



RELATÓRIO  
ANUAL ESG  
**2021**

Verö



# SUMÁRIO

3 BOAS-VINDAS

4 PAPO RETO

6 SOMOS VERO

- > Onde estamos
- > Nossa estratégia
- > Crescimento no Brasil
- > Desempenho financeiro
- > Governança ESG

16 O MELHOR  
DA INTERNET

- > Experiência *omnichannel*
- > Customer Experience
- > Rede de excelência

24 NOSSA GENTE

- > Diversidade
- > Treinamento e carreira
- > Saúde e segurança

32 PRÁTICAS  
DE GESTÃO

- > Programa de Integridade
- > Governança corporativa
- > Gestão ambiental

37 ANEXOS





# BOAS-VINDAS

Sejam bem-vindos ao nosso primeiro Relatório Anual ESG! Nós somos a Vero Internet, porque, antes de tudo, valorizamos a verdade. E esta publicação tem exatamente esse objetivo – contar a nossa história de 2021, com transparência, para os clientes, os profissionais do #TimeVero, os fornecedores, os acionistas e todas as pessoas que acreditam em relações genuínas e no poder libertador das escolhas.

Nosso Relatório aborda os desafios, as conquistas e a evolução da gestão da nossa companhia para tratar dos riscos e oportunidades relacionados a questões ambientais, sociais e de governança corporativa. Três aspectos que, na língua inglesa, foram consolidados na sigla ESG [*environmental, social and governance*].

Para fazer essa narrativa com a mesma excelência com que cuidamos dos nossos clientes, nos inspiramos nas normas da Global Reporting Initiative (GRI), reconhecida como uma das melhores

plataformas globais para orientar a gestão e a comunicação de sustentabilidade das organizações. Seleccionamos os conteúdos GRI mais relevantes e envolvemos as nossas equipes para levantar as informações que abrangem o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2021.

A partir de 2022, incluiremos novos conteúdos e uma abordagem ainda mais completa dos temas mais relevantes para nossos públicos de relacionamento. No último ano, iniciamos uma jornada para diagnosticar nossas práticas ESG, elaboramos nossa primeira Matriz de Materialidade e estamos trabalhando na estruturação de metas de curto, médio e longo prazo.

> Recebemos mensagens de todos que queiram contribuir com a gente nesta caminhada, no e-mail: [institucional@verointernet.com.br](mailto:institucional@verointernet.com.br)



**O primeiro Relatório Anual ESG da Vero** aborda nossos desafios e conquistas em 2021 e a jornada que queremos trilhar na gestão de aspectos ambientais, sociais e de governança



# PAPO RETO

## **Qual é o propósito da Vero e a grande promessa para os clientes?**

A gente quer levar internet de qualidade e um mundo de possibilidades ao interior do Brasil. Estamos presentes em mais de 180 municípios e vamos crescer nos próximos anos, aumentando a base de clientes Vero, fazendo aquisições de outras empresas e ampliando a nossa rede própria e o uso da rede neutra. Queremos ser cada vez mais a preferência dos nossos clientes e ter fãs. Temos serviços e uma rede de qualidade, oferecemos diferenciais de produtos, mas queremos ir além na experiência dos clientes, estando próximos das pessoas, tratando gente como gente, olhando sempre além dos números.

## **E de que maneira a Vero faz diferença no setor de telecom brasileiro?**

As nossas pessoas são a base dessa diferenciação. O #TimeVero é uma equipe de alta performance, que faz acontecer uma governança, uma gestão e uma operação de excelência, que identifica oportunidades e inova continuamente. A diversificação do portfólio e o que

agregamos para os nossos clientes, para que eles possam ter mais lazer e produtividade no trabalho, são um segundo pilar. E a terceira frente é integrar a sustentabilidade na companhia, trabalhando e engajando os colaboradores para fazer a diferença em temas que melhorem os nossos processos, os impactos ambientais e dar a oportunidade para que nossos clientes também consumam internet de um jeito mais sustentável.

## **Quais são os temas mais importantes para a Vero na agenda ESG?**

Os desafios que nós temos são os mesmos de todas as outras companhias e setores produtivos, a diferença é como lidamos com essas questões. Na esfera ambiental, embora não sejamos uma indústria intensiva no uso de materiais, temos de gerenciar os resíduos sempre com foco na economia circular, convidando os clientes a fazer parte de um movimento mais sustentável de consumo e utilização dos equipamentos eletrônicos. Nossa frota de veículos é essencial para o atendimento de excelência aos clientes, então precisamos que ela funcione com a menor pegada possível.

**FABIANO FERREIRA,**  
CEO da Vero





Na parte social, precisamos cuidar das nossas pessoas, porque gente feliz atende gente feliz. Com diversidade e inclusão, criamos um ambiente profissional mais inovador, colaborativo e acolhedor. Precisamos participar da agenda dos municípios que atendemos, sendo uma companhia que conhece essas regiões, promove a geração de empregos e ajuda a impulsionar o desenvolvimento alinhado à vocação local.

Com relação à governança corporativa, temos de fazer o que é certo e perseguir nossa estratégia com uma gestão profissionalizada e as melhores práticas. As políticas existem para indicar o caminho que fará a companhia crescer com alocação inteligente de capital, captura das melhores oportunidades, total transparência e de forma absolutamente ética.

**Em que medida essa visão tem contribuído para alcançar resultados financeiros positivos?**

Essa não é uma conta simples de fazer. Em 2021, tivemos um crescimento de 75,9% no número total de clientes atendidos, somando 84,5 mil adições líquidas organicamente nesse ano e

gerando, em média, o incremento de 20,5 mil usuários por trimestre. Nossa taxa de *churn* reduziu 10 pontos percentuais na comparação anual, atingindo 1,33%, o que significa que nosso jeito de atender com proximidade fideliza os clientes e mantém uma base consistente de assinantes. A receita líquida teve um incremento de 99,1%, e todos os outros indicadores financeiros também evoluíram.

Esses números mostram uma companhia em franco crescimento e expansão do ponto de vista financeiro e operacional. Mais do que isso, refletem que os clientes confiam em nossa proposta de valor e acreditam no propósito de ampliar a liberdade de escolha. Um propósito que é transmitido pelos nossos colaboradores no dia a dia, pelo atendimento com excelência, pela resolução dos problemas com agilidade, pela forma como gerenciamos os aspectos ambientais e como entregamos tudo o que prometemos.

Ainda temos muito a aprender e evoluir, como sociedade, para medir o reflexo do investimento em sustentabilidade no balanço financeiro. Mas, sem esse olhar atento para a agenda ESG, os números certamente seriam menos positivos.

**De que maneira a Vero pretende contribuir com essa evolução que você citou?**

Com inovação, responsabilidade e verdade em tudo o que fazemos e fizermos. Desde a nossa fundação, quando oito empresas se uniram para criar a Vero, temos construído conexões verdadeiras com os nossos clientes. Agora, começamos a trabalhar em uma agenda interna para entender melhor os nossos impactos e assumir compromissos de curto, médio

e longo prazo para sermos melhores e mais eficientes. Criamos uma área de ESG e, ainda em 2021, mapeamos nossas principais oportunidades de melhoria, com o engajamento dos colaboradores, dos clientes e de outros públicos externos. Agora estamos focados em traçar uma estratégia de sustentabilidade, conectada ao nosso propósito e que leve a uma entrega de resultados com muito mais valor – financeiro e socioambiental – para os acionistas, os clientes e toda a sociedade.

**Nosso crescimento nos últimos anos é reflexo da confiança dos clientes e acionistas e da excelência contínua do trabalho dos colaboradores, em linha com nossa proposta de valor**



# SOMOS VERO

Nós #SomosVero desde 2019, quando oito empresas especializadas na prestação de serviços de internet do interior de Minas Gerais se uniram com o propósito de levar internet de qualidade e um mundo de possibilidades para o interior do Brasil. Oferecemos aos clientes acesso à internet em fibra óptica (FTTH) e um pacote diversificado de produtos – com programações digitais e serviços de *streaming*, aplicativos de conteúdo e serviços especializados [Vero Especialista].





Nossa sede fica na cidade de São Paulo e nossa história é marcada pelo crescimento acelerado no número de clientes e de cidades atendidas. Somos uma das empresas investidas pela Vinci Partners, fundo de investimento que detém 81,98%\* do nosso capital social.

Nossa expansão nas cidades do interior do Brasil vem ocorrendo por meio de aquisições estratégicas de provedores regionais de internet. Desde 2019, adquirimos e consolidamos a atuação de 16 empresas diferentes, fortalecendo a presença em Minas Gerais e chegando aos estados do Paraná, de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul.

Encerramos o ano de 2021 presentes em mais de 180 municípios, nos quais atendemos 612 mil clientes. Nossa rede FTTH já chega a mais de 2,2 milhões de lares (*homes passed*), possibilitando também um crescimento orgânico consistente para o nosso negócio.

\*A Vinci é proprietária de ações representativas de 81,98% (Telecom + FIP Vinci). Parte delas, cerca de 16,77%, são ações em garantia pelos minoritários, cujos direitos políticos e patrimoniais permanecem aos mesmos.

## NO QUE A GENTE ACREDITA E COMO A GENTE FAZ

### > APRENDEMOS E EMPREENDEMOS

**Com um olhar único sobre o interior do Brasil**, estamos sempre explorando possibilidades, testando e aprendendo para trazer novidades pelo país adentro. Afinal, assim como a internet, não desligamos nunca.

### > RESOLVEMOS DE PRIMEIRA

**Somos eficientes.** Tanto na hora de prevenir quanto de remediar. E isso tem tudo a ver com qualidade e simplicidade. Dos processos ao nosso jeito de falar e escrever, queremos descomplicar para fazer todo mundo entender e seguir sempre em frente **com autonomia**.

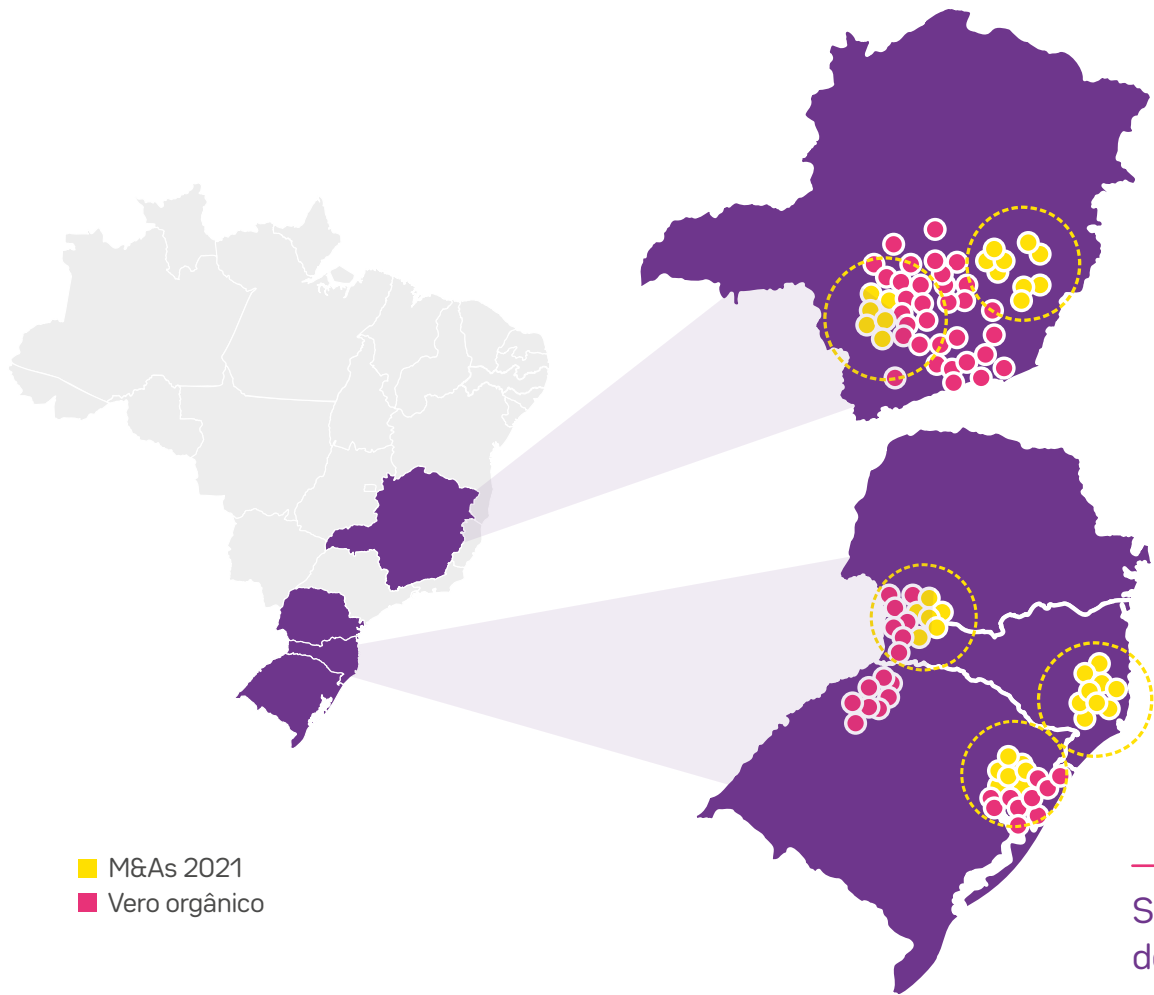
### > CUIDAMOS UNS DOS OUTROS

**Para acertar com o cliente, precisamos fazer do jeito certo entre a gente, todos os dias.** Somos cuidadosos e atentos ao que acontece ao redor. No nosso time, agimos com integridade e sensibilidade, seja para oferecer ajuda ou ter um papo reto que traga melhorias para todos.

### > VEMOS GENTE ALÉM DE NÚMEROS

**Sim, nosso negócio é pessoal, feito com paixão.** Conhecer os clientes por trás dos protocolos nos ajuda a entender melhor, criando relações de confiança e empatia. Sem falar que fica muito mais fácil oferecer o que o cliente realmente quer e precisa.

# ONDE ESTAMOS



Somos a maior provedora de internet em número de acessos nas praças em que atuamos

7.000  
quilômetros  
de *backbone*



17.100  
quilômetros de  
fibra (FTTH)



+ de 180  
municípios  
atendidos



2,2 milhões  
de *homes*  
*passed*



612 mil  
clientes





# NOSSA ESTRATÉGIA

Nós criamos conexões verdadeiras com todos os clientes nas cidades em que estamos presentes. Mais do que entregar internet rápida e confiável, criamos oportunidades para que as pessoas possam usar a tecnologia e os serviços digitais a favor do seu crescimento e desenvolvimento.

Essa proposta de valor diferenciada tem permitido o crescimento acelerado da nossa companhia nos últimos anos. Traçamos uma estratégia que possui seis pilares para consolidar a nossa marca e estar cada vez mais presente na vida de milhares de pessoas do interior do Brasil.

O crescimento dos nossos negócios é realizado com agilidade e eficiência, por meio da ampliação das redes nas cidades que atendemos e da aquisição de novos negócios [M&As], com processos e padrões para identificar oportunidades e estar à frente dos concorrentes. Assim, levamos internet de melhor qualidade para atender à demanda crescente por dados em cidades do interior do Brasil, com foco na melhor experiência do cliente.

Em nossa rede de fibra óptica, utilizamos tecnologia de ponta para a transmissão de dados em longas distâncias com estabilidade e menores índices de interferências. Também atuamos com parceiros estratégicos para expandir as operações com qualidade e ótima experiência dos clientes.

Analizamos o mercado e realizamos investimentos de forma orgânica e inorgânica visando acelerar nosso crescimento. As aquisições consideram o potencial das novas regiões, e os dados de avaliações prévias bem estruturadas são utilizados para garantir o retorno esperado e mitigar riscos financeiros e socioambientais.

Somos líderes em presença de mercado nas cidades em que atuamos e já mapeamos cerca de 2,3 mil municípios brasileiros em que nossos produtos e serviços podem fazer a diferença para mais de 45 milhões de residências e empresas. Mais do que acesso à internet de ultravelocidade, entregamos pacotes completos para entretenimento, cultura, esportes e diversão em família [saiba mais na página 16].



## > PILARES ESTRATÉGICOS

- 1 **Rápido crescimento orgânico e inorgânico com qualidade**
- 2 **Rede de fibra óptica com parceiros de primeira linha**
- 3 **Melhor proposta de valor para o cliente**
- 4 **Foco em cidades pequenas e médias com atratividade**
- 5 **Disciplina financeira com investimentos de alto retorno**
- 6 **Time diferenciado de gestão e execução, com padrão ouro de governança e agilidade de *startup***

# CRESCIMENTO NO BRASIL



Nascemos da união de oito empresas de internet do interior de Minas Gerais, que não tiveram medo de ousar e sonhar. Na integração, estávamos presentes em **39 cidades** e tínhamos **130 mil clientes**.

No final de 2019, foram adicionados mais **6 cidades** à área de atuação e **33,2 mil novos clientes**.

2019



Em julho, adquirimos a MKANet e a Clic Telecom e iniciamos nossa operação nos estados de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul. Em setembro, compramos a INB, ampliando a atuação para mais cidades gaúchas.

2020



O ritmo de aquisições continuou acelerado. Em **janeiro**, finalizamos a aquisição da Empire Telecom, com operações em 12 cidades do oeste de Santa Catarina e sudeste do Paraná. Em **abril**, adquirimos a Plug, consolidando nossa marca no interior de Minas Gerais. Em **outubro**, com a compra da Neorede, chegamos a municípios da Grande Florianópolis e do Vale do Rio Tijucas, em Santa Catarina. Em **novembro**, concluímos a aquisição da GTC Telecom, presente em 14 cidades do Rio Grande do Sul, e fizemos o signing da compra da Giganet, que atua em seis cidades de Minas Gerais e cuja aquisição foi concluída em janeiro de 2022.

2021



Nesse ritmo de expansões, encerramos o ano com **348 mil clientes, 9 novas cidades e 13 novas áreas de atuação**.

Concluímos o nosso *backbone* em Minas Gerais, lançamos um novo portfólio de serviços e criamos nossa plataforma centralizada de experiência do cliente [a CEX].



Superamos a marca de **610 mil clientes** atendidos, atuando em mais de **180 municípios**.







## Avaliação e integração dos novos negócios

Nosso crescimento inorgânico é realizado com responsabilidade e avaliação sistêmica das oportunidades para a concretização de M&As. Primeiro, mapeamos as localidades com maior potencial de maximização do retorno dos investimentos e identificamos as empresas líderes nessas regiões.

Em seguida, analisamos diversos critérios para avaliar o *match* da nova empresa com a nossa estratégia e os nossos processos de gestão. Avaliamos os indicadores e

histórico de vendas dessas potenciais aquisições, o nível de terceirização das atividades, o estágio de obsolescência dos ativos e a disponibilidade da rede de fibra óptica, entre outros fatores.

Quando essa análise prévia atinge uma pontuação satisfatória, a aquisição é recomendada para avaliação e deliberação do Conselho de Administração.

Após a aprovação e conclusão do novo negócio, iniciamos a fase de integração do novo ativo à marca Vero. Formamos grupos de trabalho espelhados e multidisciplinares, que trabalham em formato de *squads*, com duas etapas de planejamento.

A primeira delas é concluída em 100 dias e envolve a integração de procedimentos iniciais e que geram benefícios logo no curto prazo, como a aculturação e reorganização das equipes. A segunda etapa, concluída em até 180 dias, foca em aspectos de maior impacto, como a implantação de novos sistemas e a incorporação societária.

Esse modelo vem sendo aplicado desde 2020 e cria um conhecimento de alto valor para acelerar nosso crescimento inorgânico. A replicação do formato de integração permite a melhora da experiência dos clientes e a entrega de mais valor, impulsionando o aumento da base de assinantes posteriormente.

Desde 2020, contamos com um time multidisciplinar que atua no formato de *squad* para promover a integração de todos os processos e atividades das empresas adquiridas ao modelo Vero

# DESEMPENHO FINANCEIRO

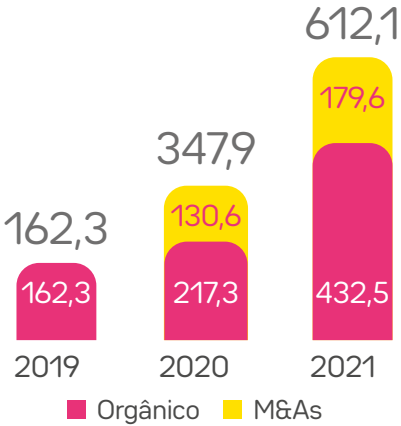
No ano de 2021, mais uma vez apresentamos resultados consistentes que refletem a capacidade de execução do plano de expansão por crescimento orgânico e aquisições, acelerando o crescimento da base de clientes e da geração de valor. O número de acessos aumentou 76% na comparação com o ano anterior. Só as adições líquidas orgânicas, apoiadas na expansão da rede própria nas regiões de atuação, acrescentaram 84 mil clientes. Já as adições pelas aquisições mais recentes, da Neorede, GTC e Giganet, somaram 180 mil acessos.

Nossa estratégia de crescimento inorgânico aproveita as sinergias geográficas e utiliza a infraestrutura de rede das empresas recém-adquiridas como plataforma para alavancar a cobertura em novas regiões e continuar expandindo as adições líquidas. Assim, geramos resultados positivos com as novas operações, apoiados na marca Vero e em nossa capacidade operacional.

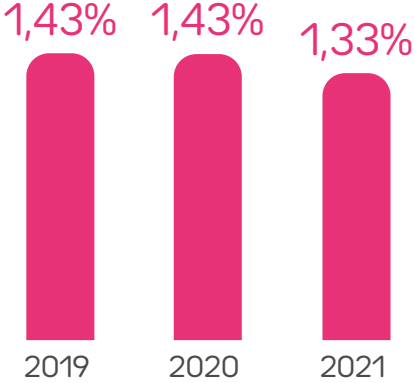
A taxa de *churn* também apresentou uma redução significativa na comparação anual. Esse indicador mede a retenção dos novos clientes e, quanto menor essa taxa, maior é o nível de fidelização, reflexo da qualidade no atendimento e na experiência com a entrega dos nossos produtos e serviços.

A receita operacional líquida mais que dobrou em 2021, impulsionada pelo crescimento das operações, maior número de clientes e aumento do ticket médio da base de assinantes. O Ebitda (lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização) ajustado registrou um crescimento de 109,9%, e alcançamos a margem Ebitda ajustada de 48,3%, um aumento de 2,5 pontos percentuais em relação ao ano anterior.

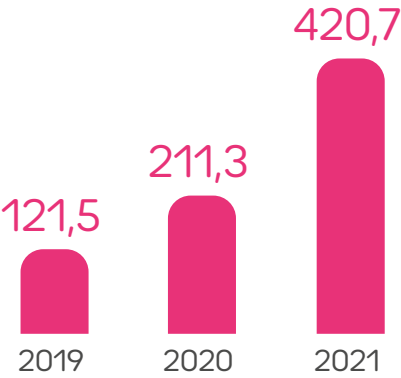
Base de assinantes (mil acessos)



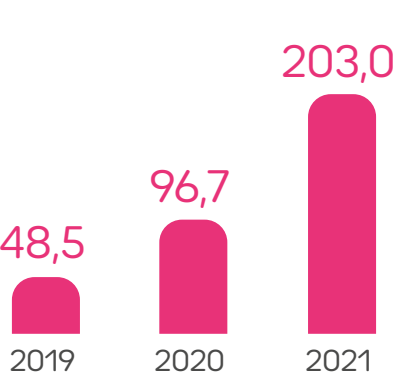
Taxa de *churn*



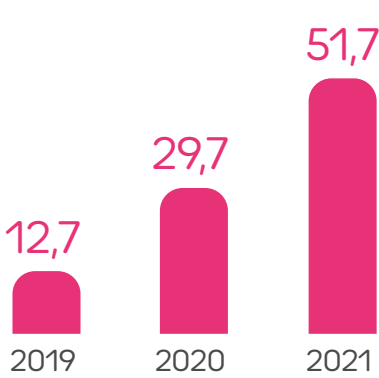
Receita líquida (R\$ milhões)



Ebitda ajustado (R\$ milhões)



Lucro líquido (R\$ milhões)





## Centro de Serviços Compartilhados

Nosso Centro de Serviços Compartilhados [CSC] foi criado em 2021 para aproveitar as sinergias em cada uma das aquisições e dar mais agilidade aos processos de integração, ampliando a capacidade de gerar valor nos novos negócios. Com essa estrutura, buscamos alcançar a padronização dos procedimentos financeiros e administrativos com o máximo de eficiência.

O CSC é focado na melhoria contínua, com um olhar atento para a gestão das transações financeiras. Concentra os processos de tesouraria, conciliação bancária e organização de contas a pagar e receber. Possui uma área de crédito e cobrança, voltada para a manutenção da adimplência na base de assinantes. Também atua na otimização da gestão de custos, coordenando as áreas de *facilities* (manutenção predial, frota e contas de consumo) e *supply chain* (planejamento de compras, logística e distribuição e cadeia circular de equipamentos).

Desde 2021, nosso CSC contribui para a eficiência e a otimização das rotinas financeiras, de *facilities* e *supply chain*



# GOVERNANÇA ESG

Em 2021, começamos a pisar fundo na gestão sistêmica dos aspectos ambientais, sociais e de governança corporativa da nossa companhia. Em nossa visão, oferecer a melhor internet e uma experiência de qualidade aos clientes está diretamente relacionado à forma como construímos nossos relacionamentos com a sociedade, o meio ambiente, os acionistas e os fornecedores.

Estruturamos uma gerência de ESG e Relações Institucionais, responsável pela avaliação dos impactos, riscos e oportunidades do nosso modelo de negócio. Essa área tem relação direta com o acionista controlador, a Vinci Partners, que apoia o crescimento com uma

estrutura de gestão profissionalizada e altamente capacitada para entregar resultados financeiros e operacionais.

Como investida da Vinci, participamos do grupo de empresas engajadas no monitoramento de aspectos ESG em suas cadeias produtivas. A investidora acompanha, periodicamente, um grupo de sete aspectos, com critérios objetivos para identificar e estimular boas práticas. Nossa jornada ESG teve início em 2021, com duas iniciativas prioritárias para a organização da gestão e dos investimentos nessa frente.

## Diagnóstico de Sustentabilidade

Realizamos uma avaliação interna, envolvendo todos os diretores e um grupo de gerentes da companhia, para avaliar o nível de maturidade dos processos e políticas da companhia relacionados a aspectos ESG. Nosso #TimeVero foi engajado no processo por meio de uma pesquisa on-line de percepção de sustentabilidade.

A metodologia considerou, ainda, um cruzamento dessa análise interna com estudos setoriais, *frameworks* de sustentabilidade [como a GRI e a SASB] e *benchmarkings* de outras companhias de telecom ou reconhecidas pela liderança na agenda da sustentabilidade.

Os resultados desse diagnóstico permitiram, principalmente, identificar as frentes prioritárias para a evolução da nossa gestão, com foco na melhoria dos processos e controles internos.

## APOIO ÀS COMUNIDADES

Nossa companhia apoia o Instituto Órizon, que promove apoio financeiro e de gestão para capacitar ONGs que desenvolvem projetos sociais voltados à promoção da educação para jovens em situação de vulnerabilidade social. Realizamos doações mensais à instituição no valor de R\$ 8 mil.



A temática da educação é um pilar fundamental da nossa atuação conectada à agenda do desenvolvimento sustentável. Em 2021, iniciamos a avaliação para estruturar oportunidades de investimento social com o uso das leis de incentivo e fomento.





## Matriz de Materialidade

Conduzimos em 2021 nosso primeiro estudo de materialidade para identificação dos temas mais relevantes para a nossa gestão ESG. Promovemos o engajamento dos principais públicos de interesse, por meio de pesquisa on-line e entrevistas qualitativas com representantes dos acionistas, bancos, órgãos reguladores e entidades setoriais. Alcançamos uma participação significativa dos clientes, com um total de 1.192 respostas ao nosso questionário virtual. Como resultado, identificamos seis temas que compõem nossa Matriz de Materialidade.

Durante o ano de 2022, nosso objetivo é estruturar processos ainda mais robustos de acompanhamento dos indicadores e informações relacionados a esses temas, com foco na melhoria e agregação de valor para os clientes. A Matriz de Materialidade também dará maior robustez ao conteúdo do nosso Relatório Anual, que passará a estar de acordo com as normas GRI.

Em 2022, vamos construir nossos **compromissos ESG**, com metas corporativas de longo prazo para integrar a agenda de desenvolvimento sustentável ao nosso negócio

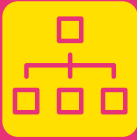


Outra iniciativa que conduziremos é a construção dos nossos compromissos ESG. Com base no Diagnóstico e na Matriz de Materialidade, estabeleceremos metas corporativas para direcionar a melhoria da performance e a conexão do nosso negócio com a agenda do desenvolvimento sustentável, fortalecendo os impactos positivos da nossa presença em regiões do interior do Brasil e a proximidade com as comunidades locais.

## > NOSSOS TEMAS MATERIAIS



Qualidade da rede e satisfação dos clientes



Governança e compliance



Segurança e privacidade de dados



Pessoas e diversidade



Resíduos eletroeletrônicos e logística reversa



Energia e emissões de gases de efeito estufa [GEE]



# O MELHOR DA INTERNET

Nós somos uma companhia totalmente dedicada aos clientes. Oferecemos uma experiência única e um portfólio de produtos que vai além da oferta de internet em alta velocidade. Nossos planos incluem parcerias com produtores de conteúdo e aplicativos que agregam valor de verdade ao pacote de assinatura.

Nossos clientes têm no portfólio a oportunidade de adquirir os melhores conteúdos premium do mercado integrados nos nossos planos de banda larga. Temos parceria consolidada e integração com o Telecine, disponibilizando um catálogo com mais de 2 mil filmes e lançamentos exclusivos para assistir como e quando quiser pelo aplicativo. Também somos o único provedor de internet parceiro da plataforma de *streaming* Globoplay, oferecendo o combo no pacote de internet de ultravelocidade.



Contamos, ainda, com opções de conteúdo infantil, no plano Vero Criança, que inclui jogos adequados para cada faixa etária. Já no plano Vero Família, a conexão de internet traz junto um aplicativo com 27 canais por assinatura – do Brasil e do exterior –, com notícias, filmes, programas jornalísticos, transmissões de esportes e entretenimento.

Com o Vero Banca, os clientes têm acesso a mais de 200 títulos de revistas e jornais para ler onde quiserem. O Vero Livros disponibiliza *best sellers* da literatura e um catálogo sempre atualizado com

os lançamentos das melhores editoras do país. No Vero Especialista, colocamos um serviço completo de suporte à disposição dos clientes, para melhorar a experiência dos assinantes.

O universo de parcerias vem em constante crescimento e expansão, junto com o aumento da base de clientes e de cidades atendidas. A formação de novas parcerias com serviços digitais e *streamers* é orientada pela demanda e pelas necessidades dos clientes, para oferecer o melhor da internet por meio da nossa infraestrutura de fibra de alta performance.

## PORTFÓLIO COMPLETO

Serviços digitais oferecidos pela Vero



Vídeo



Wi-Fi



Vero Família



Vero Especialista



Segurança & Segurança+



Criança & Criança+



Vero Esporte & Esporte+



Vero Banca



Vero Livros

ISP preferencial dos principais serviços de *streaming*



## ATUAÇÃO B2B E B2G

Em outubro de 2021, reestruturamos nosso atendimento e lançamos um novo portfólio de soluções para clientes empresariais. Nesse segmento, as prioridades dos clientes estão em garantir uma conexão sem falhas e na agilidade para a resolução de eventuais interrupções. Por isso, os pacotes para B2B [Business to Business], além de altas velocidades e soluções corporativas como Office 365 e de segurança, preveem o atendimento técnico especializado com resolução de problemas em até 8, 6 ou 4 horas, conforme a criticidade da aplicação do cliente.

O mercado B2B é segmentado entre pacotes para microempreendedores, pequenas e médias empresas e grandes corporações, além das

soluções personalizadas, de Atacado [operadoras e outros ISPs] e de Governo.

As velocidades de conexão do portfólio padrão variam de 260 MB a 1 GB, mas também entregamos planos específicos com velocidades maiores conforme a necessidade do cliente [outros ISPs, por exemplo]. Os serviços agregados consideram as características de porte desses negócios.

Em dezembro de 2021, intensificamos a atuação no segmento B2G [Business to Government], com soluções para prefeituras, secretarias, câmaras municipais etc. Fechamos o ano de 2021 com 584 contratos com órgãos públicos, sendo 70% desse total com escolas e postos de saúde.

# EXPERIÊNCIA OMNICHANNEL

Para entregar uma oferta comercial única para os clientes, contamos com uma equipe própria de vendas, além de parceiros comerciais locais treinados e capacitados para criar relacionamentos próximos e duradouros com os assinantes. Os canais de comercialização privilegiam as plataformas digitais, que garantem mais agilidade, praticidade e liberdade de escolha aos novos clientes. As vendas on-line representam cerca de 30% da nossa plataforma comercial.

Também contamos com lojas próprias, telemarketing com equipes próprias e regionalizadas e uma estratégia de atendimento porta a porta. Toda a nossa atuação comercial é acompanhada de uma estratégia de marketing completa e integrada às demais áreas da operação, utilizando múltiplos canais e garantindo eficiência na captação de novos clientes.

O aplicativo Minha Vero completa a experiência *omnichannel* que oferecemos aos nossos clientes. Com tecnologia avançada, a plataforma oferece suporte completo desde o início da jornada, com índices superiores mapeados nas pesquisas de satisfação. No final de 2021, o app Minha Vero já contava com quase 60 mil usuários, com avaliação geral de 4,1 em uma escala de pontuação máxima com nota 5.

## ESTRATÉGIA COMERCIAL



### GESTÃO DO CLIENTE

Foco em fornecer uma experiência única aos clientes



### ABORDAGEM DE VENDAS E OPERAÇÃO

**Vendas:** on-line, lojas próprias, telemarketing e porta a porta  
**Operações:** esforços contínuos para ganhar mais qualidade e eficiência



### MARCA E COMUNICAÇÃO

Foco no posicionamento premium e na geração de demanda



### OFERTA DE PRODUTOS

Foco em uma proposta de valor diferenciada: alta velocidade, Wi-Fi, serviços digitais



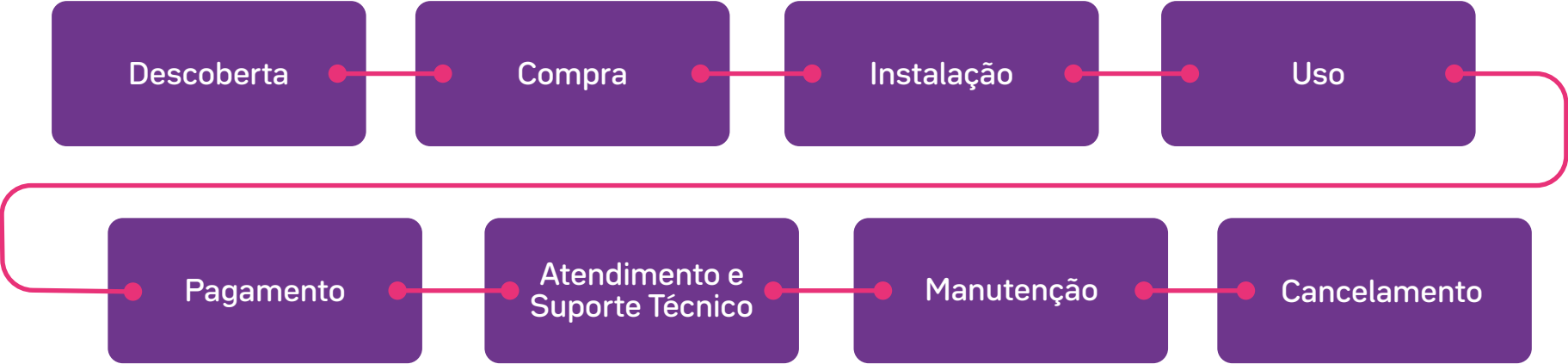


# CUSTOMER EXPERIENCE

Nós conhecemos nossos clientes e sabemos como eles se relacionam com a nossa companhia. A plataforma Customer Experience [CEX] integra tecnologia robusta, processos de gestão e equipe própria para identificar as oportunidades de melhoria e oferecer a melhor experiência para cada tipo de cliente.

Em 2021, identificamos e desenhamos as oito jornadas que nossos clientes percorrem durante todo o ciclo de relacionamento. Também fomos a fundo para conhecer as características dos clientes e desenhamos cinco personas, que resumem os desejos e necessidades de cada perfil de cliente, permitindo o desenho de produtos e modelos de atendimento mais personalizados.

## JORNADA DO CLIENTE



## AS PERSONAS DOS CLIENTES



**@Meire-Zap:**  
internet para o básico e necessário



**@Paulo Prático:**  
a internet que facilita a vida



**@SocialJu:**  
a internet é minha melhor amiga



**@ConectAmanda:**  
a internet muda a vida



**@DigiCaio:**  
eu sou a internet



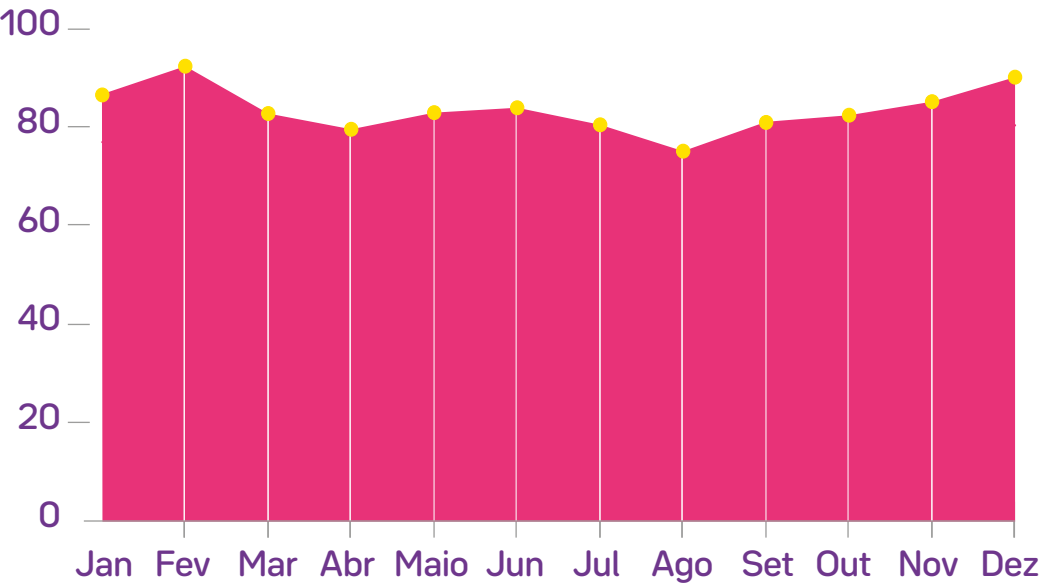
**34**  
fontes de dados  
ao longo de toda  
a jornada do cliente  
são apuradas para  
monitorar nosso IQV

## ÍNDICE DE QUALIDADE VERO

Para avaliar a experiência dos clientes, nossa principal métrica é o Índice de Qualidade Vero (IQV). Trata-se de um indicador consolidado, construído a partir de outras 34 fontes de dados apuradas mensalmente junto com todas as áreas (vendas, engenharia, atendimento etc.) e que têm impacto sobre as jornadas dos nossos assinantes.

O IQV permite identificar as frentes prioritárias para atuação com foco na melhoria da experiência do cliente. Em 2021, acompanhamos a evolução do índice e avaliamos a eficácia da plataforma de centralização de dados. Em 2022, nosso objetivo é estabelecer uma meta global de performance.

Evolução do IQV em 2021





## PROJETO METAMORFOSE

O mapeamento das jornadas dos clientes teve como um de seus maiores benefícios a identificação de melhorias que podemos executar para tornar a experiência do cliente ainda mais única e excelente. Para promover essa transformação, iniciamos em 2021 o Projeto Metamorfose, focado em desafios propostos a partir de um diagnóstico profundo da nossa relação com os consumidores.

Para fazer frente a esses desafios e buscar soluções inovadoras, formamos equipes multidisciplinares que trabalham em formato de *squads*, com o uso de metodologia ágil. No total, são seis *squads*, que se reúnem semanalmente para dar andamento aos planos de ação. Esses encontros contam com a participação do CEO, que aborda os principais pontos que impactaram a experiência do cliente.

Outra prática do Projeto Metamorfose é o Bate-Papo do CEO com os clientes. Nessa interação, convidamos alguns de nossos assinantes para um diálogo franco e aberto com a nossa liderança, para que possam falar sobre suas dificuldades, expectativas e necessidades em relação à oferta de qualidade da Vero.



### TEMAS DE TRABALHO DOS SQUADS

- > Descoberta e venda
- > Pagamento
- > Instalação e manutenção
- > Cancelamento e retenção
- > Canais de contato
- > Infraestrutura de rede





# PESQUISAS DE SATISFAÇÃO

As pesquisas de satisfação são realizadas trimestralmente, por uma consultoria externa e independente, com uma base amostral dos nossos clientes. Os levantamentos indicam a percepção dos assinantes nos principais pontos de contato com a companhia, os níveis de recomendação dos nossos produtos e serviços (NPS) e os tipos de personas com os quais nos relacionamos.

Também realizamos pesquisas pontuais com os clientes após cada interação com os canais de atendimento, envolvendo os processos de vendas, atendimento e assistência técnica.

Monitoramos o desempenho da área de atendimento aos clientes, com o objetivo de apoiar melhorias contínuas na interação e entregar a melhor experiência. Criamos o MOVA – Modelo Vero de Atendimento, que rastreia e pontua seis momentos do processo de interação, identificando os aspectos de excelência e os que podem evoluir. Mensalmente, os operadores com a melhor nota do MOVA são reconhecidos e premiados pela excelência no atendimento, com brindes.



## SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Suporte técnico       | 9,1 |
| Suporte telefônico    | 8,3 |
| Suporte pelo WhatsApp | 8,1 |
| Qualidade da rede     | 7,9 |
| Cobrança              | 8,9 |
| NPS                   | 47  |





# REDE DE EXCELÊNCIA

Nossa infraestrutura para o atendimento aos clientes é totalmente integrada e suporta a entrega de um serviço de qualidade. Contamos com aproximadamente 24,1 mil quilômetros de estrutura de fibra, 7 mil quilômetros em um *backbone* integrado e 17,1 mil quilômetros em FTTH [fibra de conexão dos pontos residenciais e comerciais].

Nosso *backbone* está diretamente ligado a fornecedores de cabos submarinos em São Paulo e Rio de Janeiro, gerando menor latência para conteúdos internacionais e melhorando a experiência de navegação. A estrutura da rede é inteligente, com comutação automática, adaptável e dinâmica, para suportar diferentes portfólios e facilitar a integração com outras redes e potenciais M&As.

A construção do *backbone* próprio permitiu a agregação das redes oriundas das empresas adquiridas, projetadas para funcionar de forma regional. Assim, reduzimos a capacidade ociosa e também obtemos ganhos no custo de operação.

A construção de nosso *backbone* próprio facilita a integração das redes locais mantidas pelas empresas adquiridas



## INFRAESTRUTURA DA REDE VERO

24,1 mil  
quilômetros  
de fibra

7 mil  
quilômetros  
de *backbone*  
integrado

17,1 mil  
quilômetros  
de FTTH





# NOSSA GENTE

Levar a melhor conexão para o interior do Brasil é o propósito que move diariamente nosso #TimeVero. Crescemos muito rapidamente desde 2019, e manter a equipe comprometida com esse grande direcionador e focada na alta performance é um desafio constante. Por isso, promovemos uma série de iniciativas para fortalecer continuamente esse time, desde o recrutamento e seleção até o desenvolvimento de carreira e sucessão.





80

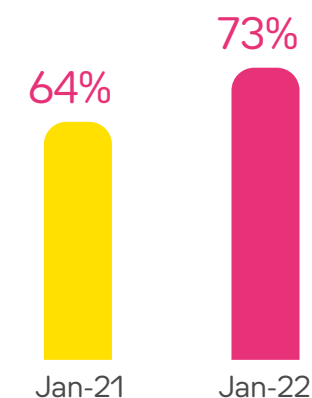
Guardiões  
do clima

O clima organizacional é medido desde 2019 semestralmente, compondo parte da remuneração variável de toda a companhia. Contamos com um *squad* para esse tema, em que pessoas de todas as diretorias participam para planejar e implementar ações de melhoria. Além disso, 80 guardiões do clima acompanham as iniciativas em todas as áreas. Com essa abordagem, avançamos 9 pontos percentuais na pesquisa conduzida em agosto de 2021 em comparação com a de janeiro. Chegamos ao nível de 73% de satisfação e recebemos a certificação do Great Place to Work [GPTW] Brasil por nossas boas práticas em gestão de pessoas.

O crescimento acelerado das operações é um fator importante para gerarmos impacto econômico nas cidades em que estamos presentes, por meio da criação de empregos. Nessa frente, o objetivo não é só ter a quantidade de pessoas necessária para atender o cliente, mas ter gente feliz, que conhece as demandas do cliente e está focada em fazer o trabalho com excelência.

Uma forma de buscar isso é incorporando no #TimeVero as pessoas que trabalhavam nas empresas adquiridas, pois elas já conhecem a realidade local e têm a oportunidade de embarcar na nossa jornada vestindo a camisa Vero. Outra frente é a contratação de pessoas das comunidades para as posições da base com a perspectiva de desenvolvimento interno.

Evolução da nota de  
pesquisa de clima em 2021







No processo de recrutamento e seleção temos foco na assertividade, buscando as pessoas certas e com *fit* cultural à companhia. O ritmo de crescimento da Vero é um diferencial nesse processo, pois temos sempre a abertura de novas vagas e a possibilidade de aproveitamento interno para a liderança. Em 2021, 151 pessoas foram promovidas na companhia.

Número de contratações e demissões em 2021

|                              | Contratados | Desligados |
|------------------------------|-------------|------------|
| Por gênero                   |             |            |
| Homens                       | 548         | 565        |
| Mulheres                     | 423         | 291        |
| Total                        | 971         | 856        |
| Por faixa etária             |             |            |
| Até 20 anos de idade         | 118         | 52         |
| De 21 a 30 anos              | 494         | 454        |
| De 31 a 40 anos              | 248         | 249        |
| De 41 a 50 anos              | 94          | 86         |
| De 51 a 60 anos              | 16          | 14         |
| A partir de 61 anos de idade | 1           | 1          |

Taxas de contratação e rotatividade em 2021

|                              | Taxa de contratação <sup>1</sup> | Taxa de rotatividade <sup>2</sup> |
|------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Por gênero                   |                                  |                                   |
| Homens                       | 46,4%                            | 47,2%                             |
| Mulheres                     | 22,9%                            | 19,3%                             |
| Total                        | 32,0%                            | 30,1%                             |
| Por faixa etária             |                                  |                                   |
| Até 20 anos de idade         | 52,9%                            | 38,1%                             |
| De 21 a 30 anos              | 32,0%                            | 30,7%                             |
| De 31 a 40 anos              | 28,5%                            | 28,6%                             |
| De 41 a 50 anos              | 28,2%                            | 27,0%                             |
| De 51 a 60 anos              | 27,1%                            | 25,4%                             |
| A partir de 61 anos de idade | 50,0%                            | 50,0%                             |

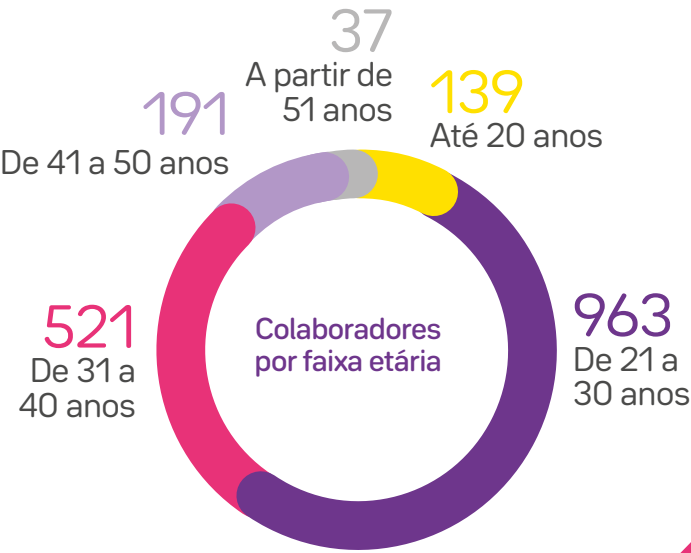
1. A taxa de contratação é calculada pelo número de contratações dividido pelo headcount em 31/12.  
2. A taxa de rotatividade é calculada pela média do número de contratações e demissões dividida pelo headcount em 31/12.



# DIVERSIDADE

Nossa equipe é formada por gente de diferentes regiões e repertórios culturais. Essa diversidade é um traço essencial da nossa cultura e nos dá um diferencial competitivo importante, porque acreditamos que diferentes ideias levam à inovação e a soluções melhores. Em 2021, promovemos uma campanha interna para reforçar esse conceito e começar a trabalhar temas como diversidade de gênero e inclusão de pessoas com deficiência. Como próximo passo, pretendemos realizar nosso primeiro censo de diversidade e definir agendas específicas no tema para a promoção de iniciativas de capacitação e treinamento.

A presença de mulheres no quadro funcional ainda é menor do que a de homens, principalmente nas posições operacionais. Na visão geral, elas representavam 36,3% do total de colaboradores no final de 2021. Esse percentual é maior nas funções administrativas, em que as mulheres ocupam 52,1% dos cargos. Em relação à diversidade por faixa etária, os dados mostram como somos uma empresa jovem: mais da metade do nosso time tem menos de 30 anos de idade.



Quadro de colaboradores em 2021 [data-base 31/12]

|                          | Homens | Mulheres | Total |
|--------------------------|--------|----------|-------|
| Por contrato de trabalho |        |          |       |
| Prazo indeterminado      | 1.168  | 644      | 1.812 |
| Prazo determinado        | 12     | 27       | 39    |
| Total                    | 1.180  | 671      | 1.851 |
| Por tipo de emprego      |        |          |       |
| Período integral         | 1.045  | 479      | 1.524 |
| Jornada parcial          | 135    | 192      | 327   |
| Por nível funcional      |        |          |       |
| Diretoria                | 7      | 1        | 8     |
| Gerência                 | 39     | 18       | 57    |
| Coordenação              | 40     | 20       | 60    |
| Supervisão               | 24     | 23       | 47    |
| Administrativo           | 114    | 124      | 238   |
| Operacional              | 956    | 485      | 1.441 |

A diversidade é um traço essencial da nossa cultura e nos dá um diferencial competitivo importante

# TREINAMENTO E CARREIRA

A Universidade Vero, lançada em 2021, reúne as práticas e programas direcionados para o treinamento e a qualificação do #TimeVero. Entre elas, um dos destaques é a plataforma de ensino a distância [EAD], que foi muito importante principalmente durante o período da pandemia. Nesse ambiente digital, disponibilizamos mais de 70 cursos, alguns deles com a presença de instrutores [chamados síncronos] e outros que podem ser realizados pelos colaboradores em qualquer horário, conforme a disponibilidade de cada pessoa [chamados assíncronos].

Além dessa plataforma EAD, promovemos internamente multiplicadores de conhecimento. Essas pessoas, que se voluntariam para compartilhar a experiência que adquiriram ao longo de suas carreiras, são treinadas em técnicas de ensino.

Outro foco é a formação de nossos líderes, com cursos mais abrangentes sobre liderança aplicados a todas as pessoas nessas posições. Esse público tem um papel fundamental no alinhamento de todos aos nossos valores e propósito, e a

sua qualificação em gestão de equipes é prioritária para promovermos o clima organizacional e a retenção de talentos.

Por meio de todas essas frentes, a Universidade Vero promoveu, em 2021, mais de 28 mil horas de treinamento, resultando em uma média de 15,3 horas de capacitação por colaborador no ano.

### Média de horas de treinamento por colaborador

|                            |              |
|----------------------------|--------------|
| <b>Por gênero</b>          |              |
| Homens                     | 15,03        |
| Mulheres                   | 15,89        |
| <b>Total</b>               | <b>15,34</b> |
| <b>Por nível funcional</b> |              |
| Diretoria                  | 0,25         |
| Gerência                   | 7,49         |
| Coordenação                | 17,30        |
| Supervisão                 | 26,70        |
| Administrativo             | 2,15         |
| Operacional                | 17,46        |



**+25 mil horas**  
de treinamento  
foram promovidas  
em 2021



## Em 2021, aprimoramos nosso processo de **avaliação de desempenho**, considerando tanto o resultado entregue quanto a forma como esse resultado foi alcançado

Capacitar as pessoas é a base para que todos alcancem as metas do negócio. Mais do que isso, estamos atentos a como as pessoas entregam os resultados, praticando nossos valores e promovendo relações éticas e de confiança com seus colegas, clientes e parceiros.

Desde a nossa criação, temos uma cultura orientada para o alcance de metas, que afetam a remuneração variável de todos. Elas são definidas para os diretores e gerentes, e as equipes assumem coletivamente as metas de seus respectivos líderes. Além disso, temas-chave para a companhia – como a integração de novas adquiridas, a experiência dos

clientes e o clima da organização – são metas transversais e contam na avaliação de todos para o cálculo da participação nos lucros e resultados (PLR). O time de vendas, operação e atendimento possui, ainda, um pacote de remuneração variável específico, relacionado ao crescimento da base e à satisfação dos clientes.

Em 2021, aprimoramos esse modelo de avaliação das entregas do nosso time com um processo que avalia como o resultado é alcançado. Esse modelo foi aplicado inicialmente para os diretores e seus liderados diretos, no meio do ano, e depois, em um segundo ciclo, para toda a liderança da Vero. O processo inclui comitês de

calibragem, em que discutimos as fortalezas e as oportunidades de melhoria de cada profissional avaliado, visando ao seu desenvolvimento de carreira. Como resultado, mapeamos potenciais sucessores e definimos planos de ação em treinamento. A proposta é rodar esse ciclo semestralmente a partir de 2022, expandindo os níveis funcionais abrangidos a cada edição.



# SAÚDE E SEGURANÇA

Prezamos por um ambiente de trabalho saudável e seguro para nossos colaboradores. Em 2021, criamos uma gerência de Saúde e Segurança [SSO] para gerenciar as práticas nesse tema e garantir a conformidade de todas as operações com os treinamentos e avaliações de risco em SSO.

Um dos projetos iniciados por essa área no ano foi o Programa Bem-Estar, que reúne ações voltadas à qualidade de vida e à adoção de hábitos saudáveis. A iniciativa complementa o Programa de Apoio ao Empregado [PAS], que disponibiliza suporte aos colaboradores para questões de saúde mental, financeira e assessoria em momentos difíceis de vida [funeral, litígios jurídicos].

Entre os principais desafios da nova gerência está o fortalecimento da gestão corporativa de SSO, com a sistematização de programas para prevenção de riscos, capacitação, engajamento e monitoramento em tempo real dos indicadores. Atualmente, as equipes são treinadas nos procedimentos operacionais e nas Normas Regulamentadoras

aplicáveis às respectivas funções e recebem equipamentos de proteção individual [EPIs].

Em 2021, registramos 29 acidentes envolvendo nossos colaboradores, dos quais quatro resultaram em afastamento por um período superior a 15 dias. Com isso, nossa taxa de frequência no período foi de 6,36, e a de gravidade alcançou 81,42. As ocorrências estão relacionadas

principalmente a lesões nas mãos e dedos e a quedas, principalmente no trabalho com instalações técnicas ou em altura. Temos atuado continuamente na capacitação das pessoas para realizar essas atividades com segurança, e uma das prioridades no próximo ano é desenvolver a cultura de segurança e o aprendizado para evitar a recorrência de acidentes.



## Indicadores de segurança do trabalho para colaboradores em 2021¹

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                                                                             |           |
| Total de horas-homem trabalhadas                                            | 4.556.860 |
| Número de acidentes registráveis                                            | 29        |
| Número de acidentes com afastamento superior a 15 dias (consequência grave) | 4         |
| Número de acidentes com óbito                                               | 0         |
| Taxa de frequência de acidentes registráveis²                               | 6,36      |
| Taxa de frequência de acidentes com consequência grave²                     | 0,88      |
| Taxa de acidentes com óbito²                                                | 0,00      |
| Taxa de gravidade de acidentes³                                             | 81,42     |

1. A companhia não possui monitoramento dos dados de segurança com terceiros.  
2. As taxas de frequência são calculadas sobre o fator de 1 milhão de horas-homem trabalhadas e abrangem todas as ocorrências que levaram ao registro de Comunicação de Acidente de Trabalho [CAT].  
3. A taxa de gravidade é calculada sobre o fator de 1 milhão de horas-homem trabalhadas e considera os dias corridos de afastamento.



100%

dos colaboradores  
são envolvidos  
nas ações de  
prevenção a  
acidentes



## Ações de prevenção à Covid-19

O acesso a serviços de internet e conexão tornou-se ainda mais importante durante a pandemia, quando todos precisaram continuar suas atividades de casa. Por isso, investimos em uma série de medidas que permitiram a continuidade das nossas atividades minimizando riscos à saúde e segurança de nossos colaboradores.

Desde 2020, todas as equipes corporativas e de *call center* foram direcionadas para o trabalho remoto, de suas casas. Para quem precisava continuar na linha de frente, como os times de lojas, atendimento técnico e implementação das redes, adotamos ações de prevenção e cuidado.

Todos recebem orientação em procedimentos de prevenção à Covid-19 e equipamentos de proteção individual, como

máscaras de proteção, álcool em gel e propé. Um médico do trabalho especialista em pneumologia foi contratado pela Vero para acompanhamento dos colaboradores. Qualquer pessoa com quadro suspeito é direcionada para atendimento com esse médico, que encaminha para testagem e, caso confirmado o diagnóstico, atua preventivamente no mapeamento de contaminações.

Em nossa intranet, disponibilizamos uma página especial com conteúdo, vídeos e podcasts sobre prevenção à doença e um vacinômetro, em que cada colaborador pode declarar a aplicação de suas doses de vacina. Os dados de testagem, casos confirmados e vacinação dos colaboradores são acompanhados corporativamente.

Adotamos medidas para **garantir a saúde e segurança** de todos que precisaram continuar trabalhando presencialmente durante a pandemia





# PRÁTICAS DE GESTÃO

Nós valorizamos a ética e a integridade em todas as nossas relações. O Código de Ética, a Política de Ética e Integridade Corporativa e a Política Antissuborno e Anticorrupção orientam nossa atuação para a construção de relações saudáveis, em conformidade com a legislação e alinhadas às melhores práticas de governança.



# PROGRAMA DE INTEGRIDADE

Nosso Código de Ética foi revisado em 2021 e aprovado pelo Conselho de Administração. Ele é aplicável para todas as nossas operações e novos negócios que forem adquiridos. Os colaboradores podem acessar as políticas e outros documentos, como manuais, cartilhas e procedimentos, por meio da intranet ou pelo próprio site corporativo.

Para garantir a aplicação dessas políticas e fortalecer a cultura ética em nossa companhia, estruturamos o Programa de Integridade, coordenado pela área de Integridade Corporativa. Nossa estratégia endereça, ainda, as ações de treinamento e capacitação dos colaboradores, com foco na identificação e mitigação de riscos, valorização da conduta ética e combate à corrupção.

Como parte integrante do nosso Programa de Integridade, contamos com o Canal de Ética, uma plataforma independente para o recebimento de denúncias e relatos de casos que estejam em desacordo com os nossos valores e políticas. Os colaboradores e públicos externos têm acesso ao canal de forma on-line [24 horas por dia] ou por telefone [das 8 às 18 horas, em dias úteis] e podem, inclusive, fazer as comunicações de forma anônima.

As denúncias recebidas pelo Canal são investigadas de forma sigilosa por uma comissão interna, garantindo a confidencialidade dos comunicantes. Após a conclusão desse processo, os autores recebem devolutivas e informações sobre as ações tomadas por meio do próprio Canal de Ética.

Em 2021, O Canal de Ética recebeu 11 denúncias, das quais três foram classificadas como procedentes, seguidas de medidas administrativas, conforme previsto na Política de Medidas Disciplinares. As denúncias restantes eram improcedentes e não tiveram medidas subsequentes. Nenhuma das comunicações foi relacionada a casos de corrupção ou suborno. Também não identificamos, por meio de processos e investigações judiciais, casos dessa natureza.

**Canal de Ética**  
[legalcontrol.legaletica.com.br](https://legalcontrol.legaletica.com.br)  
0800 400 3333



Saiba  
MAIS >

Conheça nosso  
Código de Ética





## LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

A Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD [Lei nº 14.010/2020] entrou em vigor em 2020, com o objetivo de estabelecer as regras e normativas para o tratamento e utilização de dados pessoais comuns e sensíveis das pessoas. Em nossa estrutura de gestão, temos investido diariamente no acultramento dos nossos colaboradores para garantir a adequação dos processos e das medidas de controle para estarmos em conformidade com a legislação vigente e garantirmos a privacidade de dados pessoais dos nossos colaboradores, parceiros e clientes.

O tema segue sendo trabalhado internamente em campanhas específicas aos colaboradores, com mais força a partir do segundo semestre de 2021,

fortalecendo a cultura de todos em prol da privacidade e da proteção de dados pessoais. Com isso, buscamos garantir a segurança da informação e o tratamento adequado por parte de colaboradores e parceiros, em conformidade com a LGPD.

Em 2021, aprovamos nossa Política de Segurança da Informação, revisamos a Política de Privacidade e nomeamos nosso Data Protection Officer [DPO], entre outras medidas que garantem nossa adequação à LGPD

### AÇÕES PARA ADEQUAÇÃO À LGPD

- Aprovamos nossa Política de Segurança da Informação
- Revisamos nossa Política de Privacidade para nossos sites e aplicativos
- Criamos cláusulas contratuais padrão
- Fortalecemos a comunicação interna para a criação de uma cultura no tema
- Promovemos treinamentos com áreas específicas
- Nomeamos o nosso Data Protection Officer [DPO], que atuará em conjunto com o Comitê de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais
- Criamos rotinas para mapear procedimentos dos nossos fornecedores
- Mapeamos e avaliamos as empresas que podem ter acesso aos dados sensíveis



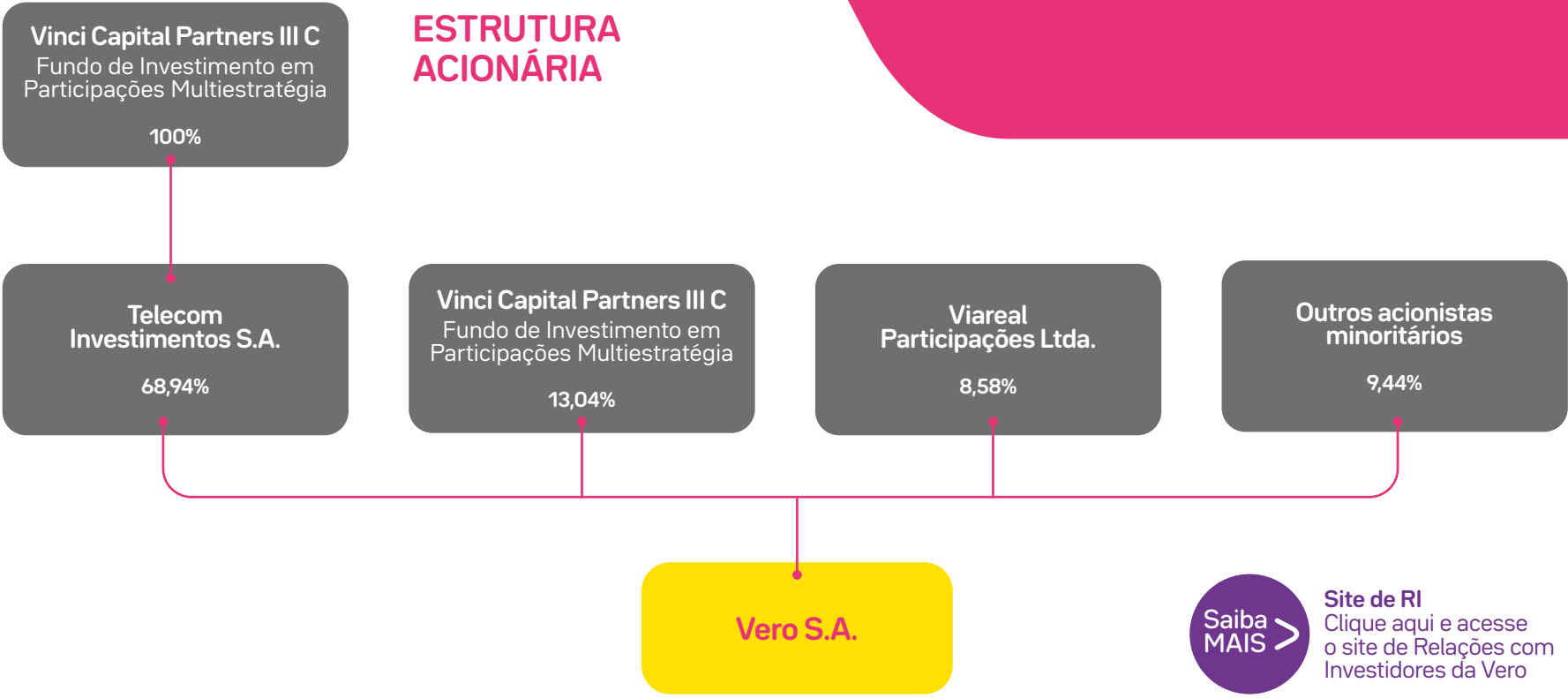
# GOVERNANÇA CORPORATIVA

A preparação da Vero para o IPO, anunciado em agosto de 2021, impulsionou a adoção de boas práticas de governança. Em janeiro de 2022, retiramos o pedido de oferta pública de ações, por causa das condições adversas do mercado. Mesmo assim, os avanços na governança corporativa ficaram como legado dessa jornada e contribuem para que estejamos preparados no momento em que o contexto externo apresentar melhora e o processo de listagem pública da companhia puder ser retomado.

Estruturamos uma equipe de Relações com Investidores e divulgamos em nosso site institucional uma área exclusivamente dedicada à divulgação de resultados e documentos de transparência com o mercado. Nesse portal, também divulgamos publicamente as políticas e regimentos elaborados em 2021. Ao todo, são 12 instrumentos normativos, entre os quais se destacam o Código de Ética, as políticas de Integridade, Antissuborno e Anticorrupção, Remuneração, Partes Relacionadas, Negociação e Divulgação e os regimentos internos do Conselho de Administração, Comitês de Assessoramento e Comitê de Auditoria, Riscos e Integridade.

Nossa estrutura de governança, inclusive, nasceu já alinhada às boas práticas de mercado. O Conselho de Administração é formado por cinco membros, sendo três indicados pelo controlador e dois conselheiros empreendedores com *expertise* no mercado. O CEO da Vero não integra o Conselho de Administração.

Ao longo do ano, estruturamos nossa equipe e o site de Relações com Investidores, aprimorando as práticas de governança e transparência na Vero



# GESTÃO AMBIENTAL

A logística reversa de resíduos, sobretudo eletroeletrônicos, a redução da intensidade energética das operações e das emissões de gases de efeito estufa (GEE) associadas e a otimização no consumo de água e combustíveis são questões-chave no setor de telecomunicações. Sabemos que temos muito a evoluir no gerenciamento de impactos ambientais associados às nossas operações – e aceleramos a implementação de iniciativas e projetos nessa área ao longo do último ano.

Nas operações, a geração de resíduos ocorre principalmente na implementação e manutenção das redes e na substituição de *modems* e equipamentos instalados nos clientes. Em 2021, ajustamos nossos procedimentos de inventário e controle de materiais e resíduos de obras, que passaram a ser destinados adequadamente por um parceiro homologado. Além disso, já contávamos com um processo de logística reversa dos equipamentos e *modems* instalados em nossos clientes. Os itens são analisados e, quando viável, reaproveitados em novos equipamentos.

Outra frente de atuação é o consumo de eletricidade nos Pontos de Presença (POP) e servidores. Essas instalações demandam

uma quantidade grande de energia, o que impacta também em nossa pegada de carbono. Um dos projetos em estudo é o investimento em usinas solares de geração, o que permitiria ampliar a presença de fontes renováveis em nossa matriz energética. Em 2021, conseguimos apurar o consumo de eletricidade nas operações de Minas Gerais, que totalizou 6,2 mil GJ. Para o próximo ano, pretendemos monitorar esse consumo em todas as localidades nas quais atuamos, além de contabilizar a energia gerada a partir do consumo de combustíveis em nossa frota.

A questão de energia se reflete na pegada de carbono das nossas atividades. Desde 2020, realizamos o levantamento de nossas emissões em uma iniciativa da Vinci Partners, com apoio de uma consultoria

### Emissões de GEE (tCO<sub>2</sub>e)<sup>1</sup>

|              | 2021           |
|--------------|----------------|
| Escopo 1     | 335            |
| Escopo 2     | 217.947        |
| <b>Total</b> | <b>218.282</b> |

1. Dados estimados a partir de levantamento da Vinci Partners com o apoio de consultoria especializada. No escopo 3, foi estimada 0,09 tCO<sub>2</sub>e, referente ao tratamento de efluentes gerados por nossas operações.

## A gestão de resíduos e do consumo de energia é uma prioridade para minimizar o impacto ambiental associado às nossas atividades

especializada. Em 2021, o resultado desse processo foi uma estimativa de 218,3 mil tCO<sub>2</sub>e emitidas em nossas atividades, sendo 99,8% desse total relacionado ao consumo de energia elétrica. Em 2022, pretendemos realizar o primeiro inventário de emissões da Vero, abrangendo de forma mais robusta as fontes emissoras para aprimorar nossa gestão sobre a pegada de carbono associada às nossas atividades.

Nas lojas, escritórios e POPs, a água é necessária principalmente para o consumo humano e atividades de limpeza. Todo o fornecimento ocorre por meio das concessionárias locais de saneamento, não havendo captação direta da Vero. Em 2021, apuramos o consumo de 3,1 mil metros cúbicos de água nas unidades de Minas Gerais. Assim como nos dados de energia, nosso objetivo é monitorar 100% das localidades em 2022.







# ANEXOS



# SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI

Este material faz referência aos conteúdos:

- 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-8, 102-14, 102-16, 102-17, 102-50 e 102-53 da Norma GRI 102: Conteúdo Geral 2016
  - 205-3 da Norma GRI 205: Anticorrupção 2016
  - 303-3 da Norma GRI 303: Água e Efluentes 2018
- 305-1 e 305-2 da Norma GRI 305: Emissões 2016
  - 401-1 da Norma GRI 401: Emprego 2016
  - 403-9 da Norma GRI 403: Saúde e Segurança no Trabalho 2018
  - 404-1 da Norma GRI 404: Treinamento e Educação 2016

| Norma GRI                                    | Conteúdo                                                                                                   | Página   | Omissões | Pacto Global | ODS                |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|--------------|--------------------|
| GRI 102   Conteúdos gerais 2016              | Perfil organizacional                                                                                      |          |          |              |                    |
|                                              | 102-1   Nome da organização                                                                                | 3        | -        | -            | -                  |
|                                              | 102-2   Atividades, marcas, produtos e serviços                                                            | 6 e 7    | -        | -            | -                  |
|                                              | 102-3   Localização da sede da organização                                                                 | 7        | -        | -            | -                  |
|                                              | 102-4   Local de operações                                                                                 | 8        | -        | -            | -                  |
|                                              | 102-5   Natureza da propriedade e forma jurídica                                                           | 7 e 35   | -        | -            | -                  |
|                                              | 102-6   Mercados atendidos                                                                                 | 6, 7 e 8 | -        | -            | -                  |
|                                              | 102-8   Informações sobre empregados e outros trabalhadores                                                | 27       | -        | 6            | 8 e 10             |
|                                              | Estratégia                                                                                                 |          |          |              |                    |
|                                              | 102-14   Declaração do mais alto executivo                                                                 | 4 e 5    | -        | -            | -                  |
|                                              | Ética e integridade                                                                                        |          |          |              |                    |
|                                              | 102-16   Valores, princípios, normas e códigos de comportamento                                            | 7 e 33   | -        | 10           | 16                 |
|                                              | 102-17   Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética                                     | 33       | -        | 10           | 16                 |
|                                              | Práticas de relato                                                                                         |          |          |              |                    |
|                                              | 102-50   Período coberto pelo relatório                                                                    | 3        | -        | -            | -                  |
| GRI 205   Combate à corrupção 2016           | 205-3   Casos confirmados de corrupção e ações tomadas                                                     | 33       | -        | 10           | 16                 |
| GRI 303   Água e efluentes 2018              | 303-3   Captação de água                                                                                   | 36       | -        | 7 e 8        | 6                  |
| GRI 305   Emissões 2016                      | 305-1   Emissões diretas [Escopo 1] de gases de efeito estufa [GEE]                                        | 36       | -        | 7 e 8        | 3, 12, 13, 14 e 15 |
|                                              | 305-2   Emissões indiretas [Escopo 2] de gases de efeito estufa [GEE] provenientes da aquisição de energia | 36       | -        | 7 e 8        | 3, 12, 13, 14 e 15 |
| GRI 401   Emprego 2016                       | 401-1   Novas contratações e rotatividade de empregados                                                    | 26       | -        | 6            | 5, 8 e 10          |
| GRI 403   Saúde e segurança do trabalho 2018 | 403-9   Acidentes de trabalho                                                                              | 30       | -        | -            | 3, 8 e 16          |
| GRI 404   Capacitação e educação 2016        | 404-1   Média de horas de capacitação por ano, por empregado                                               | 28       | -        | 6            | 4, 5, 8 e 10       |



## CRÉDITOS

### **Coordenação Geral**

Gerência de Relações Institucionais  
e ESG da Vero

### **Conteúdo, consultoria e design**

usina82

### **Fotos**

Banco de imagens Vero  
e Shutterstock

vero