Rating

PEGADA DE CARBONO

A Vivo oferece uma calculadora online para que seus clientes possam visualizar as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) geradas pelo consumo de serviços de dados, voz e TV por assinatura. A ferramenta permite que os usuários compreendam o impacto ambiental de suas escolhas e adotem práticas mais sustentáveis. [Clique aqui para utilizá-la.](#)





Selo Eco Smart

Suportada por sua rede que opera com 100% de energia elétrica renovável e baixa emissão de CO₂, a Telefônica Brasil oferta aos clientes B2B soluções baseadas em Conectividade, Internet das Coisas (IoT), Cloud, Big Data ou 5G, que favorecem a transformação digital dos clientes e geram benefícios ambientais relevantes em suas atividades ou processos produtivos. Essas soluções ajudam a otimizar a utilização de recursos, acelerando a transição para modelos de economia circular e reduzindo as suas emissões, permitindo-lhes desenvolver o seu negócio de forma mais eficiente e sustentável, melhorando sua competitividade no mercado.

O **Selo Eco Smart** destaca os benefícios ambientais dos produtos, permitindo que os clientes empresariais da Vivo incorporem critérios de sustentabilidade em suas decisões de negócios. O selo é dividido em quatro categorias distintas, cada uma representando um benefício ambiental específico: eficiência energética, redução do consumo de água, diminuição das emissões de CO₂ e promoção da economia circular.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Definição do benefício ambiental

- **Produtos e Serviços que permitem controlar e gerenciar** a energia de instalações, prédios e/ou equipamentos, reduzindo o consumo de eletricidade.
- **Serviços de computação em nuvem**, Cloud Computing, que reduzem o consumo de energia através de plataformas compartilhadas, consolidando servidores de clientes. Desta forma, evita-se que cada cliente precise manter seus próprios servidores, cada um consumindo sua própria energia elétrica.

Exemplo de solução verificada com o selo

- **Vivo Cloud** – reduz o consumo de energia elétrica e, consequentemente, emissões de CO₂ por meio de plataformas compartilhadas.

CONSUMO RESPONSÁVEL DE ÁGUA

Definição do benefício ambiental.

- **Produtos e Serviços que promovam melhoria** na qualidade da água ou que ajudam a reduzir o seu consumo e a controlar perdas e vazamentos, durante o armazenamento, transporte ou consumo.

Exemplo de solução verificada com o selo

- **Clima Inteligente** – previsão climática em tempo real, que permite maior planejamento e controle do processo produtivo, do plantio à colheita.

REDUÇÃO DE EMISSÕES DE CO₂

Definição do benefício ambiental.

- **Produtos e serviços responsáveis pela redução** do deslocamento de seus clientes ou seus funcionários.
- **Produtos e serviços que permitem melhorar** o desempenho e manutenção de equipamentos de climatização e que, dessa forma, evitam o vazamento de gases refrigerantes.
- **Produtos e serviços de gerenciamento** de frota para obter economia de combustível.

Exemplo de solução verificada com o selo

- **Smart Steps Transit** – otimiza o consumo de combustível e reduz as emissões de CO₂, fornecendo dados que ajudam seus clientes a planejar o transporte de pessoas e mercadorias.

ECONOMIA CIRCULAR

Definição do benefício ambiental.

- **Produtos e serviços que promovem a coleta**, reparação e reciclagem de equipamentos.
- **Soluções que otimizam os processos de produção**, reduzindo o consumo de matéria-prima ou minimizando desperdícios.

Exemplo de solução verificada com o selo

- **Vivo Tech Microinformática** – Gestão remota e presencial de microinformática. O serviço inclui manutenção do hardware dos dispositivos móveis, prolongando assim a sua vida útil.

Para garantir a confiabilidade dos benefícios ambientais mapeados em cada solução, o selo ainda passa por verificação externa junto à Associação Espanhola de Normalização e Certificação.

Em 2024, a receita das soluções atingiu R\$ 2,7 bilhões, com um crescimento de cerca de 18% em relação a 2023. Além disso, estima-se que os serviços Eco Smart e de conectividade ajudaram seus clientes no Brasil a evitar a emissão de 14,8 milhões de toneladas de CO₂e em 2024.





Relacionamento com fornecedores

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

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

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

Cada empresa parceira tem autonomia para determinar seus próprios procedimentos, porém é importante que estejam alinhados às práticas, valores e princípios da Vivo descritos na **Política de Sustentabilidade na Cadeia de**

Fornecimento e fundamentados nos Princípios de Negócio Responsável. Esta política, também conhecida como Código de Conduta do Fornecedor, foi revisada em 2024 e aprovada pelo Conselho de Administração e não apenas reflete a visão da Telefônica, em termos de sustentabilidade e gestão de risco, mas também é parte do planejamento estratégico.

Alinhada à Política Global de Direitos Humanos e aos Princípios de Inteligência Artificial da Companhia, destaca a responsabilidade dos fornecedores na gestão de riscos e impactos socioambientais em suas próprias cadeias de suprimentos. Os Princípios de Negócio Responsável orientam para evitar qualquer tipo de conflito de interesses, prezando pela igualdade e imparcialidade.

Para garantir a conformidade com essas diretrizes, os processos de avaliação dos fornecedores incluem:

- Verificação dos requisitos de sustentabilidade;
- Aderência às legislações anticorrupção;
- Análise de processos administrativos e judiciais; e
- Existência de programas de integridade implementados.

Dessa forma, a Vivo busca estabelecer relações sustentáveis e de benefício mútuo com os fornecedores da Companhia, cumprindo a legislação aplicável e os padrões de comportamento ético e responsável, social, ambiental e de privacidade. Isso abrange tanto a Companhia e seus colaboradores, quanto seus parceiros comerciais. Em caso de descumprimento de seus princípios, políticas e normativas ou de violações à legislação vigente, manifestações podem ser feitas no Canal de Negócio Responsável.

Além disso, os contratos possuem a inserção de cláusulas específicas sobre os temas de ética, anticorrupção, sustentabilidade e direitos humanos. O descumprimento de qualquer disposição do anexo contratual poderá resultar na rescisão do contrato ou, a critério da contratante, o fornecedor deverá apresentar um plano de ações corretivas ou de remediação.

Além disso, os fornecedores que atuam junto a sua infraestrutura de redes são monitorados por meio do Sistema de Gestão Ambiental (SGA), certificado pela norma ISO 14.001:2015.

As ações da Companhia também incluem programas de engajamento, treinamento e comunicações com relação aos princípios e às diretrizes que norteiam os Princípios de Negócio Responsável [Saiba mais em Engajamento de Stakeholders](#).

Gestão de sustentabilidade na cadeia de suprimentos

GRI 3-3 Tema material: Sustentabilidade na cadeia de valor, 414-1

Programa Parceiro Plural

O programa Parceiro Plural é uma iniciativa inovadora e impactante, que tem como principal objetivo transformar a cadeia de valor em uma das mais sustentáveis do mercado, dando destaque à temática ESG. Este programa iniciou em agosto de 2024 e foi construído sob três pilares essenciais: comunicar, conhecer e contribuir, aplicável a 100% dos fornecedores. Através de uma comunicação transparente e engajamento contínuo, almeja-se que os parceiros de fornecimento se tornem referência em práticas de Sustentabilidade ou na Agenda ESG no mercado, contribuindo para manter a posição de liderança em sustentabilidade da Telefônica no Brasil.

A comunicação com fornecedores foi reformulada, contando com a criação de uma página institucional, estabelecendo, assim, uma conexão mais sólida e eficiente com seus parceiros.

O programa inicia-se com um questionário de autoavaliação das ações ESG implementadas pelos fornecedores, informadas no momento

inicial de relacionamento com a Vivo, na renovação ou quando selecionados para fornecimento. Esse processo proporciona uma visão mais abrangente dos fornecedores e identifica oportunidades de capacitação e aprimoramento. **Durante o ano de 2024, foram realizados 581 questionários de autoavaliação.**

Para apoiar o desenvolvimento dos fornecedores, são fornecidos conteúdos mensais sobre práticas e dicas relacionadas a temas de ética e integridade, socioambientais, direitos humanos, diversidade e inclusão, privacidade, riscos, entre outros. Além de feedbacks personalizados para aqueles que buscam melhorias.

O diferencial do programa Parceiro Plural **está em sua abordagem abrangente e personalizada.** O programa não apenas confere o desempenho em ESG, como também oferece capacitação personalizada para que fornecedores de diferentes segmentos possam, constantemente, aprimorar suas práticas.

Avaliação de riscos socioambientais

GRI 414-1, 414-2

Em 2024, a Vivo consolidou o uso da ferramenta de monitoramento **IntegrityNext**, implementada no segundo semestre de 2022, para monitorar fornecedores de alto risco em sustentabilidade. Essa solução avalia 100% dos fornecedores com base na metodologia global do Grupo Telefônica, para identificar e garantir o acompanhamento permanente dos classificados como fornecedores críticos para sustentabilidade. Além disso, todo fornecedor cuja contratação exceder 5 milhões de reais por ano, ainda durante o processo de compras, precisa fornecer informações adicionais para que seja realizada a qualificação econômico-financeira e trabalhista (este último, para contratação de serviços).

A partir do estabelecimento de normas, critérios e procedimentos de avaliação previstos na estratégia geral de compras, todos os fornecedores são avaliados e, de acordo com o volume financeiro e impacto no modelo de negócios da Companhia, são classificados como críticos ou não. Essa análise inclui fornecedores não substituíveis e fornecedores de componentes críticos/

diferenciados, e contribui para a mitigação de impactos indesejáveis, tanto do ponto de vista operacional quanto no atendimento às necessidades dos clientes.

A Vivo também possui uma classificação de todos os produtos e serviços que adquire. Aqueles mais estratégicos são gerenciados globalmente e, para cada um, é analisado e atribuído um risco, além de um valor mínimo para a contratação de um seguro de responsabilidade civil. Todos os fornecedores passam por uma avaliação com análise detalhada, que definirá os parceiros críticos em sustentabilidade, aos quais são aplicadas as seguintes ponderações:

- **Ponderação por aspectos:** são aplicados pesos de avaliação relacionados aos seguintes aspectos em sustentabilidade: condições de trabalho, saúde e segurança, meio ambiente, direitos humanos, minerais em zona de conflito, privacidade e promessa ao cliente;





- **Ponderação de risco segundo a procedência do produto ou serviço (e seus componentes):** valoração do nível de risco por cada subgrupo, conforme a possível procedência do produto ou serviço (e seus componentes);
- **Ponderação do risco segundo o impacto sobre a Companhia:** contempla o possível impacto na reputação da Telefônica caso os riscos analisados se materializem. O impacto na reputação da Companhia será maior quanto maior for a relação do produto ou serviço com a sua proposta de valor (contato direto com o cliente, comercializados com a marca da Companhia, entre outros) e/ou estratégia e posicionamento (privacidade e segurança dos dados dos clientes da Companhia ou colaboradores, seu core business).
- **Assessment de riscos na cadeia de suprimentos e ações corretivas:** os riscos em sustentabilidade são constantemente monitorados na cadeia da empresa. São realizadas auditorias presenciais em fornecedores terceirizados com mão de obra (aliados) e fornecedores críticos relacionados à gestão de privacidade e segurança das informações.

Aos fornecedores que são considerados críticos, é pedido que compartilhem informações sobre como lidam com temas socioambientais importantes na plataforma IntegrityNext. Essa plataforma ajuda a acompanhar fornecedores que apresentam alto risco em termos de sustentabilidade.

O risco final dos fornecedores é avaliado com base em três fatores: como lidam com questões de sustentabilidade, o país onde produzem ou prestam serviços e o impacto que podem ter na reputação da Vivo.

Quando a gestão geral é avaliada e um fornecedor tem uma pontuação ruim em questões socioambientais, ele pode ser visto como inaceitável e classificado como de alto risco. Nesse caso, o fornecedor é bloqueado preventivamente na plataforma de compras. Isso evita que novos contratos sejam feitos com eles ou que participem de suas concorrências. Para poder ser desbloqueado, o fornecedor precisa se comprometer formalmente a criar um plano de ação para melhorar nas áreas e indicadores nos quais apresentou desempenho abaixo do esperado.

Governança socioambiental de fornecedores

GRI 414-2

Dentro do **Plano de Negócios Responsável**, a Vivo integra a gestão sustentável da cadeia de fornecimento, supervisionada pelo Comitê de Sustentabilidade e Qualidade, que monitora a execução e o cumprimento das metas estabelecidas.

Além do Comitê, a Vice-Presidência de Finanças, liderada pelo CFO e diretor de Relações com Investidores, também desempenha um papel central nessa gestão. Essa área supervisiona as atividades de compras, garantindo que os processos de aquisição estejam alinhados às diretrizes de sustentabilidade e conformidade da empresa.

Complementando essa estrutura, a Diretoria de Compras desempenha um papel essencial na avaliação e no monitoramento dos fornecedores. Essa diretoria implementa políticas, como o Código de Conduta do Fornecedor, garantindo que os parceiros comerciais estejam em conformidade com os padrões éticos, sociais e ambientais estabelecidos pela Vivo.

Os principais riscos sustentáveis na cadeia de suprimentos incluem condições de trabalho e impactos ambientais, além da privacidade e segurança de dados. A gestão inadequada desses riscos pode resultar em prejuízos significativos, tanto para o meio ambiente e a sociedade quanto para as operações da Vivo. No entanto, ao adotar práticas sustentáveis em sua cadeia de fornecimento, a Companhia consegue identificar e mitigar esses riscos de forma mais eficiente, prevenindo interrupções que poderiam surgir de crises como pandemias, desastres naturais e mudanças geopolíticas.

Para construir **relacionamentos de confiança com os fornecedores**, a Companhia desenvolveu políticas e processos robustos, com duplos propósitos. Em primeiro lugar, identificar os potenciais riscos de sustentabilidade comuns em toda a cadeia de fornecimento, para tratá-los de forma eficaz. Em segundo, envolver-se proativamente em questões-chave (por exemplo, emissões de CO₂), para transformar a cadeia de fornecimento em um condutor de sustentabilidade.

Para apoiar a estratégia de atuação com os fornecedores, foi realizada, em 2023, uma análise de materialidade específica para os fornecedores da Vivo, a fim de entender os principais temas que eles consideram importantes para a sustentabilidade de seus próprios negócios. Os resultados dessa análise contribuem para que a empresa tome decisões estratégicas, respeitando cada vez mais os interesses dos diferentes tipos de fornecedores, e assegure a existência de um processo maior de gestão para os temas mapeados.

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

No final de 2024, a Vivo deu mais um passo em direção à sustentabilidade ao iniciar o **Projeto de Avaliação de Impacto em Direitos Humanos da cadeia de fornecimento**, em parceria com uma consultoria externa. O objetivo foi mapear e avaliar riscos relacionados aos direitos humanos, fortalecendo a governança e implemen-

tando ações preventivas para evitar possíveis violações. Como resultado, a Companhia recebeu recomendações de melhorias em políticas e normas corporativas, promovendo avanços na gestão de direitos humanos e reforçando seu compromisso com práticas responsáveis.

Engajamento e sensibilização de fornecedores

A Vivo também acredita na importância da conscientização e do engajamento contínuo de seus fornecedores. Anualmente, a Companhia organiza workshops com o objetivo de disseminar práticas responsáveis e promover o diálogo sobre sustentabilidade.

Em 2024, o tema do encontro foi “Sustentabilidade na cadeia de fornecimento”, com a presença de cerca de 240 pessoas, representantes de 123 grandes fornecedores da Vivo. Esses eventos são essenciais para fortalecer o compromisso de todos na implementação de práticas sustentáveis e para garantir o cumprimento das diretrizes estabelecidas pela Companhia.

Durante o evento, foi apresentado o conteúdo da nova Política de Sustentabilidade na

Cadeia de Fornecimento e a importância de cada tema. Também foram abordadas questões relativas à sustentabilidade na cadeia de suprimentos e ao programa Parceiro Plural. Com essa iniciativa, a Vivo reforça o seu compromisso com a sustentabilidade e incentiva uma gestão responsável e colaborativa entre os seus fornecedores.

Além disso, esses encontros são fundamentais para a conscientização sobre a agenda da sustentabilidade, além de levarem capacitação e treinamento a este público.

Também em 2024, a Vivo iniciou a campanha **Risco Zero na Gestão de Aliados**, com o objetivo de fortalecer a gestão de fornecedores e parceiros comerciais, alinhando as práticas de governança e mitigação de riscos a uma abordagem sustentável e responsável. A Companhia forneceu orientações contínuas por meio do Workplace, abordando os processos de gestão de fornecedores e destacando a importância de monitorar as operações terceirizadas. A campanha contou com a participação de cerca de 240 fornecedores e parceiros comerciais, que foram engajados na implementação das diretrizes e melhores práticas relacionadas à sustentabilidade e à mitigação de riscos.

Com o intuito de garantir a conformidade e reduzir riscos, a Vivo disponibilizou materiais de apoio, como o **Caderno de Gestão de Aliados**, que orienta as áreas na implementação das diretrizes e políticas relacionadas a sustentabilidade e gestão responsável de fornecedores. Além disso, um vídeo explicativo foi preparado para detalhar o fluxo de gestão e as regras necessárias para reduzir os riscos associados às relações comerciais com terceiros.

Iniciado em 2023 e concluído em 2024, o projeto **Ancorando Cadeias de Valor Sustentáveis no Brasil** reafirma o compromisso da Vivo com a gestão responsável de fornecedores. Com duração de 20 meses, a iniciativa foi realizada em parceria com a Câmara de Comércio da Espanha e a Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil, com o apoio técnico de instituição renomada. Seu objetivo foi promover a sustentabilidade na cadeia de fornecimento; apoiar o desenvolvimento de pequenas e médias empresas integradas às cadeias de valor das grandes empresas no Brasil e proporcionar aprendizado; e oferecer acesso a benchmarks ESG, impulsionando intercâmbio e desenvolvimento de novas iniciativas e avanço sobre temas essenciais para a sustentabilidade.



TREINAMENTO DE COMPRAS SUSTENTÁVEIS PARA COMPRADORES E GESTORES DE CONTRATOS

- A Vivo reconhece a importância de estimular a sustentabilidade em toda a cadeia de suprimentos e, por isso, realizou em 2024 o treinamento de Compras Sustentáveis, em parceria com a Fundação Instituto de Administração (FIA). O curso foi ministrado de forma online e contou com a participação de 105 colaboradores das áreas de Compras e Gestores de Contratos com grandes fornecedores. O objetivo do curso foi capacitar estes profissionais sobre temas centrais de sustentabilidade, a fim de que nos processos de compras sejam incluídas práticas sustentáveis, integrando critérios ESG (Ambiental, Social e de Governança).
- O treinamento também contribuiu para fomentar um olhar mais atento para contratos e ressaltar a importância de se cobrar de empresas fornecedoras o cumprimento dos critérios sustentáveis nas contratações realizadas.





Eu, nós, **vivo**

- Paixão Púrpura, a cultura da Vivo
- Atração e retenção de talentos
- Treinamento e desenvolvimento
- Diversidade
- Segurança do trabalho
- Saúde e bem-estar dos colaboradores
- Posicionamento da marca



Paixão Púrpura, a cultura da 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.

O pilar estratégico **Eu, nós, Vivo** simboliza o compromisso da Vivo em alinhar os sentimentos e valores humanos à evolução das práticas internas da Companhia. Essa abordagem reflete a crença de que **o digital e o humano devem caminhar juntos para fortalecer uma conexão genuína entre tecnologia e pessoas**. Essa integração é essencial e permeia todas as iniciativas da Vivo, reforçando sua identidade enquanto organização inovadora e inclusiva.

Guiada pelo propósito de **Digitalizar para Aproximar** pessoas, negócios e a sociedade, a Vivo promove um processo contínuo de transformação digital. Esse movimento é mais do que uma adaptação tecnológica; trata-se de uma revolução que começa internamente, envolvendo colaboradores, processos e cultura organizacional.

Ao construir um ambiente onde o digital é um meio para potencializar **conexões humanas**, a Vivo busca criar uma nação mais conectada e inclusiva. A transformação conduzida pela Companhia vai além da entrega de serviços e produtos; é uma contribuição significativa para transformar positivamente a vida dos brasileiros, tornando o cotidiano mais ágil, integrado e humano.

Para tanto, foram implementadas metodologias ágeis por toda a Companhia, buscando conectar com as formas mais inovadoras e colaborativas de se trabalhar. A Vivo acredita que **o caminho para oferecer a melhor experiência aos clientes começa pela boa experiência dos colaboradores**.

Nesse contexto, a **Cultura Paixão Púrpura apresenta o que é esperado de cada colaborador da Companhia**. Essa cultura é fundamentada em **quatro norteadores que evoluíram para Conexão Humana, Curiosidade Viva, Atitude Transformadora e Ação Responsável**.

- **Evolução Cultural:** a Vivo evoluiu e por isso os norteadores evoluíram junto, deixando mais claro o foco no cliente e a importância da proximidade, empoderamento, autonomia e curiosidade.
- **Além do digital:** a amplitude inovadora da Companhia engloba conceitos diversos, como a inteligência artificial e outros que virão. Por isso a Vivo tem agora um norteador que fala de atitude transformadora, e não só digital.
- **Novos ingredientes:** a Companhia aproveitou a oportunidade de incorporar pilares que ganharam mais ênfase, como o bem-estar e o pilar ESG.
- **Mais inspiração:** na visão geral, os norteadores culturais estão mais inspiradores e trazem ainda mais o lado humano.

Com esta evolução, a Vivo avançou em sua jornada de consolidação desse conceito, refletido no sentimento que pulsa em cada colaborador: a Paixão Púrpura. Esse sentimento nos move e impulsiona transformações internas significativas:





Uma cultura que estimula aprendizados, questionamentos e a fluência digital e tecnológica

Uma cultura que valoriza bem-estar, diversidade e incentiva feedback e proximidade



Uma cultura que impulsiona a geração e a experimentação de ideias com coragem e adaptabilidade

Uma cultura que entrega o melhor para os clientes, a sociedade e o planeta sempre com alta performance

Desde 2023, a Vivo implementou o programa de reconhecimento **Eu+Vivo**, criado para fortalecer a **Paixão Púrpura** com base nos quatro norteadores culturais, que orientam os comportamentos desejados na Companhia:

- **Conexão Humana:** valoriza o bem-estar e a diversidade e incentiva feedbacks e proximidade;
- **Curiosidade Viva:** estimula aprendizado contínuo, questionamentos e fluência digital;
- **Atitude Transformadora:** impulsiona ideias com coragem e adaptabilidade;
- **Ação Responsável:** busca entregar o melhor para os clientes, sociedade e planeta, com alta performance.

O programa Eu+Vivo realizou, em 2024, dois **ciclos**: o primeiro registrou mais de **108 mil reconhecimentos** gerados por cerca de **22 mil colaboradores**, enquanto o segundo contabilizou **91 mil reco-**

nhecimentos enviados por aproximadamente **12 mil colaboradores** de toda a Companhia. Além disso, o programa serve como fonte de inspiração para celebrações das Vice-Presidências e Diretorias, que premiam os colaboradores mais reconhecidos em cada um dos norteadores, reforçando o espírito de valorização e reconhecimento dentro da Companhia.

A Vivo também ampliou o **Vivo Creators**, um grupo de influenciadores internos com papel fundamental nas estratégias e ações de comunicação da Companhia. O programa está em uma nova etapa, na qual colaboradores atuarão como influenciadores externos, ajudando a propagar mensagens da empresa em seus perfis nas redes sociais (Instagram e LinkedIn), sempre sob a ótica de quem trabalha na Vivo. O conteúdo criado pelos colaboradores participantes do programa tem enorme potencial de geração de engajamento natural, pela sua espontaneidade e horizontalidade, sendo uma comunicação de pessoas para pessoas.

Indicadores de engajamento (eNPS)

O principal indicador de engajamento dos colaboradores é o Employee Net Promoter Score (eNPS). Em 2024, a pesquisa teve 92% de adesão, o equivalente a 29.576 colaboradores, que compartilharam suas percepções sobre a Vivo. Com base na pergunta: “numa escala de 1 a 10, qual a probabilidade de você recomendar a empresa como um bom lugar para se trabalhar para as pessoas próximas a você?”, a pesquisa alcançou 85 pontos, contra os 88 do ano anterior.

+ 29 Mil
colaboradores
participaram
da pesquisa eNPS

92% de adesão

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 o Vivo Minha Carreira e iniciativas de bem-estar.

A pesquisa apontou que as principais forças da Vivo são:

- A percepção de que a Vivo atua de forma sustentável, considerando seu impacto no meio ambiente;
- A atuação de forma ética e responsável;
- Orgulho de trabalhar;
- A transformação do trabalho diário para que as coisas sejam 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 cargo, gênero, identidade de gênero, idade, orientação sexual, deficiência ou raça;
- A inclusão no ambiente de trabalho;
- A colaboração entre as pessoas da equipe.



Atração e retenção de talentos

GRI 3-3 Tema material: Gestão de talentos, 404-1

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 tem implantado **metodologias modernas** que tornam os processos mais ágeis, descomplicados e alinhados às necessidades do mercado.

A Vivo utilizou a **plataforma Gupy** para recrutar talentos de forma 100% online, em 2024, resultando na abertura de aproximadamente 12 mil vagas e mais de 1,1 milhão de candidaturas. Com o auxílio de inteligência artificial, a Companhia aumentou a eficiência de seus processos seletivos, garantindo que 57% dos candidatos aprovados estivessem entre os primeiros quartis de inscritos. Além disso, a Companhia investiu em programas internos de atração e retenção de talentos, com objetivo de projetar suas práticas para o mercado.

Em 2024, **45% das vagas da Vivo foram preenchidas por recrutamento interno.**

A Companhia está sempre atenta 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 Vivo.

A Vivo assumiu um forte compromisso com a **diversidade e a inclusão**, implementando diversas iniciativas para promover a equidade e oferecer oportunidades para todos. **Saiba mais sobre as metas e compromissos de diversidade na página 165.**

Em 2024, a Companhia abriu mais de 1.500 vagas efetivas exclusivas para públicos diversos.

Dentre todas as contratações realizadas no ano, a Vivo incluiu 45% de talentos negros, 10% de pessoas com deficiência e 57% de mulheres, seguindo os princípios de proteção de dados sensíveis e buscando garantir uma representação mais justa e diversificada em sua força de trabalho.

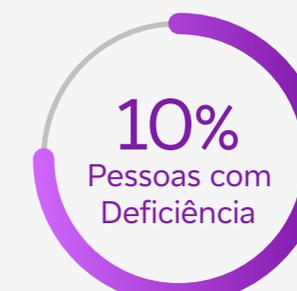
Além disso, o Programa de Talentos, que contempla os programas de jovem aprendiz, estágio e trainee da Companhia, destina 50% das vagas exclusivamente para pessoas negras, reforçando assim o compromisso com a equidade racial.

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.

Em 2024, o Programa Jovem Aprendiz teve mais de **246 mil inscrições para mais de 500 vagas**. A comunicação do programa teve uma repercussão muito positiva, e um dos destaques foi o novo canal de carreira da empresa, no TikTok.

Além do Programa Jovem Aprendiz, a Vivo conta com o Programa de Estágio, que também tem o compromisso de garantir que pelo menos 50% das vagas sejam destinadas a pessoas negras, reforçando o compromisso da Vivo com a diversidade racial. Os estagiários têm a oportunidade de desenvolver competências técnicas e comportamentais, participando de uma experiência de aprendizado enriquecedora. O programa é direcionado para estudantes de todos os

AS CONTRATAÇÕES REALIZADAS EM 2024 INCLUIRAM:



cursos de graduação e tecnólogos, e não exige conhecimento prévio em inglês, proporcionando acesso igualitário a jovens de diferentes formações e origens. Em 2024, o Programa de Estágio teve mais de **40 mil inscrições para mais de 900 vagas abertas**.

Por fim, em 2024, a Vivo lançou ao mercado o seu atual **Programa de Trainee, com 36 vagas para atuação em São Paulo, sendo 50% destinadas para talentos negros**. Foram mais de 35 mil inscritos em um processo seletivo 100% digital, com ótimo destaque em diversidade. O programa, que tem duração de 18 meses, buscou pessoas recém-formadas, com pelo menos dois anos de experiência profissional e sem requisitos de universidades, cursos e idiomas. A Vivo tem uma proposta de valor diferenciada, que conta com uma trilha de desenvolvimento contínuo com imersão nas áreas de negócio, tecnologia, cultura, diversidade e inclusão; além disso, a aprendizagem conta com job rotation, desenvolvimento de projetos de alto impacto e mentoria. Os trainees contarão com um MBA focado em inovação, subsidiado pela empresa, e os dez mais bem avaliados terão a oportunidade de experiência internacional, com curso de curta duração na Universidade Corporativa da Telefónica na Espanha.

Principais programas e iniciativas

Uma das estratégias do pilar estratégico **Eu, nós, Vivo** é atuar por meio de diversas iniciativas para atrair e incentivar a permanência de talentos, com **ênfase em diversidade, equidade e desenvolvimento contínuo**. Essas ações não apenas garantem a diversidade de perfis, mas também impulsionam o crescimento e a inovação dentro da Companhia, contribuindo para um ambiente de trabalho dinâmico e inclusivo. Destacam-se as seguintes iniciativas:

VEM PARA VIVO

É o posicionamento de atração de talentos da Vivo. Contempla diversos projetos e ações, tanto online quanto offline, que aproximam a marca empregadora dos mais diversos talentos do mercado, comunicando os valores, o propósito, a cultura e o significado de ser #VivoLover.

PROGRAMA DE INDICAÇÃO

A Vivo incentiva os seus colaboradores a indicarem os melhores talentos do mercado para oportunidades de carreira dentro da Companhia. No caso da contratação de um talento indicado, o colaborador que realizou a indica-

ção pode ser premiado com um voucher, que deverá ser utilizado na loja online, contribuindo para a receita do negócio da Vivo.

BLOG DE CARREIRAS

Um hub digital de conteúdos sobre tecnologia, desenvolvimento e carreira, destinado para talentos externos que queiram ampliar seus conhecimentos, acessar conteúdos sobre carreira e se conectar com a marca empregadora da Vivo.

VIVO MINHA CARREIRA

Plataforma de divulgação de oportunidades internas, abrangendo movimentações horizontais e verticais na Vivo.

VAGAS INTERNACIONAIS

Plataforma de divulgação de oportunidades internacionais em empresas do Grupo Telefónica.

PROGRAMAS DE TALENTOS

Pilar com foco na inserção de novos talentos no mercado de trabalho, compreendendo os Programas **Jovem Aprendiz, Estágio e Trainee**. Os programas contam com 50%

de suas vagas reservadas para pessoas negras, contribuindo para a diversificação do quadro de colaboradores da Companhia.

VIVO RECONHECE

A Vivo mantém o programa Vivo Reconhece como parte de suas ações de reconhecimento e valorização de projetos inovadores em toda a Companhia. Nessa iniciativa, projetos podem ser inscritos em categorias alinhadas ao propósito de **Digitalizar para Aproximar**.

Os projetos passam por duas fases de avaliação: na primeira, cada Vice-Presidência seleciona até cinco projetos vencedores. Em seguida, as iniciativas são avaliadas na etapa **Sponsors**. Os oito projetos vencedores são anunciados e celebrados durante o **Encontro Vivo**, evento transmitido para todos os colaboradores.

EM 2024, A PREMIAÇÃO CONTOU COM:

311 projetos inscritos
2.288 participantes

refletindo o engajamento e a inovação dos times da Vivo.



VIVO MARCA PRESENÇA EM EVENTOS DE CARREIRA PARA JOVENS EM 2024

Com o objetivo de fortalecer sua marca empregadora no ecossistema universitário e apoiar as demandas de programas para talentos iniciantes, a Vivo tem investido iniciativas imersivas, criando oportunidades de interação mais próximas com esse público. Em 2024, a Vivo participou de mais de 25 eventos, tanto online quanto offline, impactando cerca de **122 mil estudantes, em todo o Brasil**. Entre os destaques, a Companhia esteve presente no **Encontro Nacional de Empresas Juniores**, o maior evento de empreendedorismo jovem do Brasil; no **Programaria Summit**, conferência que celebra e conecta a diversidade de gênero na tecnologia; no **The Developer's Conference (TDC)** São Paulo, um dos maiores eventos para profissionais de tecnologia do país; no **FIAP Next**, um grande festival de tecnologia e inovação para estudantes; além do **Bootcamp Coding The Future Vivo – Python AI Backend Developer**, em parceria com a plataforma DIO, que ofereceu ao mercado mais de **35 mil bolsas gratuitas** de formação básica para estudantes e profissionais em início de carreira em tecnologia, a Vivo foi reconhecida pela **Global Workforce Transformation – Awards 3ª edição da DIO** como o bootcamp com o maior número de pessoas com deficiência. Essas ações geraram **mais de 6,7 mil leads (contatos) para campanhas de Inbound Recruiting**, estratégia de marketing focada em atração e relacionamento com potenciais candidatos.

Treinamento e desenvolvimento

GRI 3-3 Tema material: Gestão de talentos, 404-1

As ações de desenvolvimento e capacitação são muito relevantes para a Companhia, pois garantem que os colaboradores recebam as informações essenciais para o exercício de suas funções e possam crescer, se desenvolver e contribuir mais decisivamente com os objetivos estratégicos da Companhia.

O modelo de gestão de pessoas da Vivo é voltado à aceleração de carreiras, baseando-se em dados de desempenho que direcionam ações de desenvolvimento de acordo com um plano elaborado com cada colaborador. A evolução na carreira é baseada em bons resultados e pode ocorrer através de promoções, mudança de área, alterações ou ampliações do escopo de trabalho.

Para tanto, a Companhia procura fornecer ferramentas de treinamentos como coaching e mentoring, além de fortalecer suas lideranças ao fomentar práticas e valores como empatia, feedback e reconhecimento.

Em 2024, **foram investidos mais de R\$ 65 milhões em treinamento e desenvolvimento**, com

R\$ 65 Mi
investidos em
treinamento e
desenvolvimento
com capacitações
presenciais e online

+ 37 Mil
colaboradores
próprios participaram
dos treinamentos

aproximadamente
60 Mil
prestadores de serviço
terceirizados

capacitações presenciais e online, cerca de 30% a mais do que o investido em 2023. Esse aumento se deu pelo aumento da oferta de ações voltadas para novas tecnologias, uso de inteligência artificial, Big Data, além de conteúdos comportamentais e desenvolvimento das principais skills apontadas como essenciais no Fórum Econômico Mundial. Com todas essas ações, a Vivo chegou a mais de **2 milhões** de horas de treinamento para colaboradores e **1,8 milhões** para terceiros - o que representa cerca de **800 mil** participações de colaboradores próprios e **2,5 milhões** de participações de terceiros.

No programa de excelência operacional **Lean 6 Sigma da Vivo**, em 2024, mais de **2 mil colaboradores foram capacitados** para as certificações Yellow Belt, Green Belt, Black Belt e Innovation Belt, totalizando 1.056 horas de treinamento. A certificação Yellow Belt foi composta por vagas afirmativas para pessoas negras e pardas, 50+, PcD, mulheres cis e trans, reforçando o compromisso da Vivo com a diversidade e a inclusão, além das ações focadas na liderança, como o Liderar para Aproximar e demais cursos da Academia de Líderes.



Em 2024, a Vivo foi reconhecida no Prêmio Gestão de Pessoas da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD) Nacional, conquistando uma das três posições de destaque com o projeto Desenvolvendo e Transformando Pessoas e Processos: O programa Lean 6 Sigma. Esse prêmio anual celebra as melhores práticas no desenvolvimento e capacitação de colaboradores, e a Vivo foi eleita pelo impacto positivo de suas ações no desenvolvimento dos #VivoLovers.

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 tem, anualmente, o processo de **Avaliação de Performance**. Aplicada a 100% dos colaboradores e gestores, a partir do alinhamento dos objetivos organizacionais aos desafios das áreas, aproxima líderes

Mais de
200 mil
cursos oferecidos
em convênio com
instituições de ensino

Até **80%** de
desconto aos que buscam
desenvolvimento pessoal
e profissional.

e liderados e contribui para gerar produtividade, eficiência e desenvolvimento profissional. Em 2024, participaram mais de 23 mil colaboradores elegíveis.

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 2024, **98,28%** 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.

Capacitação em inovação

TechMind

O Programa de Desenvolvimento da Academia de Líderes da Vivo é voltado para toda a liderança da Companhia, com o objetivo de acelerar o aprendizado e aprimorar as habilidades em tecnologias disruptivas, transformando os executivos em líderes **tech savvy**. O programa visa gerar conhecimento interno, garantindo que as lideranças da Vivo estejam sempre atualizadas com as tendências de inovação do mercado, para que possam promover melhorias contínuas nos negócios e nas operações da Companhia.

O programa abrange cinco módulos com conteúdo altamente tecnológico, como realidades estendidas, universo cripto, negócio sustentável, entre outras tendências. Em 2024, houve cerca de 1,3 mil participações, com a participação única de 634 executivos.



InnovationHUB

O InnovationHUB (antigo Innovation Belt) é uma jornada de certificação dentro do Vivo Explore, com o principal objetivo de estimular a cultura de criatividade e inovação por meio de soluções de problemas que não se enquadram em requisitos de eficiência. A jornada é dividida em três etapas: nivelamento de conhecimento de inovação, envio de ideias voltadas à inovação incremental e desenvolvimento das ideias aprovadas até um nível de prototipação.

218

participantes de
301 colaboradores
inscritos na jornada

143

ideias enviadas
81 ideias pré-
selecionadas

18

grupos formados
entre os 81
participantes

18

ideias prototipadas
e apresentadas
para executivos
da área impactada
pelo projeto

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 empresa.

Em 2024, a Companhia focou nas temáticas de dados (Data Driven e Monetização) e inteligência artificial, utilizando diversos formatos e metodologias para entregar conteúdos que nivelassem o conhecimento dos colaboradores. Foram apresentados cases internos e externos e houve a participação de especialistas de mercado. Foram realizados quatro painéis que abordaram os seguintes temas: Conceito e Influência de Empresas Data Driven; Dados e IA, conceito e futuro; Monetização de Dados e IA na Vivo; e Atitude e Carreira.

No total, houve aproximadamente 8 mil participações ao vivo (online), 190 participações presenciais e mais de 16 mil visualizações das gravações offline.

Academia de Líderes

Participação de
aproximadamente
2 Mil líderes

+15 Mil horas
de desenvolvimento
e capacitação

A Vivo entende que é essencial aprimorar continuamente as competências de suas lideranças, reforçando a paixão púrpura e estimulando a criatividade para a geração de novas soluções e negócios. A Vivo conta com uma Academia de Líderes, que consiste no desenvolvimento da liderança para os desafios de gestão, com acesso a conteúdos de escolas e instituições renomadas, em linha com as tendências de mercado. Em 2024, ocorreram cerca de **7 mil participações, abrangendo aproximadamente 2 mil líderes, com mais de 15 mil horas de desenvolvimento e capacitação.**

Outra iniciativa importante é o programa **Liderar para Aproximar**. A iniciativa atua por meio de conteúdos formativos e, principalmente, da realização de diferentes práticas de gestão com os times para fomentar a aproximação e a criação de um ambiente propício ao feedback contínuo. Em 2024, participaram do programa um total de 182 pessoas. Ao ingressar na Companhia, o novo líder já passa por essa capacitação.



Vivo Acelera

É um programa para executivos, **focado no desenvolvimento de carreira**, com o objetivo de compreender, acelerar e sustentar o conjunto de talentos da Companhia, a fim de desenvolver e fortalecer ainda mais o desempenho e o potencial desses profissionais.

É composto por três categorias – Pit Stop, Acelera e Pole Position –, garantindo o processo de aceleração da maturidade dos executivos para posições futuras. Cada categoria possui um pool de ações de desenvolvimento, tais como: Academia de Líderes, bolsas de estudos, coaching, mentoring, idiomas, Explore+, Universitas, entre outras.

ANÁLISE DE PERFIL E POTENCIAL

O Management Review é um processo da Vivo que auxilia no mapeamento de talentos, identificação de potenciais sucessores e análise de riscos de saída. Além disso, fornece subsídios para ações de desenvolvimento. Ele também possibilita conversas sobre carreira, abordando tendências e movimentos de negócios que impactam novas habilidades e a perspectiva de ampliação de atuação.

+ 2 Mil
funcionários (executivos)
elegíveis

Taxa de adesão de
97%

Vivo Explore

O Vivo Explore é o **hub de desenvolvimento da Companhia**, criado para proporcionar experiências de aprendizagem que incentivam o autoconhecimento e a exploração de novas perspectivas.

Em 2024, o programa consolidou ainda mais sua importância, registrando mais de 260 mil participações em cursos e aproximadamente 308 mil horas de aprendizado, reafirmando seu papel fundamental no desenvolvimento contínuo dos colaboradores da Vivo.

260 Mil
participações em cursos

aproximadamente
308 Mil horas
de aprendizado

O VIVO EXPLORE É DIVIDIDO EM QUATRO FRENTES:

EU + DIGITAL

Pessoas interessadas por tecnologia e pelas possibilidades que ela abre. Com foco em Produtos e Serviços Vivo, Novas Tecnologias (5G, IA, Cloud, Virtualização), UX, Design de Experiência, Programação e Dados.

EU + CRIATIVO

Pessoas capazes de colocar seu conhecimento em movimento, gerando ideias e valor para o mundo. Com foco em curiosidade, criatividade, colaboração, comunicação, execução, agilidade, dentre outros atributos.

EU + PROTAGONISTA

Pessoas que assumem responsabilidades e fazem a diferença nas suas relações. Com ênfase em pensamento sistêmico, foco, tomada de decisão, modo criação versus modo execução, inteligência emocional, empatia assertiva e empoderamento e paradoxos das culturas inovadoras.

EU + HUMANO

Pessoas engajadas e humanistas, equilibradas para lidar com os desafios dos novos tempos, e orientadas por propósito e geração de impacto no mundo. Com foco saúde mental, em motivação, autoconsciência, flexibilidade e agilidade.



Diversidade

GRI 3-3 Tema material: Gestão de talentos, 405-1, 405-2

A diversidade é uma das fortalezas da cultura da Vivo, especialmente dentro do pilar estratégico **Eu, nós, Vivo**. **Para a Vivo, diversidade é um tema que deve ser tratado por questões éticas e valores organizacionais, e também como um motor de inovação, na medida em que temos visões, compreensões de mundo e experiências complementares que proporcionam novas oportunidades para o desenvolvimento de produtos e serviços.**

Para a Vivo, equipes diversas geram soluções criativas e inclusivas, que enriquecem o ambiente de trabalho, fortalecem o relacionamento com clientes e ampliam o compromisso com a transformação social.

Esse compromisso com a diversidade é crucial para garantir a sustentabilidade do negócio e contribuir positivamente para a sociedade.

Um ambiente aberto e diverso, no qual as pessoas se sintam confortáveis para serem quem são e se expressarem de maneira autêntica, é um espaço de criatividade e construção colaborativa de soluções. A Vivo traduz estes conceitos na adoção de políticas internas e no dia a dia de seus colaboradores, desde a atração até a retenção de talentos, criando condições para que as pessoas possam 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. Dentre as ações, destacam-se workshops, campanhas de comunicação e conscientização, treinamentos, além de engajamento com os compromissos internos e externos assumidos pela marca.

Em 2024, durante a 3ª Conferência Empresarial ESG Racial, realizada em São Paulo, **a Vivo foi certificada pelo Pacto de Promoção da Equidade Racial**, tornando-se a primeira empresa do país a receber essa certificação. A Vivo continua a ser uma referência como empresa antirracista no mercado, com iniciativas efetivas para a inclusão de profissionais negros no Brasil. Na primeira edição da premiação dos Movimentos de Direitos Humanos da estratégia Ambição 2030 do Pacto Global da ONU, **Christian Gebara**

recebeu o troféu de CEO mais engajado na categoria “Raça é Prioridade”, em reconhecimento às nossas ações ligadas à causa racial.

A Vivo reafirma seu compromisso com a diversidade e inclusão ao ser signatária dos Padrões de Conduta para Empresas, iniciativa do movimento Free & Equal, da ONU. A Companhia 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 e a Rede Empresarial de Inclusão Social. Além disso, é signatária dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (Women’s Empowerment Principles – WEPs) da ONU Mulheres e aderiu aos movimentos Elas Lideram e Raça é Prioridade, da Ambição 2030 do Pacto Global.

AMBIÇÃO VIVO

- Ser uma das empresas mais diversas do país
- Ser referência em equidade racial



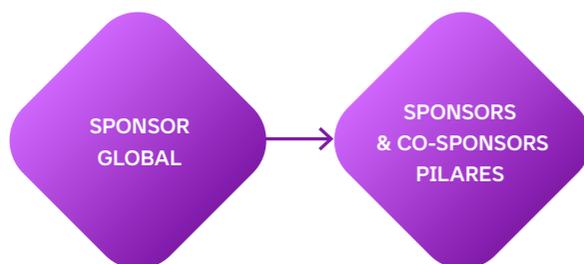
Governança

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, sendo liderado por um sponsor com reporte global sobre o tema. Seu principal objetivo é monitorar os indicadores e validar novas iniciativas relacionadas a diversidade e inclusão. Para garantir representatividade, os membros do comitê pertencem aos recortes de diversidade trabalhados pela Companhia.



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.



Atuação da Vivo

A trajetória da Vivo no tema é composta por iniciativas que perpassam por diferentes grupos, sendo um pilar de transformação na cultura organizacional. Ao longo de 2024, diversas ações e iniciativas foram realizadas com o intuito de fomentar a diversidade, equidade e inclusão entre os colaboradores e sociedade em geral.

Roadshow de Diversidade

A Vivo promoveu a ação Roadshow de Diversidade, agenda que envolve os vice-presidentes, seus diretores e gerentes sênior para discutir indicadores, metas e planejamento de carreira. O objetivo foi fortalecer a liderança e estabelecer planos estratégicos para atingir os indicadores de diversidade definidos em todos os níveis da empresa. Todos os executivos monitoram o cumprimento de suas metas por meio de um dashboard que apresenta as informações das metas anuais.

Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo

Pelo terceiro ano consecutivo, a Vivo patrocinou a Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo, com o tema “Eu Vivo esse Orgulho”, reforçando seu compromisso com a temática.

Mulheres de Fibra

A iniciativa Mulheres de Fibra, voltada para ampliar a presença feminina na área de Serviços ao Cliente, impactou 526 mulheres em posições técnicas de campo e atendimento VIP. Em 2024 o programa ofereceu mais de 50 vagas distribuídas em nove estados: Bahia, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

Presença Preta no Lollapalooza Brasil

A Vivo levou o projeto “Presença Preta” ao Lollapalooza Brasil, destacando o breakdance, recentemente incluído como esporte olímpico, para promover a inclusão racial e aumentar a visibilidade do esporte.

Campanha #JáEraTempo

Para celebrar a igualdade de gênero nas Olimpíadas de Paris, a Vivo lançou a campanha #JáEraTempo, com ações em TV, digital, na plataforma X e uma mesa redonda no Dia Internacional da Mulher, com a participação da jogadora Tamires Dias. A Vivo também homenageou atletas brasileiras pioneiras pela paridade de gênero em atuações online.

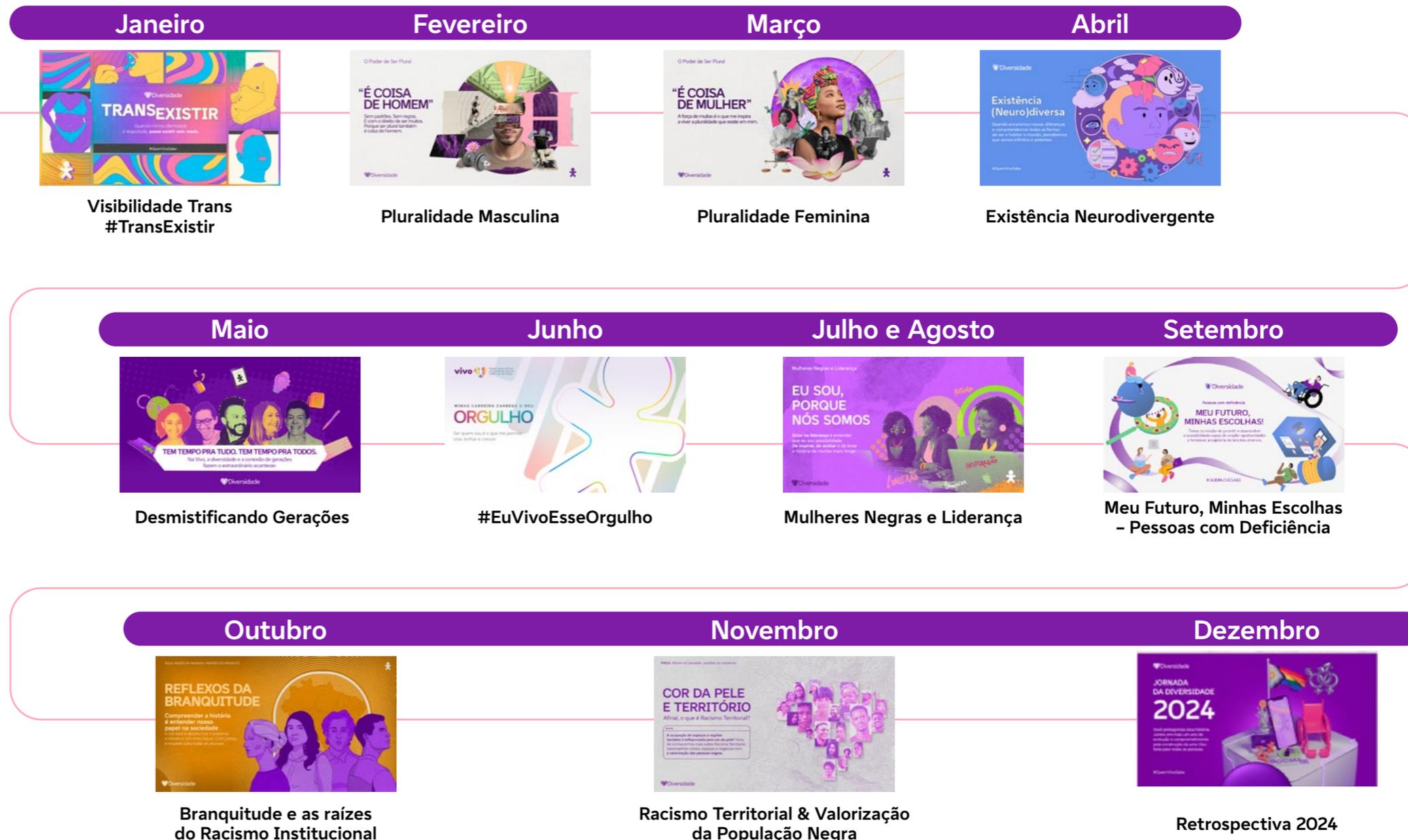


Jornada da Diversidade

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 2024, a Jornada de Diversidade abordou os temas abaixo:



Metas e resultados

Na Vivo, a ação é o que impulsiona nosso compromisso com o futuro. Por isso, foi anunciado no ESG Day ([saiba mais no tópico Novas metas ESG 2035](#)) a antecipação das metas de diversidade. Os objetivos de alcançar 40% de mulheres em cargos diretivos, 40% de pessoas negras em posições de liderança e 45% de pessoas negras no quadro geral de colaboradores foram adiantados para 2035. Para atingir esses compromissos, a Vivo sabe que é necessário trabalhar continuamente ano a ano. Em 2024, foram estabelecidas metas específicas que guiaram o progresso rumo a essas importantes transformações.

Gênero



Mulheres em cargos diretivos

% 2024



% Meta



Mulheres em liderança executiva¹

% 2024



% Meta



¹ São considerados como cargos de liderança executiva: presidente, vice-presidente, diretor, gerente sênior e gerente.

0,3 p.p acima da meta

DESENVOLVIMENTO E CARREIRA

- Em 2024, o Programa Lean Six Sigma capacitou 189 mulheres em turmas exclusivas e, desse número, 46 alcançaram a certificação Yellow Belt. Nas turmas gerais, 44,6% dos formados foram mulheres.
- 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 212 inscrições e 72 matrículas em 2024. Das formadas, destaca-se que 45 eram negras, evidenciando a atuação do programa na promoção de integração e reconhecimento.

CARREIRA E MATERNIDADE

- **Licença-maternidade de seis meses**, tanto em casos de adoção como gestacionais.
- **Acolhimento** pós licença-maternidade.
- **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 relaciona-

mento 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.



Raça



Negros em posição de liderança¹



0,9 p.p acima da meta

Negros no quadro geral de colaboradores



0,2 p.p acima da meta

No compromisso contínuo com a equidade e a inclusão, o **CEO da Vivo, Christian Gebara, foi reconhecido pelo Pacto Global da ONU como o CEO mais engajado na temática racial em 2024.**

Além disso, a Vivo foi premiada no **Prêmio Melhores Empresas em Práticas e Ações de Diversidade**, destacando-se nas categorias **Ascensão de Profissionais Negros, Metas de Equidade Racial e Projeto de Interseccionalidade.**

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, destacam-se:

- **Programa de Estágio:** abertura de mais de 400 vagas, sendo 50% destinadas exclusivamente a talentos negros, reforçando o compromisso da empresa com a diversidade.
- **Programa de Trainee:** disponibilização de 36 vagas, com 50% reservadas para candidatos negros, visando aumentar a representatividade e oferecer oportunidades de desenvolvimento de carreira.

- **Raça em foco:** programa de desenvolvimento de líderes atuando como sponsors da carreira de colabores e negros.

- **Oficinas Vivo Afro:** encontros e palestras com referências negras do mercado, promovendo reflexões sobre autoimagem, valorização da história de vida e temas corporativos.

- **Empower Black Women to Senior Leadership (EBWL):** iniciativa promovida pela WILL, que oferece mentoria para mulheres negras em parceria com dez empresas, incluindo a Vivo. O programa visa desenvolver carreiras e melhorar indicadores de diversidade na alta liderança.

POSICIONAMENTO ANTIRRACISTA DA VIVO

A Vivo reafirma seu compromisso com o combate ao racismo e a promoção da equidade racial por meio de ações concretas e estratégicas que integram tecnologia, cultura e conscientização.

- **Promoção de marca, cultura e arte negra:** a Companhia apoia iniciativas que ampliam a representatividade e fortalecem a cultura

afro-brasileira. Com foco na valorização da expressão artística e cultural.

- **Patrocínios:** Fórum Brasil Diverso, Afro Presença, Fórum Internacional de Igualdade Racial e Conferência ESG Racial

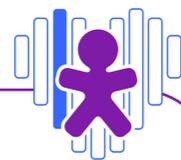
- **Pacto de Promoção da Equidade Racial:** a iniciativa visa implementar um protocolo ESG racial para o país, trazendo a questão para o centro do debate econômico brasileiro e atraindo a atenção de grandes empresas para o tema. Para isso, conta com uma plataforma que reúne dados de atuação das Companhias participantes, que incluem ações de recursos humanos, investimentos sociais, patrocínios, ações de letramento, campanhas publicitárias, entre outras. **A Vivo foi a primeira empresa do país a ser certificada.**

Em 2024 levamos a conversa racial também para pessoas não negras com o tema: “Branquitude e raízes do racismo institucional”.

¹ São considerados como cargos de liderança cargos superiores ou equivalentes a supervisão.



PcD



Pessoas com deficiência no quadro geral de colaboradores

% Atual - 2024



% Meta



0,05 p.p acima da meta

DESENVOLVIMENTO E CARREIRA

- O Explore + oferece bolsas com subsídio de até 100% para diversos cursos.

ACESSIBILIDADE ATITUDINAL

- **Treinamento para gestores e equipe**, promovendo inclusão genuína e revisão de processos e práticas.

ACESSIBILIDADE ESTRUTURAL

- **Intérprete de Libras:** todo colaborador surdo tem a autonomia de solicitar um intérprete sempre que necessário, e também disponibilizamos intérpretes para eventos da Companhia.
- **Softwares de leitura** (Jaws/NVDA); sistemas adaptados e equipamentos de apoio.
- Em 2024, o **Programa Lean Six Sigma** disponibilizou turmas afirmativas, exclusivas para pessoas com deficiência, na certificação Yellow Belt.
- **Revisão gradual dos espaços** 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.

- **A Vivo foi certificada pelo Guia de Rodas**, programa que reconhece as melhores práticas de acessibilidade e inclusão do mercado.

- **Cordão do girassol** para colaboradores neurodivergentes.

BENEFÍCIOS

- Plano de saúde sem coparticipação.

POSICIONAMENTO ALIADO

- **Redes sociais:** a Vivo, entende que as deficiências “invisíveis” também merecem visibilidade. Em dezembro de 2024, a Companhia promoveu uma live no LinkedIn para discutir o tema, contando com convidados especiais que compartilharam suas vivências e experiências.



LGBTI+



Pessoas LGBTI+ autodeclaradas

% Atual - 2024



% Meta



0,1 p.p acima da meta

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

- O Explore + oferece bolsas com subsídio de até 100% para diversos cursos.

AÇÕES DE INCLUSÃO

- **Programa de Acolhimento:** direcionado ao suporte e integração de colaboradores LGBTI+.
- **Uso do nome social:** implementação do nome social em crachás e e-mails.
- **Vivo Retifica:** auxílio financeiro para a retificação de nome, garantindo o direito à identidade de gênero.
- **Sensibilização de gestores e equipes:** capacitação para acolher e integrar pessoas trans.
- **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 ALIADO

- **Patrocínio à Parada do Orgulho LGBT+** de São Paulo.
- **Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+:** participação ativa no debate e promoção de direitos.
- **Pink Economy Experience:** a Vivo marcou presença no evento criado para celebrar as potências da comunidade LGBTI+, com presença de profissionais de diversas áreas, promovendo empreendedorismo e empregabilidade.



Geracional

A Vivo desenvolveu o projeto 50+, com o objetivo de estimular a contratação de profissionais com mais de 50 anos, especialmente para atuar em suas lojas. Esses colaboradores não apenas atendem clientes diversos, mas também reforçam a mensagem de que o acesso à tecnologia não tem idade. Essa iniciativa se estende a todas as áreas da Companhia, promovendo inclusão em diferentes cargos. Em 2024, 11,2% do quadro de colaboradores da Vivo era formado por pessoas 50+.

A convivência entre gerações é um dos pilares da Vivo, que acredita que essa diversidade de experiências contribui para tornar a Companhia mais inovadora e preparada para responder às demandas da sociedade.

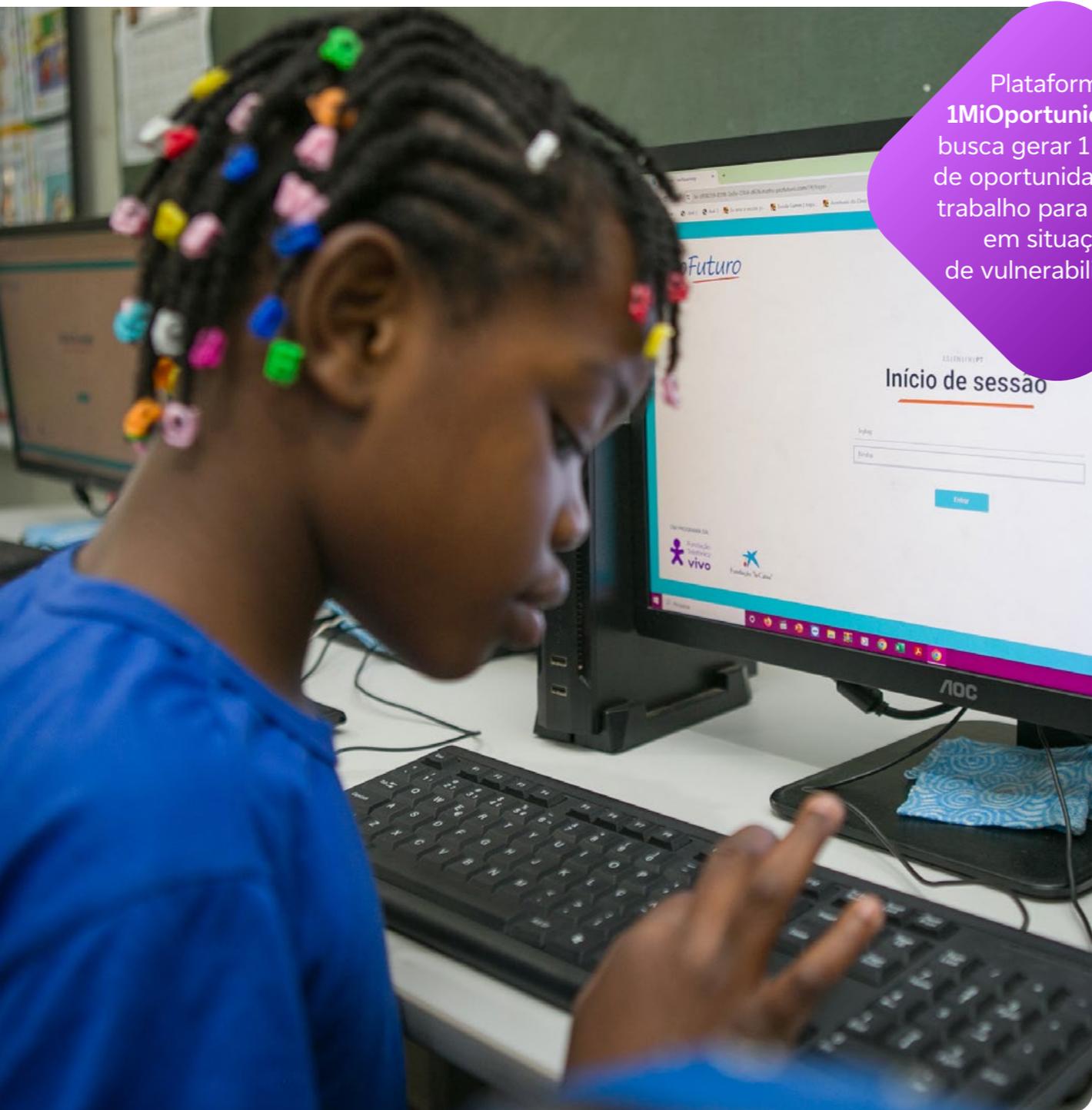
As políticas de recrutamento e seleção da Vivo são inclusivas e não estabelecem limite de idade, com diversos processos seletivos destinados exclusivamente ao público 50+. **A Vivo valoriza a riqueza da pluralidade geracional, incentivando o trabalho conjunto entre diferentes gerações em todas as áreas.**

Na jornada de diversidade de 2024, debatemos o tema de Gerações e a importância do convívio multigeracional.



Para saber mais sobre como a Vivo atua em diversidade, **acesse**.





Plataforma 1MiOportunidades busca gerar 1 milhão de oportunidades de trabalho para jovens em situação de vulnerabilidade.

Compromissos Voluntários

Desde 2023, a Vivo e a Fundação Telefônica Vivo são signatárias do Pacto Nacional pela Inclusão Produtiva das Juventudes, uma iniciativa liderada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, UNICEF e Organização Internacional do Trabalho (OIT) Brasil, em parceria com o Pacto Global da ONU.

Em 2024, a Vivo ampliou seu compromisso ao integrar a 1MiOportunidades, plataforma oficial do Pacto, que busca gerar 1 milhão de oportunidades de trabalho para jovens em situação de vulnerabilidade, reforçando sua atuação na promoção da inclusão social e

no desenvolvimento de competências para o mercado de trabalho.

Essa iniciativa complementa o programa de diversidade da Vivo, que promove igualdade de oportunidades por meio de políticas de contratação voltadas a jovens em situação de vulnerabilidade. O compromisso também inclui o desenvolvimento de habilidades e competências por meio de formações específicas para o mercado de trabalho, além de pesquisas e análises sobre empregabilidade das juventudes, mapeando desafios, tendências e melhores práticas.

O engajamento da Vivo reforça sua dedicação à construção de um futuro mais inclusivo, diverso e sustentável.



Segurança do trabalho

GRI 3-3 Tema material: Gestão de talentos, 403-1, 403-5 403-8

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, refor-

çando 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.

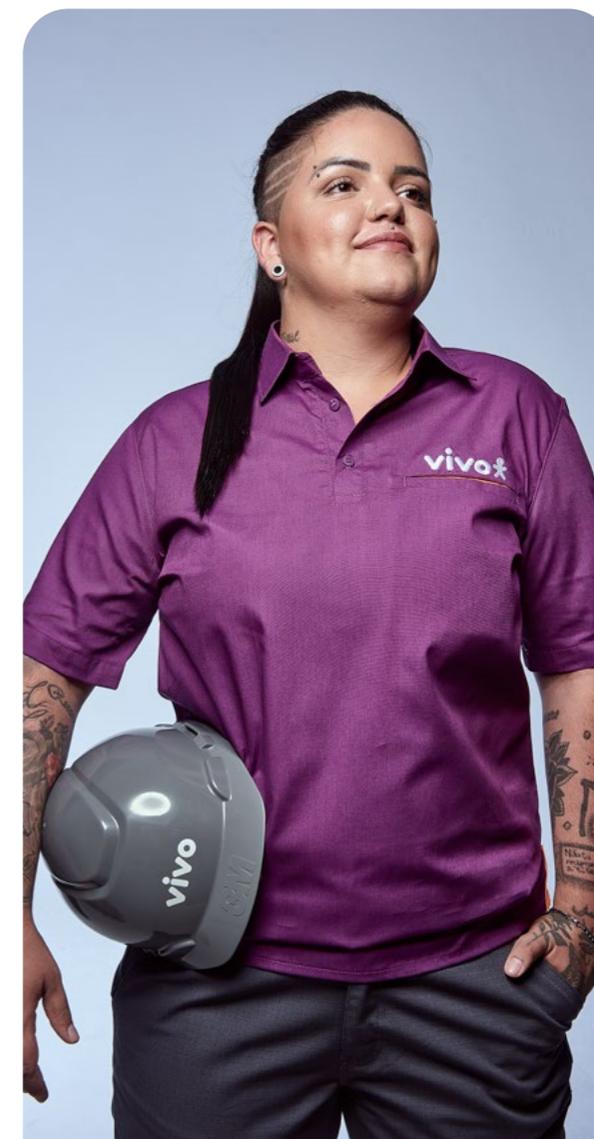
viços da Companhia são auditados nos requisitos da norma referentes à contratação de serviços.

O sistema é estruturado em categorias:

- **Planta externa:** atividades técnicas de instalação e reparo para atendimento casa e 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.

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 **SOGI (Ambipar)** 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 ser-



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. Isso garante 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 46 **CIPAA's vigentes**, com um total de **439 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.

Prevenção e mitigação

GRI 403-7, 403-9

A área de Segurança do Trabalho da Vivo desenvolveu 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 trabalhadores, 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;
- Fórum de Aliados com 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;
- Reuniões regulares com a Área de Serviço ao Cliente.

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), capacitação para membros da CIPAA conforme a NR-05, além do treinamento ISO 45001 na plataforma SuccessFactors.

A Vivo também promove ações como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT) para reforçar seu compromisso com a segurança.

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.



Saúde e bem-estar dos colaboradores

GRI 3-3 Tema material: Gestão de talentos, 403-3, 403-6

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 o pilar **“Eu, nós, Vivo”**, que enfatiza o acolhimento e o cuidado humano, a Companhia adota práticas que promovem um ambiente de trabalho inclusivo, seguro e saudável. Esse pilar reflete o compromisso da Vivo em garantir que cada colaborador se sinta valorizado, respeitado e amparado, tanto no aspecto profissional quanto pessoal.

Os serviços de saúde ocupacional da Vivo, oferecidos pelo **programa Vivo Bem-Estar**, desempenham um papel crucial na identificação e eliminação de riscos, reunindo diversas iniciativas de saúde integral que abrangem cuidados com o corpo, mente e ambiente. Com foco no cuidado completo das pessoas, o programa disponibiliza serviços tanto presenciais quanto remotos, permitindo flexibilidade e acesso amplo.

A Companhia possui o Espaço Bem-Estar em sua sede, localizada em São Paulo (SP), com cerca de 600m², onde está instalada a clínica Einstein. A Companhia garante a qualidade dos serviços que disponibiliza por meio de uma equipe multidisciplinar composta por acupunturistas, psicólogos, nu-

tricionistas, fisioterapeutas e educadores físicos. Lá também são oferecidos atendimentos médicos com médicos da família, e o espaço conta com uma sala de meditação.

Além dos atendimentos presenciais, muitos dos serviços estão disponíveis online, exceto especialidades como acupuntura, osteopatia, fisioterapia dinâmica e eletroestimulação. Como parte do programa **Vivo Bem-Estar**, em 2024, a Vivo lançou **um desafio para incentivar práticas saudáveis** entre seus colaboradores, com atividades focadas no corpo, mente e ambiente, além de missões semanais. Os melhores pontuadores receberam prêmios exclusivos, como vale-viagens e jantares especiais. O desafio obteve grande sucesso, com 4 mil inscrições na primeira semana.

Anualmente, a Vivo promove diversas campanhas de conscientização, como Janeiro Branco (Saúde Mental), Setembro Amarelo (Prevenção ao Suicídio), Outubro Rosa (Prevenção ao Câncer de Mama), Novembro Azul (Prevenção ao Câncer de Próstata) e a Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT). Além disso, pelo segundo ano consecutivo, foi realizado o **Festival do Bem-Estar**, uma ação que envolveu todos os colaboradores da Companhia em todo o país.

O **Festival do Bem-Estar 2024** da Vivo, com o conceito “A sua escolha pelo autocuidado começa agora”, contou com cerca de 20 ações em 23 filiais administrativas e 30 lojas. A programação incluiu atividades em grupo e atendimentos individuais, com destaque para a participação das campeãs olímpicas Rafaela Silva e Ana Patrícia Ramos, que abordaram saúde integral e equilíbrio em momentos desafiadores durante uma live interna.

Em São Paulo (SP), foram realizadas sessões de fisioterapia, jump, acupuntura, eletroestimulação e visitas a museus. Em outras cidades, ocorreram corridas de rua, quick massages, bioimpedâncias, dia da beleza e workshops de fotografia. O evento gerou cerca de 3.500 atendimentos individuais, reforçando o compromisso da Vivo com o bem-estar dos colaboradores

Em outubro, realizamos Dia da Família Vivo, abrindo as portas da Companhia para que colaboradores trouxessem seus filhos ou crianças da família. Foram realizadas mais de 14 ações em 5 estados diferentes, contemplando 10 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 2.400 crianças..

O Festival do Bem-Estar realizou ações em

37

filiais e lojas de todas as regiões do Brasil

33 ações

presenciais e online

+4 Mil colaboradores participando presencialmente

Um crescimento de 238% em relação a 2023





Modelos de trabalho

A Vivo reconhece que a evolução digital exige a adaptação a novos modelos de trabalho. Para isso, oferece aos colaboradores diferentes opções, como trabalho presencial, teletrabalho, mobilidade (trabalho flexível, com dois dias por semana fora do escritório) e mobilidade total. Além disso, há flexibilidade de horário, permitindo que as diversas necessidades dos colaboradores se alinhem aos diferentes tipos de trabalho, criando ambientes mais inclusivos e adaptáveis.

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.

Dentre as principais iniciativas e benefícios, destacam-se:

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.

COMPLEMENTO SALARIAL

É um suporte financeiro oferecido aos colaboradores em determinadas situações, garantindo maior segurança e estabilidade. Esse benefício pode estar relacionado a afastamentos por motivos de saúde, licença-maternidade/paternidade, entre outros casos específicos previstos nas diretrizes da Companhia.

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, entre outras.

AUXÍLIO A DEPENDENTES COM DEFICIÊNCIA

Reembolso de despesas disponibilizado aos colaboradores com filhos ou dependentes com deficiência comprovada por laudo médico e pelo serviço de saúde da Companhia, sem qualquer custo para o colaborador.

ISENÇÃO DE COPARTICIPAÇÃO PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Colaboradores com deficiência têm isenção de coparticipação em consultas, exames e terapias realizados em prestadores credenciados na operadora de saúde.

LICENÇA-PETERNIDADE

Os colaboradores que adotam animais de estimação têm dois dias para se dedicarem à adaptação do novo melhor amigo.

VIVO RETIFICA

Auxílio financeiro para pessoas trans que fazem parte do time Vivo e que têm interesse em realizar a retificação de seus documentos.

Saúde e bem-estar

NUTRIÇÃO/ACUPUNTURA

Prática de atendimento de primeira consulta e acompanhamento perene com valores acessíveis.

FISIOTERAPIA

A Vivo tem o programa Movimento Sem Dor, que tem por objetivo tratar colaboradores com queixas de dor, alterações posturais ou histórico de lesões osteoarticulares prévias por meio de serviços de fisioterapia e osteopatia.

MEDITAÇÃO GUIADA

Sessões de meditação guiada presenciais e virtuais. O app Atma é gratuito para todos os colaboradores.

TELEMEDICINA

É disponibilizada para todos os colaboradores e seus dependentes, em parceria com as operadoras de saúde.

ACADEMIA

Planos do Gympass, subsidiados pela Vivo com base na escolha do colaborador no programa VIBE.

CONTE COMIGO

Atendimentos relacionados a aspectos sociais, psicológicos, psicopedagógicos, jurídicos e financeiros, por meio de atendimento presencial e online, com seis sessões de terapia.

SERVIÇO SOCIAL CORPORATIVO

Suporte a questões pessoais e corporativas, por meio de acolhimento, amparo e aconselhamento, contribuindo com o bem-estar social.

OSTEOPATIA

Terapia que identifica os fatores limitantes e devolve a mobilidade de todos os sistemas corporais, incluindo músculos, articulações, entre outros.

ELETROESTIMULAÇÃO

Treinamento que associa impulsos elétricos aplicados sobre os principais grupos musculares, com o exercício realizado através de comando muscular voluntário.

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.

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.

Em 2024, o índice de satisfação com o programa VIBE alcançou 97% (+2p.p), o que demonstra 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 sempre acreditou no poder transformador da tecnologia para conectar pessoas e criar uma sociedade mais igualitária. A Companhia tem um papel de liderança no setor de telecomunicações, e seu compromisso vai além da oferta de produtos e serviços. **A Vivo 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.**

Este compromisso, aliado ao uso mais consciente da tecnologia, se fortaleceu com o lançamento do posicionamento “Viva no seu tempo”, em maio de 2023. O conceito por trás desse posicionamento surge a partir da percepção crescente da necessidade de equilibrar o uso da tecnologia com a qualidade de vida das pessoas. Ao incentivar as pessoas a refletirem sobre como se relacionam com a tecnologia, a Vivo quer ajudar a sociedade a encontrar uma maneira mais saudável e equilibrada de viver, respeitando o seu próprio tempo.

“Viva no seu tempo” foi criado com base em dados sobre as expectativas da população brasileira em relação à tecnologia. Um levantamento conduzido por VTrends, hub de pesquisa da Vivo, revelou que 83% das pessoas acreditam que é necessário falar mais sobre o uso consciente da tecnologia, um indicativo de que há uma crescente preocupação sobre o impacto das telas e dispositivos digitais no cotidiano. O estudo abordou o comportamento

digital da população, seus anseios e desafios relacionados ao uso de smartphones, aplicativos, redes sociais e outros dispositivos tecnológicos, destacando a necessidade de mais diálogo sobre como gerenciar o tempo online de forma equilibrada.

A partir disso, a Vivo decidiu abrir um diálogo amplo e público sobre o tema. Para isso, a Companhia lançou uma campanha multimídia com figuras públicas, distribuída em diferentes canais, como redes sociais e TV aberta, que buscou informar e sensibilizar o público sobre a importância de ter uma relação saudável com a tecnologia. A campanha trouxe reflexões e práticas para uma vida mais equilibrada no mundo conectado.

Assim, **a Vivo convida as pessoas a repensarem sua relação com a tecnologia, a buscarem mais equilíbrio no uso dos dispositivos e a adotarem um estilo de vida mais consciente.** O objetivo da empresa é não só oferecer acesso a tecnologias inovadoras, mas também promover o bem-estar das pessoas.

O posicionamento “Viva no seu tempo” reforça a missão da Vivo de ser uma facilitadora para uma sociedade digital mais saudável e responsável, ajudando a construir um futuro mais equilibrado, no qual a tecnologia é um agente de transformação positiva, sem deixar de respeitar o tempo e as necessidades humanas.

Patrocínios e outros investimentos sociais

A Vivo acredita na cultura como meio de transformação social e é uma das principais marcas apoiadoras das artes visuais, cênicas e da música no Brasil. 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 2024, a marca patrocinou mais de 100 projetos em território nacional, com investimento superior a 100 milhões de reais, impactando milhões de pessoas em todo o Brasil.

Atualmente, a Vivo 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), além do Instituto Inhotim e Palácio das Artes, ambos em Minas Gerais, e o Museu Oscar Niemeyer, no Paraná.

O Teatro Vivo, localizado em São Paulo, conta com uma curadoria de peças contemporâneas, que promovem reflexões sobre questões atuais e valorizam a diversidade cultural. Além disso, o espaço é totalmente acessível, oferecendo recursos como tradução em libras, audiodescrição e equipe treinada, garantindo inclusão para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Em 2024, recebeu mais de 50 mil pessoas.



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, The Town e Afropunk, em Salvador e Belém. 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.

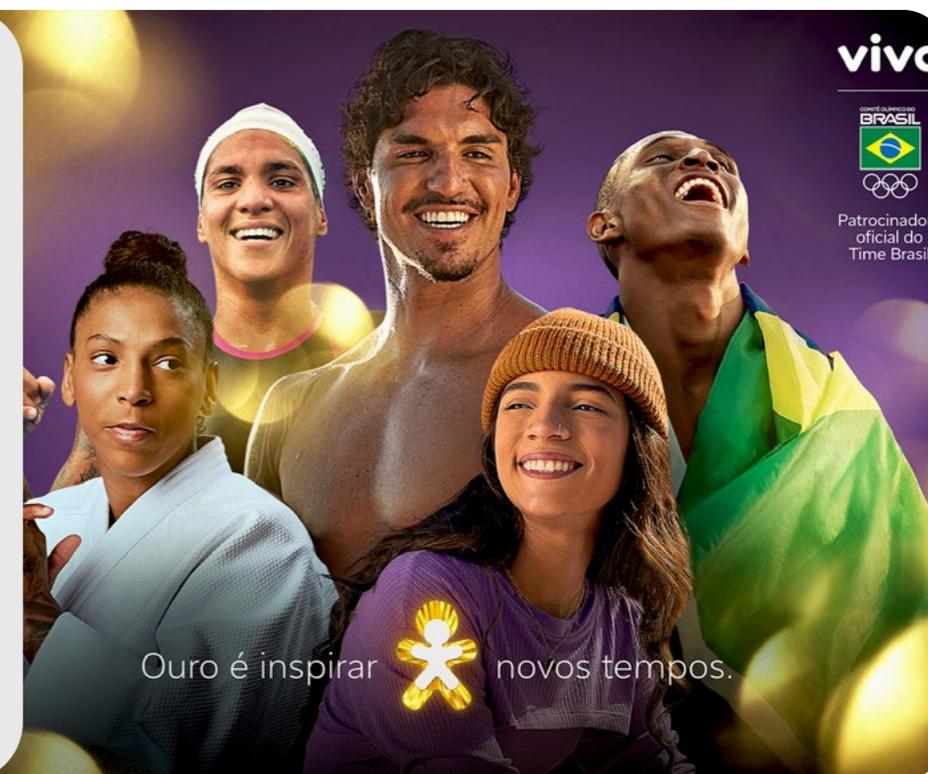
As ações da marca no âmbito cultural ampliam o acesso ao conhecimento com novas formas de vivência e aprendizado, fortalecidas pela diversidade, sustentabilidade, inclusão e educação. Todas as informações estão reunidas e são compartilhadas nos perfis @vivo.cultura e @vivo no Instagram.

O resultado de tantas iniciativas é reconhecido pelo público, que colocou a Vivo entre as cinco marcas mais associadas a eventos e festivais no Brasil, de acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Qualibest em 2024.

Esporte

Em 2024, 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), Street League Skateboarding (SLS), Track&Field Run Series, World Trail Races (WTR), Stock Car, Esporte Clube Pinheiros, Naurú, Ironman 70.3 e Triday Series.

Em ano Olímpico, reforçou seu apoio ao Comitê Olímpico do Brasil/Time Brasil (COB), sendo a segunda marca mais lembrada durante os Jogos Olímpicos, mesmo não sendo patrocinadora oficial do evento.



Ouro é inspirar  novos tempos.

Games

A Vivo tem se destacado no cenário dos esportes eletrônicos, com mais de 10 anos de patrocínio ao Vivo Keyd Stars, um dos clubes mais tradicionais e importantes do Brasil.





Anexos

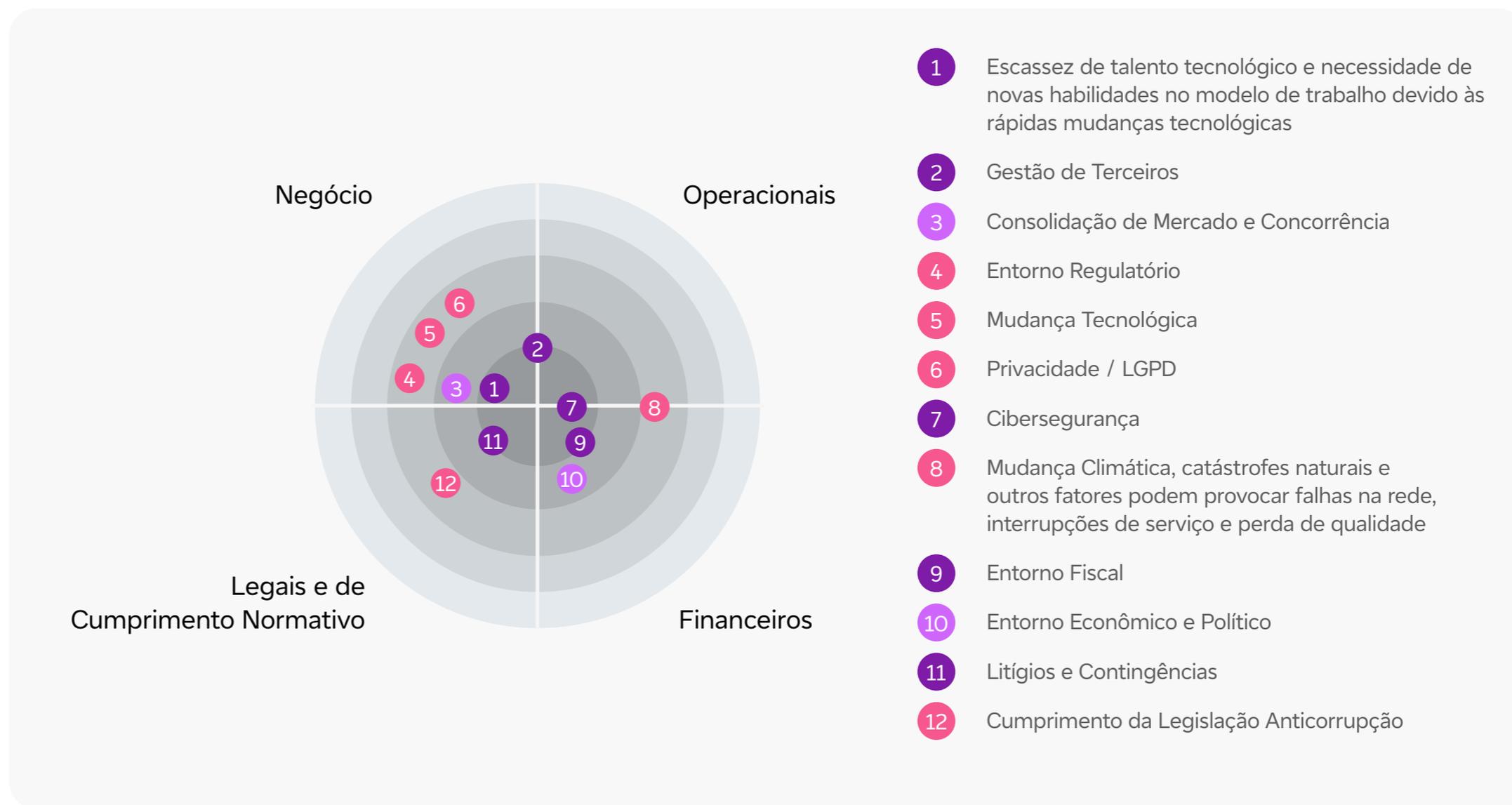
- Gestão de riscos corporativos - fatores de riscos
- Riscos e oportunidades climáticas
- Principais compromissos públicos do Plano de Negócio Responsável (PNR)
- GRI - Global Reporting Initiative
- SASB - Sustainability Accounting Standards Board
- Sumário de conteúdo da GRI e SASB
- Relatório de asseguração





Gestão de riscos corporativos - fatores de riscos

Os riscos de mercado que podem impactar a Companhia¹ são priorizados com base em seu nível de criticidade. Todas as temáticas de riscos apresentadas nesta seção são detalhadas nos Fatores de Riscos mais adiante. Os 12 fatores de riscos, ilustrados no gráfico ao lado, representam uma agregação de todos os fatores detalhados posteriormente.



¹Risk Factors do Brasil, referenciados do 20-F



Fatores de riscos

Dentre estas temáticas, destacamos os fatores de riscos, que poderiam afetar o negócio, a situação financeira, os resultados e/ou os fluxos de caixa da Companhia. Atualmente, estes são os fatores de riscos específicos que a Companhia considera relevantes e materiais para a tomada de decisão de investimentos. No entanto, é importante destacar que a Companhia está sujeita a outros riscos que não foram incluídos nesta seção devido as características da avaliação realizada pela probabilidade de ocorrência e potenciais impactos econômicos, de cumprimento, reputacionais e de ESG (ambiental, social e de governança).

Lista dos fatores de riscos 2024

DETALHAMENTO COMPLETO DISPONÍVEL NO ITEM D. RISK FACTORS DO 20-F (P. 12 A 35)

RESUMO DOS RISCOS RELACIONADOS A QUESTÕES FINANCEIRAS

- 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.
- 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, e qualquer inadimplência nesses acordos de dívida pode ter um efeito desfavorável relevante em nossa situação financeira e fluxos de caixa.
- Mudanças nos impostos e outras autuações podem afetar adversamente a Companhia e nossos acionistas.
- A guerra contínua entre a Rússia e a Ucrânia e a guerra no Oriente Médio podem ter um efeito material adverso nas economias global e brasileira, bem como na Companhia.

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.
- As operações da Companhia estão sujeitas a leis e regulamentos ambientais. O descumprimento da legislação e regulamentações poderão ter efeito adverso nos negócios e na reputação da Companhia.

- Desastres naturais ou provocados pelo homem, incluindo condições climáticas extremas devido às mudanças climáticas (altas temperaturas, inundações, tempestades) ou outros eventos inesperados podem afetar negativamente redes, sistemas e infraestrutura e poderiam interromper as operações da Companhia.

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.
- Fazemos investimentos tendo como base projeções de demandas que podem ser imprecisas devido à volatilidade econômica e resultar em receitas abaixo do volume estimado.
- 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.



- Nossa concessão pode ser revisada pelo governo brasileiro sob determinadas circunstâncias.
- A revisão de nossos contratos de concessão e/ou a implementação de um novo marco regulatório no Brasil pode ter um efeito adverso relevante sobre nossas operações.
- Nossas licenças de radiofrequência atuais podem não ser renovadas por períodos adicionais.
- Dependemos de fornecedores-chave para obter os serviços e equipamentos necessários para nosso negócio.
- Estamos sujeitos ao risco de descumprimento das leis de privacidade e proteção de dados, o que pode levar a sanções, inclusive penalidades financeiras.
- 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.
- Ampla regulação governamental do setor de telecomunicações e de nossa concessão pode limitar, em alguns casos, nossa flexibilidade em responder às condições do mercado, à concorrência e às mudanças em nossa estrutura de custos ou impactar nossas tarifas.
- 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.

RESUMO DOS RISCOS RELACIONADOS A QUESTÕES JURÍDICAS E DE COMPLIANCE

- Estamos expostos a riscos relacionados ao cumprimento de leis e regulamentações voltadas ao combate à corrupção e programas de sanções econômicas.
- Enfrentamos riscos associados a ações judiciais.
- A regulamentação da Internet no Brasil ainda é limitada, e algumas questões legais relacionadas à Internet ainda são incertas.

Fatores de riscos na perspectiva ambiental

Os riscos relativos às alterações climáticas estão incluídos na avaliação de riscos da Companhia. É realizada, periodicamente, avaliação de criticidade, considerando-se os riscos físicos (oriundos de eventos climáticos) e de transição no curto, médio e longo prazos, incluindo, por exemplo, aspectos como custo da energia.

Nos riscos ambientais as operações e propriedades da Companhia estão sujeitas a diversas leis e regulamentos ambientais que regem licenças, registros, proteção da fauna e da flora, uso da energia, emissões atmosféricas, gestão de resíduos e remediação de áreas contaminadas, entre outros. Para prevenir e mitigar possíveis impactos ambientais, a Companhia além de acompanhar constantemente as demandas ambientais e possuir controles internos para essa finalidade. Para maiores informações, consultar a nota explicativa Riscos ambientais presentes nas Demonstrações Financeiras 2024.



O detalhamento dos fatores de riscos citados estão disponíveis no "FORM 20-F" publicado em 27/02/2025, para acessar [clique aqui](#)



Riscos emergentes

No processo de identificação de novos riscos, a Vivo considera também os riscos emergentes, que são ameaças identificadas recentemente e que potencialmente podem impactar o desenvolvimento futuro da Companhia ou do setor no médio e longo prazos, ainda que o seu potencial resultado e horizonte temporal ainda sejam incertos e difíceis de prever.

Destacamos abaixo os seguintes cenários:

	Crime Cibernético e/ou Ciber espionagem	Uso Indevido da Inteligência Artificial (IA)	Desinformação e Difusão de Informações Falsas ou Inexatas
Descrição do risco	O valor da propriedade intelectual da Companhia e a relevância dos serviços prestados à sociedade, combinados com as tensões geopolíticas existentes, envolvem atores estatais e independentes com um elevado nível de financiamento. Os recursos econômicos de que dispõem os cibercriminosos resultam na proliferação de ferramentas digitais avançadas que utilizam tecnologias como inteligência artificial e aprendizado de máquina, possibilitando a realização de ciberataques mais sofisticados e automatizados, que podem aumentar as ocorrências de cibercrime em geral, incluindo a ciberespionagem.	O uso de sistemas de IA para gestão de redes, atendimento ao cliente ou segurança pode gerar problemas se os sistemas falharem, fornecerem resultados imprecisos ou não forem interpretados corretamente. Além disso, a implementação de sistemas de IA que não cumpram adequadamente as novas regulamentações e os princípios de IA da Telefônica pode gerar questões regulatórias com as autoridades e problemas de reputação com nossos clientes. Além disso, podem surgir riscos potenciais relacionados à privacidade, segurança e propriedade intelectual, tanto nossa quanto de terceiros.	A desinformação abrange todos os tipos de disseminação de informações falsas ou inexatas: conteúdo completamente fabricado e sem base na realidade (conteúdos falsos), informações que se apresentam como provenientes de uma fonte confiável quando não são (impostora), informações alteradas de maneira enganosa para mudar seu significado original (manipulada), além de informações criadas ad-hoc com a intenção de enganar deliberadamente o público (fabricada).
Impacto	Pode prejudicar potencialmente o funcionamento das operações do grupo, sua imagem e/ou negócios, além de impactar os clientes ou terceiros, incluindo o roubo de dados e propriedade intelectual.	A ausência de controles eficazes sobre os diversos riscos inerentes ao uso da inteligência artificial pode comprometer a reputação da Companhia e minar a confiança de clientes e usuários, decorrente de vazamento de dados sensíveis e/ou confidenciais. Adicionalmente, pode propiciar a disseminação indevida de informações, gerar perdas financeiras e ampliar a exposição a responsabilidades de natureza legal e regulatória.	A desinformação pode impactar negativamente a percepção pública da Companhia, minando a confiança de clientes e investidores, incluindo os potenciais, além de outras partes interessadas em nossa marca e/ou serviços. Esse fenômeno pode conduzir nossos investidores a tomarem decisões equivocadas, gerar incerteza no mercado e afetar adversamente nossa posição financeira e operacional. Adicionalmente, a gestão da desinformação exige recursos significativos para o monitoramento, identificação e contraposição a conteúdos falsos, o que pode acarretar custos adicionais para a Companhia.



Crime Cibernético e/ou Ciber espionagem

Uso Indevido da Inteligência Artificial (IA)

Desinformação e Difusão de Informações Falsas ou Inexatas

Ações Mitigatórias

A estratégia do Grupo Telefónica, que tem a antecipação como seu primeiro pilar, implementa medidas já adotadas para proteger, identificar, detectar, mitigar e neutralizar ações antes que ocorram ou através da detecção precoce, conforme descrito no Centro Global de Transparência disponível no site público da Telefónica.

Para monitorar essas ameaças, tarefas de antecipação incluem a supervisão contínua dos ativos para detectar vulnerabilidades e a análise de ameaças e atividades dos atores para gerar ciberinteligência. Caso as medidas adotadas não impeçam completamente danos aos sistemas ou dados, há sistemas de backup projetados para recuperação total ou parcial da informação, e programas de seguro que cobrem riscos cibernéticos estão em vigor.

A gestão dos diferentes contextos ocorre pelo ciclo de melhoria contínua da análise de riscos de acordo com cada aplicação de uso da IA, que consideram a ética, transparência, privacidade, explicabilidade, a propriedade intelectual, a gestão da segurança de dados, os direitos fundamentais, o meio ambiente e a sociedade como um todo, baseando-se em um modelo interno de governança relacionado a novas soluções digitais.

A disseminação de informações imprecisas, acidental ou deliberada, representa um desafio contínuo que exige cooperação entre as diretorias da Companhia e plataformas de conteúdo. A Direção de Comunicação da Telefónica mantém um firme compromisso com as melhores práticas, garantindo informações verazes e aplicando políticas para mitigar a desinformação e manter um posicionamento ético. Esses esforços seguem as recomendações da ONU para proteger a liberdade de expressão e o direito à informação conforme a Declaração Universal dos Direitos Humanos. A comunicação visa criar um espaço cívico plural, promovendo transparência e confiança, enquanto fomenta o pensamento crítico para combater falsidades. A Companhia também procura envolver a mídia na criação de políticas responsáveis e manter um diálogo constante. O plano de ação da Direção de Comunicação baseia-se em um regime robusto de informações públicas, com recursos técnicos e humanos adequados, garantindo que o público tenha acesso fácil para verificar informações necessárias.



Riscos e oportunidades climáticas

Descrição dos principais riscos e oportunidades climáticas identificados na avaliação sobre riscos climáticos realizada.

Categoria	Natureza	Descrição	Impacto Financeiro	Gestão
Risco Físico	Crônico	Aumento do consumo de eletricidade em função da maior demanda por refrigeração, associada ao aumento médio da temperatura global.	Aumento dos custos operacionais (OPEX), especialmente com eletricidade e manutenções, além do aumento em CAPEX devido a aposentadoria antecipada de equipamentos.	Plano de Eficiência Energética que tem como objetivo reduzir o consumo de eletricidade, através, por exemplo, de projetos free-cooling, modernização de equipamentos e inclusão de especificações técnicas mais críticas nos equipamentos de rede que a Companhia está adquirindo, para que possam funcionar em temperaturas mais altas.
	Agudo	Elevação do risco de interrupções dos serviços e danos a equipamentos em razão da maior frequência de eventos climáticos extremos, como tempestades, ventos fortes e inundações.	Aumento de custos operacionais e CAPEX para substituição de ativos danificados, e perda de receita devido a indisponibilidade do serviço (lucro cessante).	Sistema Global de Continuidade do Negócio, que garante a máxima resiliência das operações diante de qualquer interrupção. Além disso, o possível dano a ativos causado por eventos climáticos extremos é considerado no modelo de seguros da Companhia.
Risco de Transição	Mercado	Elevação dos custos energéticos decorrente da dependência de energia elétrica e da variação dos preços de combustíveis fósseis.	Aumento nos custos operacionais (OPEX), principalmente relacionados a eletricidade.	Além do Plano de Eficiência Energética que visa reduzir o consumo de energia, a Companhia também conta com um Plano de Energia Renovável (como a atuação em projetos de geração distribuída), que permite que a Vivo seja menos dependente das variações dos preços de energia no país.





Categoria	Natureza	Descrição	Impacto Financeiro	Gestão
	Produtos e Serviços	Expansão dos negócios em uma economia de baixo carbono por meio da oferta de produtos e serviços digitais que contribuam para a redução das emissões de CO ₂ dos clientes.	Aumento de receita como consequência de uma maior demanda por produtos e serviços que contribuam para a descarbonização da economia.	As soluções digitais baseadas na conectividade, IoT, Cloud e Big Data têm o potencial de otimizar o consumo de recursos e reduzir o impacto ambiental dos clientes. Por isso, as unidades de negócio da Companhia veem como oportunidade o impulsionamento dos serviços digitais, contribuindo para a descarbonização dos clientes.
Oportunidade	Eficiência de Recursos	Otimização de custos em redes e operações, por meio de uma gestão energética mais eficiente.	Redução de custos operacionais (OPEX de eletricidade).	O Plano de Eficiência Energética possibilita uma importante vantagem competitiva do setor, aumentando a eficiência e resiliência da rede sem causar um aumento do consumo de energia.
	Fontes de energia	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).	Manter o consumo de eletricidade 100% renovável é um dos principais objetivos climáticos da Vivo. A Companhia enxerga oportunidades de redução de custos apostando em contratos de longo prazo em projetos de geração.

Nota: A Vivo também avalia e faz a gestão de outros riscos de transição, como os regulatórios (aumento do preço de determinados produtos e serviços, por causa de impostos ou taxas aplicáveis às emissões de CO₂, diretas ou indiretas), tecnológicas (necessidade de aposentar antecipadamente ativos ligados à climatização ou energia por uma transição de baixo carbono) e reputacionais (aumento de exigência neste tema por parte de grupos de interesse e custos crescentes de compensação de CO₂), porém estes aparecem com menor impacto, não estando entre os principais riscos.



Principais compromissos públicos do Plano de Negócio Responsável (PNR)



Pilares de Atuação	Temas Materiais Relacionados	Compromissos (2024 - 2035)	Ano da Meta	Status 2024	Resultados 2024
Ética e Transparência A integridade, o compromisso e o respeito são nossos principais valores, pois constroem e reforçam as relações de confiança.	Temas materiais: Governança Corporativa, Ética e Competitividade, Privacidade e proteção de Dados, Segurança Digital e Gestão Ambiental ODS relacionados:    	Manter 100% dos colaboradores treinados nos Princípios de Negócio Responsável, Código de Ética da Companhia (%)	2024	✗	98,28% dos colaboradores treinados nos Princípios de Negócio Responsável.
		Manter a excelência na gestão e governança por meio da manutenção e ampliação de certificações e similares	2024	✓	Certificações mantidas: ISO 45001, ISO 27001, ISO 14001, ISO 50001, ISO 26000 e DSC 10.000. Mais detalhes podem ser acessado na página 13 .
		Fortalecer a transparência e aderência às boas práticas ESG, mantendo o destaque em avaliações especializadas (ISE, S&P Global, Sustainalytics, entre outros)	2024	✓	Entre as empresas líderes do setor nas principais agências de avaliação ESG. Mais detalhes podem ser acessados na página 12 .
		Entrada no Dow Jones Best-In-Class Index	2026	✓	Vivo integra pela primeira vez a carteira do Dow Jones Best-in-Class World Index, estreando como única telecom brasileira no índice.

 Atingido
  Em andamento
  Não atendido



Anexos



Pilares de Atuação

Temas Materiais Relacionados

Compromissos (2024 - 2035)

Ano da Meta

Status 2024

Resultados 2024

Gestão Ambiental e Mudanças Climáticas

Reduzimos os impactos ambientais de nossa operação e ajudamos outros setores da economia, por meio da digitalização, a desenvolver suas atividades de maneira mais eficiente e sustentável.

Temas materiais:

Gestão Ambiental e Mudanças Climáticas

ODS relacionados:



Atingir 85 usinas no Projeto de Geração Distribuída

2024-2026



72 usinas de energia renovável em operação.

Contribuir para que os clientes reduzam suas emissões através de serviços de conectividade e Ecosmart

2024



R\$ 2,7 bilhões de receita de produtos B2B com selo Eco Smart em 2024.

Reduzir em 90% o consumo de energia por unidade de tráfego (vs 2015)

2025



90% de redução no consumo de energia por unidade de tráfego mantida (25,12 MWh/Pb).

Manter consumo de energia elétrica 100% renovável

2035-2040



100% do consumo de energia elétrica advindo de fontes renováveis.

Manter em 90% as emissões dos escopos 1 e 2 (vs 2015)

2035-2040



Redução de 90% das emissões dos escopos 1 e 2 mantida, resultado alcançado antes do prazo estipulado para o 1º objetivo do Plano Net Zero.

Atingir zero emissões líquidas

2035



Frentes em andamento: (i) 1º objetivo net zero de redução de emissões de escopo 1 e 2 alcançado e mantido; (ii) esforços para redução das emissões da cadeia (escopo 3) em linha com o planejado; (iii) emissões residuais neutralizadas ou compensadas em linha com o planejado.



Atingido



Em andamento



Não atendido



Anexos

Responsabilidade Social Corporativa

Somos comprometidos com a sociedade, promovendo os direitos fundamentais de todos os públicos, com impacto social cada vez mais positivo.

Temas materiais:

Experiência do Cliente e Digitalização

ODS relacionados:



Diversidade e Talentos

Associamos a tecnologia e a inovação a um ambiente de trabalho respeitoso, diverso e inclusivo. Valorizamos as pessoas e queremos sempre atrair e reter os melhores talentos.

Temas materiais:

Gestão de Talentos

ODS relacionados:



Manter a liderança em reputação perante os stakeholders em pesquisas de reputação corporativa

2024



Top 20 empresa com a melhor reputação no Brasil e empresa com melhor reputação do setor, segundo o Monitor Merco Empresarial de Reputação Corporativa.

Manter declaração independente feita por auditoria externa da ISO 26000 (Responsabilidade Social Corporativa)

2024



Declaração ISO 26000 emitida (Nível Ouro de aderência à norma).

Avaliar as principais operações de risco em aspectos de direitos humanos

2024



100% das principais operações avaliadas.

Continuar a beneficiar aproximadamente 2 milhões de pessoas por ano através da Fundação Telefônica Vivo

2024



Cerca de 2 milhões de beneficiados.

Garantir alto nível de engajamento e satisfação dos colaboradores

2024



85 pontos no eNPS (Employee Net Promoter Score).

Atingir e manter 40% de pessoas negras em cargos de liderança

2035



33,9% de pessoas negras em cargos de liderança, valor superior ao planejado para 2024.

Atingir e manter 45% de pessoas negras no quadro de colaboradores

2035



43,2% de pessoas negras no quadro de colaboradores, número superior ao planejado para 2024.

Atingir 34% de mulheres em cargos diretivos

2024



33,6% de mulheres em cargos diretivos.

Atingir e manter 40% de mulheres em cargos de liderança executiva

2035



38,3% de mulheres em cargos de liderança executiva, número superior ao planejado para 2024.

Atingir e manter cerca de 8% de colaboradores autodeclarados LGBTI+

2024



8,6% de colaboradores autodeclarados LGBTI+.

Atingir e manter cerca de 5% de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores

2024



5,3% de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores.

Atingido Em andamento Não atendido





Pilares de Atuação

Temas Materiais Relacionados

Compromissos (2024 - 2035)

Ano da Meta

Status 2024

Resultados 2024

Sustentabilidade na Cadeia de Valor

Atuamos para reduzir riscos e impactos nas operações, assim como valorizamos as relações éticas com nossos fornecedores e parceiros comerciais.

Temas materiais: Sustentabilidade na Cadeia de Valor

ODS relacionados:



Reduzir 90% as emissões da cadeia de valor (escopo 3) vs 2016

2035



Redução de 46% nas emissões da cadeia de valor vs 2016.

Alcançar 100% de fornecedores de alto risco avaliados em questões de sustentabilidade

2024



58% de fornecedores de alto risco avaliados por questões de sustentabilidade.

Realizar ações de engajamento e desenvolvimento de fornecedores e parceiros envolvendo o tema de gestão responsável

2024



Número de ações realizadas superior ao planejado para 2024.

Aumentar o NPS (Net Promote Score)

2024



Resultado do NPS (Net Promote Score) de 2024 2 p.p. acima do resultado de 2023.

Experiência do Cliente

Queremos ter excelência no relacionamento com o cliente, bem como protagonismo e papel ativo de conscientização e promoção do consumo responsável.

Temas materiais:

Experiência do Cliente, Inovação, Digitalização e Gestão Ambiental

ODS relacionados:



Atingir 13 toneladas de resíduos eletroeletrônicos coletados por meio do Vivo Recycle

2024



14 toneladas de resíduos eletrônicos coletadas, além do desenvolvimento de uma ação em parceria com a Fundação Telefônica Vivo, que possibilitou a coleta de aproximadamente mais 23 toneladas de resíduos eletrônicos. Totalizando a coleta de cerca de 37 toneladas no ano.

Manter 100% dos novos produtos avaliados com critérios de sustentabilidade (Responsibility by design)

2024



100% dos novos produtos avaliados.

Fortalecer as soluções digitais com impacto ambiental e social positivo

2024



Nova frente em energia incorporada (GUD Energia), que se soma às soluções em saúde, educação, entretenimento (cultura) e serviços financeiros (bancarização e acesso a crédito).



Atingido



Em andamento



Não atendido



GRI - Global Reporting Initiative

CONTEÚDOS GERAIS

EMPREGADOS | GRI 2-7

	2022			2023			2024		
	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total
Região Norte	533	0	533	529	50	579	529	56	585
Região Nordeste	1.932	1.683	3.615	2.048	1.775	3.823	2.078	1.697	3.775
Região Sul	4.736	2.500	7.236	4.673	1.944	6.617	4.502	1.644	6.146
Região Sudeste	16.975	2.749	19.724	17.412	3.024	20.436	17.623	3.222	20.845
Região Centro-oeste	1.695	65	1.760	1.695	56	1.751	1.646	50	1.696
Total	25.871	6.997	32.868	26.357	6.849	33.206	26.378	6.669	33.047
Feminino	9.651	4.930	14.581	10.024	4.814	14.838	10.216	4.779	14.995
Masculino	16.267	2.067	18.334	16.379	2.035	18.414	16.209	1.890	18.099
Total	25.918	6.997	32.915	26.403	6.849	33.252	26.425	6.669	33.094

Nota: Todos os empregados são permanentes.

Há uma diferença nos totais da segregação por região em relação à gênero pois:

- Em 2022 “Nulos/não preenchidos” somam 47 casos.
- Em 2023 “Nulos/não preenchidos” somam 46 casos.
- Em 2024 “Nulos/não preenchidos” somam 47 casos.





TRABALHADORES QUE NÃO SÃO EMPREGADOS | GRI 2-8

Total por região e gênero	2022	2023	2024
Região Norte	1.807	1.856	2.061
Região Nordeste	5.719	5.682	5.833
Região Sul	7.566	7.396	6.854
Região Sudeste	78.889	77.257	82.037
Região Centro-oeste	3.901	3.864	3.765
Total	97.882	96.055	100.550
Feminino	41.226	41.492	43.459
Masculino	56.656	54.563	57.091
Total	97.882	96.055	100.550

Nota: Os tipos mais comuns de trabalhadores, são os prestadores de serviço de Call Center; Rede de Telecomunicações e Vendas. Todos os contratos exigem que as contratações sejam por regime CLT.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E SUA COMPOSIÇÃO | GRI 2-9

Estrutura	2022		2023		2024	
	Número	%	Número	%	Número	%
Tamanho do Conselho de Administração	12	-	12	-	12	-
Conselheiros Independentes ¹	10	83,3%	10	83,3%	10	83,3%
Conselheiros Executivos	1	8,3%	1	8,3%	1	8,3%
Conselheiros não executivos	1	8,3%	1	8,3%	1	8,3%

Nota: ¹ A Companhia atende aos critérios de independência fixados na Resolução CVM nº 80/2022.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E SUA COMPOSIÇÃO | GRI 2-9

Eficácia		2022	2023	2024
Tempo de mandato	Número	5,4	6,2	7,2
Número de membros não executivos/ independentes com 4 ou menos mandatos em Conselho de Administração de outras companhias abertas	Número	11	11	11
Número máximo de mandatos que podem ser exercidos concomitantemente pelos membros não executivos/independentes em Conselho de Administração de empresas fora do Grupo Telefónica	Número	5	5	5
Membros com Experiência no Setor ¹	Número	3	3	5
Membros com Experiência no Setor ¹	Porcentagem	25%	25%	25%

Notas:

¹ Considerando apenas os membros não executivos e independentes do Conselho de Administração que possuem experiência em atividades relacionadas ao setor de telecomunicações e tecnologia da informação. Membros com experiência no setor: (i) em 31/12/2024: - Denise Soares dos Santos - Eduardo Navarro de Carvalho - Juan Carlos Ros Brugueras - Jordi Gual Solé - Solange Sobral Targa; (ii) em 31/12/2023 - Eduardo Navarro de Carvalho - Juan Carlos Ros Brugueras - Solange Sobral Targa; (iii) em 31/12/2022: - Eduardo Navarro de Carvalho - Juan Carlos Ros Brugueras - Solange Sobral Targa; (iv) sete (7) membros, referente à nova composição em 25/04/2025: - 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 em cargos não executivos: Srs. Javier de Paz e Ignacio Moreno Martinez.



ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E SUA COMPOSIÇÃO | GRI 2-9

Participação em reuniões	2022		2023		2024	
	Nº de reuniões	Média de Participação	Nº de reuniões	Média de Participação	Nº de reuniões	Média de Participação
Conselho de Administração	21	100%	29	100%	22	100%
Comitê de Auditoria e Controle	9	100%	10	100%	9	100%
Comitê de Nomeação, Remuneração e Governança Corporativa	4	100%	10	100%	11	100%
Comitê de Qualidade e Sustentabilidade	4	100%	4	88,9%	4	100%

Membros do conselho em 31/12/2024	Gênero	Nacionalidade	Data de nascimento	Membro executivo	Membro independente	Nomeado ¹	Auditoria e Controle	Nomeação, remuneração e governança corporativa	Qualidade e sustentabilidade
Alfredo Arahuetes Garcia	Masculino	Espanhol	8 de janeiro de 1956	Não	Sim	26/04/2022	Membro	-	-
Ana Theresa Masetti Borsari	Feminino	Brasileira	1º de setembro de 1971	Não	Sim	11/04/2019	-	Membro	-
Andrea Capelo Pinheiro	Feminino	Brasileira	13 de agosto de 1966	Não	Sim	26/04/2022	-	-	Presidente
Christian Mauad Gebara	Masculino	Brasileiro	29 de setembro de 1972	Sim	Não	01/01/2019	-	-	-
Denise Soares dos Santos	Feminino	Brasileira	23 de julho de 1968	Não	Sim	31/01/2023	-	-	-
Eduardo Navarro de Carvalho ²	Masculino	Brasileiro	30 de janeiro de 1963	Não	Não	13/07/2005	-	Presidente	Membro
Francisco Javier de Paz Mancho	Masculino	Espanhol	24 de julho de 1958	Não	Sim	19/02/2008	-	Membro	-
Ignácio Moreno Martínez	Masculino	Espanhol	30 de julho de 1957	Não	Sim	26/04/2022	-	-	-
Jordi Gual Solé	Masculino	Espanhol	12 de junho de 1957	Não	Sim	26/04/2022	-	-	-
José María Del Rey Osorio	Masculino	Espanhol	11 de setembro de 1951	Não	Sim	04/01/2017	Membro	-	-
Juan Carlos Ros Brugueras	Masculino	Espanhol	10 de junho de 1961	Não	Sim	08/12/1998	Presidente	-	-
Solange Sobral Targa ³	Feminino	Brasileira	20 de setembro de 1972	Não	Sim	26/04/2022	-	-	Membro

Notas:

¹ Data da primeira eleição. Alguns conselheiros de administração deixaram o Conselho de Administração e retornaram após determinado período. São eles: Eduardo Navarro de Carvalho (Saída do primeiro mandato: 19/02/2008 / Eleição do segundo mandato: 07/11/2011) e Juan Carlos Ros Brugueras (Saída do primeiro mandato: 16/04/2013 / Eleição do segundo mandato: 21/02/2020).

² Representante para liderar assuntos de mudanças climáticas.

³ Membro do Conselho de Administração responsável pela Revisão da Estratégia de Segurança Digital da Companhia.



Anexos

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E SUA COMPOSIÇÃO | GRI 2-9



Membros do conselho a partir de 25/04/2025	Gênero	Nacionalidade	Data de nascimento	Membro executivo	Membro independente	Nomeado ¹	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 ²	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	-	-	Presidente
Eduardo Navarro de Carvalho	Masculino	Brasileiro	30 de janeiro de 1963	Não	Não	13/07/2005	-	Presidente	-
Francisco Javier de Paz Mancho	Masculino	Espanhol	24 de julho de 1958	Não	Sim	19/02/2008	-	Membro	-
Gregorio Martinez Garrido	Masculino	Espanhol	24 de janeiro de 1963	Não	Sim	25/04/2025	-	-	-
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 ³	Feminino	Brasileira	20 de setembro de 1972	Não	Sim	26/04/2022	-	-	Membro

Notas:

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 para liderar assuntos de sustentabilidade.

³ Membro do Conselho de Administração responsável pela Revisão da Estratégia de Segurança Digital da Companhia.



PROPORÇÃO DA REMUNERAÇÃO TOTAL ANUAL | GRI 2-21

	2022	2023	2024
Proporção entre o indivíduo mais bem pago e a média dos demais colaboradores	121,48	157,04	168,78
Aumento percentual médio na remuneração total anual para todos os empregados da organização, exceto o indivíduo mais bem pago	10,1%	8,9%	7,1%

Notas: Para a proporção, considerada a remuneração total do CEO dividido pela média de todos os colaboradores (empresas TBRA e TERRA).

PRINCIPAIS PARTICIPAÇÕES EM ASSOCIAÇÕES | GRI 2-28

Organizações e associações	2022	2023	2024
Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil)	R\$ 131.987,95	R\$ 215.801,96	R\$ 220.437,52
Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA)	R\$ 436.051,30	R\$ 303.977,12	R\$ 359.244,86
Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente (ABRAREC)	R\$ 18.520,00	-	R\$ 15.000,00
Associação das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e de Tecnologias Digitais (Brasscom)	R\$ 18.520,00	-	R\$ 15.000,00
Associação das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e de Tecnologias Digitais (Brasscom)	R\$ 110.252,40	R\$ 177.588,04	R\$ 183.350,00
Câmara Americana de Comércio para o Brasil (AMCHAM)	R\$ 1.750,00	R\$ 181.310,80	R\$ 92.705,93

PRINCIPAIS PARTICIPAÇÕES EM ASSOCIAÇÕES | GRI 2-28

Organizações e associações	2022	2023	2024
Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)	R\$ 90.705,90	R\$ 96.147,00	R\$ 100.589,00
Rede Brasil do Pacto Global da ONU	R\$ 91.314,00	R\$ 88.182,00	R\$ 89.316,00
Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal (Conexis Brasil Digital)	R\$ 6.928.971,38	R\$ 8.763.720,48	R\$ 10.116.382,26
Total	R\$ 7.809.552,93	R\$ 9.826.727,40	R\$ 11.177.025,57

ACORDOS DE NEGOCIAÇÃO COLETIVA | GRI 2-30

Indicadores	2022	2023	2024
Número de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	32.915	33.252	33.094
Número total de empregados	32.915	33.252	33.094
Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	100%	100%	100%

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

CONTEÚDOS TEMÁTICOS

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO | GRI 201-1

Indicadores	2022	2023	2024
Valor econômico direto gerado	R\$ 27.289.197,00	R\$ 27.787.640,00	R\$ 29.704.914,00
Receitas	R\$ 27.289.197,00	R\$ 27.787.640,00	R\$ 29.704.914,00
Valor econômico distribuído	R\$ 27.289.197,00	R\$ 27.787.640,00	R\$ 29.704.914,00
Salários e benefícios de empregados	R\$ 5.653.090,00	R\$ 6.181.499,00	R\$ 6.556.767,00
Remuneração de capitais a terceiros	R\$ 5.189.809,00	R\$ 5.556.728,00	R\$ 4.778.761,00
Remuneração de capitais próprios	R\$ 4.057.902,00	R\$ 5.039.977,00	R\$ 5.557.332,00
Pagamentos ao governo - impostos, taxas e contribuições	R\$ 12.388.396,00	R\$ 11.009.436,00	R\$ 12.812.054,00

PROPORÇÃO DE GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS | GRI 204-1

Fornecedores	2022	2023	2024
Total de fornecedores adjudicados (Tier-1)	1.175	1.182	1.175
Número de fornecedores significativos em sustentabilidade (Tier-1)	151	135	132
Total de gastos com fornecedores adjudicados (bilhões euros)	4,92 €	5,33 €	6,07 €
Total de gastos com fornecedores significativos (bilhões euros)	3,69 €	3,88 €	4,04 €
% gastos com fornecedores significativos (Tier-1)	75%	73%	67%
Número de fornecedores significativos (Non-Tier-1)	4	4	3
Total de fornecedores significativos (Tier-1 + Non-Tier-1)	155	139	135

COMUNICAÇÃO E CAPACITAÇÃO EM POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO | GRI 205-2

Treinamento sobre combate a corrupção	2022		2023		2024	
	N°	%	N°	%	N°	%
Integrantes do órgão de governança	20	100%	20	100%	21	100%
Empregados (total)	30.057	95%	30.817	98%	30.283	98%
Diretivo	103	90%	104	100%	102	99%
Liderança intermediária	4.197	94%	3.965	99%	4.126	99%
Demais cargos	25.757	95%	26.748	98%	26.055	97%

Notas: Para cálculo dos colaboradores treinados em combate à corrupção, é utilizado o total de colaboradores elegíveis (tempo integral e parcial). Anualmente, os membros da alta administração participam de treinamentos específicos sobre aspectos relevantes das legislações anticorrupção (Lei 12,846/13 e FCPA) e do programa de compliance da Companhia. Com relação aos colaboradores da Companhia, diversos treinamentos são desenvolvidos e ministrados pela Diretoria de Compliance com temas sobre legislação anticorrupção, ética, integridade, entre outros. **GRI 2-4** | A linha "Demais cargos" para o ano de 2023 foi rerepresentada desconsiderando a quantidade de aprendizes da Companhia.

COMUNICAÇÃO E CAPACITAÇÃO EM POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO | GRI 205-2

Comunicação sobre combate a corrupção	2022		2023		2024	
	N°	%	N°	%	N°	%
Integrantes do órgão de governança	20	100%	20	100%	21	100%

Notas: Especificamente, com relação aos membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e da Diretoria (executivos estatutários), asseguramos o conhecimento de cada um dos executivos, sobre os nossos Princípios de Negócio Responsável, código de ética e conduta da Companhia, e a Política Anticorrupção, por meio da assinatura anual do Certificado Anticorrupção de Dirigentes em Matéria Anticorrupção. Em 2024, 100% dos membros dos órgãos de governança (total de 21) assinaram o referido documento.

A Vivo entende que a comunicação do programa de compliance é muito importante para o fortalecimento da cultura organizacional de ética, integridade e transparência da Companhia. As comunicações realizadas pelo #VivoDeAcordo, o programa de compliance da Vivo, tem por objetivo conscientizar, engajar, divulgar, disseminar e informar os colaboradores sobre as normas de ética e anticorrupção que a Companhia está sujeita, sejam elas leis, regulamentos ou normativas internas, e para a importância de agir da maneira correta em todo o exercício de suas funções, e em todas as relações internas e externas, mitigando riscos e difundindo a conduta esperada pela Companhia





PRODUTOS REAPROVEITADOS | GRI 301-3

Vivo Recycle	Unidade	2022	2023	2024
Total de itens recolhidos	nº	41.610	23.188	22.078
Total de celulares recolhidos	nº	8.822	3.293	1.094
Total de equipamentos recolhidos	Toneladas	11,3	12,1	37,0

Vivo Renova	Unidade	2022	2023	2024
Total de itens recolhidos	nº	124.788	145.217	132.879
Peso total de itens recolhidos	Toneladas	21,7	26,3	24,7

PRODUTOS REAPROVEITADOS | GRI 301-3

Logística reversa (telefonia fixa)	Unidade	2022	2023	2024
Telefonia fixa - reciclagem	nº	1.054.112	300.724	381.532
Telefonia fixa - reciclagem - peso	Toneladas	348,5	86,2	116,6
Telefonia fixa - recuperação	nº	1.276.029	1.093.773	1.185.843
Telefonia fixa - recuperação - peso	Toneladas	632,5	535,1	585,3

Nota: O programa Vivo Recycle recolhe resíduos de pequeno porte, como aparelhos celulares, acessórios cabos, carregadores, fones, baterias, pilhas usadas, danificados, de qualquer modelo, de qualquer operadora por meio de lixeiras disponíveis em todas as lojas da Vivo no país. Nosso processo de logística reversa de telefonia fixa também inclui a circularidade de modems e decoders antigos ou fora de uso.

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO | GRI 302-1

Tipo de consumo	2022		2023		2024	
	GJ	MWh	GJ	MWh	GJ	MWh
Consumo total de energia elétrica	6.180.585	1.716.829	6.216.830	1.726.897	6.712.919	1.864.700
Total proveniente do Mercado Livre (Renovável)	2.066.054	573.904	1.997.894	554.971	2.032.327	564.535
Total de I-REC previsto ¹	3.297.468	915.963	2.748.331	763.425	3.087.460	857.628
Total de I-REC adquirido ²	3.279.136	910.871	2.807.989	779.997	2.201.155	611.432
Total geração distribuída	622.955	173.043	1.273.753	353.820	1.407.663	391.017
Total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	194.107	53.919	196.852	54.681	185.469	51.519
Gastos com energia elétrica (R\$ milhões)	R\$ 1.121,00		R\$ 1.158,00		R\$ 1.201,98	

Notas: Devido a agenda de fechamento e auditoria do Grupo Telefônica, em janeiro de 2025, as informações apresentadas, exceto o "Total de I-REC adquirido", 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, salientamos que os dados poderão sofrer alterações haja visto que o dimensionamento da quantidade de I-RECs depende de todas essas variáveis.

¹ O "Total de I-REC previsto" se refere ao volume de I-REC previsto para o ano, considerando estimativas acima mencionadas.

² O "Total de I-REC adquirido" se refere ao total de certificados adquiridos para o ano, pós fechamento dos dados de energia levando em consideração as faturas recebidas.

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO | GRI 302-1

	2022			2023			2024		
	GJ	MWh (A)	Litros (B)	GJ	MWh (A)	Litros (B)	GJ	MWh (A)	Litros (B)
Fontes renováveis									
Etanol	176.466,0	48.848,4	8.261.191,1	217.038,7	60.288,5	10.195.29,3	209.891,7	58.303,3	9.865.185,4
Etanol Anidro (na Gasolina)	-	-	-	-	-	-	987,9	274,4	46.432,6
Biodisel (no Diesel)	-	-	-	-	-	-	6.606,3	1.835,1	192.557,6
Fontes não renováveis									
Diesel	45.381,5	12.821,9	1.150.138,2	51.107,0	14.197,0	1.252.491,8	44.174,2	12.270,6	1.212.972,5
Gasolina	44.612,6	12.606,1	949.186,8	5.566,0	1.547,0	67.759,9	4.639,2	1.288,7	125.540,0
Gás natural	1.170,2	287,9	28.139,5	-	-	-	-	-	-

Notas: A partir de 2024 iniciamos o processo de contabilização e reporte do etanol anidro contido na gasolina, assim como o biodiesel no diesel. Para efeitos de conversão de litros de combustíveis consumidos para unidade de energia (MWh) foi aplicada a seguinte fórmula de cálculo $C = (A \cdot 10^{-3}) / B$.

Consumo total de energia (em MWh)	2022	2023	2024
Consumo total de energia não-renovável	25.716	15.744	13.559
Consumo total de energia renovável	1.765.678	1.787.186	1.925.112
Total de energia consumida	1.791.394	1.802.930	1.938.671

INTENSIDADE ENERGÉTICA | GRI 302-3

Intensidade energética	Unidade	2022	2023	2024
Energia consumida dentro da organização	MWh	1.791.393,0	1.802.929,7	1.938.671,7
Tráfego	Pb	52.766,7	66.064,2	77.183,8
Intensidade energética	MWh/Pb	34,0	27,3	25,1
Receita Operacional Líquida	R\$ Mi	48.041,0	52.100,0	55.845,1
Intensidade energética	MWh/R\$ Mi	37,3	34,6	34,7
Intensidade energética	MWh/US\$ Mi	194,6	167,5	213,9

Nota: Receita convertida de reais para dólar considerado: 2024: 1BRL = 6,1917 (31/12/2024); 2023: 1BRL = 4,8413 (31/12/2023); 2022: 1BRL = 5,2177 (31/12/2022).

KPI COMPLEMENTAR - EFICIÊNCIA DO DATA CENTER

Média PUE (Power Usage Effectiveness)	2022	2023	2024	Meta 2024
Média PUE	2,8	2,9	2,9	2,9

KPI COMPLEMENTAR - ENERGIA RENOVÁVEL DOS DATA CENTERS

Uso de energia do Data Center	2022	2023	2024
Porcentagem de energia renovável	100%	100%	100%





REDUÇÃO DO CONSUMO DE ENERGIA | GRI 302-4

Iniciativa do programa de eficiência energética (em KWh)	2022	2023	2024
Desligue de 3G	10.587.099	1.944.852	-
Desmobilização de Centrais	8.010.902	25.699.099	14.258.397
Refarming Portadora LTE 2100 (Desligue do 3G para LTE)	-	16.354.843	9.728.644
BBIP - Fusion Camada Acesso (RAM/RAC/RAV para RSD/HL4) (SUL)	-	11.119.543	136.080,0
BBIP - Fusion Camada Acesso (RAM/RAC/RAV para RSD/HL4) (NORTE)	-	7.237.648	1.106.784,0
Compactação e Desligue de Centrais	7.651.997	2.965.394	1.713.541
Desligue de Armários	3.602.550,0	4.384.933	8.675.205
Power Saving Features 2020 (Consolidadas)	-	5.091.200	8.823.400
Obras de Ar Condicionado	907.713	6.406.456	813.085
Desligue de 2G	2.203.188	1.526.179	10.547.106
Desligues de equipamentos da rede de acesso metálico	904.384	3.766.464	7.530.848
Infill	897.059	720.588	-
Iluminação Eco Berrini	682.203	1.369.111	130.000
Demais projetos	19.698.930	14.004.259	4.595.962
Total	72.079.466	102.590.572	68.059.052

Nota: Os cálculos são feitos com base em medições utilizando multimedidores de energia, a variação de energia de cada um dos projetos detectada nos multimedidores é transformada através de cálculo em redução de kWh e também em redução financeira, em R\$, já para sites que possuem telemetria (medidor inteligente capaz de medir o consumo em tempo real de forma remota) é possível realizar as validações dos projetos através da plataforma do sistema.

CAPTAÇÃO DE ÁGUA | GRI 303-3

Captação de água (em m³)	2022	2023	2024
Captação total de água	971.934	903.741	861.000
Captação de água doce	971.934	903.741	861.000
Captação da Concessionária	952.217	881.126	833.805
Captação de Caminhão Pipa	1.570	2.541	1.714
Captação de Poços	12.919	13.308	14.668

Nota: Esses dados consideram estimativas para a captação de água através de concessionárias para os três últimos meses do ano (outubro/novembro/dezembro) com base na média aritmética, além disso, também há estimativa para a captação de água do poço, onde para o mês de dezembro de 2024 realizamos uma média aritmética dos outros 11 meses do ano.

CAPTAÇÃO DE ÁGUA | GRI 303-3

Água reciclada/recuperada	Unidade	2022	2023	2024
Total de água reciclada/recuperada	m³	5.228,0	6.766,0	10.812,0
Total de água reciclada/recuperada	%	0,50%	0,75%	1,26%

Nota: Esses dados consideram estimativas para a captação de água através de concessionárias para os três últimos meses do ano (outubro/novembro/dezembro) com base na média aritmética, além disso, também há estimativa para a captação de água do poço, onde para o mês de dezembro de 2024 realizamos uma média aritmética dos outros 11 meses do ano.

Captação de água em áreas de estresse hídrico em m³	2022	2023	2024
Captação total de água	494.565,7	82.045,3	91.200,4
Captação de água doce	494.565,7	82.045,3	91.200,4
Captação da Concessionária	493.250,7	68.597,3	76.532,0
Captação de Caminhão Pipa	1.315,0	140,0	0,0
Captação de Poços	-	13.308,0	14.668,4

Nota: Esses dados consideram estimativas para a captação de água através de concessionárias para os três últimos meses do ano (outubro/novembro/dezembro) com base na média aritmética, além disso, também há estimativa para a captação de água do poço, onde para o mês de dezembro de 2024 realizamos uma média aritmética dos outros 11 meses do ano. A Vivo realiza uma análise da captação de água em regiões de estresse hídrico. Essa análise avalia se os sites estão localizados em áreas de baixo-médio, médio-alto ou alto estresse hídrico (de acordo com a ferramenta Aqueduct do World Resources Institute - WRI). A tabela acima mostra a captação de água em locais com elevado stress hídrico



CONSUMO DE ÁGUA | GRI 303-5

Consumo de água em m ³	2022	2023	2024
Consumo total de água	93.948,5	166.593,1	174.840,2
Consumo de água doce	93.948,5	166.593,1	174.840,2

Nota: Esses dados consideram estimativas para a captação de água através de concessionárias para os três últimos meses do ano (outubro/novembro/dezembro) com base na média aritmética, além disso, também há estimativa para a captação de água do poço, onde para o mês de dezembro de 2024 realizamos uma média aritmética dos outros 11 meses do ano.

Descarte de água em m ³	2022	2023	2024
Descarte total de água	872.757	737.147	686.159

CONSUMO DE ÁGUA | GRI 303-5

Intensidade de água em m ³ /R\$ milhões	2022	2023	2024
Retirada de água doce por receita	20,1	17,4	15,4
Retirada de água doce por receita	105,0	84,0	95,5
Consumo de água doce por receita	1,9	3,2	3,1
Consumo de água doce por receita	10,2	15,5	19,4

Nota: Receita Operacional Líquida convertida de BRL para USD considerando 1 USD = 6,1917 (12/31/2024); 1 USD = 4,8413 BRL (31/12/2023); 1 USD = 5,2177 BRL (31/12/2022).

KPI COMPLEMENTAR - USO DA ÁGUA

Captação de água em milhões de m ³	2022	2023	2024
Uso total de água	0,97	0,90	0,86

KPI COMPLEMENTAR - PROGRAMAS DE GESTÃO DE EFICIÊNCIA HÍDRICA

A Política Ambiental da Vivo aborda o uso eficiente dos recursos hídricos, promovendo a eficiência na gestão integral da água e a redução da pegada hídrica das operações. Contamos também com um projeto específico para avaliação da variação e tendência de consumo.

A maior parte do consumo de água das operações da Companhia está atrelado ao abastecimento de escritórios e prédios técnicos, nos quais são adotadas práticas de eficiência, como torneiras de acionamento automático, e avaliações periódicas nas instalações para corrigir eventuais vazamentos. O edifício da sede da empresa, que concentra o maior número de colaboradores e maior volume de água consumida, o Eco Berrini, possui sistema de tratamento de águas cinzas para reaproveitamento no sistema de descargas sanitárias, além de equipamentos hidrossanitários eficientes e de baixo consumo quando comparados aos dispositivos convencionais.

Nossos colaboradores recebem capacitação constante sobre uso eficiente dos recursos hídricos no treinamento de introdução ao Sistema de Gestão Ambiental e Política Ambiental, o curso é oferecido por meio de plataforma online de aprendizagem. Além disso, são realizadas periodicamente campanhas de conscientização interna, como o Dia Mundial da Água e Consumo Consciente.

EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) | GRI 305-1

Emissões diretas de GEE (Escopo 1) em tCO ₂ e	2022	2023	2024	Gases incluídos no cálculo
Emissões diretas (Escopo 1)	32.190	25.567	26.349	CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, HCFC
Protocolo de Quioto	12.781	11.273	11.776	CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC
Protocolo de Montreal	19.409	14.294	14.573	HCFC
Emissões biogênicas de CO ₂	12.922	15.326	14.918	CO ₂

Nota: Para o ano de 2024 foram considerados os fatores de emissão Sexto Relatório de Avaliação (Sixth Assessment Report) do Painel Inter governamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) - AR6. Para os anos de 2022 e 2023 foram considerados os fatores de emissão do quinto relatório - AR5.

EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) | GRI 305-1

Varição ano base/ano atual (Escopo 1)	2015 (ano base)	Varição 2024 X 2015
Emissões diretas (Escopo 1)	97.925,9	-73%
Protocolo de Quioto	27.293,2	-57%
Protocolo de Montreal	70.632,7	-79%

Nota: Para o ano de 2015 foram considerados os fatores de emissão Quinto Relatório de Avaliação (Fifth Assessment Report) do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) - AR5.

EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 2) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) PROVENIENTES DA AQUISIÇÃO DE ENERGIA | GRI 305-2

Emissões indiretas de GEE (Escopo 2) em tCO ₂ e	2022	2023	2024
Abordagem de localização	74.682,1	63.428,9	85.776,2
Abordagem de escolha de compra	0,0	0,0	0,0

Nota: Gases incluídos no cálculo: CO₂.

Varição ano base/ano atual (Escopo 2)	2015 (ano base)	Varição 2024 X 2015
Abordagem de localização	211.809,1	-60%
Abordagem de escolha de compra	165.817,7	-100%

Nota: Para o ano de 2015 foram considerados os fatores de emissão Quinto Relatório de Avaliação (Fifth Assessment Report) do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) - AR5.

OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 3) DE GASES DE EFEITO ESTUFA | GRI 305-3

Emissões indiretas de GEE (Escopo 3) em tCO ₂ e	2022	2023	2024
Emissões indiretas (Escopo 3)	281.580,8	302.358,0	345.495,0
Compra de produtos ou serviços	177.769,7	186.712,0	214.028,0
Bens de capital	52.933,1	55.482,0	61.432,0
Atividades relacionadas ao consumo de energia	4.978,9	6.819,0	6.071,0
Viagens de negócios	3.352,1	3.143,0	9.703,0
Uso de produtos vendidos	42.546,9	50.202,0	54.261,0

Varição ano base/ano atual (Escopo 3)*	2016 (ano base)	Varição 2024 X 2015
Emissões indiretas (Escopo 3)	640.348,7	-46%
Compra de produtos ou serviços	265.588,4	-19%
Bens de capital	132.140,2	-54%
Atividades relacionadas ao consumo de energia	39.680,7	-85%
Viagens de negócios	19.560,2	-50%
Uso de produtos vendidos	183.379,2	-70%

Nota: Para o ano de 2016 foram considerados os fatores de emissão Quinto Relatório de Avaliação (Fifth Assessment Report) do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) - AR5.

INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) | GRI 305-4

Intensidade de emissões de GEE em tCO ₂ e/Pb	2022	2023	2024
Emissões diretas (Escopo 1)	0,6	0,4	0,3
Emissões indiretas (Escopo 2)	0,0	0,0	0,0
Emissões diretas (Escopo 1) + Emissões indiretas (Escopo 2)	0,6	0,4	0,3

Nota: Gases incluídos no cálculo: CO₂, CH₄, N₂O, HFC, HCFC.

O escopo contempla as emissões de escopos 1 e 2 (market based), em linha com a meta de redução que existe para as operações. No denominador, foi utilizado o tráfego que seria a medida (produto) dos serviços.





RESÍDUOS GERADOS | GRI 306-3

Resíduos gerados por composição dos resíduos (em toneladas)	2024
Resíduos perigosos (Classe I)	1.157,0
Resíduos não perigosos (Classe II)	17.068,6
Total	18.225,7

Notas: Resíduos perigosos (Classe I) - baterias, óleo lubrificante, lâmpadas, resíduo ambulatorial | Resíduos não perigosos (Classe II) - sucatas eletroeletrônicas, cabos e metais de rede, resíduos de construção civil (RCC), papel, papelão, plástico e resíduos orgânicos e domésticos.

RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO POR COMPOSIÇÃO DOS RESÍDUOS E POR OPERAÇÕES DE RECUPERAÇÃO (EM TONELADAS) | GRI 306-4

Resíduos não destinados para disposição por composição dos resíduos e por operações de recuperação (em toneladas)	2024
Resíduos perigosos (Classe I)	1.148,6
Preparação para reutilização	0,0
Reciclagem	1.124,1
Rerrefino	19,4
Descontaminação de lâmpadas	4,0
Triagem e transbordo	1,0
Resíduos não perigosos (Classe II)	13.586,5
Preparação para reutilização	0,0
Reciclagem	13.534,1
Resíduos não destinados para disposição por composição dos resíduos e por operações de recuperação (em toneladas)	2024
Triagem e transbordo	52,4
Total Geral	14.735,0

Notas: Todos os resíduos não destinados para disposição são tratados fora da organização.

A preparação para reutilização dos modems, roteadores e decodificadores é realizada pela T Gestiona Logística, empresa do Grupo Telefônica, não havendo controle direto da Vivo. O formato de apresentação dos dados de resíduos foi reformulado, de forma que os dados serão apresentados a parti do ano de 2024.

RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO POR COMPOSIÇÃO DOS RESÍDUOS E POR OPERAÇÕES DE RECUPERAÇÃO (EM TONELADAS) | GRI 306-5

Resíduos destinados para disposição por composição dos resíduos e por operações de disposição (em toneladas)	2024
Resíduos perigosos (Classe I)	8,5
Incineração (com recuperação de energia)	0,0
Incineração (sem recuperação de energia)	1,3
Confinamento em aterro	1,1
Coprocessamento	4,4
Autoclavagem	1,1
Tratamento térmico	0,5
Resíduos não perigosos (Classe II)	3.482,2
Incineração (com recuperação de energia)	0,0
Incineração (sem recuperação de energia)	0,0
Confinamento em aterro	3.470,2
Coprocessamento	11,9
Total	3.490,6

Nota: O formato de apresentação dos dados de resíduos foi reformulado, de forma que os dados serão apresentados a parti do ano de 2024.



KPI COMPLEMENTAR - GESTÃO DE RESÍDUOS

Visão geral da geração de resíduos em toneladas

2024

Total de resíduos reciclados/reutilizado	14.735,0
Total de resíduos descartados	3.490,6
Resíduos depositados em aterro	3.471,3
Resíduos incinerados com recuperação de energia	0,03
Resíduos incinerados sem recuperação energética	1,3
Resíduos destinados de outras formas: Coprocessamento, Autoclavagem e Tratamento térmico	18,0
Total	18.225,7

KPI COMPLEMENTAR - GESTÃO DE RESÍDUOS

No ano de 2024, a Vivo economizou aproximadamente 38 mil km de cabos de fibra com o Projeto Matrix, que visa o reaproveitamento do cabo de fibra já instalado no local, assim como também, dando autonomia ao técnico para confeccionar o cabo de acordo com a metragem necessária para a instalação em locais que não possuem cabos previamente instalados. O projeto iniciou em 2022 como piloto desde a sua implementação já foram capacitados milhares de colaboradores entre terceiros e próprios em todo Brasil. Atualmente, cerca de 80% das instalações são realizadas com o conjunto de conectores avulsos de montagem em campo mais a bobina de fibra de 500 metros, substituindo os cabos com metragens definidas (cabos pré-conectorizados 50, 100, 150, 220 e 300 metros).

Em nossa estratégia de economia circular, visamos atingir a meta de Zero Resíduos Eletrônicos na operação até 2030, priorizando a reutilização, reparo, reciclagem e redução da geração de resíduos. Dessa forma, além de diminuir as emissões indiretas de gases de efeito estufa, também promovemos a extensão da vida útil dos equipamentos e reintrodução da matéria prima na cadeia de valor. Faz parte da nossa estratégia o programa Vivo Recycle, que tem como objetivo fomentar uma economia mais circular, impulsionando em todo o país a conscientização sobre o descarte ambientalmente adequado dos resíduos eletrônicos e garantindo que todo o material coletado seja reciclado e reintroduzido novamente no ciclo produtivo. O programa recolhe resíduos pequenos, como aparelhos celulares, acessórios cabos, carregadores, fones, baterias e pilhas usadas de qualquer modelo, de qualquer operadora, por meio de lixeiras disponíveis em todas as lojas da Vivo no país.

NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS AMBIENTAIS | GRI 308-1

Fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais	2022	2023	2024
Total de fornecedores	1.175	1.182	1.175
Total de fornecedores contratados com base em critérios ambientais	1.175	1.182	1.175
Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais	100%	100%	100%

Na área ambiental, os fornecedores são avaliados considerando suas atividades e seus aspectos ambientais, como Cumprimento da Lei; Ciclo de vida e de atuação preventiva; Política ambiental; Gestão ambiental: Mudanças climáticas, Resíduos; Plástico de uso único; Eco Rating; Substancias perigosas e produtos químicos; Consumo de materiais, recursos e emissões atmosférica. Dessa forma, conseguimos priorizar a gestão sobre os fornecedores em relação ao impacto ambiental potencial. Conforme [Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento](#).



IMPACTOS AMBIENTAIS NEGATIVOS DA CADEIA DE FORNECEDORES E MEDIDAS TOMADAS | GRI 308-2

Avaliação de impactos ambientais	2022	2023	2024
Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos ambientais	127	166	157
Número de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos reais e potenciais	127	166	157
Impactos ambientais negativos significativos (reais e potenciais) identificados na cadeia de fornecedores.	127	166	157
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos (reais e potenciais) ¹	15%	17%	10%
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos significativos (reais e potenciais) ²	0%	0%	0%

Nota: Todos os fornecedores monitorados no Ímpar são identificados como causadores de impactos ambientais. Número de fornecedores com INA acima de 50% vs quantidade de fornecedores monitorados. ¹ Fornecedores com os quais foram acordadas melhorias como decorrência da avaliação realizada. ² Fornecedores com os quais a organização encerrou as relações de negócios em decorrência da avaliação e as razões que motivaram esse encerramento.

NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS | GRI 401-1

Novas contratações	Número de novas contratações		Taxa de novas contratações	
	2023	2024	2023	2024
Por faixa etária	5.500	5.184	16,5%	15,7%
Menos de 30 anos	2.430	2.222	35,3%	34,8%
De 30 a 50 anos	2.847	2.782	12,4%	12,1%
Acima de 50 anos	222	180	6,6%	4,9%
Nulos/Outros	1	0	0%	0%
Por gênero	5.500	5.184	16,5%	15,7%
Homens	2.646	2.230	14,4%	12,3%
Mulheres	2.851	2.954	19,2%	19,7%
Não binários	0	0	0%	0%
Nulos/Outros	3	0	0%	0%
Não informado	0	0	0%	0%
Não preenchido	0	0	0%	0%
Porcentagem de novas contratações de mulheres	5.500	-	51,8%	57,0%
Por região	270	5.184	16,5%	15,7%
Centro-Oeste	897	275	15,4%	16,2%
Nordeste	203	747	23,5%	19,8%
Norte	3.230	163	35,1%	27,9%
Sudeste	875	3.213	15,8%	15,4%
Sul	25	764	13,2%	12,4%
Nulos/Outros	5.500	22	54,3%	46,8%
Total	5.500	5.184	16,5%	15,7%

Nota: São consideradas as informações de colaboradores efetivos pertencentes às empresas Telefônica Brasil e Terra Networks Brasil Ltda. (Terra), sem considerar Aprendizes e Estagiários.

GRI 2-4 | Houve uma mudança no entendimento do que seria "Novas Contratações", pois agora consideramos colaboradores que de fato compareceram no processo de admissão e foram admitidos, anteriormente, era do ponto de vista de vagas fechadas. Logo, o número de 2024 reflete exatamente colaboradores admitidos na Vivo ao longo de 2024. Devido a isso, também ajustamos os números de 2023.

NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS | GRI 401-1

Novas contratações	Número de novas contratações		Taxa de novas contratações	
	2023	2024	2023	2024
Por faixa etária	5.148	5.319	16,1%	15,9%
Menos de 30 anos	1.637	1.566	6,2%	5,7%
De 30 a 50 anos	3.190	3.348	9,3%	9,3%
Acima de 50 anos	321	405	0,7%	0,9%
Por gênero	5.148	5.319	16,1%	15,9%
Homens	2.557	2.538	7,9%	7,2%
Mulheres	2.591	2.781	8,2%	8,7%
Por região	5.148	5.321	16,1%	15,9%
Centro-Oeste	292	334	0,9%	0,9%
Nordeste	697	803	2,4%	2,3%
Norte	150	156	0,5%	0,5%
Sudeste	2.528	2.810	8,7%	9,1%
Sul	1.458	1.197	3,5%	3,0%
Nulos/Outros	23	21	0,1%	0,1%
Total	5.148	5.321	16,1%	15,9%

KPI COMPLEMENTAR - MOVIMENTAÇÕES INTERNAS

Movimentações internas	2023	2024
Rotatividade voluntária de empregados	5,0%	4,9%
Percentual de posições preenchidas com candidatos internos	39,8%	34,6%

Nota: São consideradas as informações de colaboradores efetivos pertencentes às empresas Telefônica Brasil e Terra Networks Brasil Ltda. (Terra), sem considerar Aprendizes e Estagiários. Para o cálculo, utilizamos a taxa de desligamento voluntário, onde o cálculo é Total de Colaboradores Desligados Voluntário / Média Headcount Mês

KPI COMPLEMENTAR - CONTRATAÇÕES

	2022	2023	2024
Número total de novas contratações de funcionários	7.230	5.500	5.184
Percentual de vagas abertas preenchidas por candidatos internos (contratações internas)	26,3%	39,9%	34,6%

Gênero	2023		2024	
	Contratações externas	Contratações internas	Contratações externas	Contratações internas
Mulheres	52,0%	55,0%	57,0%	54,0%
Homens	48,1%	43,8%	43,0%	45,6%
Outros	-	0,9%	-	0,4%





KPI COMPLEMENTAR - CONTRATAÇÕES

	2023		2024	
	Contratações externas	Contratações internas	Contratações externas	Contratações internas
Idade				
Menor de 30 anos	44,0%	35,0%	42,9%	32,6%
De 30 a 50 anos	51,4%	62,0%	54,3%	65,1%
Maior de 50 anos	3,4%	2,8%	2,8%	2,1%
Não informado	-	0,5%	-	0,1%
Raça				
Negro	51,9%	36,6%	53,3%	39,5%
Branco	46,2%	34,9%	44,9%	40,1%
Asiático	1,5%	2,0%	1,5%	2,2%
Outros	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%
Sem declaração	0,3%	26,4%	0%	18,0%
Nível de gestão				
Cargos de gestão júnior	71,0%	66,0%	54,0%	60,3%
Cargos de gerência média	29,2%	34,0%	43,1%	39,7%
Cargos de gestão sênior/superior	0%	0%	2,8%	0%

Notas: Cargos de média gestão: gerentes e gerentes sênior. Cargos de gestão sênior/superior: direção e vice-presidência.

KPI COMPLEMENTAR - ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS

	2022	2023	2024
Taxa total de rotatividade de funcionários	20,9%	16,2%	15,9%
Taxa de rotatividade voluntária de funcionários	2,5%	5,0%	4,9%

KPI COMPLEMENTAR - ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS

	2023	2024
Gênero		
Mulheres	50,3%	52,3%
Homens	49,7%	47,7%
Idade		
Menor de 30 anos	31,8%	31,8%
De 30 a 50 anos	62,8%	62,0%
Maior de 50 anos	5,4%	6,2%
Raça		
Negro	40,6%	46,6%
Branco	53,8%	49,4%
Asiático	2,0%	2,1%
Outros	0,2%	0,3%
Sem declaração	3,4%	1,6%
Nível de gestão		
Cargos de gestão júnior	67,6%	60,8%
Cargos de gerência média	31,0%	36,1%
Cargos de gestão sênior/superior	1,3%	3,1%

Nota: Cargos de gestão júnior: coordenação, supervisão, gerentes de operações de lojas e gerentes de lojas.

Cargos de média gestão: gerentes e gerentes sênior. Cargos de gestão sênior/superior: direção e vice-presidência.



ACIDENTES DE TRABALHO | GRI 403-9

Quantidade e taxa de frequência de acidentes - por gênero e região	2022		2023		2024	
	Quantidade	Taxa	Quantidade	Taxa	Quantidade	Taxa
Gênero						
Homens	94	0,4	74	0,3	40	0,10
Mulheres	25	0,2	24	0,1	19	0,05
Região						
Norte e Centro-Oeste	13	0,5	8	0,3	9	0,02
Nordeste	11	0,3	13	0,3	19	0,05
Sudeste (sem São Paulo)	22	0,5	12	0,3	8	0,02
São Paulo	47	0,3	42	0,2	15	0,04
Sul	26	0,3	23	0,3	8	0,02
Consolidado	119	0,3	98	0,2	59	0,15
Total de horas trabalhadas	64.807.667		80.431.800		80.685.400	

Nota: Devido à localização do núcleo de gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SST) da região Norte estar localizado próximo ao estado do Maranhão, o reporte de informações deste estado é apresentado dentro da informações da região Norte.

ACIDENTES DE TRABALHO | GRI 403-9

Dias de afastamento e taxa de gravidade - por gênero e região	2022		2023		2024	
	Dias de afastamento	Taxa	Dias de afastamento	Taxa	Dias de afastamento	Taxa
Gênero						
Homens	854	3,9	7.742	35,0	1.350	3,35
Mulheres	102	0,6	384	2,1	1.314	3,26
Região						
Norte e Centro-Oeste	114	4,2	368	12,5	278	0,69
Nordeste	113	2,6	253	5,7	758	1,88
Sudeste (sem São Paulo)	168	3,8	337	7,2	698	1,73
São Paulo	362	2,0	745	3,8	526	1,30
Sul	199	2,2	6.423	77,0	404	1,00
Consolidado	956	2,5	8.126	20,2	2.664	6,60
Total de horas trabalhadas	64.807.667		80.431.800		80.685.400	

Nota: Devido à localização do núcleo de gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SST) da região Norte estar localizado próximo ao estado do Maranhão, o reporte de informações deste estado é apresentado dentro da informações da região Norte.



MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR ANO, POR EMPREGADO | GRI 404-1

	2022		2023		2024	
	Total de horas	Média de horas	Total de horas	Média de horas	Total de horas	Média de horas
Por gênero	2.902.843	72,5	2.094.238	51,2	2.154.572	57,7
Homens	1.676.590	94,2	971.308	23,7	1.100.048	55,2
Mulheres	1.226.253	55,1	1.122.930	27,4	1.054.524	60,5
Por faixa etária	2.902.843	72,5	2.094.238	51,2	2.154.572	57,7
Até 30 anos	1.140.531	99,8	604.038	14,8	590.921	64,3
Entre 30 anos e 50 anos	1.623.579	62,8	1.351.842	33,0	1.402.546	57,5
Acima de 50 anos	138.733	50,2	138.357	3,4	161.105	43
Por categoria funcional	2.902.843	72,5	2.094.238	51,2	2.154.572	57,7
Cargos diretivos	2.650.913	77,4	1.173	0	614	4,4
Cargos de liderança intermediária	3.274	11,5	152.132	3,7	254.745	54,4
Demais cargos	248.657	45,2	1.940.933	47,4	1.899.213	58,4
Total	2.902.843	72,5	2.094.238	51,2	2.154.572	57,7

KPI COMPLEMENTAR - VALOR INVESTIDO EM TREINAMENTOS

	2022	2023	2024
Valor total investido em treinamentos	R\$ 44.196.905,69	R\$ 49.983.213,79	R\$ 65,225,845.01
Média de investimento em treinamento por empregado*	R\$ 1.103,93	R\$ 1.221,04	R\$ 1.746,39

Nota: Para não distorcer o resultado por conta do turnover que ocorre ao longo do ano, estamos considerando os colaboradores (matrícula única) que realizaram no mínimo um treinamento no ano em questão.

DIVERSIDADE EM ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA E EMPREGADOS | GRI 405-1

Percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança da organização em cada uma das seguintes categorias de diversidade

	2023 %	2024 %
Por gênero	100%	100%
Homens	70%	60%
Mulheres	30%	40%
Por faixa etária	100%	100%
Abaixo dos 30 anos	0%	0%
De 30 a 50 anos	26%	13%
Acima de 50 anos	74%	87%
Por raça	100%	100%
Branco	91%	87%
Negros	9%	13%
Amarelos	0%	0%
Outros	0%	0%
Não declarados	20%	0%
Total	100%	100%

Nota: A informação reportada inclui apenas dados da Telefônica Brasil.



NÚMERO TOTAL E PERCENTUAL DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL EM CADA UMA DAS SEGUINTE CATEGORIAS DE DIVERSIDADE (GÊNERO E FAIXA ETÁRIA) | GRI 405-1

Empregados por categoria funcional e gênero	2022				2023				2024			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	%										
Cargos executivos	7	70,00%	3	30,00%	7	70,00%	3	30,00%	8	80,00%	2	20,00%
Cargos de direção	70	66,70%	35	33,30%	69	65,70%	36	34,30%	68	63,60%	39	36,40%
Cargos de liderança intermediária	2.601	64,90%	1.406	35,10%	2.656	64,70%	1.452	35,30%	2.698	64,30%	1.495	35,70%
Demais cargos	15.667	54,3%	13.167	45,70%	15.691	54,00%	13.380	46,00%	15.336	53,20%	13.492	46,80%
Total	18.345	55,70%	14.611	44,30%	18.423	55,30%	14.871	44,70%	18.110	54,70%	15.028	45,30%

Nota: Cargos Executivos: CEO e VPs; Cargos de Direção: Diretores; Cargos de Liderança Intermediária: Supervisor, Coordenador, Gerentes de Loja, Gerente, Gerente Sr; Demais cargos: Excluídos Cargos de Liderança.

Empregados por categoria funcional e faixa etária	2022						2023						2024					
	< 30 anos		entre 30 e 50 anos		> 50 anos		< 30 anos		entre 30 e 50 anos		> 50 anos		< 30 anos		entre 30 e 50 anos		> 50 anos	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Cargos executivos	0	0,00%	5	50,00%	5	50,00%	0	0,00%	4	40,00%	6	60,00%	0	0,00%	5	50,00%	5	50,00%
Cargos de direção	0	0,00%	81	77,10%	24	22,90%	0	0,00%	75	0,00%	30	28,60%	0	0,00%	79	73,80%	28	26,20%
Cargos de liderança intermediária	190	4,70%	3.466	86,50%	351	8,80%	191	4,60%	3.515	4,60%	402	9,80%	181	4,30%	3.547	84,60%	465	11,10%
Demais cargos	7.109	24,70%	19.537	67,80%	2.188	7,60%	6.706	23,10%	19.861	23,10%	2.504	8,60%	6.220	21,60%	19.935	69,20%	2.673	9,30%
Total	7.299	22,10%	23.089	70,10%	2.568	7,80%	6.897	20,70%	23.455	20,70%	2.942	8,80%	6.401	19,30%	23.566	71,10%	3.171	9,60%

Nota: Cargos Executivos: CEO e VPs; Cargos de Direção: Diretores; Cargos de Liderança Intermediária: Supervisor, Coordenador, Gerentes de Loja, Gerente, Gerente Sr; Demais cargos: Excluídos cargos de liderança.



KPI COMPLEMENTAR – DIVERSIDADE

KPI Complementar - Empregados por raça		2023		2024	
		N°	%	N°	%
Cargos de liderança	Branços	18.025	63,1%	17.591	62,2%
	Negros	13.879	32,8%	14.315	33,9%
	Amarelos	815	2,7%	791	2,8%
	Outros	87	0,3%	93	0,3%
	Não declarados	488	1,2%	348	0,8%
Cargos de gerência	Branços	1.573	68,1%	1.585	66,7%
	Negros	629	27,2%	684	28,8%
	Amarelos	73	3,2%	78	3,3%
	Outros	8	0,4%	11	0,5%
	Não declarados	26	1,1%	18	0,8%
Cargos de diretoria	Branços	92	87,6%	93	86,9%
	Negros	5	4,8%	9	8,4%
	Amarelos	6	5,7%	5	4,7%
	Outros	0	0,0%	0	0,0%
	Não declarados	2	1,9%	0	0,0%
Cargos de primeiro nível (C-level)	Branços	7	77,8%	7	77,8%
	Negros	0	0,0%	0	0,0%
	Amarelos	1	11,1%	1	11,1%
	Outros	0	0,0%	0	0,0%
	Não declarados	1	11,1%	1	11,1%

KPI COMPLEMENTAR - DIVISÃO DA FORÇA DE TRABALHO: GÊNERO

Indicador de diversidade	2023	2024
Mulheres na força de trabalho total	44,7%	44,7%
Mulheres em todos os cargos de gestão, incluindo gestão júnior, média e sênior/superior	35,3%	35,6%
Mulheres em cargos de gestão júnior, ou seja, primeiro nível de gestão ¹	34,0%	33,8%
Mulheres em cargos de gestão de sênior/superior ²	37,3%	38,3%
Mulheres em cargos de gestão em funções geradoras de receitas ³	50,0%	49,8%
Mulheres em cargos STEM ⁴	26,0%	26,8%
Meta (%) - Mulheres em cargos de gestão de sênior/superior	37,0%	38,0%

Notas:

¹ Considera todas as mulheres nos cargos: Supervisoras, Coordenadoras, Gerentes Gerais e de Operações de Lojas.

² Considera todas as mulheres nos cargos: Presidente, Vice- Presidentes, Diretoras, Gerentes Sr e Gerentes.

³ Considera todas as mulheres nos cargos de gestão da Vice-Presidência de Negócio, Estratégia e Novos Negócios.

⁴ Considera todas as mulheres da Vice-Presidência de Engenharia e CIO.

KPI COMPLEMENTAR - DIVISÃO DA FORÇA DE TRABALHO: RAÇA/ETNIA

Indicador de diversidade	Porcentagem na força total de trabalho	Porcentagem em todos os cargos de gestão, incluindo gestão júnior, média e top/superior
Branços	54,1%	63,1%
Negros	41,7%	32,8%
Asiáticos	2,5%	2,7%
Outros	0,3%	0,3%
Não declarados	1,5%	1,2%

Nota: O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é o principal fornecedor de dados demográficos do país. O IBGE pesquisa a cor ou raça da população brasileira com base na autodeclaração. Essas mesmas categorias foram usadas para responder à pergunta.



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

Descrição	Proporção mulheres / homens		
	2022	2023	2024
Salário Recebido			
Mês	78,9%	78,7%	77,7%
Por categoria funcional			
Cargos de direção	87,2%	99,9%	98,8%
Cargos de liderança intermediária	98,6%	100,6%	102,0%
Demais cargos	80,8%	79,0%	77,6%
Por nível de gestão			
Nível executivo (salário base apenas)	87,2%	99,9%	98,8%
Nível executivo (salário base + outros incentivos)	83,4%	101,0%	98,9%
Nível de gestão (salário base apenas)	98,6%	100,6%	102,0%
Nível de gestão (salário base + outros incentivos em dinheiro)	102,0%	100,6%	102,0%
Nível de não gestão	80,8%	79,0%	77,6%

Indicador	Diferença entre empregados homens e mulheres (%)	
	2023	2024
Disparidade salarial média entre homens e mulheres	21,3%	22,7%
Disparidade salarial mediana entre homens e mulheres	30,0%	32,9%
Diferença média de bônus	24,1%	26,9%
Diferença mediana de bônus	29,3%	32,3%

DENÚNCIAS RECEBIDAS

Número total de denúncias ocorridas durante o período de relato	2022	2023	2024
Total de denúncias recebidas	487	515	510
Denúncias procedentes	228	149	193
Medidas de encerramento de contratos de trabalho adotadas como consequência de denúncias procedentes.	88	73	94

Nota: Os números reportados acima se referem às denúncias registradas no canal oficial da Companhia, que conta com um sistema global do Grupo Telefónica onde estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração e respectivos planos de ação.



DENÚNCIAS RECEBIDAS

Denúncias procedentes	2022	2023	2024
Assédio moral/sexual e discriminação GRI 406-1	1,3%	10,1%	21,2%
Conduta inadequada e outros conflitos laborais	58,8%	35,6%	18,7%
Conflito de interesses	1,3%	4,7%	6,7%
Fraude	13,2%	18,8%	19,2%
Descumprimento normativo	17,5%	26,9%	32,1%
Outros	5,7%	3,4%	2,1%
Privacidade/segurança da informação	2,2%	0,7%	0,0%
Lavagem de dinheiro ou negociação com informações privilegiadas	0,0%	0,0%	0,0%
Total	228,0	149,0	193,0

Nota: Classificação de acordo com natureza corporativa e melhores práticas da Convenção 190 da OIT e MPT. Os números reportados acima se referem às denúncias registradas no canal oficial da Companhia, que conta com um sistema global do Grupo Telefônica, onde estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração e respectivos planos de ação.

NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS SOCIAIS | GRI 414-1

Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	2022	2023	2024
Total de novos fornecedores	1.175	1.182	1.175
Total de novos fornecedores contratados com base em critérios sociais	1.175	1.182	1.175
Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais	100%	100%	100%

IMPACTOS SOCIAIS NEGATIVOS DA CADEIA DE FORNECEDORES E MEDIDAS TOMADAS | GRI 414-2

Avaliações de fornecedores em relação a impactos sociais	2022	2023	2024
Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos sociais.	266	310	281
Número de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos reais e potenciais.	45	33	36
Impactos sociais negativos significativos (reais e potenciais)	8.092	6.628	4.513
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos (reais e potenciais) ¹	16,9%	10,6%	12,8%
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos significativos (reais e potenciais) ²	1,1%	1,0%	0,7%
Percentual de Impactos sociais negativos significativos (reais e potenciais)	30,4%	48,2%	47,9%

Notas:

¹ Fornecedores com os quais foram acordadas melhorias como decorrência da avaliação realizada. ² Fornecedores com os quais a organização encerrou as relações de negócios em decorrência da avaliação e as razões que motivaram esse encerramento. Possuímos uma normativa interna de contratação de serviço especializado (Normativa 010), além dos manuais de gestor e de fornecedor. Avaliamos os prestadores de serviços que possuem mão de obra atrelada e buscamos monitorar cerca de 30% das empresas, que abrange cerca de 90% das pessoas envolvidas (aliados). Buscando assim, mitigar impactos trabalhistas que envolve a Vivo e garantia dos direitos trabalhistas dessas pessoas envolvidas (aliados).

Na área social, os fornecedores são avaliados considerando suas atividades e seus aspectos sociais, como Relação laboral; Horário de trabalho; Salários; Violência e Assédio no Trabalho; Trabalho forçado e tráfico de pessoas, Trabalho infantil e jovens; Liberdade de associação e direito a negociação coletiva; Diversidade, inclusão e Não discriminação; Condições de segurança e saúde; Minerais provenientes de áreas afetadas por conflitos e de alto risco (conflict minerals). Dessa forma, conseguimos priorizar a gestão sobre os fornecedores em relação ao impacto social potencial. Conforme Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento.





KPIS COMPLEMENTARES - AVALIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES

Cobertura e progresso do nosso programa de avaliação de fornecedores

Avaliação de fornecedores	2023	2024
Número total de fornecedores avaliados por meio de avaliações documentais/avaliações no local	133	132
Número de fornecedores avaliados com impactos negativos reais/potenciais substanciais	69	53
Número de fornecedores com impactos negativos reais/potenciais substanciais que foram rescindidos	0	0
Apoio ao plano de ação corretiva	2023	2024
Número total de fornecedores apoiados na implementação do plano de ações corretivas	52	39
Programas de capacitação	2023	2024
Número total de fornecedores em programas de capacitação	49	24

KPI COMPLEMENTAR - TAXONOMIA DE SUSTENTABILIDADE

Agrupamento de Elegibilidade em R\$ Milhões	2023						2024					
	Receita		Despesas de capital		Despesas operacionais		Receita		Despesas de capital		Despesas operacionais	
Totais em unidade monetária	52.100	100,0%	13.425	100,0%	4.179	100,0%	55.845	100,0%	13.965	100,0%	4.693	100,0%
Total elegível para taxonomia	2.580	5,0%	2.075	15,5%	111.550	2,7%	1.853	3,3%	325	2,3%	114	2,4%
Total alinhado à taxonomia	1.489	2,9%	81.080	0,6%	-	0,0%	3.139	5,6%	2.258	16,2%	-	0,0%
Total não elegível para taxonomia	48.031	92,2%	11.268	83,9%	4.068	97,3%	50.852	91,1%	11.382	81,5%	4.579	97,6%

QUEIXAS COMPROVADAS RELATIVAS À VIOLAÇÃO DA PRIVACIDADE E PERDA DE DADOS DE CLIENTES | GRI 418-1

Queixas recebidas	2022	2023	2024
de partes externas e comprovadas pela organização (processos judiciais)	12	13	3
de autoridade reguladora	0	0	0

Nota: Os processos que geraram sanções não estão associados a incidentes de segurança com dados pessoais. Abrangem processos judiciais e administrativos apresentados à organização e reconhecidos como procedentes por autoridades competentes ou órgão regulador.

SASB - Sustainability Accounting Standards Board



NÚMERO DE ASSINANTES SEM FIO (MILHÕES) | TC-TL-000.A

Número total de assinantes sem fio	2022	2023	2024
Pós-pago	58.673	61.808	66.498
M2M	14.725.972	15.905	17.422
Pré-pago	39.305.872	37.267	35.816
ACESSOS MÓVEIS	97.979	99.075	102.315

NÚMERO DE ASSINANTES DE TELEFONIA FIXA (MILHÕES) | TC-TL-000.B

Número total de assinantes de telefonia fixa	2022	2023	2024
IPTV	898	845	785
Outras Tecnologias	67	0	0
TV por Assinatura	966	845	785
Voz Fixa	7.013	6.458	5.746

NÚMERO DE ASSINANTES DE BANDA LARGA (MILHÕES) | TC-TL-000.C

Número total de assinantes de banda larga	2022	2023	2024
FTTH	5.482	6.175	6.958
Outras Tecnologias	889	448	246
Banda Larga	6.372	6.623	7.204

TRÁFEGO DE REDE (PETABYTES) | TC-TL-000.D

	2022	2023	2024
Tráfego de rede	52.767	66.064	77.184

PEGADA AMBIENTAL DAS OPERAÇÕES | TC-TL-130A.1

Iniciativa	Unidade	2023	2024
(1) Energia total consumida	GJ	6.490.541,49	6.979.218,30
(2) porcentagem de eletricidade da rede	%	95,8	96,2
(3) porcentagem de energia renovável (GJ / %)	%	96,7	99,3

NÚMERO DE CLIENTES CUJAS INFORMAÇÕES SÃO UTILIZADAS PARA FINS SECUNDÁRIAS | TC-TL-220A.2

Número de clientes únicos cujas informações são usadas para fins secundários:	2022	2023	2024
Informações captadas para uso próprio da firma	32.641.983	39.219.443	28.381.176



Anexos

Relatório Integrado 2024



MONTANTE TOTAL DE PERDAS MONETÁRIAS COMO RESULTADO DE PROCESSOS JUDICIAIS ASSOCIADOS À PRIVACIDADE DE DADOS DO CLIENTE | TC-TL-220A.3

Valor total em Reais das perdas monetárias incorridas durante o período de relatório.	2022	2023	2024
R\$	86.975,33	87.656,14	13.875,06

NÚMERO DE PEDIDOS DE APLICAÇÃO DA LEI PARA INFORMAÇÕES DO CLIENTE, (2) NÚMERO DE CLIENTES CUJAS INFORMAÇÕES FORAM SOLICITADAS, (3) PERCENTUAL RESULTANDO EM DIVULGAÇÃO | TC-TL-220A.4 (1)

Indicadores	Unidade de medida	2022	2023	2024
Metadados	nº	349.741	333.032	270.516
Bloqueio de websites	nº	3.025.610	3.699.732	4.465.502
Suspensão de serviços	nº	2.395	4.957	31.655
Suspensão de serviços	nº	11.644	13.662	14.941

Nota: 96% das solicitações são atendidas conforme as diretrizes e restrições presentes na legislação e nos regulamentos vigentes. As solicitações não atendidas dizem respeito a diversos motivos como solicitação de linhas de outras operadoras das quais a operadora não possui gestão, impossibilidade técnica, entre outros.

MATERIAIS RECUPERADOS POR MEIO DE PROGRAMAS DE DEVOLUÇÃO | TC-TL-440A.1

Gestão de resíduos em fim de vida do produto	2024	
	Tonelada	Porcentagem
Total de materiais recuperados por meio de programas de devolução (t)	789,3	100,0%
Total de materiais recuperados / gerenciados que foram reutilizados (t)	610,0	77,3%
Total de materiais recuperados / gerenciados que foram reciclados (t)	177,7	22,5%
Total de materiais recuperados/ gerenciados que forma depositados em aterro e outras formas de disposição (t)	1,5	0,2%

FREQUÊNCIA MÉDIA DE INTERRUPÇÃO E DURAÇÃO MÉDIA DA INTERRUPÇÃO DO CLIENTE | TC-TL-550A.1 (1)

(1) Frequência média de interrupção do sistema (FIXA) - AIF	2022	2023	2024
Somatória da quantidade de acessos envolvidos em cada massiva	36.932.832	34.739.831	19.088.414
Quantidade de acessos em serviço da planta	125.992.588	132.104.345	128.464.630
Frequência	0,29	0,26	0,15

Nota: 1º Average Interruption Frequency (AIF) mensal é calculada com o número total de clientes afetados em cada serviços (Voz e Banda Larga) dividido pelo número total de clientes atendidos (Base de Clientes

FREQUENCIA MEDIA DE INTERRUPCAO E DURACAO MEDIA DA INTERRUPCAO DO CLIENTE | TC-TL-550A.1 (1)

(1) Frequência média de interrupção do sistema (MOVEL) - AIF	2022	2023	2024
Somatória da quantidade de acessos (ERBs) envolvidos em cada massiva	1.288.922	1.275.815	1.700.361
Quantidade de acessos (ERBs) em serviço da planta	822.869	860.163	845.535
Frequência	1,57	1,48	2,01

Nota: 1º Average Interruption Frequency (AIF) mensal é calculada com o número total de clientes afetados em cada serviços (Voz e Banda Larga) dividido pelo número total de clientes atendidos (Base de Clientes Voz + Banda Larga).

(2) Duração média da interrupção do cliente (FIXA) - AID (horas)	2022	2023	2024
Quantidade de clientes versos o tempo de interrupção	477.000.926	519.843.523	300.605.096
Quantidade de acessos em serviço da planta	125.992.588	132.104.345	128.464.630
Duração média	3,79	3,94	2,34

(2) Duração média da interrupção do cliente (MOVEL) - AID (horas)	2022	2023	2024
Quantidade de clientes versos o tempo de interrupção	124.941	141.697	162.742
Quantidade de acessos (ERBs) em serviço da planta	822.869	860.163	845.535

(2) Duração média da interrupção do cliente (MOVEL) - AID (horas)	2022	2023	2024
Duração média	0,15	0,16	0,19

(1) Frequência média de interrupção do sistema (FIXA) - AID	2022	2023	2024
Duração média (minutos)	226,41	236,13	140,08

(1) Frequência média de interrupção do sistema (MÓVEL) - AID	2022	2023	2024
Duração média (minutos)	9,05	9,88	11,55

(3) Duração média da interrupção do cliente (FIXA)	2022	2023	2024
Duração média (minutos)	784,27	896,14	968,28

(3) Duração média da interrupção do cliente (MÓVEL)	2022	2023	2024
Duração média (minutos)	5,94	7,00	5,74

Nota: A Companhia não dispõe dos indicadores TC-TL-550A.2; TC-TL-520A.3 e TC-TL-520A.2 no formato indicado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) - 2024/2026.





Sumário de conteúdo da GRI e SASB

Declaração de uso: A Vivo (Telefônica Brasil S.A), relatou em conformidade com as Normas GRI para o período 01 de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024

GRI 1 usada: GRI 1: Fundamentos 2021

Norma(s) Setorial(ais) da GRI e outras normas aplicável(eis): Não aplicável

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Conteúdos Gerais						
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-1	Detalhes da organização	Página 24			
	2-2	Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Página 8 Empresas consolidadas (controladas diretas): Terra Networks Brasil Ltda; Telefônica Transportes e Logística Ltda; POP Internet Ltda; FIDC Vivo Money I, Fundo de Investimento em Direitos Creditórios; FIDC Vivo Money 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 e Vivo Pay Holding Financeira Ltda.. Empresas consolidadas (controladas indiretas): Recicla V Comércio e Reciclagem de Sucatas e Metais Ltda; Vale Saúde Administradora de Cartões S.A.; Telefônica Infraestrutura e Segurança Ltda. e TLF01 Empreendimentos e Participações Ltda. Empresas não consolidadas (controle conjunto): Aliança Atlântica Holding B.V.; Companhia AIX de Participações; Companhia ACT de Participações; FiBrasil Infraestrutura e Fibra Ótica S.A.; VivaE Educação Digital S.A. (VivaE) e GUD Comercializadora de Energia S.A.			
	2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Página 8 c. Relato publicado em 02 de julho de 2025.			





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Conteúdos Gerais						
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-4	Reformulações de informações	Páginas 195 e 203 Houve uma alteração no formato de publicação do indicador 401-1. Houve uma mudança no entendimento do que seria “Novas Contratações”, pois agora consideramos colaboradores que de fato compareceram no processo de admissão e foram admitidos, anteriormente, era do ponto de vista de vagas fechadas. Logo, o número de 2024 reflete exatamente colaboradores admitidos na Vivo ao longo de 2024. Devido a isso, também ajustamos os números de 2023. Houve reapresentação de informação referente ao indicador 205-2. A linha "Demais cargos" para o ano de 2023 foi reapresentada desconsiderando a quantidade de aprendizes da Companhia.			
	2-5	Verificação externa	Páginas 8 e 230			
	2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Páginas 21 e 147			
	2-7	Empregados	Páginas 22 e 190	b.	Não aplicável	Os itens “Número de empregados temporários” e “Número de empregados sem garantia de carga horária”, não são aplicáveis, pois não há esse tipo de contrato de trabalho na Telefônica Brasil S.A.
	2-8	Trabalhadores que não são empregados	Páginas 22 e 191			
	2-9	Estrutura de governança e sua composição	Páginas 10, 25, 26, 191, 192 e 193	c. iv, vi e vii	Informações indisponíveis/ incompletas	A Companhia não dispõe dos indicadores o formato esperado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.
	2-10	Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Página 26			
	2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	Página 26			
	2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Páginas 24, 31, 35 e 42			
	2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Páginas 24 e 31			



Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Conteúdos Gerais						
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-14	Atribuições do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Páginas 8 e 15			
	2-15	Conflitos de interesse	Página 28			
	2-16	Comunicação de preocupações cruciais	Página 26			
	2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Páginas 26 e 31			
	2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Página 27			
	2-19	Políticas de remuneração	Páginas 29 e 30	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 Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.
	2-20	Processos para determinação da remuneração		2-20	Informações indisponíveis/incompletas	Ainda que não tenha uma política de remuneração formalmente aprovada e divulgada ao mercado em geral, a Companhia adota práticas de remuneração para o conselho de administração, a diretoria estatutária e não estatutária, o conselho fiscal e os comitês compatíveis com as melhores práticas de mercado, com o objetivo de atrair e reter os melhores profissionais, contribuindo para o retorno e aumento de valor da Companhia, reconhecendo o desempenho individual de acordo com as metas alcançadas.
	2-21	Proporção da remuneração total anual	Página 194			
	2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Página 3			
	2-23	Compromissos de política	Página 106			
	2-24	Incorporação de compromissos de política	Páginas 47 e 106			
2-25	Processos para reparar impactos negativos	Páginas 18, 42, 106, 108, 117 e 120				





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Conteúdos Gerais						
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Página 42			
	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 Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.
	2-28	Participação em associações	Página 194			
	2-29	Abordagem para engajamento de stakeholders	Páginas 15, 16, 18 e 20			
	2-30	Acordos de negociação coletiva	Página 194			
Temas Materiais						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1	Processo de definição de temas materiais	Páginas 15 e 16			
	3-2	Lista de temas materiais	Páginas 15 e 16			
Gestão ambiental						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 119, 120, 125 e 142			
GRI 301: Materiais 2016	301-3	Produtos e suas embalagens reaproveitados	Páginas 142 e 196			
GRI 302: Energia 2016	302-1	Consumo de energia dentro da organização	Páginas 125, 196 e 197			
	302-3	Intensidade energética	Página 197			
	302-4	Redução do consumo de energia	Páginas 126 e 198			
GRI 303: Água 2018	303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	Página 119			



Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Gestão ambiental						
GRI 303: Água 2018	303-3	Captação de água	Páginas 119 e 198	c. i e ii.	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia não dispõe dos indicadores o formato esperado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.
	303-5	Consumo de água	Página 199			
GRI 306: Resíduos 2018	306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Página 142			
	306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Página 142			
	306-3	Resíduos gerados	Página 201			
	306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Página 201			
	306-5	Resíduos enviados à disposição final	Página 201			
SASB Environmental Footprint of Operations	TC-TL-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade da rede, (3) porcentagem de energia renovável (GJ / %)	Páginas 125 e 213			
SASB Product End-of-life Management	TC-TL-440a.1	(1) Materiais recuperados por meio de programas de devolução, porcentagem de materiais recuperados que foram (2) reutilizados, (3) reciclados e (4) depositados em aterro [toneladas métricas (t), porcentagem (%)]	Páginas 142 e 214			
Mudanças climáticas						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 129 e 133			



Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão				
			Requisito	Motivo	Explicação		
Mudanças climáticas							
GRI 305: Emissões 2016	305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	Páginas 129, 199 e 200				
	305-2	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	Páginas 129 e 200				
	305-3	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3)	Páginas 129 e 200				
	305-4	Intensidade de emissões de GEE	Páginas 131 e 200				
	305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 131				
Gestão de talentos							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 156, 158, 162, 170 e 173				
GRI 401: Emprego 2016	401-1	Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados	Páginas 203 e 204				
	GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 170			
		403-2	Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Página 171			
		403-3	Serviços de saúde ocupacional	Página 173			
		403-4	Participação do trabalhador, consulta e comunicação sobre saúde ocupacional e segurança	Páginas 171 e 172			
403-5		Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Páginas 170 e 172				





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Gestão de talentos						
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	Página 173			
	403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Página 171			
	403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde ocupacional e segurança	Página 170			
	403-9	Acidentes de trabalho	Páginas 171 e 206 a.i. Não há registro acidentes de trabalho com consequência grave. a.iv. Os principais tipos de lesões relacionadas ao trabalho estão relacionados a acidentes típicos (tampa de caixa subterrânea). e. Número de acidentes laborais típicos sobre o total de horas trabalhadas vezes 200.000. As horas trabalhadas levam em conta o total efetivo de carga horária, considerando as empresas Telefônica Brasil S.A., Fundação Telefônica e Terra Networks Brasil S.A. e 100% das funções, incluindo jovens aprendizes e conselheiros. f. Estagiários não são considerados no cálculo.	b.	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia segue os requisitos legais e regulatórios previstos para os dados de saúde e segurança do trabalho, bem como em seu escopo certificado pela ISO 45001. Entretanto, não dispõe dos indicadores o formato esperado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.
	403-10	Doenças profissionais	a. Em 2022, 2023 e 2024 não foram registrados óbitos resultantes de doenças profissionais e casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória.	b.	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia segue os requisitos legais e regulatórios previstos para os dados de saúde e segurança do trabalho, bem como em seu escopo certificado pela ISO 45001. Entretanto, não dispõe dos indicadores o formato esperado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão		
			Requisito	Motivo	Explicação
Gestão de talentos					
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Páginas 156, 158 e 207		
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Páginas 162, 207 e 208		
	405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos por mulheres e homens	Páginas 162 e 210		
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Página 211		
Sustentabilidade na cadeia de valor					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 147 e 148		
GRI 204: Práticas de Compras 2016	204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	Página 195		
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores	308-1	Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios ambientais	Página 202		
	308-2	Avaliação Ambiental de Fornecedores	Página 203		





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Sustentabilidade na cadeia de valor						
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Em 2022, 2023 e 2024, não foram identificados riscos de trabalho escravo nas operações e fornecedores com risco significativo, por tipo de operação, fornecedor, país ou área geográfica. Adotamos políticas e procedimentos alinhados aos Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos. A Política Global de Direitos Humanos contempla, entre outros assuntos, o compromisso da empresa contra o trabalho forçado, escravo e infantil. Qualquer forma de trabalho forçado, em condições análogas a escravidão ou relacionado a tráfico humano, segundo as legislações nacionais. Toda a operação é avaliada sobre esse risco, inclusive os fornecedores.			
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1	Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios sociais	Páginas 148 e 211			
	414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores	Páginas 148, 149 e 211			
Privacidade e proteção de dados						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15 e 95			
GRI 418: Privacidade do cliente	418-1	Queixas comprovadas relativas à privacidade e perda de dados de clientes	Página 212			





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Privacidade e proteção de dados						
SASB Data Privacy	TC-TL-220a.1	Descrição das políticas e práticas relacionadas à publicidade comportamental e privacidade do cliente	Página 97			
	TC-TL-220a.2	Número de clientes cujas informações são usadas para fins secundários	Página 213			
	TC-TL-220a.3	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados à privacidade do cliente	Página 214			
	TC-TL-220a.4	(1) Número de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes, (2) número de clientes cujas informações foram solicitadas, (3) porcentagem resultando em divulgação	Página 214			
SASB Data Security	TC-TL-230a.1	(1) Número de não-conformidades com dados (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII) (3) número de clientes afetados	Em 2022, 2023 e 2024, não foram identificadas não-conformidades com dados e informações de identificação pessoal (PII), tão pouco clientes únicos afetados.			
	TC-TL-230a.2	Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados, incluindo o uso de padrões de segurança cibernética de terceiros	Página 97			



Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Ética e competitividade						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 39 e 43			
GRI 205: Anticorrupção 2016	205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Página 41	a.	Restrições de confidencialidade	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.
	205-2	Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção	Páginas 41 e 195			
GRI 205: Anticorrupção 2016	205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2022, 2023 e 2024, não foram registradas denúncias confirmadas de corrupção no Canal Oficial de Denúncias da Companhia, nem processos judiciais contra a Companhia, seus colaboradores ou parceiros de negócios.			
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de traste e monopólio	Página 43			
SASB Competitive Behavior & Open Internet	TC-TL-520a.1	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a regulamentos de comportamento anticompetitivo	Página 43			





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão		
			Requisito	Motivo	Explicação
Experiência do cliente					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 80, 83 e 85		
SASB Managing Systemic Risks from	TC-TL-550a.1.	(1) Duração média de interrupção do sistema, (2) frequência média de interrupção do sistema e (3) duração média de interrupção do cliente.	Páginas 214 e 215		
SASB Technology Disruptions	TC-TL-550a.2.	Discussão de sistemas para fornecer um serviço sem interrupções durante as interrupções de serviço	Páginas 97 e 215	TC-TL-550a.2.	Informações indisponíveis/incompletas A Companhia não dispõe de alguns dos indicadores TC-TL-550A.2 no formato indicado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) 2024-2026.
Governança corporativa					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 24, 31 e 34		
Digitalização					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 58, 60, 112 e 145		
Inovação					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15, 76 e 92		
Segurança digital					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3	Gestão dos temas materiais	Páginas 15 e 97		





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Disclosures extras - indicadores não contemplados na materialidade, mas reportados para manter a série histórica e comparabilidade						
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Páginas 53 e 195			
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Páginas 58 e 60			
	203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	Páginas 58 e 60			
GRI 415: Políticas públicas 2016	415-1	Contribuições políticas	Em alinhamento com os Princípios de Negócio Responsável e seu compromisso com a neutralidade política, em 2024, a Vivo não realizou contribuições para grupos isentos de impostos, como gastos com campanhas políticas, organizações políticas, lobistas ou organizações de lobby.			
SASB Telecommunication Services	TC-TL-000.A	Número de assinantes sem fio (milhões).	Página 213			
	TC-TL-000.B	Número de assinantes de telefonia fixa (milhões).	Página 213			
	TC-TL-000.C	Número de assinantes de banda larga (milhões).	Página 213			
	TC-TL-000.D	Tráfego de rede (petabytes).	Página 213			





Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			
			Requisito	Motivo	Explicação	
Disclosures extras - indicadores não contemplados na materialidade, mas reportados para manter a série histórica e comparabilidade						
SASB Competitive Behavior & Open Internet	TC-TL-520a.2	Velocidade de download sustentada real média de (1) conteúdo próprio e comercialmente associado e (2) conteúdo não associado	Página 215	TC-TL-520a.2	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia não dispõe de alguns dos indicadores TC-TL-520A.2 no formato indicado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) até 2026.
	TC-TL-520a.3	Descrição dos riscos e oportunidades associados à neutralidade da rede, peering pago, classificação zero e práticas relacionadas	Página 215	TC-TL-520a.3	Informações indisponíveis/incompletas	A Companhia não dispõe de alguns dos indicadores TC-TL-520A.3 no formato indicado, e irá atuar na sua adequação dentro do Plano de Negócio Responsável (PNR) até 2026.



Relatório de asseguração

GRI 2-5

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras contidas no Relato Integrado 2024

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 2024 da Telefônica, conforme detalhado na base de preparação elaborada pela Companhia relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relato Integrado 2024, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

Responsabilidades da administração da Telefônica

A administração da Telefônica é responsável por:

(a) selecionar ou estabelecer critérios adequados para a preparação e apresentação das informações constantes no Relato Integrado 2024;

(b) 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;

(c) desenhar, implementar e manter controles internos sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relato Integrado 2024, para que estejam livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

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 2024 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 controle 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 e competência profissional e que, também, consideram o sigilo e o comportamento dos profissionais.

Aplicamos os padrões brasileiros e internacionais de controle de qualidade estabelecidos na NBC PA 01, emitida pelo CFC, e, dessa forma, mantemos um apropriado sistema de controle de qualidade que inclui políticas e procedimentos relacionados ao cumprimento dos requerimentos de ética, padrões profissionais, exigências legais e requerimentos regulatórios.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2024 com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01/12 – Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social, emitido pelo CFC, com base na NBC TO 3000 - Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitida pelo IAASB – *International Auditing and Assurance Standards Board*), 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 2024, 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 procedimentos adicionais quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relato Integrado 2024 tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Como parte de um trabalho de asseguração 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 2024, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre atividades e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relato Integrado 2024, 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 2024;

- (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 2024;
- (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 asseguração limitada compreenderam, também, a análise da aderência à *GRI Standards*, aos princípios do Relato Integrado, conforme a Orientação CPC 09 – Relato Integrado e ao disposto na base de preparação elaborada pela Companhia.

Nossos procedimentos não incluíram a avaliação da adequação do desenho ou da eficácia operacional dos controles, o teste dos dados nos quais as estimativas se baseiam ou separadamente desenvolver nossa própria estimativa para comparar com a estimativa da Telefônica.

Base para conclusão

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 asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre os dados contidos no Relato Integrado 2024. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança razoável de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração 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 2024. 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, de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia.

Os conteúdos incluídos no escopo desta asseguarção são apresentados no Sumário GRI / na Base de Preparação do Relato Integrado 2024.

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 2024 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 – Restrições de uso e distribuição

Este relatório foi elaborado para uso do Telefônica e poderá ser apresentado ou distribuído para 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, não poderá confiar nas informações nele contidas irã fazê-lo por própria conta e risco. Não aceitamos e não assumimos qualquer responsabilidade e negamos qualquer responsabilidade perante qualquer outra parte que não seja a Telefônica pelo nosso trabalho, pelo relatório de asseguarção ou pelas nossas conclusões.

São Paulo, 30 de junho de 2025

PricewaterhouseCoopers
Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP000160/O-5

Expediente

COORDENAÇÃO GERAL

Negócio Responsável/Sustentabilidade

CONSULTORIA GRI E CONTEÚDO

blendON

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

blendON

FOTOS

Banco de Imagens Vivo

Envie comentários, dúvidas e sugestões relacionadas ao Relatório para a nossa equipe pelo e-mail

sustentabilidade.br@telefonica.com

GRI 2-3