



SUSTENTÁVEL

**Manual de Boas Práticas
de Engajamento com as
Partes interessadas**

ÍNDICE

1.	INTRODUÇÃO.....	3
2.	DEFINIÇÕES.....	3
3.	OBJETIVO.....	4
4.	ABRANGÊNCIA.....	4
5.	DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA.....	5
6.	DESCRIÇÃO DAS ORIENTAÇÕES PARA O ENGAJAMENTO.....	5

1. INTRODUÇÃO

Este guia nos direciona para aprimorar nossas relações com diversos públicos, mapear riscos e oportunidades ou até mesmo aperfeiçoar estratégias de negócios.

Entendemos a importância de se conhecer claramente quem são as nossas partes interessadas e quais são os que mais afetam ou são afetados pela Telefônica.

Manter o diálogo fluído, trabalhando lado a lado com as nossas partes interessadas como verdadeiros parceiros contribui diretamente para a perenidade do nosso negócio.

2. DEFINIÇÕES

Telefônica: compreende a Telefônica Brasil SA., suas controladas e suas subsidiárias.

Companhia: compreende a Telefônica Brasil SA.

Partes interessadas: As partes interessadas são os grupos que afetam e/ou podem ser afetados pelas atividades, produtos ou serviços da Telefônica. Isso não inclui todos aqueles que possam ter conhecimento ou percepções sobre a Telefônica. (referência AA 1000).

Engajamento: são práticas utilizadas para aproximar e construir vínculos com os públicos de interesse com objetivos de ampliar o diálogo e aprimorar o relacionamento.

Comitê de Qualidade e Sustentabilidade: O comitê de Qualidade e Sustentabilidade é um órgão de assessoramento do Conselho de Administração (“Conselho”) da companhia e tem como objetivo exercer funções consultivas junto ao Conselho no que diz respeito ao cumprimento de suas responsabilidades de acompanhamento dos índices de satisfação e qualidade dos principais serviços prestados pela companhia e dos níveis de qualidade do atendimento aos clientes, nos diversos canais, bem como de acompanhamento do desempenho da companhia em assuntos que se relacionem à sustentabilidade de seus negócios.

Comunidades: Grupo social que possui opiniões e valores comuns e interação contínua. Pode ser definida geograficamente por limites políticos ou de recursos, ou socialmente, como a comunidade de indivíduos que possuem interesses comuns.

Exemplo: líderes comunitários, membros da comunidade, associações de bairro, família de funcionários, professores, etc.

3. OBJETIVO

Tem como objetivo orientar e incentivar que as diretrizes de sustentabilidade que norteiam a relação da Telefônica Brasil com suas partes interessadas promovam a transparência e diálogo efetivos, de forma a construir relacionamentos de confiança.

4. ABRANGÊNCIA

As diretrizes previstas no presente manual são seguidas pela telefônica para as iniciativas que visam compreender interesses e expectativas, envolver e integrar as partes interessadas em processos decisórios ou contribuir para a construção de relacionamentos de confiança.

O engajamento de partes interessadas envolve consultas e diálogos permanentes os quais contribuem para mudanças e que resultam em aprendizados contínuos para a telefônica e para as partes interessadas. todo processo de engajamento deve identificar, compreender e responder às demandas, assim como promover a construção de relações respeitadas, inclusivas, participativas e de confiança.



5. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

Princípios de Negócio Responsável (“PNR”): os Princípios de Negócio Responsável (PNR) consistem no código de ética e conduta da Telefônica Brasil e é aplicável a todas as relações da companhia. Eles definem como a companhia deve atuar e se relacionar com todas as partes interessadas. O documento é revisado periodicamente e aprovado pelo Conselho de Administração, apresentando informações importantes sobre o posicionamento da Telefônica Brasil em relação a temas como respeito à lei, honestidade, comunicação transparente, diversidade, ética e integridade, transparência fiscal, direitos humanos, neutralidade política, confiança do cliente e outros.

O PNR está disponível no link: <https://www.Telefônica.com.br/servlet/atellite?c=Page&cid=1386094115465&pagename=InstitucionalVivo%2FPage%2FTemplateTextoDocumento>.

6. DESCRIÇÃO DAS ORIENTAÇÕES PARA O ENGAJAMENTO

O manual de boas práticas se destina às áreas que se relacionam com as partes interessadas da Telefônica Brasil, como: por exemplo clientes, fornecedores, acionistas, investidores, comunidades, governo, mídia e imprensa, associações e ONGs, colaboradores, etc.

6.1 IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES INTERESSADAS

As partes interessadas internas ou externas, conforme alguns exemplos a seguir, são grupos/ indivíduos que se relacionam com a Telefônica:

- Internas: colaboradores, alta liderança, etc.
- Externas: fornecedores, clientes, agentes financeiros, órgãos do governo e stakeholders locais/regionais: como Comunidades, autoridades, mídia, associações e ONGs.

Para a identificação, considerar:

- Levantamento teórico de principais partes interessadas associadas ao negócio.
- Partes interessadas priorizadas pelo Grupo Telefônica.
- Lista de partes interessadas das concorrentes internacionais e nacionais.

O mapeamento das partes interessadas deve ser conduzido regularmente para garantir relevância. Os mapas criados podem ser usados na preparação de cada Engajamento para ajudar a identificar e priorizar as partes interessadas relevantes.

Abaixo a relação das partes interessadas identificadas:

Academia (universidades), acionistas e investidores, Anatel, associações multilaterais (ONU, UNESCO, UNICEF e outras), associações setoriais (SindiTel, TeleBrasil, ASIET e outras), clientes, colaboradores, comunidades locais, concorrentes, fornecedores, governos (federal, estadual ou municipal), imprensa, influenciadores e redes sociais, instituições financeiras, mídia, terceiros, organizações não governamentais, Procon e sociedade em geral.

6.2 IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES INTERESSADAS

O mapeamento poderá ser realizado envolvendo diversas áreas e cargos da empresa. Priorizamos as principais partes interessadas da Telefônica.

Desta forma, é avaliado quais partes interessadas têm potencial de impactar ou impactam os negócios da Telefônica.

Os critérios para identificação e priorização das partes interessadas podem seguir uma ou mais opções, conforme abaixo:

- Dependência.
- Impacto.
- Influência.
- Proximidade da relação.
- Urgência ou tensão.
- Representação.
- Ponto de vista diferenciado.
- Análise do risco.

Nossas partes interessadas são organizações ou indivíduos que têm interesse nas atividades de negócios ou tomadas de decisão da Telefônica.

6.3 ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

6.3.1 PREMISSAS PARA O ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

Buscando a manutenção de relacionamentos perenes, são recomendadas as seguintes premissas referentes ao processo de engajamento de partes interessadas:

- Construir relacionamentos alinhados com a missão, visão e valores da Telefônica quais sejam a integridade, o compromisso e a transparência, e que tenham como base a confiança, a qualidade e o respeito.
- Promover a elaboração de soluções coletivas, contemporâneas e benéficas aos envolvidos, sempre com vínculos de qualidade e ética que se desenvolvam de maneira clara e transparente e alinhados com a legislação vigente aplicável à Telefônica.
- Fornecer às partes interessadas instruções, informações e materiais necessários em tempo útil para a participação e a contribuição significativa para o processo de engajamento, disponibilizando capacitações quando houver necessidade, de forma a gerar um diálogo entre as partes.

- Considerar os interesses das partes interessadas nos processos decisórios da Telefônica para construir relacionamentos de longo prazo.
- Levar em consideração as necessidades individuais das partes interessadas, de modo a identificar suas aspirações, necessidades e demandas.
- Avaliar potenciais impactos sobre as partes interessadas ao longo do planejamento de novas iniciativas, novos serviços e novos produtos, de modo a compreender os riscos e as oportunidades das atividades. Neste ponto, identificar quais suas pretensões, precisões, necessidades e demandas para aperfeiçoamento ou desenvolvimento de novos produtos e serviços.
- Identificar e mitigar os riscos do engajamento com as partes interessadas, conforme a metodologia prevista em riscos corporativos, descrita no Manual de Gestión de Riesgos del Grupo Telefónica (anexos relacionados a impacto reputacional, risco ambiental e de campos eletromagnéticos, risco de responsabilidade com o cliente e riscos de direitos humanos). Os riscos podem incluir uma resistência no engajamento, ou criação de expectativas não reais, conflitos, potenciais desvios sociais e ambientais ou que afetam às partes interessadas, etc, gerando um dano reputacional a empresa.
- Utilizar o canal de Sustentabilidade, disponível sustentabilidade.br@Telefônica.com, que promovem a troca de informações, prestação de contas e recebimento de feedback.
- Realizar atendimento de qualidade em todas as etapas do relacionamento com as partes interessadas, respeitando as particularidades de cada uma delas em todas as situações.
- Aplicar a comunicação responsável, garantindo que toda a informação pertinente às partes interessadas seja divulgada e disseminada, com completude e clareza.
- Engajar as partes interessadas com o compromisso com a sustentabilidade, mudanças climáticas e buscar pontos de cooperação para as questões socioambientais.
- Engajar seus fornecedores e prestadores de serviços para que mantenham altos níveis de exigência de responsabilidade no que diz respeito aos seus terceiros [ou: em sua cadeia produtiva], promovendo entre estes o cumprimento, não só de padrões de qualidade de produto e/ou serviço, mas também de padrões éticos, sociais, ambientais e de privacidade em todo o relacionado com a cadeia de fornecimento da Telefônica.
- Partilhar internamente as boas práticas com a finalidade de incentivar a melhoria na gestão das partes interessadas;
- Impulsionar as partes interessadas a guiarem de maneira participativa os relacionamentos que mantêm, compartilhando essas práticas em suas esferas de influência.
- Buscar, através do processo de engajamento, oportunidades para inovação e geração de valor.
- Empreender esforços para garantir uma participação equilibrada de todas as partes interessadas, especialmente no caso de eventos com vários representantes das categorias identificadas, na perspectiva de minimizar riscos e maximizar o valor para a Telefônica.
- Monitorar o processo de engajamento por indicadores de resultados, além de registrar as lições aprendidas para posterior disseminação em toda a Telefônica – por meio de intranet, treinamento, reuniões, workplace, etc.

- Comunicar, disponibilizar e monitorar os resultados das ações de engajamento por meio de indicadores.
- Apresentar anualmente ao Comitê de Qualidade e Sustentabilidade os temas levantados no engajamento com as partes interessadas.

6.4 DEFINIÇÃO DE NÍVEIS DE ENGAJAMENTO

Temos diferentes níveis de engajamento que podem variar de acordo com a Parte Interessada e a atividade a ser realizada. São eles: Informar, Consultar, Participar/Dialogar, Colaborar e Empoderar (Referência: AA1000).

Informar: Comunicação unidirecional da Telefônica para suas partes interessadas sobre as práticas ou novos desenvolvimentos que podem impactá-las. Compartilhar informação pode influenciar as partes interessadas, criar confiança e demonstrar transparência.

Consultar: aproximação com as partes interessadas para buscar conhecer suas necessidades, identificar tendências e avaliar impactos e riscos para tomadas de decisão.

Participar/dialogar: Comunicação bidirecional em que as ideias apresentadas pelas partes interessadas podem ser levadas em consideração na tomada de decisão da Telefônica.

Colaborar: colaboração entre duas ou mais partes interessadas. A Telefônica e suas partes interessadas alcançam sinergias e reduzem os riscos, combinando recursos ou áreas de especialização.

Empoderar: desenvolvimento de parceria ou redes de relacionamento com as partes interessadas para criar soluções e planos de ação conjuntos.



6.5 MÉTODOS DE ENGAJAMENTO

Abaixo apresentamos alguns exemplos de métodos de engajamento de algumas das partes interessadas da Telefônica Brasil.

PARTE INTERESSADA	MÉTODOS DE ENGAJAMENTO (EXEMPLOS)
Cientes	Serviço de informações ao cliente Pesquisas de satisfação do cliente Relatórios anuais e Relatório de Sustentabilidade Aplicativo Meu Vivo Redes sociais (Instagram, LinkedIn, Facebook etc) Website Telefônica Brasil, Vivo Conselhos de usuários CRM (Customer Relationship Management)
Colaborador	Pesquisas de motivação Pesquisas de satisfação do cliente interno Diálogo entre gestão e colaborador Canal de denúncias Intranet e rede social interna Pesquisas internas Relatório de Sustentabilidade
Acionistas e investidores	Intranet e rede social interna Relatório de Sustentabilidade Relatórios de resultados trimestrais Eventos internos
Fornecedores e terceiros (aliados)	Plataforma de compras Canal de denúncias Princípios de negócio responsável Política anticorrupção Certificado anticorrupção, quando aplicável Canal global de negócio responsável Central de atendimento de usuários Workshop de sustentabilidade Relatório de Sustentabilidade Website Telefônica Brasil, Vivo
Concorrentes	Reuniões presenciais de cooperação Website Telefônica Brasil, Vivo Redes sociais (Instagram, LinkedIn, Facebook, etc) Relatório de Sustentabilidade
Governo e Anatel (órgão regulador do setor de telecomunicações)	Resposta a leis e regulamentos Participação em projetos conjuntos entre o governo e o setor privado Reuniões presenciais Conselhos de Usuários
Sociedade em geral	Website Telefônica Brasil, Vivo Redes sociais (Instagram, linkedin, facebook etc) Relatório de Sustentabilidade Conselhos de usuários
Imprensa	Envio de notícias, comunicados e sugestões de pauta Agendamento de entrevistas com executivos Atendimento a demandas Reuniões periódicas Relatório de Sustentabilidade
Procon	Reuniões presenciais Website Telefônica, Vivo Relatório de Sustentabilidade Conselhos de usuários
Instituições financeiras	Relatório de Sustentabilidade Site de relações com investidores Reuniões presenciais e teleconferências Website Telefônica, Vivo

6.6 MÉTODOS DE ENGAJAMENTO

Nosso principal indicador para medir a reputação e o engajamento com os nossos stakeholders é o índice de reputação corporativa (RepTrak®). Monitoramos periodicamente a reputação da Telefônica Brasil, por meio de pesquisas conduzidas conforme a metodologia RepTrak®, a mais utilizada mundialmente e alinhada com o Grupo Telefónica. Esse levantamento abrange clientes e não clientes, e inclui questões relacionadas a diversas dimensões reputacionais, entre elas a integridade e a cidadania.

O índice de reputação corporativa faz parte da remuneração variável dos executivos e funcionários, onde todos são responsáveis pelo desempenho da empresa. Adicionalmente, capacitamos nossos executivos e colaboradores em diferentes aspectos relacionados ao relacionamento com partes interessadas para que possam trabalhar o tema em suas respectivas áreas.

