

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE ANO 2017

June	45.556
190	134
47.756	

2016	%Growth
108.287	-11%
91.938	+27%
225.819	+42%
78.161	+78%
1.827	+13%



ÍNDICE

I. A CVT	3
A. MISSÃO, VISÃO, VALORES	3
B. ESTRUTURA ACIONISTA	3
C. ESTRUTURA ORGANIZATIVA	4
i. Estratégia e Análise	4
D. MENSAGEM DO PRESIDENTE	5
E. PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS 2017	6
F. AS EMPRESAS E AS MARCAS DO GRUPO	7
i. Presença no mercado	7
G. O GOVERNO DA SOCIEDADE E ÓRGÃOS SOCIAIS	7
i. Governance Corporativa	8
ii. Pelouros dos membros do CA	9
iii. O papel dos Órgãos Sociais do Grupo CVT na Gestão da Sustentabilidade	9
H. IMPACTOS E PRINCIPAIS INDICADORES DE GESTÃO DO GRUPO CVT	10
i. Valor económico gerado e distribuído	11
ii. Principais indicadores de negócio	11
I. GESTÃO DE RISCOS	14
II. OS NOSSOS	16
A. FORNECEDORES	18
B. CLIENTES	19
C. SOCIEDADE CIVIL	21
D. CONSULTA A STAKEHOLDERS	21
III. CABO VERDE MELHOR	23
A. IMPACTOS ECONÓMICOS	23
i. Atividade da empresa no sector e no país	23
ii. Satisfação do Cliente	24
iii. Sistema da Qualidade (SGQ)	24
iv. Inovação 2017	26
v. Compras	27
B. IMPACTOS AMBIENTAIS	29
i. Compromisso e Operação	29
ii. Gestão Operacional Sustentável	30
iii. A Nossa Atuação Interna	35
C. IMPACTOS SOCIAIS	35
i. Desenvolvimento e Gestão de Recursos Humanos	35
ii. Responsabilidade Social	40
IV. ANEXOS	48
A. PROCEDIMENTOS DO RELATO	48
B. SUMÁRIO GRI	51
C. TABELA UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT (UNGC)	57

I. A CVT

A. MISSÃO, VISÃO, VALORES

Missão:

Prestar, com qualidade, serviços de comunicações no sentido de satisfazer as necessidades dos seus clientes, proporcionar mais-valias aos acionistas e contribuir para o desenvolvimento global e sustentado da sociedade Cabo-Verdiana.

Visão:

A CVT é uma empresa de comunicações, orientada para o serviço ao cliente, rentável, tecnologicamente avançada e socialmente responsável e interveniente

Valores:

Ética

O colaborador é honesto, leal e responsável. Identifica-se com a Empresa, respeitando os seus princípios e normas. É aberto e tolerante com os outros e prestigia continuamente a CVT, através do seu comportamento profissional e pessoal.

Espírito de Equipa

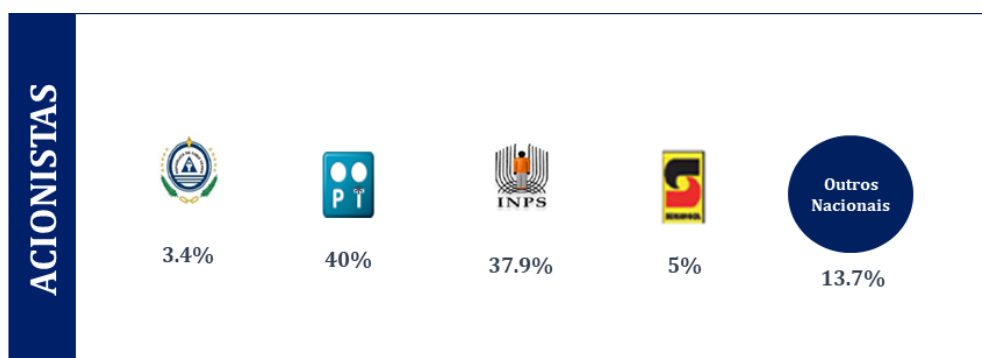
O colaborador da CVT é profissionalmente solidário com colegas, chefias e subordinados. Trabalha em conjunto de forma colaborante, aberta e construtiva e transmite entusiasmo e energia no seu trabalho, sobrepondo os interesses comuns aos interesses individuais.

Qualidade

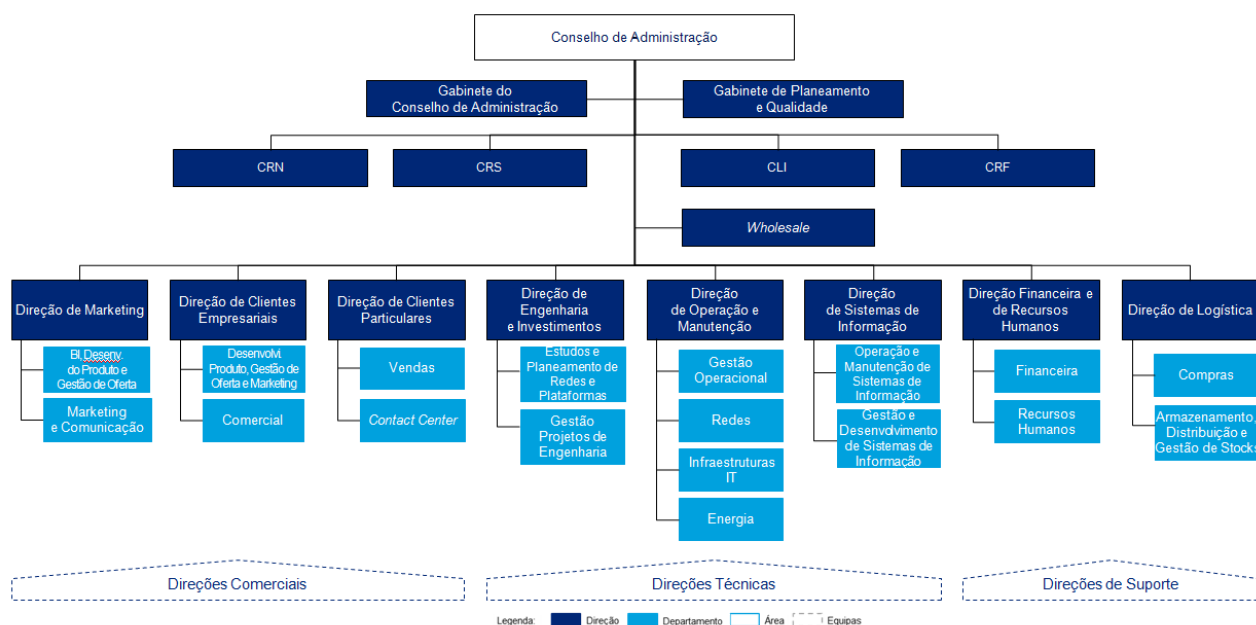
O colaborador da CVT orienta-se claramente para a satisfação das necessidades dos clientes, sendo persistente na perseguição dos objetivos e na melhoria constante do serviço. Defende continuamente uma imagem de respeito e confiança nas Empresas, junto dos clientes e do público em geral.

A CVT possui um **Código de Ética** destinado à normalização de ações e procedimentos, além de dirimir dúvidas quanto ao comportamento dos que nele devem se inspirar. (102-16).

B. ESTRUTURA ACIONISTA



C. ESTRUTURA ORGANIZATIVA



Nota: Estrutura em implementação (102-18)

i. Estratégia

Trabalhamos para ser líderes no mercado das comunicações e uma referência na sociedade cabo-verdiana. Apostamos na geração de valor para os nossos stakeholders.

A adoção de novas linhas estratégicas definidas pelo Conselho de Administração obrigou a ajustamentos na estrutura organizativa, adaptando-a às exigências impostas pelo desígnio da eficiência e tornando-a capaz de dar suporte ao posicionamento convergente na abordagem *customer centric* ao mercado.

Assim, a estratégia para 2017 foi definida tendo o cliente como foco do nosso modelo de negócio. A boa conectividade, ofertas integradas e uma experiência única e diferenciada são os drivers da nossa atuação. Outrossim, investir no crescimento e racionalizar os custos também fazem parte da estratégia. (102-14)

Mantivemos os pilares estratégicos i) cuidar dos colaboradores, ii) gerir o portfólio com rigor e disciplina e iii) incorporar a sustentabilidade nos negócios, assim como as prioridades estratégicas:

1. Melhoria operacional;
2. Contribuir para um ambiente regulatório mais construtivo;
3. Adesão às melhores práticas de governança corporativa;
4. Alavancar a convergência no posicionamento, nas ofertas e na estratégia de canais;
5. Melhorar a experiência do cliente via digitalização, automatização da cadeia de entrega, clareza de comunicação e previsibilidade.

As expectativas a nível legal e regulatória relativas ao contrato de concessão, gestão das infraestruturas do domínio público e a convergência não foram concretizadas em 2017, pelo que as incertezas e indefinições mantêm-se, afetando o desempenho estratégico e operacional do Grupo.

D. MENSAGEM DO PRESIDENTE

Caro Leitor,

2017 foi mais um ano de desafios para a CVT, particularmente o ambiente macro econômico, em que procuramos consolidar a nossa presença no mercado Cabo-verdiano, com foco na eficiência operacional, aumento de produtividade e melhoria da competitividade, simplificando a estrutura organizativa, controlando os custos e aplicando os recursos disponíveis com critério e rigor.

Com a inovação tecnológica da era digital a afetar, de forma disruptiva, todos os ramos de atividade, com maior ou menor profundidade neste ou naquele setor, no nosso, o das Telecomunicações, a disrupção no negócio tem epicentro nas OTT's, com fortes impactos negativos em segmentos outrora dinâmicos, como o Tráfego Internacional e o Roaming, resultando num setor com receitas globais em queda, pois os preços nada têm a ver com a dimensão do mercado e com os grandes investimentos exigidos pelas plataformas, *softwares* e o estado – da - arte da rede.



A nossa Visão Estratégica é de reposicionar o negócio, apostando na inovação tecnológica, na captação de novas receitas e no reforço de valor para os acionistas, através de uma melhor remuneração dos capitais próprios. Todo o planeamento de ações ao longo do próximo triénio (2018-2020) deverá assentar-se em quatro pilares principais, nomeadamente infraestruturas, oferta comercial, *customer experience* e eficiência operacional, o que implicará continuidade dos intensos investimentos na ampliação, modernização e qualificação da rede e da promoção da inovação e da dinâmica das ofertas, criando condições favoráveis à disponibilização aos nossos clientes de uma melhor experiência.

Cientes de que a nossa missão não se esgota nos objetivos estritamente económicos e financeiros, permanecemos comprometidos com uma gestão sustentável e eficiente dos recursos, o constante desenvolvimento do nosso capital humano e um diálogo contínuo e transparente com os nossos stakeholders e a sociedade no geral.

Preocupamo-nos com a construção de legados económicos, sociais e ambientais na sociedade e nas comunidades onde desenvolvemos os nossos negócios, mitigando os impactos das atividades e induzindo a práticas sustentáveis ao longo de toda a nossa cadeia de valor. Esses e outros temas como direitos humanos, direitos do trabalho, combate a corrupção e proteção ao meio ambiente são demonstrados em ações que fazem parte do nosso compromisso com os princípios do Pacto Global das Nações Unidas.

Sermos reconhecidos como empresa sustentável de referência está entre os nossos objetivos. Por isso, além de ligar as pessoas, a nossa atuação deve gerar benefícios económicos, sociais e ambientais à sociedade, refletindo assim o nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável.

Porque não existe Sustentabilidade sem Pessoas, sabemos que o caminho percorrido até agora só foi possível graças à confiança, capacidade e dedicação de todos os nossos Stakeholders, especialmente os nossos colaboradores, a quem agradecemos e com quem continuamos a contar no percurso Rumo ao Desenvolvimento Sustentável.

Somos signatários dos princípios do Pacto Global da ONU e estamos comprometidos com a implementação dos Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos. Igualmente, estamos a trabalhar para ativamente contribuir para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Convidamos a todos para se juntarem a nós nesta missão, contando, entretanto, com a vossa opinião sobre a nossa atuação, visando melhorar a nossa performance como empresa cidadã. (102-14)

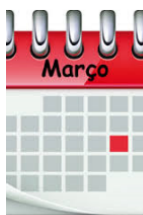
E. PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS em 2017



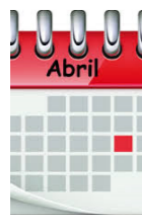
- CVMóvel oferece Casa no sorteio de Natal
- Projeto de Melhoria da Qualidade da Rede Móvel
- Aumento Salarial para 2017



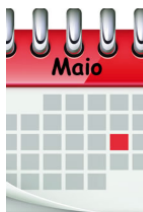
- CVT parceiro do Ministério da Cultura no AME
- Empresas do Grupo CVT Galardoadas no Prémio Nacional de Publicidade
- A CVT inaugura loja na Cidade do Tarrafal - São Nicolau



- CVMóvel proporciona a uma cliente uma viagem ao Brasil
- CVMóvel promove Lançamento do programa "Mudjer by CVMóvel"
- **"Correr Pelo Desporto, Vencer por todos"** – 22º aniversário da CVTelecom



- ZAP e CVMóvel patrocinadores do AME e Kriol Jazz
- População do Planalto Norte (Santo Antão) satisfeita com cobertura da rede CVMóvel
- CVMóvel parceira da campanha "Menos Álcool, Mais Vida"



- Porto Novo: Inauguração de mais uma estação da CVMóvel
- Sessão sobre as transformações na Empresa
- A Fibra já chegou a Cabo Verde e é da ZAP
- CVT é vencedor do Prémio Nacional da Qualidade (PNQ) 2017



- A CVT Comemora o Dia Internacional da Criança
- A CVT e Quercus CV celebram o Dia Mundial do Ambiente
- Parceira com o ICCA na Luta contra o Trabalho Infantil
- Realização da Assembleia Geral Ordinária da CVTelecom



- CVTelecom Parceira Estratégica e Tecnológica do Projeto "Cidade Segura"
- CVMóvel oferece Autocarro Escolar à Câmara de S. Domingos
- CVMóvel leva as TIC à comunidade de Cancele



- D'kel Bom _ A nova oferta da CVMóvel
- Powa Swag com ainda mais Vantagens
- Acolhimento de Estagiários Profissionais Áreas Técnicas do Grupo CVT



- Formação "O Negócio" 2017, a nível nacional
- Encontro sobre "Telessaúde e Indicadores de TICs em Saúde" com apoio da CVT
- CVMóvel marca presença na Semana do Bebê de Cabo Verde



- CVTelecom é parceira tecnológica no 4º fórum Mundial de Desenvolvimento Económico Local,
- CVTelecom reforça Parceria com ADEVIC e A Ponte
- A CVT no Dia Internacional para a Erradicação da Pobreza






- Novembro Azul: Ajudar Toca a Todos
- Palestra sobre "Saúde Cardio-Vascular"
- CVMóvel oferece Autocarro Escolar ao Município do Tarrafal
- CVT na 21ª Edição da FIC - Patrocinador Gold e com o lema **"UM MUNDO À FRENTE"**



- CVMóvel reforça parceria com o IUE e CCS-SIDA
- CVMóvel inicia a entrega de 60 Kits da oferta Office Box PME
- Avaliação do Impacto Formativo Grupo CVT - Ano 2017

F. AS EMPRESAS E AS MARCAS DO GRUPO

Empresa	Negócio	Principais Marcas / Serviços
	Telecomunicações Fixas	TELEFACIL NORMAL, TELEFACIL BLÁ BLÁ BLÁ, DI CASA Serviço Fixo Tradicional, RDIS, Pré Pago Telefacil, Tarifário Di Casa, Circuitos dedicados e Eternet
	Telecomunicações Móveis Terrestres e Internet Móvel	NET NA MON, TOKSPERA POWA SWAG TOTAL, DIBORLAS, NET MOVEL, NET NA MON, TOKSPERA, PACOTÃO
	Internet de Banda Larga Fixa, TV por Assinatura e VOIP	ZAP TV, ZAP NET, ZAP VOZ, SOLUÇÕES DE HOTELARIA E EMPRESARIAIS

(102-2, 102-6, 102-7)

i. Presença no mercado

Durante o exercício a nossa maior e principal preocupação foi continuar a trabalhar para uma sociedade “ligada”, através do investimento na rede, da experiência do cliente e garantindo a todos a oportunidade de serem parte deste mundo cada vez mais digital.



G. GOVERNO DA SOCIEDADE E ÓRGÃOS SOCIAIS

A 31 de Dezembro a composição dos órgãos sociais era ligeiramente diferente à de 2016, já que com a inclusão dos membros da Comissão de Vencimentos, eleita no segundo semestre de 2017 (102-22, 405-1), passou a apresentar o quadro a seguir indicado, com a discriminação por género e faixa etária:

Governance em 2017	Mesa da Assembleia	Conselho de Administração	Fiscal Único	Comissão de Vencimentos	Diretores
Homens	2	3	2	1	12
Mulheres	1			2	10
30-50 anos	2			2	12
> 50 anos	1	3	2	1	10

Assembleia Geral (AG)	Presidente - Simão Gomes Monteiro (Cabo Verde) -
• Secretário - Mário Luis Mendes Moreira (Cabo Verde) • Secretária - Ariana Paula Lima Rodrigues Fermino (Cabo Verde)	
Conselho de Administração (CA)	Presidente - José Luis Livramento Monteiro Alves de Brito (Cabo Verde)
• Administrador Executivo - Rui Filipe da Silva Bastos Fortes (Cabo Verde) • Administrador Executivo - João Domingos de Barros Correia (Cabo Verde)	
Fiscal Único	Em representação do BDO - Cargo efetivo - António José Correia de Pina Fonseca (Portugal)
• Suplente - João Paulo Torres Cunha Ferreira (Portugal)	
Comissão de Vencimentos	Presidente: Leida Santos
• N'Dira Pereira • Adelino Lopes Silva	

i. Governança Corporativa

A CVT adota uma governança corporativa com objetivos claros e comportamentos éticos e transparentes, sempre na procura de estabilidade. Aprendemos com os desafios que enfrentamos anualmente, acreditando que nos farão uma empresa mais forte.

A CVTelecom é uma Sociedade Anónima que se rege pelo Código das Empresas Comerciais de Cabo Verde e está sujeita ao regime jurídico geral aplicável às empresas que fornecem redes e serviços de comunicações eletrónicas.

Temos uma estrutura de governança clara que nos permite alcançar os objetivos definidos e que certifica que atuamos com responsabilidade. O Conselho de Administração está envolvido em decisões importantes, com intervenção em processos críticos, garantindo que a CVT continuará a ganhar importância na sociedade através de um modelo de negócio responsável e salvaguardando o seu futuro e sustentabilidade.

Orientados pelo Código de Ética da empresa, zelamos por uma atuação ética, transparente e com respeito pelas leis e regulamentos aplicáveis ao nosso sector.

Procuramos garantir a perenidade dos negócios com princípios como transparência na prestação de contas, na divulgação de informações relevantes ao mercado, nas relações com os públicos interessados, no relacionamento com os acionistas, na atuação do Conselho de Administração e na responsabilidade corporativa. (102-5)

Um conjunto de políticas e documentos normativos orientam a gestão e norteiam as nossas atividades nos diferentes processos internos, alinhados com os princípios dispostos no nosso Código de Ética.

As políticas a seguir elencadas orientam a gestão interna e podem ser encontradas no *site* institucional: <http://www.grupocvt.com.cv>.

- Política de Saúde e Segurança no Trabalho (SST - 2005, revista em 2012);
- Política de Qualidade (2006, revista em 2013 e 2014);
- Política de Sustentabilidade (2009);
- Política do Ambiente (2009, revista em 2012);
- Política de Prevenção e Gestão de Conflitos de Interesse nas Aquisições de Bens e Serviços (2013)
- Política Anticorrupção (2014).

No quadro dos instrumentos de gestão, destacamos a aprovação em 2017 da Declaração de Política de Direitos Humanos, sendo que as diretrizes vão sendo disseminadas, norteando as ações dos colaboradores. (102-18, 102-19)

Promovemos, anualmente, pelo menos, três momentos de auditoria (2 internas e 1 externa) ao Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), para avaliação de conformidade e cumprimento das políticas adotadas e a eficácia dos sistemas de gestão certificados, identificando as oportunidades de melhoria. Em 2017, passamos por 5 auditorias, pois tivemos duas (2) auditorias extras advinentes das nossas candidaturas aos prémios nacional e regional (CEDEAO) da qualidade.

ii. Pelouros dos membros do CA

Presidente - José Luis Livramento Monteiro Alves de Brito	<ul style="list-style-type: none"> •Estratégia; Relações Institucionais; •Gabinete do Conselho de Administração; •Planeamento e controlo de gestão, Qualidade e Sustentabilidade; •Engenharia; Redes; Sistema de Informação; •Coordenações Regionais e Locais.
Vogal - Rui Filipe da Silva Bastos Fortes	<ul style="list-style-type: none"> •Regulação e Interligação; • Negócio fixo, móvel e multimédia, customer care.
Vogal - João Domingos de Barros Correia	<ul style="list-style-type: none"> •Finanças, Contabilidade e Fiscalidade; Logística e Compras; •Recursos Humanos.

iii. O papel dos Órgãos Sociais do Grupo CVT na Gestão da Sustentabilidade

A organização da gestão na CVT seguiu um modelo de *Governance* de Conselho de Administração (CA) Executivo, com um total de 3 elementos. O CA tem um papel ativo na declaração da missão, visão e valores, assim como na definição de estratégias, políticas e metas relacionadas com os impactos económicos, ambientais e sociais da organização. (102-20, 102-29)



Em relação a 2016 houve uma diminuição de atas emitidas pelo CA e CE (Comissão Executiva), passando de um total de 105 para 21, devido à mudança de estrutura de Governo de CA mais CE para CA Executivo. Recorda-se que no 1º semestre de 2016 ainda prevalecia a antiga estrutura (CA mais CE).

O CA reúne-se duas vezes por mês e anualmente é feita uma avaliação do seu desempenho pelos acionistas em Assembleia Geral (AG). (102-28)



Foto: Conselho da Administração (CA)



Foto: Assembleia Geral (AG)

Assembleia Geral de Acionistas (AG)

- Ordinária e extraordinária, sempre que solicitado pelo Conselho de Administração ou acionistas nos termos dos estatutos da empresa.
- Em 2017, ocorreram 3 assembleias ordinárias
- Ocasão para os acionistas manifestarem sobre tudo o que diz respeito à vida da empresa;
- São convocadas com antecedência de 20 dias e 10 dias antes, no mínimo, é disponibilizado aos acionistas todo o suporte documental dos assuntos constantes da ordem do dia.

Conselho de Administração (CA) 102-26/102-35







- Responde pela definição das políticas e diretrizes gerais da Empresa, aprovação de planos e projetos, avaliação e homologação dos resultados, grau de cumprimento dos planos e recomendações de melhoria;
- Tem competência para nomear e substituir os Directores e Coordenadores;
- Composto por 3 membros, sendo 1 presidente e 2 vogais;
- Membros do CA têm amplos conhecimentos nas áreas de finanças, governança corporativa, comercialização de serviços de telecomunicações e sustentabilidade;
- Reúnem-se ordinariamente duas vezes por mês e extraordinariamente sempre que necessário
- Em 2017, foram elaboradas 21 Atas de CA, e realizadas 3 AG, sendo (1 CVTelecom, 1 CVMóvel e 1 CVMultimédia). (102-31);
- Não se submete a um processo formal de autoavaliação;
- A remuneração é determinada com base em pesquisas de mercado e benchmark com remunerações em sectores afins;
- É assessorado pela Comissão de Sustentabilidade, que tem como uma das suas atribuições analisar e propor melhorias no Relatório de Sustentabilidade, além de avaliar o desempenho da CVT em relação aos aspectos de sustentabilidade e de direitos humanos e propor melhorias com base numa visão estratégica de longo prazo, de forma a cumprir a Missão, a Visão e os Valores da Empresa; Aprova o relatório de sustentabilidade. (102-2,102-32)

Diretores e Coordenadores

- Atribuições de executar e fazer cumprir a estratégia de negócios definida pelo Conselho de Administração;
- Elaborar e propor planos e projetos;
- Gerir os desempenhos operacional e financeiro da Empresa.

H. IMPACTOS E PRINCIPAIS INDICADORES DE GESTÃO DO GRUPO CVT

Ao longo do ano reforçamos a disciplina na gestão de custos, na eficiência em investimentos e na captura de sinergias dentro dos vários negócios. Estivemos focados em gerar valor, levando sempre em conta a experiência dos clientes o que contribuiu para os resultados obtidos em 2017. Mantivemos a liderança em todos os negócios o que fortaleceu a atratividade e reputação de nossa marca.

Cientes Móvel 368  Taxa de penetração: 116%	Internet Móvel 172 	Internet Fixa 14.4 
TV 5.4 	Voz fixa 64.7 	BUNDLES 12 

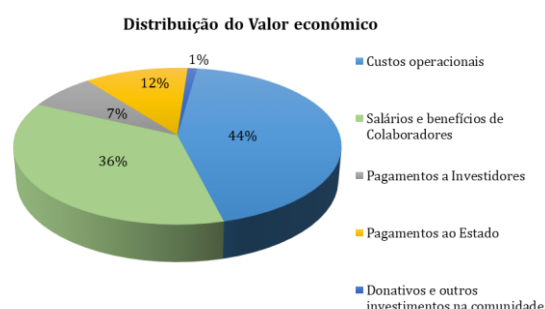
i. Valor económico gerado e distribuído

A CVTelecom registou no exercício de 2017 um resultado líquido positivo de 160 milhões de ECV, fortemente impactado pelas alterações estruturais que ocorreram no sector.

O valor económico gerado foi de 4.845 milhões de ECV, menos 11% que no ano anterior. A redução verificou-se também no valor distribuído e acumulado, em cerca de 11% e 33%, respetivamente.

No valor distribuído, o maior peso (44%) refere-se a *custos operacionais*. Seguem-se os *salários e benefícios dos colaboradores*, um peso de 36%, e os *pagamentos ao Estado*, 12%. Os *pagamentos a investidores* assumiram um peso de 8% e os *donativos e investimentos na sociedade* assumiram um peso de 1%. (201-1)

(em milhares ECV)	2015	2016	2017	Variação 2016- 2017
Valor Económico Direto Gerado				
Receitas	6.586	5.453	4.845	-11%
Receitas Operacionais	6.116	5.073	4.583	-10%
Valor Económico Distribuído				
Custos Operacionais	1.943	1.368	1.317	-4%
Salários e benefícios de Colaboradores	1.101	1.048	1.080	3%
Pagamentos a Investidores	172	29	226	686%
Pagamentos ao Estado	416	246	352	43%
Donativos e outros investimentos na comunidade	18	9	32	257%
Valor Económico Distribuído	3.649	2.669	3.007	11%
Valor Económico Acumulado	2.938	2.754	1.838	-33%



Nota: Dados de 2015 e 2016 alterados no relatório de 2017, devido à retificação de dados (102-48)

ii. Principais indicadores de negócio

A evolução do mercado das telecomunicações em Cabo Verde tem-se pautado, tal como noutras latitudes, por uma notória alteração de hábitos de consumo. Tal tendência tem-se consubstanciado numa crescente canibalização dos meios tradicionais de comunicação pelo serviço móvel e, muito em particular, pela banda larga móvel que tem servido de suporte ao crescimento das OTTs. Em Cabo Verde esta tendência é agravada pelo facto do preço do serviço de dados móvel estar bastante baixo e sem paralelo em outras geografias.

Apesar da melhoria da atividade económica em 2017 não houve impactos sensíveis na procura dos serviços de telecomunicações, refletindo em larga medida os efeitos da intensa competição entre os operadores do mercado, baseada essencialmente na política de preços.

À semelhança dos anos anteriores, a CVT continuou a desenvolver a sua atividade num contexto de separação das empresas do Grupo, o que tem limitado, de forma decisiva, a adoção de uma estratégia mais condizente com as tendências do sector.

O **Serviço Telefónico Fixo** gerou um volume de tráfego na ordem dos 40,6 milhões de minutos, menos 18% que o período homólogo e uma receita de 587 milhões ECV. As chamadas efetuadas para redes internacionais foram as mais penalizadas (-24% em relação a 2016). O ARPU¹ de retalho diminuiu 12% em comparação com o exercício anterior e o MOU² decresceu 16%. O Serviço Telefónico Fixo contava com 50,4 mil assinantes no final do ano, apurando-se que a base de clientes continua a cair gradualmente devido à pressão dos produtos substitutos. A promoção, entretanto, de ofertas diferenciadas como, por exemplo, o Di Casa vai conseguindo abrandar o ritmo de rescisões.

Imprimiu-se uma maior dinâmica comercial junto do segmento empresarial, com recurso à complementaridade da oferta de voz, a oferta de soluções de conectividade e uma abordagem de proximidade, assumindo a melhoria da qualidade na prestação de serviço como elemento diferenciador na fidelização dos clientes.

¹ ARPU – Average Revenue Per User

² MOU – Minutes of Usage

CVT Serviço Fixo

Indicadores Financeiros	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Rendimentos Operacionais	3.2	2,629	2,474	-6%
Investimento	552	480	444	-8%
Dívidas (milhões ECV)	4,098	3,858	4,842	26%
Património (milhões ECV)	6,744	6,610	6,060	-8%
Outros indicadores do negócio	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Número Lojas	25	25	30	20%
Milhares Clientes	54.2	31.4	50.4	61%
Taxa penetração do serviço fixo	11%	12%	12%	0%

Nota: Dados de 2015 e 2016 alterados no relatório de 2017, devido à retificação de dados (102-48)

O **Negócio Móvel** teve um ano de desafios acrescidos, impostos, desde logo, pelo ambiente competitivo. A base de clientes ativos manteve-se estável, registando-se a continuidade das alterações no padrão de comportamento dos nossos clientes, em muito determinadas pelas ofertas no mercado, confirmando-se a tendência de crescimento do consumo de dados, ao contrário do tráfego de voz que caiu ligeiramente face a 2016.

As receitas do Negócio Móvel decresceram 16,6%, fixando-se nos 2.744 milhões de escudos cabo-verdianos e refletindo os efeitos adversos da desvalorização e saturação do mercado, que atingiu níveis record de penetração móvel, com impactos sucessivos nos preços de retalho.

Apesar dos desafios com que fomos confrontados, como a pressão exercida no tráfego internacional entrante, pelo uso de aplicações OTT, a aprovação pelo Parlamento Europeu da diretiva que cria *European Telecom Single Market*, que na prática implica a abolição do Roaming no espaço Europeu, com impacto no mercado de Cabo Verde, mantivemos a defesa da nossa posição competitiva, ativando campanhas, promoções e serviços que permitiram aos clientes o acesso a comunicações, produtos e serviços a preços competitivos.

A marca *Powa Swag*, dirigida aos jovens, continua a ter sucesso, resultado da regular inovação no tarifário e de um plano de comunicação abrangente e adaptado às características e estilo de vida do segmento. Em 2017 houve uma forte atividade promocional e reforço de um modelo de distribuição dinâmico e baseado na proximidade ao segmento, nomeadamente através da presença permanente nas escolas e liceus, bem como a assídua presença em eventos. A base de clientes *Powa Swag* registou um acréscimo de 17% face a 2016, o que representa 21 mil adições líquidas ao longo de 2017.

CVM - Serviço Móvel

Indicadores Financeiros	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Rendimentos Operacionais	3,839	3,123	2,744	-12%
Investimento	809	813	849	4%
Dívidas (milhões ECV)	3522	4,627	4,815	4%
Património (milhões ECV)	946	613	389	-37%
Outros indicadores do negócio	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Clientes	404.2	359.2	371.5	3%
Utilizadores serviço internet móvel	130.1	171.9	172.0	0%
Serviços Exclusivos	17	14	20	43%
Cobertura geográfica 2G	75.11%	77.92%	79.24%	2%
Cobertura geográfica 3G	24.82%	29.38%	35.05%	19%
Cobertura populacional 2G	98.76%	99.20%	99.34%	0%
Cobertura populacional 3G	86.77%	89.61%	91.07%	2%

Nota: Dados de 2015 e 2016 alterados no relatório de 2017, devido à retificação de dados (102-48)

A CVMultimédia registou uma receita de 1.183 milhões de escudos cabo-verdianos, uma redução de 6,5% face ao ano anterior, justificada pelo abaixamento de preços para salvaguardar a posição competitiva da empresa.

A CVMultimédia tem procurado combinar ofertas de telecomunicações com o mundo de conteúdos, apostando no desenvolvimento da sua plataforma IPTV, que já dispõe de funcionalidades únicas no mercado cabo-verdiano, à qual serão brevemente adicionados serviços de TV interativa e OTTs, permitindo aos seus clientes o visionamento de formatos não lineares e em multidevice, formatos que em mercados mais avançados ganharam um peso preponderante.

Mantemos a aposta na diversificação de conteúdos, nomeadamente a música, futebol e filmes, e neste sentido reforçou-se a grelha da Zap com a introdução de três novos canais.

No sentido de elevar a proposta de valor e defender a competitividade da empresa, durante o ano reduziu-se para metade o preço do ZAP TV YES e o aluguer da Setup Box. No serviço de internet o preço de entrada do tarifário Zap Control passou de 2.000\$ para 749\$.

No final de 2017 a base de clientes de Internet e de IPTV situavam-se nos 14.510 e 5.833, um crescimento de 1% e 7%, respetivamente. O serviço de voz da CVMultimédia apresentou, pelo terceiro ano consecutivo, uma excelente performance, alavancada quer em novas adesões aos pacotes nPlay quer em migrações das ofertas descontinuadas para a nova oferta. Assim sendo, a base de clientes VOIP registou um crescimento de 22% face aos valores de Dezembro de 2016.

O mercado empresarial mereceu uma atenção especial com ofertas integradas e competitivas de soluções já existentes no nosso portfólio, como é o caso do *HotelBox*, e o desenvolvimento de novas soluções, como a Gestão de Frotas, PBX Virtual, *Cloud Computing*, entre outras, que brevemente estarão ao dispor das empresas cabo-verdianas.

Pelo terceiro ano consecutivo registamos uma melhoria significativa dos indicadores de qualidade de serviço, como a diminuição do tempo de resposta às solicitações e o aumento do Índice de Satisfação do Cliente.

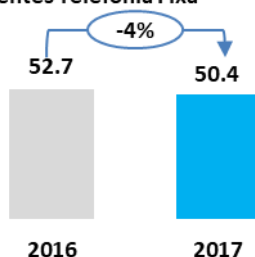
CVMM - Serviço Multimédia

Outros indicadores do negócio	2015	2016	2017	Varição 2016-2017
Rendimentos Operacionais	1,203	1,220	1,181	-3%
Investimento	199	155	280	81%
Dívidas (milhões ECV)	1,477	1,749	2,212	26%
Património (milhões ECV)	254	374	400	7%

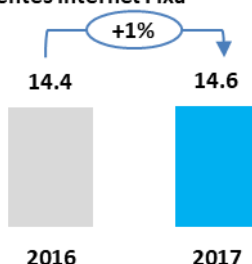
Nota: Dados de 2015 e 2016 alterados no relatório de 2017, devido à retificação de dados (102-48)

Destaques Operacionais (000)

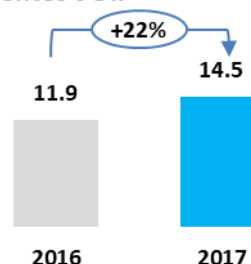
Clientes Telefonia Fixa

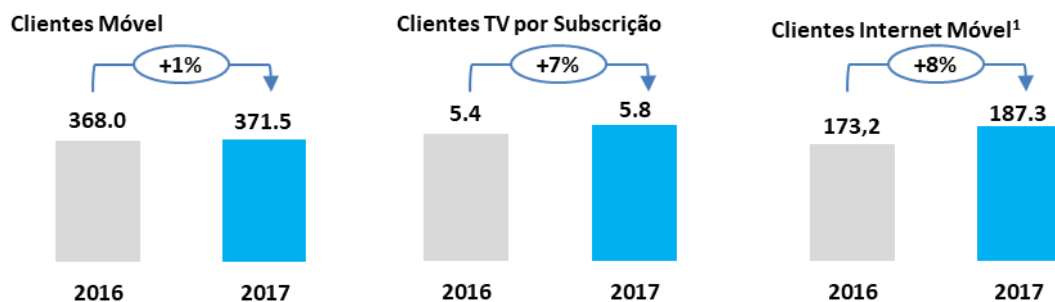


Clientes Internet Fixa

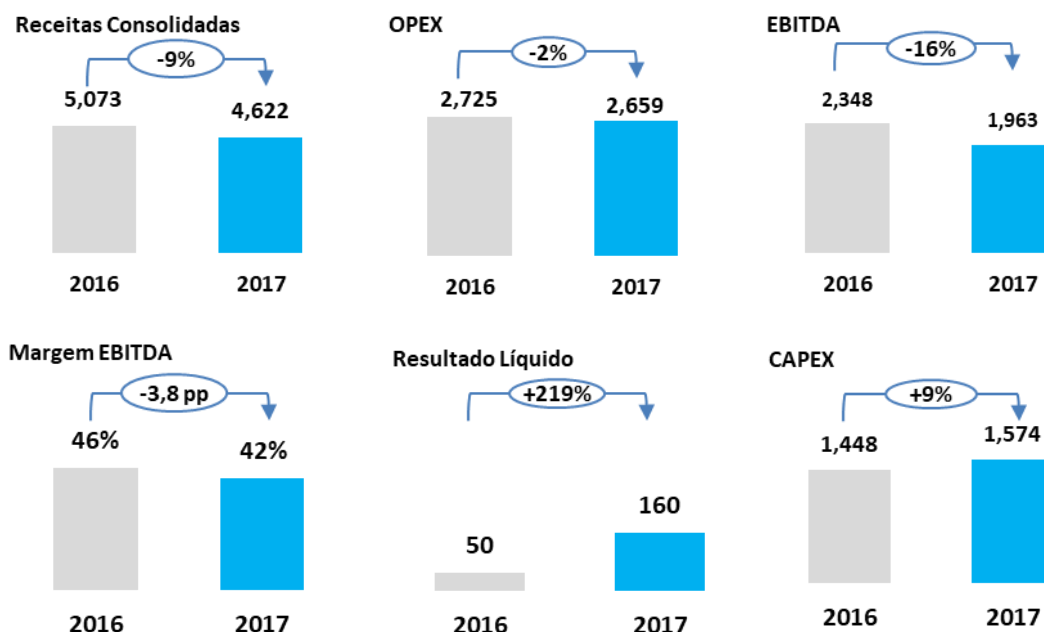


Clientes VOIP





Destaques Financeiros Consolidados (000 000 ECV)



1- Representa o número de utilizadores efetivos de internet móvel dentro do universo total dos Clientes Móvel;

2- Informação agregada numa lógica de Reporte de Controlo de Gestão

3- Resultado antes de amortizações, depreciações, perdas/ganhos de financiamento e impostos;

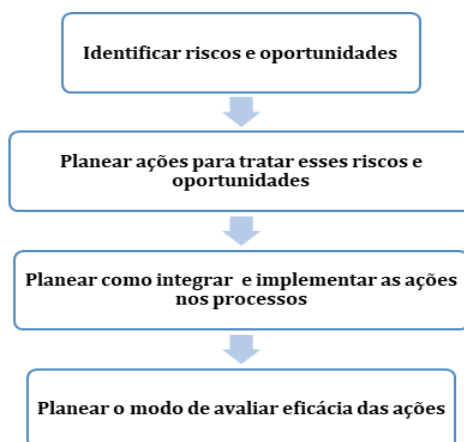
1. GESTÃO DE RISCOS

Em meados de 2017 foi oficialmente instituído na empresa um modelo de gestão dos riscos, no âmbito da transição para a nova norma ISO 9001:2015, no Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ). Foi iniciado o trabalho de levantamento de riscos, com os processos certificados no âmbito do SGQ da CVT.

Incertezas de mercado, inovações tecnológicas e aspetos regulatórios são inerentes ao negócio no setor de telecomunicações. Assim, a Gestão de Riscos deve auxiliar o processo de decisão de forma a contribuir para o desempenho sustentável dos negócios e ter maior controle sobre perdas potenciais. O processo segue as etapas de identificação, avaliação e mitigação dos fatores internos e externos capazes de comprometer os objetivos e estratégias da Empresa. (102-15)



Metodologia adoptada para o tratamento dos riscos:



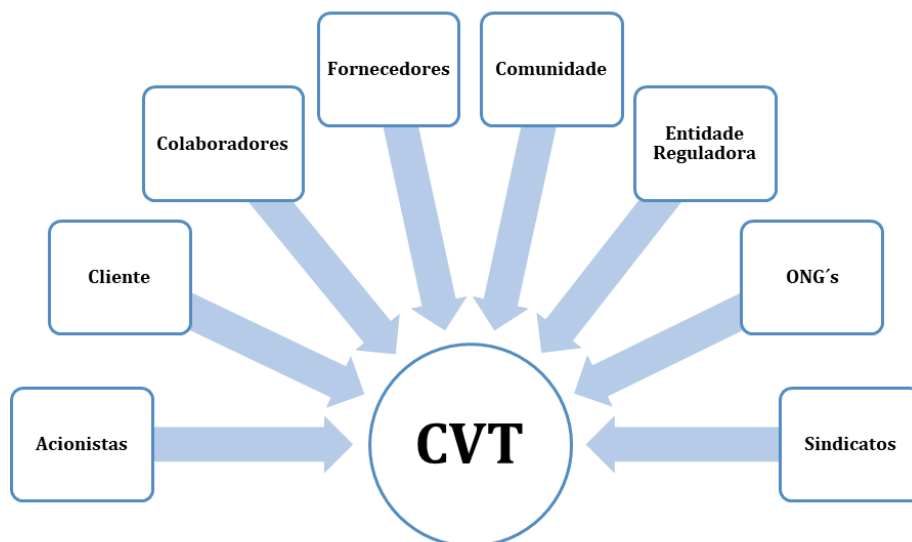
Na tabela abaixo apresentamos os principais tipos de riscos que são considerados na Empresa e o modo de proceder:

Tipos de risco	Caracterização	Observação
Risco estratégico	Usualmente denominado de ‘risco do negócio’, este é o risco associado ao cumprimento de um plano estratégico, ocorrendo em todos os tipos de organizações, públicas ou privadas.	Já é feito no momento de planeamento estratégico anual
Risco de mercado	Este risco se refere às flutuações dos mercados financeiros e de <i>commodities</i> . Os tipos mais comuns são taxas de juros, moedas, <i>commodities</i> e papéis públicos.	
Risco de crédito	Este risco é associado com a mudança de liquidez de específicas companhias, sectores industriais ou regiões. O risco de crédito surge relacionado a variados produtos e serviços em que uma parte tem uma obrigação específica com outra.	
Risco operacional	O risco operacional é um risco significativo que regista difíceis desafios para muitas organizações, porque está usualmente relacionado a processos internos inadequados ou falhas, pessoal, sistemas, ou a eventos externos.	Já foi iniciado o trabalho de levantamento dos riscos, a nível de Segurança e Saúde no Trabalho e segurança IT e Gestão Ambiental
Risco de liquidez	Este é o risco relacionado à habilidade de uma organização em obter financiamento e acesso aos mercados de capitais, bem como a capacidade de vender ou obter preços para ativos	Já é feito no momento de planeamento estratégico anual
Riscos de Conformidade (Leis e Normas)	Não conformidade com leis trabalhistas, tributárias e regulatórias, bem como a falta de boas práticas, expondo a Empresa à atuação de órgãos fiscalizadores. O risco de regulação setorial tem grande influência no setor de telecomunicações, seja pelo atendimento às regulamentações existentes ou surgimento de novas regras, expondo a Companhia a penalidades como multas, ressarcimentos de danos a terceiros e impacto na imagem.	Existe um área jurídica que faz o acompanhamento e acompanhamento para garantir o cumprimento das leis e normas, associadas ao negócio.

II. OS NOSSOS

Todos os nossos *stakeholders* estão integrados num entendimento global sustentável, visto o seu impacto na atuação, comunicação e estratégia da organização. Existe uma ampla relação de confiança refletida na visão e missão da empresa. (102-40; 102-43).

A nossa atividade abrange, praticamente, todas as áreas da sociedade, pelo que a lista dos *stakeholders* tem-se mantido igual nos últimos 3 anos:



Stakeholders engajados pela organização em 2017 (102-40)

Perseguimos o envolvimento com toda a sociedade civil e a procura constante de melhoria para responder às demandas dos nossos clientes (102-43).

➤ Confiança, diálogo e reconhecimento

Atender as necessidades dos *stakeholders* é um dos princípios básicos da empresa. O que mais as pessoas precisam hoje, para além da relação de compra e venda, é de relacionamentos positivos com uma marca.

Na relação com os seus *Stakeholders* a CVT elege três requisitos essenciais: **confiança, diálogo e reconhecimento**.

Assim, em 2017, a CVT manteve o lema "JUNTOS SOMOS A FORÇA DE CABO VERDE", fortalecendo as relações com todos os seus *Stakeholders*.



Stakeholders	Forma de Relacionamento/Canais	Principais Preocupações
Regulador de Telecomunicações em Cabo Verde, ANAC	-Telefónico, email, Reportes obrigatórios e Comunicações Voluntárias, Reuniões sempre que necessário	- Cultivar um relacionamento cordial com o Regulador - Cumprir as Instruções deliberadas - Responder em tempo útil as solicitações do Regulador - Participar nos eventos e formações proporcionados pelo Regulador
Colaboradores	-Comunicação Institucional Interna -Eventos Internos -Intranet -Formação -Avaliação de Desempenho -Inquéritos de satisfação de C. Interno	- Auditorias internas - Donos dos processos - Promoção de formações (Formação: "O Negócio" a todos os colaboradores) - Promoção de atividades de partilha de conhecimento e convívio à volta do tema "Qualidade" (sessões de socialização, atividades lúdicas, etc) - Consultorias internas - Divulgação de ações (institucionais, comerciais, Recursos Humanos, Responsabilidade Social, encontros Administração com Colaboradores entre outras iniciativas) realizadas pela Empresa - Para promoção de iniciativas da empresa, comemoração de datas importantes, divulgação de mensagens de interesse para o Grupo CVT e sessões de sensibilização - Divulgação de ações (institucionais, comerciais, Recursos Humanos, Responsabilidade Social entre outros)
Media	- Envio de 16 comunicados de imprensa - Organização de eventos de assinatura de protocolos com presença da Imprensa - 194 presenças registadas na comunicação Social - Avisos Informativos para as Rádios - Press-releases - Entrevistas PCA - Conferências de Imprensa - Resposta a necessidades de informação	- Divulgação de ações realizadas pela Empresa (Protocolos/ Notícias da Empresa/Conferência de Imprensa/Eventos etc.) - Apoio institucional da Empresa para projetos vários (sociais, culturais e educacionais) Relativas a várias iniciativas/realizações do Grupo - Intervenções técnicas na rede; Requalificação de uma loja; Alteração de horário de funcionamento por motivos de tolerância de ponto, etc.).
Fornecedores	- Visita Fornecedores - Reuniões e Contactos sempre que necessário	- Feedback/Melhoria Processos
Acionistas	- Assembleia Geral de Acionistas - Publicação do Relatório e Contas - Portal Institucional	- Apresentação do Relatório e Contas/Momento de maior Interação Acionista/CA - Contas da Empresa referentes ao ano transato - Meio de comunicação onde o acionista dispõe de informação sobre as principais realizações da Empresa.
Clientes	- <i>Contact Center</i> - Apoio ao Cliente - Coordenações Regionais, - Gabinete de Qualidade de Serviço - Inquéritos de Satisfação do Cliente	- Esclarecimento de dúvidas, apoio técnico, registo e tratamento de avarias e reclamações, campanhas de retenção de clientes, campanhas de <i>cross sell</i> e <i>up sell</i> e angariação de clientes
	-Lojas	- Informações sobre produtos e serviços, tarifários, condições gerais de prestação de serviço, qualidade de serviço, campanhas promocionais, contactos, pagamento de serviços e reclamações.
	-Sites	- Informações sobre produtos e serviços, tarifários, condições gerais de prestação de serviço, campanhas promocionais, pedidos de esclarecimentos consulta de consumo de internet, contactos, etc.
	-Campanhas	- Condições específicas de produtos e serviços, tarifários, validade da promoção.
	-Eventos promocionais	- Condições específicas de produtos e serviços, tarifários, conhecimento da marca, oferta de brindes.
	-Notícias através dos media	- Informações sobre produtos e serviços, tarifários, condições gerais de prestação de serviço, campanhas promocionais, contactos, etc.
	-Gestão de reclamações	- Reclamações de clientes.
	-Eletrónico - Mail	- Informações, Reclamações, Solicitação de Serviços, Faturas, Avarias e Dívidas. Todos os assuntos relacionados com a prestação de serviço ao cliente
	-Visitas	- Apresentação de Ofertas, Negociação da dívida
	-Correspondência	- Informação, Reclamação, Avarias, Solicitação de Serviços, Faturas, Negociação da dívida
ONG's	-Telefónico	- Informação, Solicitação de Serviços, Reclamações, Avarias
	-Reuniões/Sessões de trabalho	Todos os assuntos relacionados com a prestação de serviço ao cliente, gestão, - Apresentação de propostas de parceria; Discussão de contrapartidas; - Definição do cronograma do projeto - Encontros de take-off dos projetos; reuniões de seguimento com os parceiros dos projetos apoiados
Sindicatos	-Reuniões -E-mail	Lançamento de concursos; Comunicação dos resultados dos concursos; Comunicação de financiamento e negociação de contrapartidas; Solicitação de informações sobre projetos; marcação de reuniões

A. FORNECEDORES

Cuidamos para que o processo de compras consiga a otimização dos custos, garanta a competitividade, qualidade, segurança, responsabilidade socio-ambiental dos bens adquiridos e a melhoria contínua do relacionamento com os fornecedores.

No processo de compras referenciamos a ética comercial, a transparência e o compromisso com a sustentabilidade. Nos contratos temos introduzido progressivamente cláusulas que assegurem a observância e o cumprimento do nosso Código de Ética e dos princípios do Pacto Global, como o respeito aos direitos humanos e do trabalho, a proteção ambiental e o combate à corrupção.

Quando a empresa consegue manter uma boa relação com os fornecedores ela ganha reputação positiva no mercado, passando a ser vista como uma empresa com a qual é bom negociar. Procuramos uma relação de confiança e amizade com os fornecedores para que um, eventual, problema possa ser resolvido através de uma conversa aberta. A relação não fica sob tensão e a parceria não se desfaz na primeira dificuldade. Nesta base, a CVT zela sempre por desenvolver e fidelizar as suas boas relações com os fornecedores. (102-9)

Princípios de relacionamento com os Fornecedores, 2017



O **Código de Ética** da CVT é um instrumento fundamental no quadro dos princípios que norteiam o relacionamento e negociação com os fornecedores.

Principais categorias de fornecedores em 2017
Fornecedores de equipamentos informáticos
Fornecedores de equipamentos terminais móveis e fixos
Fornecedores de materiais publicitários
Fornecedores de equipamentos telecomunicações
Fornecedores de equipamentos de Energia
Fornecedores de uniformes
Fornecedores de consumíveis de escritório e pneus
Fornecedores de mobiliários escritório
Fornecedores de água e energia
Serviços de Segurança física e humana
Serviços de limpeza

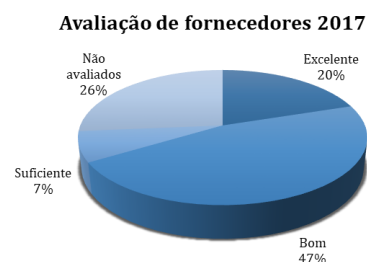
Política de Prevenção e Gestão de Conflitos de Interesse na Aquisição de Bens e Serviços.

Tem como objetivo prevenir que os colaboradores chave da CVT, no decurso das suas atividades, incorram em ações que configurem conflitos de interesse. Enumera as situações que podem ser consideradas como geradoras de conflito de interesse e divulga os procedimentos que devem ser adotados por cada colaborador para salvaguardar que os processos de compra são isentos e imparciais. A política contempla ainda duas declarações a serem preenchidas pelos colaboradores envolvidos. (102-11, 102-25)

Foram efetuadas 3 (três) visitas aos fornecedores nacionais com o objetivo de se obter *feedback* para a melhoria dos processos e do relacionamento.

Avaliação de fornecedores

Dos 81 fornecedores avaliados em 2017, 47% tiveram a classificação “Bom” e 20% de “Excelente”, apontando para uma satisfação geral de 67%. Apenas 7% tiveram classificação suficiente, recebendo o *feedback* da avaliação para efeito de melhoria. Por dificuldades de algumas áreas, da listagem de 110 fornecedores, 26% ficaram sem avaliar, o que será corrigido no futuro. (102-42)



Inquérito a fornecedores

Por imperativo dos Standards da GRI, a CVT tem interesse a que se conheça os comportamentos na nossa cadeia de valor no âmbito da sustentabilidade, daí que, em 2017, realizou o Inquérito de Sustentabilidade de Fornecedores, uma ferramenta útil para se conhecer a atuação dos nossos parceiros na matéria.

A maioria dos fornecedores que responderam ao inquérito (15) está na ilha de Santiago e distribuídos pelas seguintes atividades empresariais: comércio, comunicação e publicidade, construção civil, indústria, sistemas e tecnologias de informação e telecomunicações, sendo que o maior número de respostas (5 – 33%) foram de fornecedores de sistemas e tecnologias de informação e telecomunicações.

O questionário foi dividido em 3 Partes. De seguida apresentamos algumas conclusões:

Informações Gerais

- 71% tem “Código de Ética”, sendo que todos são do regime privado ou misto.
- Apenas 33% dispõe de um sistema de gestão implementado e certificado
- 24% afirmam que fazem entre 26% e 50% das suas compras em fornecedores nacionais.

Saúde e Segurança no Trabalho

- 82% das empresas “identificou os perigos e avaliou os riscos de saúde e segurança a que os trabalhadores estão sujeitos, estabelecendo medidas eficazes para prevenir acidentes e danos potenciais à saúde dos mesmos”
- Apenas 4 empresas afirmaram não terem identificado estes riscos e nunca implementaram e nem certificaram um sistema de gestão

Responsabilidade Social e Ambiental

- 62% das empresas que responderam ao inquérito afirmam que têm práticas que tornem as suas atividades e operações ambientalmente mais responsáveis.
- Entretanto apenas 1 entre as 21 empresas que responderam afirmam que “produz energia a partir de fontes renováveis”.

B. CLIENTES

Ao longo de 2017 a empresa manteve ativo diversos canais, conforme se indica a seguir, de relacionamento com o mercado e os clientes, visando conquistar, conhecer, auscultar e fidelizar, potenciando, assim, o crescimento, a credibilidade e a rentabilidade dos negócios.

Canais de relacionamento com os clientes

Transversais aos 3 Negócios

Periodicidade diária

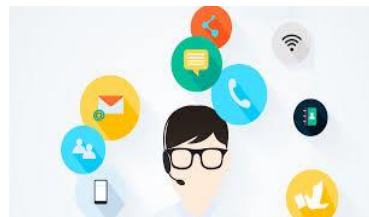
Balcões de atendimento (27 lojas e 3 quiosques)
Call Center / Linha apoio ao cliente: linhas por negócio

Permanente

Área de cliente nos sites das empresas
Gestores Comerciais
Caixa de sugestões nas lojas
Sites das empresas

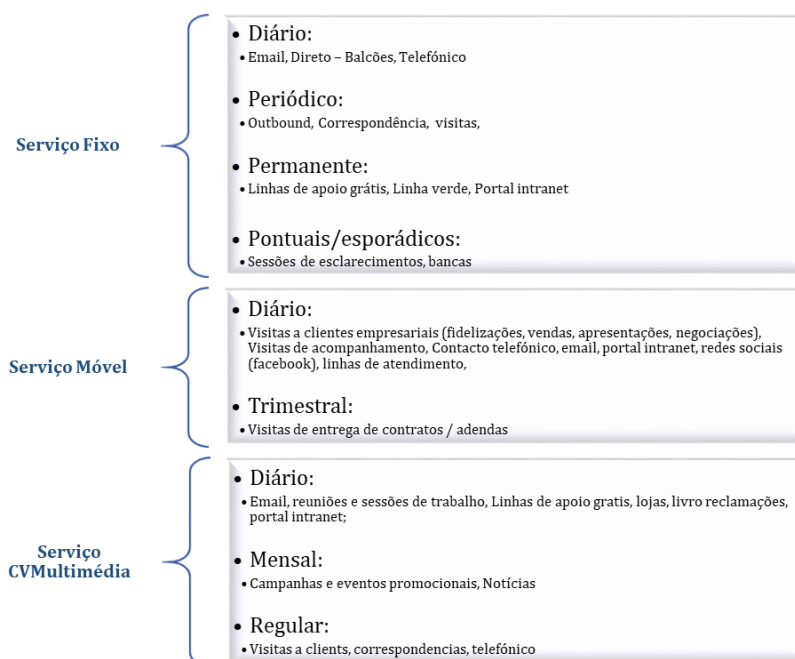
Uma vez por ano

Inquérito de Satisfação
Inquérito Stakeholder



Os canais e mecanismos de relacionamento com o mercado e os clientes, tal como em 2016, mostraram-se pertinentes e adequados face aos objetivos preconizados, acrescentando-se, todavia, a ativação de uma nova loja em Cova Figueira, ilha do Fogo, e 2 Quiosques em Santiago (Órgãos e Tarrafal).

Canais de relacionamento com os clientes em 2017, por serviço específico



Todos os canais de contacto com os clientes têm responsáveis pela análise das informações, sugestões, aconselhamentos, dúvidas e reclamações, visando o seguimento e satisfação das necessidades manifestadas. (102-44).

C. SOCIEDADE CIVIL

A estratégia de desenvolvimento da CVT, para além de contemplar a sua atividade *core*, inclui preocupações de ordem social, ou seja, considera que o sucesso das suas atividades no setor das comunicações deve estar associado à promoção do bem comum da sociedade e do desenvolvimento dos diferentes setores sociais.



D. CONSULTA A STAKEHOLDERS

Em 2017 auscultou-se os *stakeholders* com o objetivo de aferir, através de inquérito, o nível de ***“importância que atribuem a cada um dos temas apresentados para que a CVT possa ser considerada uma empresa responsável com os seus clientes, com a sociedade cabo-verdiana, com o ambiente, para que possa ser uma empresa sustentável”***. (102-21)

O Inquérito foi dividido em seis (6) partes e a maioria dos temas tratados foram considerados relevantes (importantes e muito importantes).

- Parte I: Responsabilidade para com a Sociedade Caboverdeana (93%).

Temas considerados de maior importância: “Investimento financeiro da CVT no desenvolvimento e melhoria da rede de telecomunicação” (73%), seguido da “Contribuição da CVT para a economia nacional, através do pagamento de impostos e criação de emprego e da compra de bens e serviços (64%). A “Disponibilização de serviços e equipamentos mais baratos para segmentos de clientes com rendimentos baixos” também tem sido destaque nos inquéritos. Para dar resposta a esta preocupação, a CVT tem disponibilizado equipamentos cada vez mais económicos e ofertas de pacotes/tarifários (voz, dados e sms) a baixo custo, salvaguardando a qualidade. Como exemplos, citamos o tarifário “D’kel bom”, “ZAP Yes”, “aparelhos Alcatel Pixi”.



- Parte II: Consumo Eficiente e Impacto sobre a Natureza (92%)



Temas em maior destaque: “O investimento e adoção de comportamentos que permitem a redução de emissões de CO₂, que contribuem para o agravamento das alterações climáticas” (com 60%), o “Desenvolvimento da atividade sem afetar áreas naturais protegidas e investimento na proteção das espécies, flora e fauna” (57%) e “Gestão adequada de resíduos gerados pela operação da CVT, procurando a sua reciclagem ou reutilização” (55%).

- Parte III: Operação Sustentável (77%)

Temas mais evidenciados, “CVT deve preocupar-se com a Seleção de fornecedores com boas práticas ambientais e aquisição, venda e promoção de equipamentos ecológicos e com menor impacto no ambiente”.

OBS: A este propósito, em 2017 a CVT instalou 25 novos sites, dos quais **9 foram em shelters**, estrutura que dispensa gastos de energia em refrigeração.



- Parte IV: Talento CVT (93%)



Nesta parte *foi* indicado que a maior preocupação da empresa deve ser direcionada à: “Implementação de sistemas de saúde e segurança no trabalho, que garantam a prevenção de acidentes de trabalho e a máxima segurança e saúde dos colaboradores na realização das suas tarefas profissionais” (79%); “Gestão adequada das competências dos colaboradores, promovendo o seu desenvolvimento profissional das diferentes etapas da sua carreira” (67%). Em 2017, continuou o processo de transformação na CVT, que contempla as preocupações relacionadas com o desenvolvimento profissional dos colaboradores.

- Parte V: Direitos Humanos (89%)

“Desenvolvimento da atividade não recorrendo ao trabalho infantil, nem internamente nem na sua cadeia de fornecedores” foi apontado como uma questão muito importante a ser considerada pela CVT (62%). Esta tem sido uma preocupação da CVT, que anualmente firma parcerias com o ICCA nos projetos de luta contra o trabalho infantil. “Desenvolvimento da atividade sem discriminar internamente os seus colaboradores” aparece em segundo com 58%. A CVT tem mecanismo próprio para denúncias para todo tipo de situações que ponham em causa os direitos humanos e do trabalhador. Ao longo dos anos não se tem registado nenhuma ocorrência.



- Parte VI: Responsabilidade pelos Produtos e Clientes (94%)



“A garantia da privacidade dos dados e informação do cliente” e a “Comunicação clara das tarifas com os clientes”, foram indicadas como muito importantes (81%). Também deram destaque as iniciativas implementadas para garantir a “Satisfação contínua dos clientes” (79%). Neste sentido, a CVT adequou a sua metodologia e frequência de auscultação do mercado, passando a ser trimestral, ao invés de anual/bianual como em 2016. Assim, a satisfação é medida em períodos mais curtos, permitindo ter o feedback dos clientes e tomar medidas mais eficientes.



III. CABO VERDE MELHOR

a. IMPACTOS ECONÓMICOS

O setor de atividade no qual operamos é vital para o desenvolvimento económico das sociedades. Procuramos contribuir para o desenvolvimento sustentado da sociedade cabo-verdiana, através da forma como conduzimos os nossos negócios, para que mais pessoas possam estar on-line, investindo na capacidade dos jovens de aproveitar ao máximo essa conectividade, construir uma cultura de alfabetização tecnológica para a próxima geração, abrindo assim a porta para oportunidades de mudança de vida.

i. Impactes da atividade da empresa no sector e no País (102-15; 203-2)

CONTRIBUIÇÃO CVT PARA O ACESSO ÀS TIC	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Taxa penetração serviço fixo	10.7%	10.01%	12.10%	21%
Taxa penetração internet serviço fixo	3,0%	2.76%	3.76%	36%
Taxa penetração mobile internet	29,8%	61.50%	64.70%	5%
Cobertura populacional 2G	98.8%	99.20%	99.34%	0%
Cobertura populacional 3G	86.8%	89.61%	91.07%	2%
Cobertura geográfica 2G	75.1%	77.92%	79.24%	2%
Cobertura geográfica 3G	24.8%	29.38%	35.05%	19%

Informações Regulador

TELECOMUNICAÇÕES EM CABO VERDE	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Receitas geradas pelo Sector a nível nacional (milhões ECV)	10,4	9,5	8,2	-14%
Número de trabalhadores do Sector:	1500	1488	2254	51%
Investimentos no Sector (milhões ECV)	2,9	2	2,2	8%
Taxa penetração serviço móvel	123%	119%	119%	0%
Taxa penetração serviço fixo	11%	12%	12%	0%
Taxa penetração serviço internet	62%	70%	74%	5%
Receitas consolidadas pelo Grupo CVT/PIB Cabo Verde	3,9	3,1	2,7	-13%
Empreg. Grupo CVT / Empreg. nacional	0,3	0,3	0,3	0%
Empreg. Grupo CVT / Empreg. Sector	40%	41.7%	26.4	-36.5%
Receitas operacionais consolidadas do Grupo CVT/Receitas operacionais do setor no país	59,9	51,0	55.8	9.4%
Investimento consolidado do Grupo CVT / Investimento do setor no país	52,8	71,0	71.4	0.7%
Receitas consolidadas pelo Grupo CVT / PIB Cabo Verde	3,9	3,1	2,6	-13,7%

Nota: Dados de 2015 e 2016: Nº de trabalhadores do sector alterados no relatório de 2017, devido à retificação de dados pelo INE (102-48)

Ambiente

Indicadores	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Emissões de Carbono (tCO2) *	6,076	5,943	6,285	6%
Consumo de energia (GJ) *	40,634	38,770	30,382	-22%
Energia consumida obtida a partir de fontes renováveis	284	281	254	-10%
Consumo de água (m3)	7,333	7,963	6,942	-13%
Investimento em projetos ambientais na comunidade (milhões ECV)	0.65	0.4	2.8	600%

Fornecedores

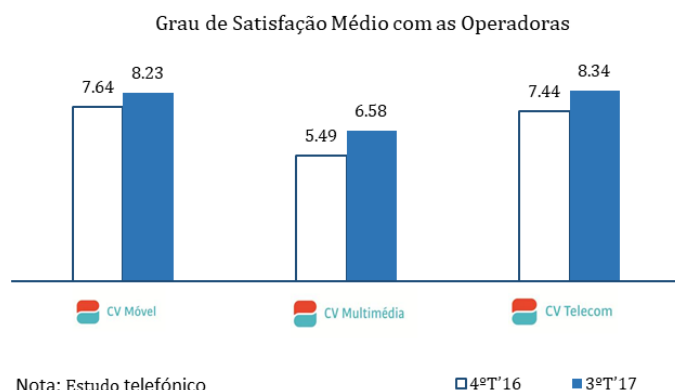
Indicadores	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Distribuição de riqueza por forn. (milhões ECV)	3,285	3,339	3,458	4%
Distribuição de riqueza por forn. nacionais (milhões ECV)	1,480	1,219	1,034	-15%
% Fornecedores com nível de alinhamento "Bom"	61%	51%	67%	31%

Sociedade

Indicadores	2015	2016	2017	Variação 2016-2017
Pagamento ao Estado - impostos brutos (milhões ECV)	416	246	352	43%
Investimento Corporativo na Comunidade (milhões ECV)	18	9	32	257%
Voluntários	30	29	29	0%

ii. Satisfação do Cliente

Com o objetivo de conhecer a percepção do Cliente sobre o grau de satisfação das suas necessidades e expectativas relativamente aos produtos e serviços oferecidos, realizamos anualmente, através de uma entidade externa, um ou mais estudos.



Assim, em 2017 foram realizados 2 estudos, versando os vetores Avaliação, Posicionamento e Imagem. O Grupo CVT tem estabelecido como meta atingir o nível 8 de satisfação dos clientes, numa escala de 0 a 10, tendo registado uma evolução positiva espelhada nos resultados abaixo apresentados.

Os resultados são partilhados com os colaboradores e são analisados, particularmente, os itens avaliados menos positivamente pelos clientes, na ótica de melhoria contínua da qualidade dos produtos e serviços e da satisfação das necessidades e expectativas dos mesmos.

Os principais indicadores da Qualidade de Serviço têm tido melhorias.

Registamos uma maior eficiência no cumprimento dos prazos de instalação e resolução de avarias (voz fixa, ADSL, IPTV e VOIP), resultado, principalmente, de melhor performance das equipas operacionais. O tratamento das reclamações foi, também, mais eficiente, ultrapassando as metas estipuladas, salvo o mês de Agosto, consequência do lançamento do tarifário D'Kel Bom, seguida da sua suspensão, por motivos regulatórios, o que gerou um maior volume de reclamações por parte dos clientes. A percentagem de chamadas atendidas pelo *Contact Center* também vem crescendo, tendo atingido 91.7% em 2017, ultrapassando a meta 85% estabelecida. Isto advém do investimento que a empresa vem fazendo no sentido de disponibilizar aos clientes ferramentas que permitam realizar cada vez mais operações autonomamente.

iii. Sistema da Qualidade (SGQ)

O Sistema de Gestão da Qualidade experimentou uma grande dinâmica, conforme a figura abaixo, destacando-se os prémios conquistados, a auditoria feita pela APCER (entidade certificadora), que precedeu a transição para a nova norma ISO 9001:2015, a formação "O Negócio", com uma taxa de abrangência dos colaboradores do Grupo CVT e de satisfação de 91% e 75%, respetivamente, e a caminhada "Outubro Rosa" (um movimento mundial que visa estimular a luta contra o câncer de mama e seu diagnóstico).



Prêmios da Qualidade 2017

- **A CVT conquistou o Prémio Nacional da Qualidade (PNQ) 2017**, na categoria de "Grande Empresa", Nível "Diamante".

Trata-se de um importante reconhecimento para a CVT, fruto da dedicação e competência de todos os que desde 2003 vêm contribuindo para a afirmação da Qualidade na empresa.

Com o prémio a CVT ficou, automaticamente, apta para concorrer ao Prémio Excelência da CEDEAO, juntamente com representantes de mais 15 Países.

- **A CVT vence a 1ª Edição do Prémio da Qualidade da CEDEAO**

A CVT arrecadou o prémio da Qualidade da CEDEAO (Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental) na categoria "Special Award – Stakeholders Orientation. O Prémio da Qualidade da CEDEAO é uma componente importante da Política da Qualidade da CEDEAO instituída em 2013 e inscreve-se no quadro dos múltiplos esforços da Comissão para promover a "cultura da qualidade" em toda a África Ocidental, tendo em vista a imperiosa necessidade da melhoria da competitividade e a inserção dinâmica no mercado global.



iv. Inovação 2017

➤ Desenvolvimento de infraestruturas de rede

Em 2017 a empresa realizou importantes investimentos nas infraestruturas das redes móvel e fixa, visando a transformação digital e convergência tecnológica, ambos requisitos da indústria 4.0. Dos projetos realizados destacam-se:

Aposta no 4G:

Em 2017 já estávamos preparados para as novas demandas da IV revolução industrial, do 4G, do crescimento no consumo de dados fixo e móvel, da governação digital, cidade segura, etc. A modernização das redes visa as necessidades dos próximos 5 anos, caracterizada por alta fiabilidade, elevada taxa de transferência, modularidade, escalabilidade e resiliência, para satisfazer a demanda de tráfego IP.

Fibra ótica / Safe City

Em 2017 a CVMultimédia investiu fortemente na capilaridade Fibra na Cidade da Praia, tanto para responder as necessidades do projeto **Safe City** como às necessidades de negócio FTTH e empresariais. No último trimestre foram lançados só na cidade da Praia, 40 Km de cabos FO estando previsto um total de 57 Km. O projeto tem continuidade nas principais cidades, Mindelo, Espargos, Santa Maria, Sal Rei onde continuaremos a investir na capilaridade e fibra com maior prioridade.

Modernização da rede de acesso 2G/3G

A rede de acesso 2G/3G em todo país está praticamente modernizada com equipamentos SingleRAN (2G/3G/4G suportados num mesmo equipamento) da Huawei, com transmissão sobre FO e All IP. Concluímos o ano com 203 estações a nível nacional. Em termos de cobertura populacional, a rede 2G regista uma taxa de 99,34% e a 3G de 91,1%. A rede 3G oferece o serviço de dados HSPA com *Downstream* até 14Mbps e *Upstream* até 5Mbps, já na rede 2G o serviço de dados, é suportado por GPRS/EDGE, em toda a extensão coberta.

CVTelecom Parceira Estratégica e Tecnológica do Projeto "Cidade Segura"

No quadro do seu posicionamento face ao desenvolvimento de Cabo Verde, a CVTelecom rubricou a 10 de Julho de 2017 um acordo de parceria com o Governo de Cabo Verde (Ministérios das Finanças e da Administração Interna) para a realização de um projeto designado "**Cidade Segura**", tendo como parceiro tecnológico a Huawei, que visa contribuir para a proteção e segurança das cidades da Praia, Sal Rei, Espargos, Santa Maria e toda a Ilha de S. Vicente, e das pessoas que vivem e/ou transitam por elas.



➤ CVMóvel promove 2ª edição do concurso de ideias empreendedoras e inovadoras

O concurso Inovação visa, por um lado, reconhecer e premiar empresários e universitários entre os 18 e os 40 anos, apoiando-os na concretização das suas ideias, através de incubação e de facilitação de acesso a capitais e fundos de financiamento durante o desenvolvimento dos seus negócios e, por outro, estimular a inovação e a competitividade, introduzindo um novo paradigma na procura de outros modelos de empreendedorismo.

O projeto vencedor recebeu um prémio no valor de 500.000ECV. Os classificados em 2º e 3º lugar foram igualmente premiados com 160.000 ECV e 100.000 ECV, respetivamente. Os premiados têm ainda direito a incubação na Rede Nacional de Incubadoras e assessoria técnica na implementação do Plano de Negócio.

O Concurso Inovação inscreve-se no Plano de Contributos da CVMóvel para o Desenvolvimento da Sociedade de Informação (CSI) e conta com a parceria da Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação (ADEI) e do Ministério da Educação, assim como o apoio especial da Caixa Económica de Cabo Verde e do NOSI – Núcleo Operacional da Sociedade de informação que integraram a equipa do júri.



➤ Encontro sobre “Telessaúde e Indicadores de TIC’s em Saúde” com apoio da CVT

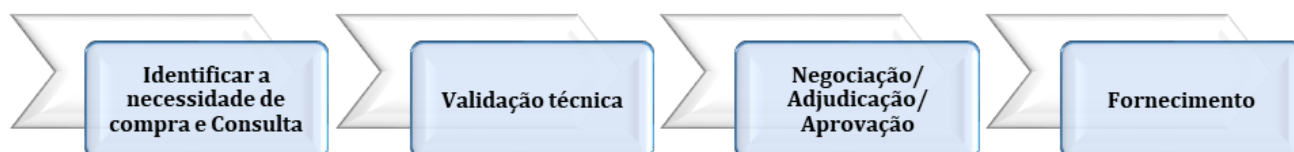
O Grupo CVT, enquanto parceiro do Serviço de Telemedicina/Ministério da Saúde e Segurança Social, apoiou a realização do encontro de “Telessaúde e Indicadores de TIC’s em Saúde” que decorreu na cidade da Praia de 13 a 15 de setembro, com o objetivo de discutir o estado da arte e o futuro do *e-health* (prática de cuidados de saúde utilizando a Internet) nos países de língua portuguesa.

Participaram neste encontro especialistas em saúde provenientes de cada um dos países membros da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP), a saber, Angola, Brasil, Guiné Bissau, Moçambique, Portugal, S. Tomé e Príncipe, Guiné Equatorial e Timor, que teve transmissão online assegurada pela CVMultimédia, através da rede de Fibra Ótica.

v. Compras

Em 2017o processo de compras conheceu melhorias conseguidas através de uma melhor sistematização, envolvimento dinâmico das áreas e operacionalização de SLA’s. (204-1)

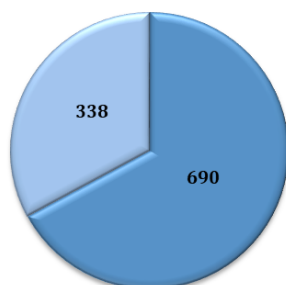
Processo de compras



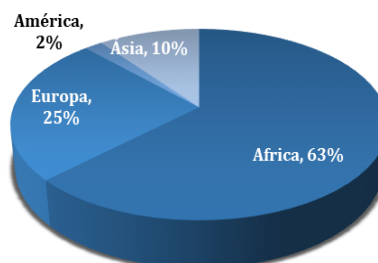
De realçar a entrada de 7 novos fornecedores, sendo 3 nacionais e 4 internacionais (2 de Portugal e 2 de Inglaterra).

Fornecedores da CVT 2017

■ N.º fornecedores nacionais ■ N.º fornecedores internacionais



Fornecedores por região em 2017



Evolução do nº de fornecedores



Relativamente ao volume de aquisições registamos um aumento de 44% nas compras nacionais e diminuição de 15 % nas compras internacionais. As variações são decorrentes das necessidades e estratégias do negócio. (204-1)

Investimento com fornecedores internacionais e nacionais

CVTelecom - Valor das compras (milhões de CVE)	2015	2016	2017	Variação 2016/2017
Fornecedores internacionais	290	445	574	29%
Fornecedores nacionais	652	477	658	38%
Compras totais	943	923	1,233	34%
CVM - Valor das compras (milhões de CVE)	2015	2016	2017	
Fornecedores internacionais	1,277	1,462	2,147	47%
Fornecedores nacionais	796	701	311	-56%
Compras totais	2,074	2,164	1,836	-15%
CVMM - Valor das compras (milhões de CVE)	2015	2016	2017	
Fornecedores internacionais	235	211	324	54%
Fornecedores nacionais	31	40	63	59%
Compras totais	266	251	388	54%
Valor TOTAL das compras (milhões de CVE)	2015	2016	2017	
Fornecedores internacionais	1,804	2,119	3,046	44%
Fornecedores nacionais	1,480	1,219	1,033	-15%
VALOR TOTAL DE COMPRAS DA CVT	3,285	3,338	3,457	4%

Por razões operacionais não foi possível realizar o Fórum de Fornecedores, que vinha sendo realizado anualmente.

b. IMPACTOS AMBIENTAIS

Estamos comprometidos com a gestão dos nossos próprios impactos ambientais e em estabelecer parcerias que reforcem os esforços globais de proteger o meio ambiente, através da nossa tecnologia e influência. (103-1)

i. Compromisso e Operação

A responsabilidade ambiental de uma empresa deve abranger seus clientes, fornecedores e colaboradores. Para que uma empresa consiga atuar de maneira ambientalmente responsável o lado ético deve estar referenciado nos seus processos e as suas ações e práticas devem respeitar o meio ambiente, de forma que o mercado onde atue seja otimizado por meio de ações ambientais e sociais conscientes e positivas.

Principais impactos da atividade da CVT no processo de negócio



Devido à natureza da atividade da CVT, os impactos no ambiente são estimados como reduzidos, embora não tenham sido elaborados, por nós, estudos/medições específicos. Em 2017 não foram instalados novos *sites* e nem abrigos em zonas protegidas e não foram alterados os procedimentos de operação na empresa, o que poderia, de alguma forma, aumentar os impactos ambientais. (102-29; 304-1; 304-2)

Descrição do Impacto	Nível do Impacto
Depleção de recursos por consumo de energia de origem fóssil	IMPACTO REDUZIDO
Alterações climáticas decorrentes das emissões atmosféricas de GEE	
Impactos indiretos do consumo de recursos naturais (papel e água)	
Produção de resíduos	
Emissão de ruído	
Impacto na paisagem	
Emissões CEM	
Impacto sobre consumo água	
Impacto paisagístico dos equipamentos	
Impacto sobre áreas protegidas	
Ocupação do solo e impacto na biodiversidade	
Impacto sobre espécies em via de extinção	
Impacto ambiental decorrente do transporte dos equipamentos	
Poluição atmosférica	
Deposição de resíduos em aterro	
Impacto na saúde - Doenças profissionais dos colaboradores CVT	

Por outro lado, na ótica de melhoria e redução do impacto ambiental das atividades da empresa foram implementadas uma série de medidas, como a substituição de equipamentos, maximização de estruturas tecnológicas, substituição de lâmpadas fluorescentes por lâmpadas de baixo consumo, entre outras, conforme tabela abaixo.

MEDIDAS DE REDUÇÃO DO IMPACTO AMBIENTAL IMPLEMENTADAS EM 2017
Desativação da Central Elétrica do Monte Verde, com uma redução de 477.133 Gj de energia. A maior parte de energia produzida na central elétrica era distribuída para terceiros.
Substituição de aparelhos de ar condicionados convencional (10 un.) por ar condicionado de tecnologia inverter de classe energética A++, com redução de 10.368 Gj
Swap de equipamentos BTS de NOKIA 3G e Siemens 2G para Huawei, na ilha de São Nicolau e Santo Antão, todos para modelos SingleRAN (ou seja 2G e 3G suportado no mesmo equipamento)
Swap de equipamentos BTS Siemens 2G para Huawei, Zona de São Felipe Fogo, todos para modelos SingleRAN (ou seja 2G e 3G suportado no mesmo equipamento)
Integração da transmissão da rede 2G sobre IP juntamente com o tráfego 3G, permitiu desligar modems SHDSL e Optimuxs
Power off no BSC e Transcoder Siemens Praia que suportavam os sites 2G da zona Sotavento
Aplicação de funcionalidades para melhorar eficiência energética rede 2G (TRX SHUTDOWN)e na rede 3G (CELLDYN SHUTDOWN) durante madrugada
Desativação da plataforma Myrio, permitiu desligar 8 servidores físicos com redução do consumo de energia, e espaço nos bastidores com redução de consumo de energia
Virtualização do serviço de email que antes estava alojado em dois servidores físicos que era permitir desligar este servidores, ira permitir reduzir o consumo de energia
Substituição de 42 lâmpadas fluorescentes normais pelas lâmpadas de baixo consumo de tecnologia Led em algumas lojas da CVTelecom.

ii. Gestão Operacional Sustentável

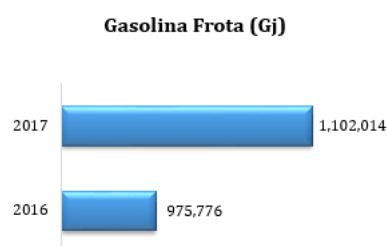
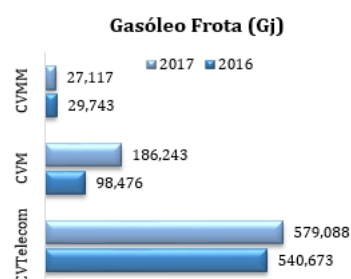
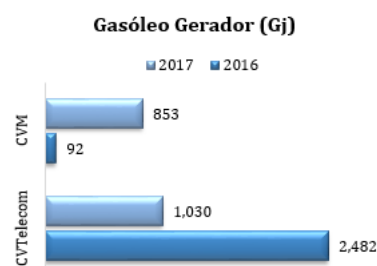
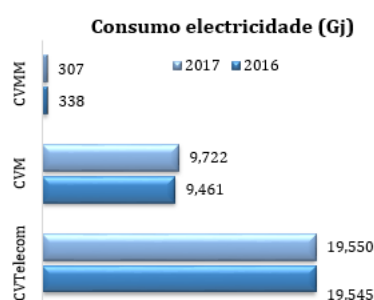
Através da sua Política e Sistema de Gestão Ambiental a empresa tem procurado promover a redução do consumo de eletricidade, de combustíveis, de água e de restantes consumíveis e matérias-primas. Esta atitude tem sido tomada relativamente às infraestruturas, edifícios, operações e dia-dia dos seus colaboradores e na cadeia de relacionamentos (clientes e fornecedores), quer através de informação, formação e sensibilização, quer através da disponibilização de condições e de produtos que sejam eficientes. (305-1, 305-2, 305-3)

➤ Energia

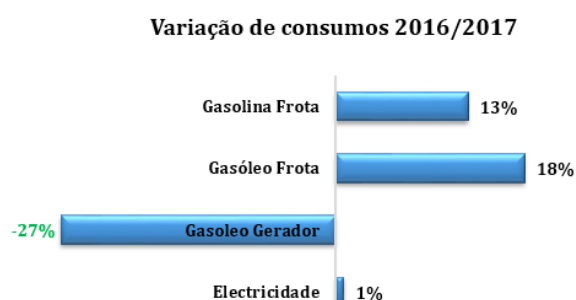
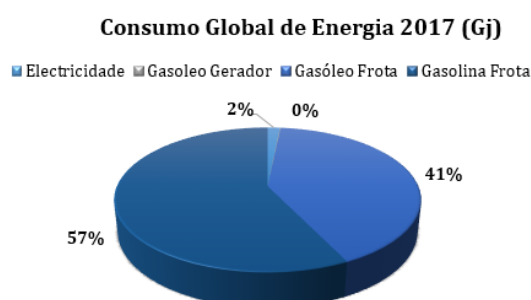
O consumo de eletricidade em 2017 teve pouca oscilação relativamente a 2016. (302-1)

Devido à instalação de 25 novos *sites*, fora de zonas protegidas, conforme já se disse, o consumo de eletricidade na CVM registou um ligeiro aumento, ao contrário do consumo de combustível que subiu substancialmente, passando de 2,2 para 20,7 toneladas).

O consumo de combustível da frota teve um aumento geral nas 3 empresas do Grupo, justificado pelo aumento de número de saídas no terreno, uma vez que o parque de viaturas praticamente, não se alterou.



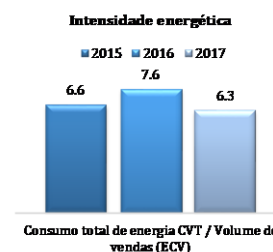
Nota: Dados de 2016 alterados no relatório de 2017 referente ao consumo de eletricidade da CVTelecom, devido à retificação num cálculo anterior (102-48)



➤ Intensidade energética

O índice de intensidade energética (IIE) evidencia o grau de eficiência da utilização energética em relação à riqueza da organização (Consumo total de energia CVT / Volume de vendas (ECV)). Assim, quanto menor o uso de energia por unidades monetárias, maior a eficiência da economia da organização.

Assim, o consumo de energia por receitas operacionais foi de 6.3 em 2017, apontando para uma diminuição de 17% em relação a 2016, uma vez que o consumo de energia, praticamente, não se alterou e o volume de vendas teve uma diminuição de cerca de 4 %, fazendo com que o indicador da intensidade energética diminuísse. (302-3)



➤ Consumo de energia fora da organização

O relato deste indicador tem sido apresentado pela empresa de uma forma processual, que se vai afinando ao longo de cada experiência. Há uma preocupação da empresa em envolver-se, gradualmente, com o tema. (302-2).

Equipamentos

Consumos segmentados kwh dia- CVTelecom	2015	2016	2017	Variação
N.º equipamentos sem fios vendidos	566	427	365	-15%
N.º equipamentos sem fios vendidos anteriormente e ativos	8,366	8.793	7,869	-11%
Total	8,932	9.220	8,234	-11%
Consumo médio por hora equipamentos que têm maior quota no mercado (Kwh)	0,00225	0,00225	0,00225	0%
Consumo equipamentos	Kwh	Kwh	Kwh	%
Média de consumo diário - 24 horas (Kwh)	482	474	445	-6%
Media consumo anual (Kwh)	176,050	173.310	162,292	-6%
Consumos segmentados kwh dia - CVMóvel	2015	2016	2017	Variação
N.º cartões ativos	295,272	280,813	372,040	32%
Consumo médio por hora equipamentos que têm maior quota no mercado (Kwh)	0,00555	0,00555	0,00555	0%
Consumo equipamentos	Kwh	Kwh	Kwh	%
Média de consumo diário - 2 horas (Kwh)	3,278	3,117	4,130	32%
Média consumo anual (Kwh)	1,196,295	1,137,714	1,507,320	32%
Consumos segmentados kwh dia - CVMultimédia	2015	2016	2017	Variação
N.º de boxes ativas	6,844	6,131	6507	6%
N.º de routers ativos	19,835	15,057	16,825	12%
N.º telefones ativos	10,300	5,785	14,715	154%
Consumo médio por hora boxes que têm maior quota no mercado (Kwh)	0,013	0,009	0,009	0%
Consumo médio por hora routers que têm maior quota no mercado (Kwh)	0,005	0,005	0,005	0%
Consumo médio por hora dos telefones que têm maior quota no mercado (Kwh)	0,001	0,001	0,001	0%
Consumo equipamentos	Kwh	Kwh	Kwh	%
Consumo médio por hora das boxes que têm maior quota no mercado - 10 horas	890	552	586	6%
Consumo médio por hora dos routers que têm maior quota no mercado - 10 horas	992	753	841	12%
Consumo médio por hora dos telefones que têm maior quota no mercado - 10 horas	103	58	147	154%
Total	1,984	1,362	1,574	15%

Nota: Dados de 2016 alterados no relatório de 2017 referente ao consumo dos equipamentos, devido à retificação de um cálculo anterior (102-48).

Estima-se que o consumo de energia fora da organização aumentou 15% em relação a 2016, resultado de diversos movimentos com impacto no indicador (crescimento do número de cartões ativos no móvel e de adesão aos pacotes da CVMultimédia) ou na redução do consumo (diminuição do parque de telefones fixo).

➤ Deslocações

No que se refere às deslocações experimentamos dificuldades no registo das terrestres, mas as aéreas, nacionais e internacionais, e marítimas foram identificadas e quantificadas, permitindo estimar o consumo de energia fora da organização.

**Viagens aéreas Internacionais**

- 47 viagens
- 468.428,22 km
- 54.2 Emissões CO₂ produzidos

**Viagens aéreas Nacionais**

- 378 viagens
- 97.946 km
- 11.3 Emissões CO₂ produzidos

**Viagens Marítimas**

- 65 viagens
- 7.050 km
- 0.82 Emissões CO₂ produzidos

➤ Emissões

As emissões de âmbito 1 e 2 registaram um aumento global de 6% face a 2016, devido a maior consumo de gasóleo e gasolina da frota. Quanto às emissões de âmbito 3, emissões indiretas GEE, fora da organização, tivemos um aumento de 17%, provocado principalmente pelo aumento do número de deslocações dos colaboradores da CVT (mais 68% que em 2016). (305-1, 305-2)

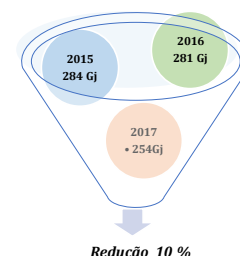
KPI - EMISSÕES DE CARBONO (TON CO ₂ E)	2015	2016	2017	Evolução 2016/2017
EMISSÕES TOTAIS (1+2)	6,076	5,943	6.295	6%
Emissões de âmbito 1: emissões diretas GEE	835	693	1003	45%
Frota - Consumo de gasóleo	529	419	587	40%
Frota - Consumo de gasolina frota	73	81	76.4	-6%
Rede - Consumo de gasóleo	233	193	340	77%
Emissões de âmbito 2: emissões indiretas GEE	5,241	5,250	5,292	1%
Eletricidade	5,241	5,250	5,292	1%
Emissões de âmbito 3: emissões indiretas GEE (Fora da Organização)	1,045	511	599	17%
Emissões associadas ao consumo de equipamentos dos clientes da CVT	967	472	533	13%
Viagens de avião dos colaboradores da CVT	78	39	65.5	68%

Nota: Dados de 2016 alterados no relatório de 2017 referente ao consumo dos equipamentos da CVT, devido à retificação de um cálculo anterior (102-48).

➤ Produção de energia renovável

Houve uma diminuição de energia renovável e tal se deveu, em grande parte, às condições ambientais, nomeadamente, as baixas temperaturas, não muito habituais, registadas em 2017, e a bruma seca que impacta o rendimento dos painéis.

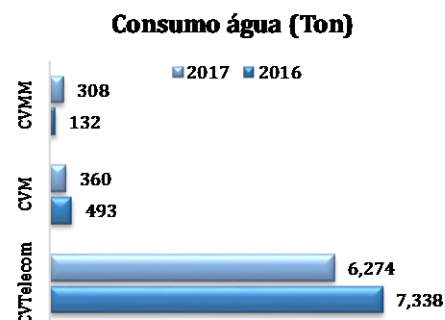
Produção de Energia Renovável (Gj)				
	2015	2016	2017	Evolução 2016/2017
Praia	152	114	112	-1%
Mindelo	132	90	95	5%
Lomba de Igreja		38	18	-53%
Tarrafal Monte Trigo		38	18	-53%
Planaltos (Norte e Leste)			11	100%
Total (Gj)	284	281	254	-10%



➤ Água

Começou a operar na ilha de Santiago, a maior do País, um novo prestador de serviço público (ADS) de abastecimento de água. O consumo de água no global do Grupo CVT diminuiu 13%, refletindo, em certa medida, as campanhas de sensibilização para um consumo racional e responsável. A fonte de água é a rede pública (303-1).

Em relação ao reaproveitamento de água, em 2017 foram reutilizadas cerca de 40 toneladas de água originária da lavagem de viaturas, para rega de plantas. (303-3)



➤ Matérias-primas

O consumo geral de matérias-primas teve uma redução de **43 %** face a 2016, tendo-se verificado aumento nalguns itens, como mobiliário, inerente ao programa de reestruturação em curso no Grupo CVT, e reduções noutros, como tinteiros e papel, fruto de medidas adotadas para racionalizar o consumo.

Consumo de Materiais (Kgs), geral CVT	2015	2016	2017	Variação 2016/2017
Plástico e papel (Cartões Telefácil, garrafas pet, copos descartáveis e canetas, fita embalagem, isoladora, etc)	10,518	9,010	4,735	-47%
Pneus	6,510	1,590	1,684	6%
Tonners	866	1,473	2,005	36%
Tinteiros	16	56	34	-40%
Papel/Cartão (pastas arquivo, papel A4, papel higiénico)	16,057	9,776	7,838	-20%
Baterias de viaturas	495	9,970	6,648	-33%
Pilhas	12	80	63	-21%
Equipamentos elétricos (energia)	98,000	10,381	1,544	-85%
Mobiliário	0	370	1725	366%
Kits	4	14	0	-100%
Tambores	164	320	31	-90%
Total	132,641	43,040	24,583	-43%

➤ Resíduos

Diminuímos os resíduos produzidos na CVT, embora alguns, como cabos de cobre, ferro e vidro de cabines telefónicas, tenham mantido os níveis de 2016.

Quanto aos computadores usados, prevê-se a doação a associações da sociedade civil que trabalham com arte e reciclagem (306-2)

Resíduos	Tipo	2015	2016	2017	Variação	Destino (aterro, reciclagem, incineração, outro)
	(Perigoso/ Não perigoso)	Qtd. (ton)	Qtd. (ton)	Qtd. (ton)	2016/2017	
Óleos usados		2	0	1	100%	Entregue ENACOL
Cabos de cobre	Não perigoso	N/D	20	20	0%	Ainda nas instalações da CVT
Peças de ar condicionado	Não perigoso	0.3	0.35	0.4	14%	Ainda em armazém para eventual aproveitamento de peças
Computadores usados	Não perigoso	0.4	0.25	0.28	12%	Ainda nas instalações da CVT
Bobines de madeira	Não perigoso	1.5	0	0	0%	
Ferro e Vidro de Cabines Telefónicas		3	3.2	3.2	0%	Ainda no armazém
Mobiliário	Não perigoso	0.65	0.4	0.2	-50%	Ainda no armazém
Postes quebrados/degradados	Não perigoso		7	0	-100%	
Total		7.85	31.2	21.88	-30%	

iii. A Nossa Atuação Interna

➤ Logística inversa

Temos vindo a apostar cada vez mais no programa de retoma e reaproveitamento de equipamentos, reduzindo custos de aquisição de novos e protegendo o ambiente ao conter a acumulação dos avariados.

Em 2017 foram reaproveitados 2.840 equipamentos, (1.354 routers TG784nV3, 244 Set Top Boxe 8073, 1.174 Set Top Box 8000 e 68 Routers TG789VACV2). traduzindo um aumento de cerca de **467%** em relação a 2016, no qual reutilizamos 608 equipamentos.

➤ Faturas eletrónicas

Mantemos a campanha de sensibilização para a substituição de faturas impressas para faturas eletrónicas, com ganhos evidentes, como poupança no papel, envelopes, tinta de impressão, distribuição, e na proteção do meio ambiente. Com efeito, em 2017 foram geradas 204.843 faturas no Grupo CVT, das quais 180.385 88%, foi foram distribuídas por via eletrónica.

Emissão de faturas eletrónicas:

Empresa	2016	2017	Variação 2016/2017
CVT	83%	83%	0.5%
CVM	85%	92%	8.6%
CVMM	92%	94%	2.7%
Média	84%	88%	4.6%

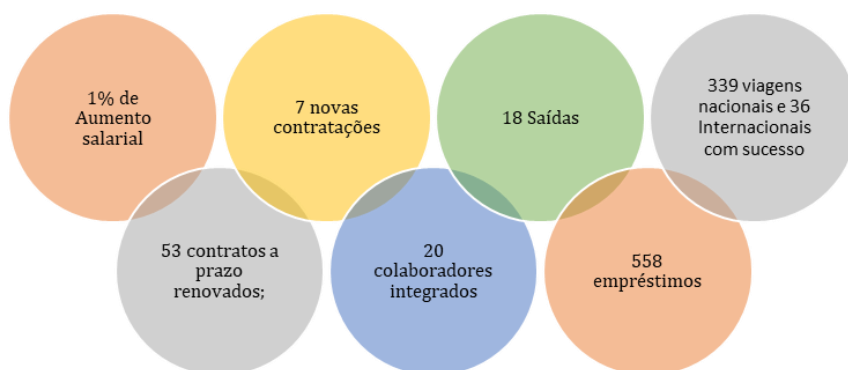


c. IMPACTOS SOCIAIS

Para a CVT, a sociedade Caboverdiana será sempre um foco de atuação, visando contribuir para o desenvolvimento dos seus diversos setores, como: desenvolvimento de recursos humanos; luta contra a pobreza e promoção social; saúde; sociedade de informação; qualidade e inovação. Refletindo este engajamento e compromisso, todos os anos a CVT endereça parte dos seus recursos financeiros ao desenvolvimento e melhoria das condições da sociedade em geral. (103-1)

i. Desenvolvimento e Gestão de Recursos Humanos

O ano de 2017 foi marcado por diversas atividades a nível de Gestão e Administração de Pessoal, entre as quais destacamos:



➤ Programa de Reestruturação

Concluídos os trabalhos do projeto “Roteiro para a Convergência” em 2016, que resultaram numa nova estrutura organizacional para atender os desafios que se apresentam à empresa em termos de uma visão convergente e de novos níveis de eficiência, demos início à fase de concretização das recomendações e iniciativas propostas, substanciadas num Programa de Transformação e, para fazer a gestão do Programa, foi criado o **Gabinete de Gestão do Programa de Transformação Organizacional (GGPT)**.

A Transformação em curso procura uma maior eficiência do Grupo e para o efeito preconiza a convergência das três empresas, tendo como foco a inovação. Tal desiderato é condicionado pela alteração da legislação em vigor e a expectativa é que isso acontecesse durante 2017, o que não se veio a verificar.

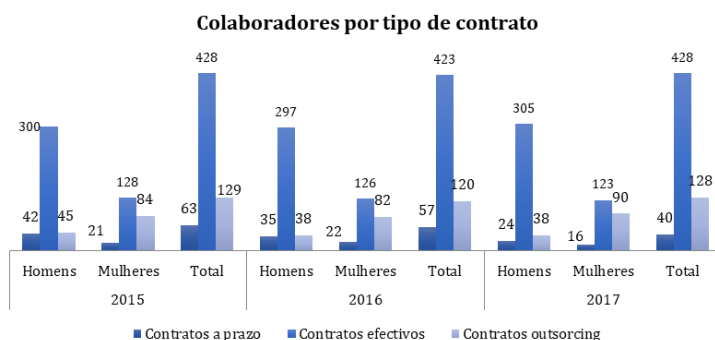
Um dos efeitos significativos do Programa foi a racionalização das estruturas e cargos de chefia, conforme o quadro que se apresenta em seguida:

	2016	2017	Variação 2016/2017
Empresas	3	3	0%
Direções	14	10	-29%
Gabinetes	5	3	-40%
Coordenações	4	4	0%
Cargos de Chefia	124	102	-18%

➤ Perfil das equipas

Terminamos o ano com uma equipa constituída por **468 colaboradores** dos quais 428 (**90.4%**) são efetivos e os restantes 40 (**9.6%**) contratados a termo certo. Para além de colaboradores diretos, estiveram na empresa 128 colaboradores em regime de *outsourcing*.

Em relação a 2016 verificou-se uma diminuição de 2.5 % no total dos colaboradores da CVT, resultante, principalmente, da saída para reforma e no âmbito do programa interno de pré-reforma. Por outro lado, os colaboradores *outsourcing* aumentaram 6%.



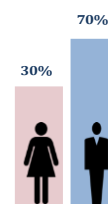
Comparativamente a 2016 a nível do Grupo:

- N.º de Efetivos e outsourcing aumentou em 1% e 7% respetivamente;
- Diminuição 30% contratados

Todos os colaboradores ao serviço, exceto os de outsourcing, são geridos com base no Código Laboral do País e na CCT (Convenção Coletiva de Trabalho). (102-41)

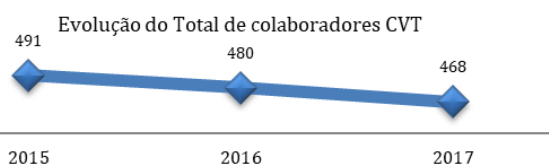
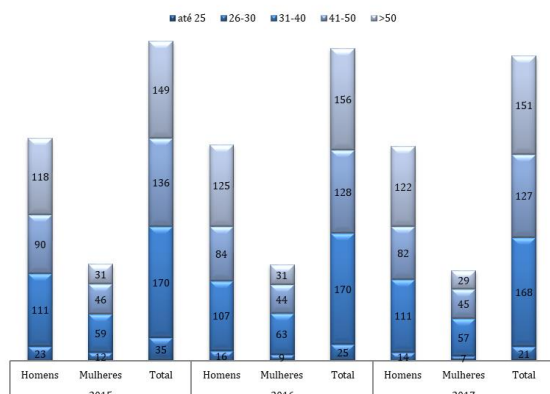
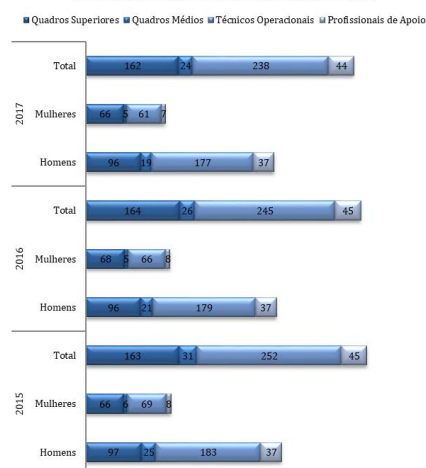
➤ Evolução do nº de colaboradores

Tem-se registado uma redução gradual do número de colaboradores, através, nomeadamente, do programa interno de pré-reforma. Ao mesmo tempo, o grupo aposta na melhoria do perfil dos recursos humanos, no reforço de formação e tem presente a equidade do género. (102-8)



A nível do Grupo:

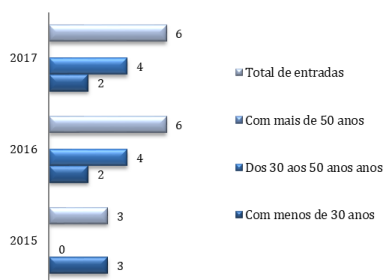
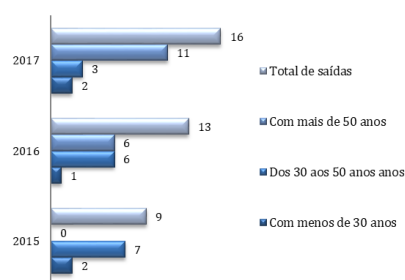
E. Básico: 13%
 1º Ciclo: 15%
 2º Ciclo: 8%
 3º Ciclo: 26%
 E. Superior: 38%

**Colaboradores por categoria profissional e faixa etária:****Colaboradores por categoria profissional e género**➤ **Entradas e saídas**

2017 foi o ano em que se verificou uma maior saída de colaboradores (16) e os principais motivos foram: Reforma (8); Rescisão por mútuo acordo (3), Abandono de lugar (1); Despedimento com justa causa (2); A Pedido dos colaboradores (2).

Por outro lado, tivemos 6 entradas, todos do sexo masculino, sendo 2 colaboradores com menos de 30 anos e os outros 4 na faixa de 30 a 50 anos. Em 2016, aconteceu, precisamente, o contrário, ou seja, as 6 entradas foram de mulheres.

Em 2017, o apoio dado pela empresa aos pré-reformados, em complemento do pagamento da segurança social até a efetiva reforma, foi de 504.569 escudos. (201-3; 404-2)

Entradas de colaboradores**Saídas de colaboradores**

A taxa de rotatividade da empresa foi de **3.9 %**, +0.5 p.p. que no ano anterior. (401-1)

Registamos evoluções positivas a nível do tempo de realização dos processos de recrutamento bem como da eficácia do recrutamento, significando que os processos foram concluídos no *timing* desejado e que os colaboradores admitidos têm obtido resultados de desempenho profissional dentro dos padrões definidos, ou seja, entre os níveis de Muito Bom e Excelente.

➤ **Taxa de absentismo**

De modo a espelhar uma realidade mais detalhada, neste ano de 2017 apresentamos a taxa de absentismo, que teve um aumento 5,8 p.p., discriminada por empresa. (403-2)

	CVTelecom	CVM	CVMM	2016	2017	Variação 2016/2017
Total de Faltas	3351	425	282	3837	4058	5.80%
Pessoal ao Serviço	398	43	27	480	468	-3%
Taxa Absentismo	2.30%	2.70%	2.90%	2.20%	8.0%	5.8pp

Em relação à licença parental, em 2017, tivemos 10 mulheres e 6 homens que usufruíram, num total de 513 dias e 26 dias, respetivamente. (401-3)

➤ Formação

A CVT está comprometida com o desenvolvimento dos seus recursos humanos e a promoção do talento, apostando em modelos que potenciem o desempenho profissional. Neste sentido, continuou a investir na capacitação do capital humano, realizando 117 ações formativas, além da promoção de um leque considerável de eventos.

Foram realizadas mais ações de formação, mas com menor carga horária, daí que a oportunidade em poder beneficiar de uma ação de formação tenha sido de aproximadamente 2 dias, num ano. Foi avaliado o impacto de todas as ações de formação realizadas, significando um passo qualitativo em matéria de fazer cumprir alguns mecanismos de controle dos riscos associados ao mapeamento desajustado das necessidades de Formação. A taxa de aplicabilidade dos conhecimentos e impacto sobre a função é de apenas 67%. (404-1)

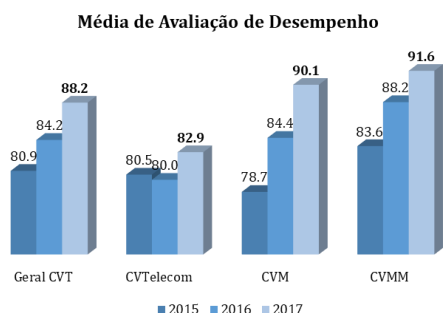
<i>KPI's de Formação</i>	2015	2016	2017	Variação 2016/2017
Volume Formação (horas)	8.081	13.984	10.250	-27%
Esforço de Formação (dias)	1.6	2.9	2.2	-26%
Participações	919	742	727	-2%
Taxa de cobertura da formação (participações)	24%	61%	41%	-33%
Nº Dias Dedicados em Formação	179	293	172	-41%
Horas de Formação Per/Cápita	13	23	17	-26%
Nº de Ações Realizadas	111	44	50	14%
Efetivo Médio (efetivos no final do período):	620	604	596	-1%

Nota: Dados de 2016 alterados no relatório de 2017, referentes à taxa de cobertura de formação, devido à retificação de um cálculo anterior (102-48).

➤ Avaliação de desempenho

Em 2017 foram avaliados 444 colaboradores, no universo de 468. Realizaram-se 102 progressões, inferior a 2016 que foi de 144.

A média de avaliação geral foi de 88.2%, mostrando uma evolução positiva de 4 p. p. A empresa com maior evolução foi a CVMóvel, tendo a avaliação de desempenho passado de 84.4% para 90.1%. A CVTelecom e a CVMultimédia evoluíram 2.92 e 3.4 p.p. respetivamente. (404-3)



➤ Projeto: Levantamento de Competências

Em 2016 iniciou-se o projeto de levantamento de competências com o objetivo de conhecer as aptidões existentes na CVT, definir perfis para as várias funções na empresa e criar a carta de funções. Infelizmente, por razões operacionais, o projeto não teve continuidade em 2017, perspetivando-se a sua retoma em 2019, dada a sua importância. (404-2)

➤ Benefícios

Os benefícios atribuídos aos colaboradores diminuíram em cerca de 4.8 mil contos em relação a 2016. O maior destaque foi na rubrica saúde, que diminuiu cerca de 65%, porque foi menos solicitado pelos colaboradores. Os restantes benefícios não tiveram variações significativas em comparação com o ano anterior.

A grande diferença nos valores de internet deve-se ao facto deste benefício ter começado a ser atribuído em Outubro de 2016, contabilizando apenas 3 meses. Já os valores de 2017 representam o ano inteiro. (401-2)

Benefícios atribuídos	2015	2016	2017	Variação 16/17
Prémio Produtividade	N/D	474.932	640.000	+35%
Saúde	3.811.625	4.036.191	1.407.242	-65%
Fundo Social	27.910.718	39.471.091	37.950.640	-4%
Telefone Fixo	22.037.136	29.653.992	15.762.719	-47%
Telefone Móvel	17.749.808	12.348.991	11.430.092	-7%
Net na mon	3.330.500	3.764.000	3.051.700	-19%
Transporte	16.841.520	16.437.150	16.110.020	-2%
Internet	N/D	3.055.350	18.003.480	+489%
TOTAL	91.681.307	109.241.697	104.355.893	-4%

➤ Saúde e segurança

• Palestra sobre “Saúde Cardiovascular”

Enquadrado no Programa de Saúde Preventiva realizou-se no dia 14/11, na sede da CVTelecom, uma palestra alusiva à saúde cardiovascular, orientada por um médico cardiologista, com a participação de 22 colaboradores.



• Novembro Azul – Exame de Rastreio

A CVTelecom renovou a parceria com a Associação Cabo-verdiana de Luta Contra o Cancro (ACLCC), continuando a disponibilizar meios para garantir os exames laboratoriais necessários e desenvolver ações de Informação, Sensibilização e Rastreio a homens com idade superior a 40 anos. O evento teve lugar no Centro de Saúde da Achada Grande Trás (Praia), com uma ação pública de informação, sensibilização e rastreio pela ACLCC, onde 19 colaboradores da CVTelecom efetuaram o exame de rastreio.

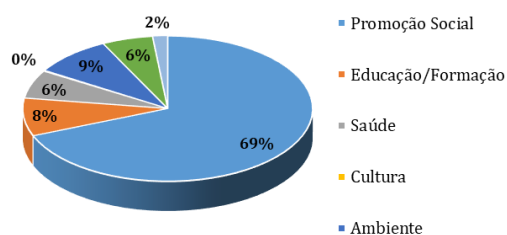


ii. Responsabilidade Social

A responsabilidade social continua a merecer a atenção da CVTelecom. O nosso envolvimento evidencia-se através de três tipos de intervenções: Ações de mecenato, patrocínios e ações que promovem a sociedade da informação.

Em 2017 investiu-se um total de **32.140.145\$00**, contemplando: educação, promoção social, luta contra pobreza, saúde e ambiente, através de parcerias estratégicas com instituições promotoras das diferentes causas abraçadas pela Empresa. (413-1)

Investimentos RSO 2017



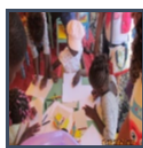
Evolução de investimentos RSO

Cultura	261	650	61
Desporto	725	115	539
Prom. Social	1,828	2,865	22,139
S. Info	2,856	1,906	1,822
Saúde	3,321	1,520	2,032
Educação	3,060	2,493	2,708
Ambiente	670	400	2,840

■ 2015 ■ 2016 ■ 2017

Nota: Dados de 2015 e 2016 alterados no relatório de 2017 referente aos valores do RSO, devido à retificação de valores (102-48).





PROMOÇÃO SOCIAL

- Doação de 5 autocarros para transporte escolar
- Junho mês da Criança: Livro “O Coração das Ilhas”
- Luta contra o trabalho Infantil, parceria ICCA
- Semana do Bebê, Parceria CIMPOR
- Parceria com ACRIDES, educação e saúde para crianças desfavorecidas
- Spot TV para Campanha contra VBG, com o artista Hélio Batalha
- Aprovação da Declaração da Política dos Direitos Humanos na CVT



EDUCAÇÃO

- Parceria com a ACRIDES, com bolsas de estudo a 34 crianças em situação de risco
- Apadrinhamento de 44 alunos, parceria com a FICASE
- Bolsas do Ensino Superior
- Doação de material didático a várias instituições
- Melhorias na escola afilhada, R^a da Barca
- Projeto “Refeições Quentes” com jardins infantis



AMBIENTE

- Parceria com a Quercus, Programa MINUTO VERDE
- Ações de Sensibilização, conservação e recolha de dados, projeto de Biodiversidade – Preservação de Tartarugas Marinhas
- Produção de bolsas de compras reutilizáveis.
- Projecto de Procedimento de Gestão de frota e localização de viaturas por GPS



SAÚDE

- CCS-SIDA, Prevenção e transmissão vertical – 44 bebés expostos a VIH-SIDA
- Luta contra o Cancro da Próstata – ACLCC
- Parceria na marcha do Outubro Rosa, Praia
- Participação em 11 feiras de saúde
- Parceiras com: ADEVIC, Associação COLMEIA, A PONTE
- 1º Encontro de Telemedicina e Telessaúde da CPLP
- V Jornada de Nutrição

➤ **Promoção Social e luta contra pobreza**



- Uma das ações com maior impacto em 2017 foi no domínio da Promoção Social, vertente Educação, substanciada na **Doação de 5 autocarros para transporte escolar** às Câmaras de São Domingos, Paúl, Tarrafal de Santiago, Calheta São Miguel e Ribeira Grande de Santo Antão, no montante de cerca de 20 mil contos. O objetivo é minimizar as dificuldades de acesso ao ensino dos alunos que residem em localidades mais distantes desses Concelhos.



- **Luta contra Trabalho infantil:** no âmbito das comemorações do dia 12 de Junho, Dia Mundial contra o Trabalho Infantil, a CVT associou-se ao Instituto Cabo-verdiano da Criança e do Adolescente (ICCA), para a realização de uma Palestra de sensibilização, em Assomada.
- **Junho, mês da criança:** Lançamento do livro **“O CORAÇÃO DAS ILHAS”** e distribuição de 500 exemplares, tendo sido endereçados 100 exemplares às escolas afilhadas da CVT; em comemoração do 16 de Junho, **dia da Criança Africana**, a CVT esteve com a Associação de Crianças Desfavorecidas (ACRIDES) na realização de uma **videoconferência** com crianças de S. Vicente e Praia.
- **Semana do Bebê:** é um projeto novo no domínio da promoção social e luta contra a pobreza, desenvolvido em parceria com a CIMPOR - Empresa INTERCEMENT, que tem como objetivo promover o desenvolvimento integral na primeira infância e, acima de tudo, mobilizar a sociedade para a importância do desenvolvimento nos primeiros anos de vida. Foram realizadas diversas atividades entre as quais sessões informativas e feiras nos centros de saúde e jardins infantis em Santiago e Sal.
- **Campanha contra a VBG:** em parceria com o Instituto Cabo-verdiano para a Igualdade e Equidade de Género (ICIEG) a CVT patrocinou a divulgação de um SPOT Publicitário na Televisão de Cabo Verde com uma forte mensagem incentivando a denúncia de casos de Violência contra o género (VBG) na sociedade.
- **Doação de 2 viaturas (Pick up) de apoio:** Câmara de Tarrafal (Santiago) e Delegação Escolar de São Lourenço dos Órgãos.

- Aprovação da **Declaração de Política de Direitos Humanos** (Dezembro de 2017): Assumimos respeitar, aplicar e promover os compromissos da mesma, que está baseado nos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU, na Declaração Universal dos Direitos Humanos, nos princípios relativos aos direitos fundamentais estabelecidos na Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho e alinhados com os princípios do Pacto Global da ONU, de que somos signatários, em todas as áreas de atividades. Poderá ser consultada através do link: <http://www.grupocvt.com.cv/node/660>

➤ Educação



- **Apadrinhamento de 44 alunos do ensino secundário**, 2 em cada concelho de Cabo Verde, em parceria com a Fundação Caboverdiana de Ação Social e Escolar (FICASE). A taxa de sucesso escolar foi de 95%, uma melhoria de 20 p.p. em relação ao ano anterior; **5 bolsas de estudo de ensino superior** para alunos provenientes de ilhas sem universidades. No ano letivo 2016/2017 o aproveitamento foi de 100%.
- **Contribuição para aquisição de material escolar e didático** - UNICV KIDS, material didático para a colónia de inglês para crianças do ICCA em S. Vicente e Santiago. **ALTAS** – Associação Literária de Tarrafal (Santiago), que promove a arte da escrita e poesia em alunos desde o ensino básico. **CMT** (Câmara Municipal do Tarrafal). **ACDL** (Associação Comunitária para o Desenvolvimento de Lém Cachorro). **ACRIDES** (Associação Crianças Desfavorecidas). Prémios aos vencedores, do 1º ao 6º, das Olimpíadas de matemática da escola de **Rª da Barca**.
- **Melhorias na Escola afilhada de Ribeira da Barca**: Projeto de melhoria das salas de aula, beneficiando 350 alunos, tendo a CVT patrocinado os materiais.
- **Apoio a jardins infantis**: O projeto "Refeições quentes" beneficiou 85 crianças da Fundação Cabo-verdiana de Solidariedade (FCS), 92 crianças da Fundação Criança Cabo-verdiana (FCCV) e 45 crianças do Jardim "Flor da Vida".
- **Protocolo com o Ministério da Educação**: Parceria que permitiu aos clientes da CVMóvel e CVMultimédia o acesso gratuito a manuais escolares digitais *online*.





Entrega de material didático à ADCL



Entrega de material didático à ALTAS



Olimpíadas de matemática - Escola Rª Barca



Colónia de férias de Inglês - UNICV KIDS

Ambiente



- **Parceria com a Quercus Cabo Verde:** A parceria contempla o patrocínio da produção semanal do **Programa MINUTO VERDE by CVTelecom**, com temas versando o ambiente, divulgado semanalmente na televisão nacional, e a organização e participação em **Ações de Sensibilização e Formação Ambiental**.
- **Projeto de Biodiversidade – Preservação Tartarugas Marinhas:** promovido pelo INDP (Instituto Nacional de Desenvolvimento das Pescas), contou em 2017 com o apoio da CVT nas ações de Proteção e Conservação das Tartarugas em Cabo Verde.



Saúde



Em 2017 a CVT manteve as habituais parcerias na área da saúde, contribuindo para a melhoria das condições de saúde da população em geral.

- **CCS – SIDA:** Programa de Prevenção e Transmissão Vertical, beneficiou em 2017 de um reforço do montante disponibilizado, tendo contemplado 44 bebés expostos a VIH-SIDA em diferentes pontos do País. **Parcerias com ONG's:** **ADEVIC** (Associação dos Deficientes Visuais de Cabo Verde), apoio no transporte escolar de 45 pessoas com deficiência visual; **APONTE**, assinatura de protocolo de parceria para prevenção de doenças mentais, no âmbito do programa de comemoração do dia mundial da saúde mental; **COLMEIA** (Associação de pais e amigos de crianças com necessidades especiais), apoio financeiro para Atividades de Conscientização de Autismo (2 de Abril).
- Apoio às **V Jornadas de Nutrição e I Congresso de Envelhecimento Ativo**.
- **Parceria com a ACLCC** (Associação Cabo-Verdiana de Luta Contra o Cancro) na luta contra **Cancro Próstata**.
- **Feiras de Saúde:** em 2017 a CVT marcou presença em 11 feiras de saúde.



Feiras de Saúde diversas, com apoio da CVM.

Desporto



- Patrocínio de equipamentos desportivos feminino e masculino à equipa de Volley Velha Guarda, da Praia, das quais fazem parte 9 colaboradores da CVT.



Equipas masculino e feminino de Volley Velha Guarda, estreando equipamento patrocinado pela CVMóvel.

- Patrocínio, com equipamentos, de 5 equipas para participação nos respetivos campeonatos regionais de futebol.



Equipa do Rosariense, Santo Antão.

Cultura



- **Associação Sorriso – Alto da Glória:** apoio na realização de uma colónia de férias com ocupação e formação de crianças carenciadas através de aulas de música e teatro, em parceria com a Academia Cesária Évora, que contemplou 50 crianças.



Protocolos para a Promoção dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

As Nações Unidas lançaram em 2015 os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e desde então temos procurado a melhor forma de dar o nosso contributo. Algumas das atividades acima decorrem de parcerias que permitiram apoiar um número significativo dos 17 ODS e que, na maioria das vezes, contribuem para as metas de inovação e infraestrutura, trabalho decente e crescimento económico, ação climática, pobreza e consumo responsável. O nosso compromisso é de continuar a trabalhar com outras instituições e pessoas para mais e melhores impactos e conseguir medir com mais precisão o nosso progresso em relação às metas. Em 2017 a CVT estabeleceu 19 protocolos de parceria com diversas entidades. (413-1)



Protocolos	Domínios	Referência ao ODS
Protocolos com o ICCA e ACRIDES - Crianças de Rua	Pobreza/Promoção Social	ODS 1 - Erradicar a pobreza
Protocolo Comissão Combate à SIDA (CCS - Sida)	Saúde	ODS 3 - Saúde de qualidade
ADEF - Associação de Deficientes de S. Vicente	Saúde	
ACD - Associação Cabo-verdiana de Deficientes	Saúde	
ADEVIC - Associação de deficientes Visuais de Cabo Verde	Saúde	
A PONTE - Associação de Promoção da Saúde Mental	Saúde	
Protocolo Hospital Agostinho Neto	Saúde	
Protocolo ACLCC - Luta Contra o Cancro da PRÓSTATA	Saúde	
Protocolo Hospital Baptista de Sousa	Saúde	ODS 4 - Educação e qualidade
Bolsas de estudo para Ensino Superior – ISCEE e Uni-Santiago	Educação/Formação	
Jardim Flor da Vida	Educação/Formação	
Kit escolar – Parceria com a FICASE	Educação/Formação	ODS 5 - Alcançar a igualdade de género
Parceria com ICIEG – Igualdade e Equidade de género	Pobreza/Promoção Social	
Acordo de Convenção Coletiva de Trabalho (CCT)	Pobreza/Promoção Social	ODS 8 - Trabalho Digno e Crescimento Económico
Parceria com ACRIDES – Crianças desfavorecidas	Pobreza/Promoção Social	ODS 10 - Reduzir as desigualdades
Parceria com Quercus Cabo Verde	Ambiente/Diversos	ODS 6, 13, 14, 15, 17.
Preservação das Tartarugas Marinhas - Parceria INDP	Ambiente	ODS 14 - Conservação dos mares e dos recursos marinhos
Preservação e Conservação da Cagarra - Parceria BIOSFERA I	Ambiente	ODS 15 - Preservar a vida terrestre
Todos os protocolos assinados vão de acordo aos ODS	Diversos	ODS 17 - Parcerias para a Implementação dos Objetivos

IV. ANEXOS

a. Procedimentos do relato

O presente relatório, para além de partilhar os resultados, desafios e compromissos da CVT relativamente ao tema sustentabilidade, é também um ato de prestação de contas às partes interessadas. Aqui relatam-se as oportunidades, os desafios e feitos da Empresa de maneira confiável e honesta com o propósito dos nossos stakeholders poderem avaliar a gestão sustentável e sua evolução ao longo do tempo.

Este é o oitavo relatório de sustentabilidade que a CVT publica sob o modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI). Para 2017 adota como referência, pela segunda vez, os Standards GRI. No relatório estão referenciados, também, os princípios do Pacto Global das Nações Unidas (ONU), de que somos membros, e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Âmbito

Este relatório disponibiliza dados relativos à atividade da CVT (CVTelecom, CVMóvel e CVMultimédia) durante o ano de 2017 e tem como objetivo apresentar os temas considerados, internamente, como de maior relevância para as partes interessadas. Anualmente o relatório de sustentabilidade é considerado, a par do Relatório & Contas Consolidadas da CVT, um meio de divulgação das práticas de gestão, enquadradas na nossa Estratégia e Política da Sustentabilidade, e de como é que estas geram valor financeiro e não financeiro para todos as nossas partes interessadas.

São referidos os pontos principais que orientaram os nossos relacionamentos e ações no período, com o objetivo de promover um negócio gerador de valor aos stakeholders e ao meio ambiente e de garantir a sustentabilidade ao longo do tempo.

As designações “CVT” e “Empresa(s)” referem-se ao conjunto das empresas que constituem o Grupo CVT ou a qualquer uma delas, consoante o contexto.

Período

O relatório refere-se ao exercício desenvolvido no âmbito dos Desempenhos Social, Ambiental e Económico de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2017 (ações, desafios, resultados e conquistas). (102-50)

Diretrizes da Global Reporting Initiative - Processo de elaboração deste relatório

Para a definição do conteúdo aqui relatado, a CVT baseou-se no primeiro processo de análise de materialidade desenvolvido em 2013, nos resultados da consulta de *stakeholders*, internos e externos, realizada em 2017, com o intuito de avaliar o grau de concordância com os temas materiais, e na auscultação de *stakeholders*, em Dezembro de 2016, no processo de preparação do plano de atividades 2017, para os temas mais relevantes, conforme as etapas seguintes:

- ✓ **Reavaliação dos temas mais relevantes:**
Avaliação de documentos internos e externos relacionados com os segmentos de atuação da empresa. Neste processo de revisão foram realizados vários encontros com diretores e *focal points* de sustentabilidade das várias áreas, que concordaram com o processo de revisão dos temas materiais e auxiliaram no aprofundamento do acordo desses temas ao longo deste relato.
- ✓ **Validação e organização dos temas mais relevantes:**
Os temas apurados na fase anterior passaram por validação da comissão de sustentabilidade da empresa.

Envolvimento de stakeholders

No âmbito do processo de determinação dos temas materiais para o conteúdo deste relatório foram envolvidas as principais categorias de *stakeholders*, através de um processo de consulta que permitiu aferir as suas preocupações e interesses em matéria de sustentabilidade. As categorias de *stakeholders* foram identificadas com base na metodologia da *framework* AA 1000. Cada categoria foi mapeada de acordo com o nível de influência na concretização da estratégia da CVT, bem como com o nível de impacto sofrido pela atividade da CVT. A Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento foram os 100 maiores clientes empresariais de cada um dos três negócios da CVT, Instituições do Governo, sindicatos com representação na empresa, clientes que visitarem as lojas nos dias de inquérito e acionistas da empresa (102-42).

Para a referida consulta de *stakeholders* foi utilizado um questionário que incluiu uma secção específica para os clientes particulares. Em todas as outras categorias de *stakeholders* foi aplicado o mesmo questionário que esteve disponível nos sites institucionais e de negócio das três empresas, por 15 dias. O processo de consulta foi também divulgado a vários *stakeholders* por *email*.

Todos os indicadores estão referidos nos respetivos relatos, além de compilados na tabela GRI, no fim deste relatório. Desde o primeiro, a CVT tem publicado anualmente o relatório de sustentabilidade (102-52, 102-54 e 102-55)

O relatório traz algumas modificações quanto à exposição de dados em relação ao relatório do exercício de 2016, publicado em Outubro 2017. Para possibilitar a comparação, é mantida uma série histórica de dois períodos anteriores, quando aplicável e sempre que possível. (102-10, 102-48, 102-49, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54 e 102-55)

Materialidade (102-21, 102-42, 102-46)

Os temas de maior relevância para nós foram definidos desde o início das nossas preocupações sustentáveis a partir dos suplementos GRI das telecomunicações, de *benchmark* feito com outras empresas do sector, do processo de consulta a *stakeholders* e do envolvimento da gestão de topo, diretores das áreas de suporte e operacionais e dos vários *focal points*.

Este importante processo permite-nos identificar as principais prioridades para os *stakeholders* e consequentemente utilizar esta informação para dois processos distintos:

1. Definição de iniciativas de sustentabilidade por forma a responder às expectativas evidenciadas pelos *stakeholders*;
2. Basear o conteúdo do relato de sustentabilidade nos temas definidos pelos intervenientes como prioritários.

O gráfico de temas materiais, representado em seguida, indica a relevância média de cada dimensão: económica, responsabilidade pelo produto/serviço, práticas laborais, direitos humanos e ambiental, da avaliação feita pelos *stakeholders* e da avaliação feita pela CVT:



Temas materiais para o relatório de 2017. (102-47)

Vector	Tema Material	Onde ocorre o impacto	Envolvimento da CVT
DESEMPENHO ECONÓMICO	Investimentos	#;=; *	+
	Estratégia	X	+
	Governo da Sociedade	X	+
DESEMPENHO SOCIAL: RECURSOS HUMANOS, DIREITOS HUMANOS e PRÁTICAS LABORAIS	Ética, Transparência e Principio da Igualdade	X; #; *; =	+
	Cultura Empresarial	X	+
	Saúde e Segurança	X; #	+
	Gestão de Talento	X	+
	Avaliação de desempenho e Desenvolvimento de Competências	X	+
	Envolvimento de partes interessadas	#; =; *	+
	Cidadania e Solidariedade	*	+
	Parcerias para desenvolvimento e Voluntariado	=; *	+
RESPONSABILIDADE PELOS PRODUTOS E CLIENTES	Serviço ao cliente	*	+
	Inovação (Tecnologia, Novos Produtos e Serviços)	X; #; =; *	+
	Sigilo Profissional	X; =	+
DESEMPENHO AMBIENTAL	Eco-eficiência de Gestão Ambiental	X; =; *	+
	Biodiversidade e áreas protegidas	*	+
	Resíduos	X; *	+

Legenda: X (CVT) # (Fornecedores/Parceiros de Negócios) = (Clientes) * (Sociedade Cabo-verdiana) + (Direto) - (Indireto)

Sugestões de melhoria

O Relatório de Sustentabilidade foi elaborado pelo Gabinete Conselho de Administração, que detém a responsabilidade pelo tema da Sustentabilidade, com a colaboração das direções de suporte e operacionais da CVT, bem como de todos os *focal points* de sustentabilidade em cada área.

Informações complementares, esclarecimentos adicionais ou sugestões de melhoria sobre e para este Relatório podem ser obtidos junto de (102-53):

Gabinete do Conselho de Administração

Email: GCA-Comunicacao-Imagem@cvt.cv

Notas:

1. O Relatório de Sustentabilidade desempenha a função de instrumento de comunicação de progresso (COP) do Pacto Global das Nações Unidas.
2. As eventuais diferenças no total de dados e percentagens nos gráficos e tabelas devem ser atribuídas ao arredondamento dos valores.

b. SUMÁRIO GRI

	Standard GRI	Página / Resposta Direta	Omissão
GRI 102- Divulgação de Informação Geral 2017	102-1 Nome da organização	7	
	102-2 Principais marcas, produtos e/ou serviços	7, 10	
	102-3 Localização da sede da organização	Rua Cabo Verde Telecom, Várzea Cidade da Praia- Santiago	
	102-4 Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspetos da sustentabilidade do relatório	A Empresa opera apenas em Cabo Verde	
	102-5 Tipo e natureza jurídica da propriedade	A CVTelecom é uma Sociedade Anónima, que se rege pelo Código das Empresas Comerciais de Cabo Verde.	
	102-6 Países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas	A Empresa opera apenas em Cabo Verde	
	102-7 Dimensão da organização	7	
	102-8 Informações sobre colaboradores e outros trabalhadores	36	
	102-9 Descrição da cadeia de fornecedores da organização	18	
	102-10 Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionista e cadeia de fornecedores	Não houve alterações significativas em relação a 2016 no que respeita porte, estrutura, participação acionista e cadeia de fornecedores	
	102-11 Descrição sobre como a organização adota a abordagem princípio da precaução	A abordagem de risco é realizada pelo departamento financeiro relativamente aos riscos financeiros. A abordagem aos riscos ambientais e de segurança é realizada pelo GPQ no âmbito dos sistemas de gestão aprovados (SGQ) e em implementação.	
	102-12 Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	Aliança para o Desenvolvimento Social (Iniciativa do Governo) e Pacto Global	
	102-13 Participação em associações e organizações	A CVT é membro da Câmara de Comércio Indústria e Serviços de Sotavento (CCISS) e de Barlavento – CCB e da Câmara do Turismo. Igualmente é associada da Associação Internacional das Comunicações de Expressão Portuguesa (AICEP), Regional African Satellite Communication Organization – Rascom, Global System for Mobile (GSM), Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações (APDC). No entanto não participa em órgãos de governo, nem apoia financeiramente esta organização.	
	102-14 Declaração do decisor sénior	5	
	102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades	14, 15, 23	
	102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	3	
	102-18 Estrutura de governança da organização	4, 8	
	102-19 Delegação de autoridade	8	
	102-20 Responsabilidade a nível executivo para temas económicos, ambientais e sociais	9	
	102-21 Consulta a <i>Stakeholders</i> nos temas económicos, ambientais e sociais	21, 49	

	102-22 Composição do mais alto órgão de governança e seus comitês	7, 8	
	102-23 Presidente do mais alto órgão de governança	Presidente do Conselho de Administração, Eng.º Doutor José Luis Monteiro Alves de Brito	
	102-24 Nomeação do mais alto órgão de governança	Não há um conjunto de critérios formalmente assumidos para nomeação do mais alto órgão de governança. Os acionistas maioritários preparam a proposta e apresentam-na em AG	
	102-25 Conflitos de interesse	18	
	102-26 Papel do mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	10	
	102-28 Avaliação do desempenho mais alto do corpo de governança	9	
	102-29 Identificação e gestão de impactos económicos, ambientais e sociais	29	
	102-31 Revisão de temas económicos, ambientais e sociais	Na revisão feita para o Plano 2017, entendeu-se manter como materiais os mesmos temas de 2016	
	102-32 O papel do maior órgão de governança no relatório de sustentabilidade	10	
	102-35 Política de remuneração	10	
	102-39 Aumento percentual na relação de remuneração total anual	Aumento salarial de 1%, em Janeiro de 2017	
	102-40 Lista de grupos de stakeholders engajados pela organização	16	
	102-41 Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva.	36	
	102-42 Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento	19, 48,49	
	102-43 Abordagem para envolver os stakeholders	16, 48,49	
	102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de stakeholders	20	
	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas e entidades não cobertas pelo relatório	O relatório de sustentabilidade não abrange informação de nenhuma das participadas da CVTelecom, a saber, a Directel Cabo Verde, SISP, Tudo Directo e RASCOM	
	102-46 Processo de definição do conteúdo do relatório	49	
	102-47 Lista dos temas materiais	50	
	102-48 Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	As alterações existentes nos indicadores de desempenho de anos anteriores resultam de processos de revisão de resultados realizados no âmbito de processos de auditoria interna, estando assinaladas junto aos gráficos/ quadros com indicadores de desempenho.	
	102-49 Alterações significativas em relação a relatórios anteriores na lista dos temas materiais e nos limites dos tópicos	Não existiram alterações face ao relatório anterior	
	102-50 Período coberto pelo relatório	48	
	102-51 Data do relatório anterior mais recente	48, 49	
	102-52 Ciclo de emissão de relatórios	A CVT publica anualmente o Relatório de Sustentabilidade	

	102-53 Contacto para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	50	
	102-54 Opção da aplicação das diretrizes e localização da tabela GRI	49	
	102-55 Índice de conteúdos GRI	49	
	102-56 Política e prática corrente adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa	Este relatório não foi sujeito a uma auditoria externa	
ASPECTOS ECONÓMICOS			
Temas materiais: Investimentos; Estratégia; Governo da Sociedade			
GRI 103: Formas de Gestão 2017	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Explicação da materialidade Investimentos: 11 a 14 Estratégia: 4, 5 Governo da sociedade: 8, 9 Limites: 50	
	103-2 A abordagem de gestão e seus componentes	Investimentos: 11 a 14 Estratégia: 4, 5 Governo da sociedade: 8, 9 Limites: 50	
	103-3 Avaliação da abordagem de gestão	Informação não disponível. Em 2017 trabalhamos com as várias áreas na fase de planeamento e definição dos compromissos, objetivos, <i>targets</i> e principais ações, programas, processos e iniciativas a implementar por forma a poder medir os resultados da abordagem de gestão definida. A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018.	
GRI 201: Desempenho Económico 2017	201-1 Valor económico direto gerado e distribuído	11	
	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	Não foram ainda identificadas as implicações financeiras devido às alterações climáticas. A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018	
	201-3 Obrigações do plano de benefícios definidos e outros planos de aposentadoria	37	
GRI 202: Presença no Mercado 2017	202-1 Variação da proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes	Não existe discriminação salarial por gênero. O salário médio mais baixo do Grupo CVT é 5,6 vezes superior ao salário mínimo nacional	
	202-2 Proporção de altos cargos contratados pela comunidade local	Todos os altos cargos contratados são nacionais	
GRI 203: Impactos Económicos indiretos 2017	203-1 Investimentos e serviços de infraestrutura suportados	37	
	203-2 Descrição de impactos económicos indiretos significativos	23, 24	
GRI 204: Práticas de compras 2017	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	27	
GRI 205: Anti-corrupção 2017	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Não foram avaliadas em 2017. A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018.	
	205-2 Comunicação e formação sobre políticas e procedimentos anticorrupção	Não foram realizadas ações em 2017	
	205-3 Incidentes confirmados de corrupção e ações tomadas	Não foram identificados casos em 2017	

GRI 300: ASPETOS AMBIENTAIS			
Tema material: Eco-eficiência de Gestão Ambiental; Biodiversidade e áreas protegidas; Resíduos			
GRI 103: Formas de Gestão	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	29	
	103-2 A abordagem de gestão e seus componentes	A política ambiental integral que aborda a nossa forma de gerir estes 3 temas materiais pode ser consultada no site da empresa http://www.grupocvt.com.cy/	
	103-3 Avaliação da abordagem de gestão	A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018	
GRI 302: Energia	302-1 Consumo de energia dentro da organização	30	
	302-2 Consumo de energia fora da organização	31	
	302-3 Intensidade energética	31	
	302-4 Redução do consumo de energia	Não houve redução do consumo de energia derivado a atividades da empresa ao longo do ano, nomeadamente a instalação de 25 novos sites	
GRI 303: Água	303-1 Total de água retirada por fonte	33	
	303-2 - Fontes Hídricas significativamente afetadas por retiradas de água	Não se aplica, uma vez que a água vem da rede pública, que é dessalinizada	
	303-3 Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	33	
GRI 304: Biodiversidade	304-1 Sites operacionais de propriedade, arrendados, administrados ou adjacentes a áreas protegidas e áreas de alto valor de biodiversidade fora das áreas protegidas	29	
	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre biodiversidade	29	
GRI 305: Emissões	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de GEE	30, 33	
	305-2 Energia indireta (Escopo 2) Emissões de GEE	30, 31	
	305-3 Outras emissões de GEE indiretas (Escopo 3)	30	
GRI 306-2: Efluentes e resíduos	306-2 Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	34	
GRI 307: Conformidade Ambiental	307-1 Valor de multas e número total de sanções resultantes de não conformidade com leis	Não se registaram multas em 2017	
GRI 308: Avaliação ambiental do fornecedor	308-1 Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Não foram selecionados novos fornecedores com base em critérios ambientais	

GRI 400: ASPETOS SOCIAIS			
Temas materiais: Ética, Transparência e Princípio da Igualdade, Cultura Empresarial, Saúde e Segurança, Gestão de Talento, Avaliação de desempenho e Desenvolvimento de Competências,			
GRI 103: Formas de Gestão	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	35	
	103-2 A abordagem de gestão e seus componentes	As ações e resultados relacionados com estes temas materiais são apresentados nas páginas 35 a 47	
	103-3 Avaliação da abordagem de gestão	A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018.	
	401-1 Número total e taxa de novas contratações de funcionários e de rotatividade de empregos, por faixa etária, género	37	
GRI 401: Emprego	401-2 Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporário	39	
	401-3 Licença parental	38	
GRI 402: Relações de Trabalho	402-1 Períodos mínimos de aviso relativos a mudanças operacionais	Existem prazos mínimos definidos nos acordos de negociação coletiva. A cláusula 2.ª da CCT prevê um aviso prévio de 30 ou 15 dias consoante implique, ou não, mudança de residência habitual, dentro do mesmo conselho, e de 60 dias, caso implique mudança para outro concelho e de 90 dias, se for para outra ilha	
GRI 403: Saúde e Segurança no trabalho	403-1 Representação dos trabalhadores em comitês formados de gestão conjunta e saúde dos trabalhadores	A CVT não tem formalmente criado um comitês de saúde e segurança. Esta função, até a formação deste comité, tem sido desempenhada pelas chefias directas.	
	403-2 Tipos de lesões e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e absentismo, e número de mortes relacionadas ao trabalho	38	
GRI 404: Formação e Educação	404-1 Média de horas de formação por ano	38	
	404-2 Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	37, 39	
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliação de desempenho	38	
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidade	405-1 Diversidade de órgãos de governança e funcionários	7	
	405-2 Rácio do salário básico e da remuneração entre mulheres e homens	Na CVT não há diferenciação de salário relativamente ao género	
GRI 406: Não discriminação	406-1 Incidentes de discriminação e ações corretivas tomadas	Não foram registados casos em 2017	
Temas materiais: Envolvimento de partes interessadas, Cidadania e Solidariedade, Parcerias para desenvolvimento e Voluntariado			
GRI 103: Formas de Gestão	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	40	
	103-2 A abordagem de gestão e seus componentes	A política de responsabilidade social pode ser consultada na integrada no site da empresa - http://www.grupocvt.com.cy/node/351 . São apresentados da página 40 à 48 as iniciativas e resultados das iniciativas de cidadania, as iniciativas de voluntariado e as	

		parcerias para o desenvolvimento implementadas em 2017.	
	103-3 Avaliação da abordagem de gestão	A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018.	
GRI 413: Comunidades locais	413-1 Percentual de operações com programas de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local	40 e 47	
	413-2 Operações com impactos negativos reais e potenciais significativos nas comunidades locais	Não foram registados casos em 2017	
GRI 414: Avaliação social do fornecedor	414-1 Novos fornecedores que foram selecionados usando critérios sociais	Não foram selecionados fornecedores com base nestes critérios	
Temas materiais: Serviço ao cliente, Inovação (Tecnologia, Novos Produtos e Serviços), Sigilo Profissional			
GRI 103: Formas de Gestão	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	20 e 24 a 27	
	103-2 A abordagem de gestão e seus componentes	A Política de Qualidade que integra estes aspetos materiais pode ser consultada na íntegra no site da empresa http://www.grupocvt.com.cv/node/616 As iniciativas e resultados podem ser consultas nas páginas 24 a 27	
	103-3 Avaliação da abordagem de gestão	A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018.	
GRI 416: Saúde e Segurança do cliente	416-1 Avaliação de impactos na saúde e segurança durante o ciclo de vida de produtos e serviços	Não foram feitas avaliações de impactos na saúde e segurança durante o ciclo de vida de produtos e serviços. A CVT irá procurar responder a estes indicadores no relatório de sustentabilidade de 2018.	
	416-2 Incidentes de incumprimento quanto aos impactos de produtos e serviços em saúde e segurança	Não foram registados casos em 2017	
GRI 417: Marketing e rotulagem	417-2 Incidentes de incumprimento em relação à informação e rotulagem de produtos e serviços	Não foram registados casos em 2017	
	417-3 Número total de incidentes resultantes da não-conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado.	Não foram registados casos em 2017	
GRI 418: Privacidade do cliente	418-1 Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes	Não foram registados casos em 2017. Cumprimos a Lei de Proteção de Dados e a Política da Qualidade da Empresa. As principais ações neste sentido são: Limitação de acessos, perfis específicos, ações de formação e sensibilização aos novos colaboradores, <i>refresh</i> aos mais antigos.	
GRI 419: Cumprimento socioeconómico	419-1 Incumprimento das leis e regulamentos na área social e económica	Não foram registados casos em 2017	

c. TABELA UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT (UNGC)

Este relatório de sustentabilidade responde aos princípios da UNGC e institui-se como a sua comunicação de progresso. A tabela remissiva apresentada neste relatório evidencia as práticas e indicadores de desempenho que respondem a cada um dos princípios da UNGC.

UNGC COP - advanced criteria		
Critério	Local onde a informação é disponibilizada neste relatório (páginas):	
Implementação dos 10 princípios na estratégia e operações		
1	Descrição das principais funções e unidades de negócio	7 a 10
2	Descrição da cadeia de valor	10 a 14
Políticas de Gestão de Direitos Humanos e Procedimentos		
3	Descrição de compromissos. Estratégias e Políticas na área dos Direitos Humanos	<p>Subscrevemos e respeitamos os princípios orientadores do Pacto Mundial sobre os Direitos Humanos e Direitos do Trabalho.</p> <p>Nesse sentido, cumprimos na íntegra os comandos constitucionais da República de Cabo Verde e a Declaração Universal dos Direitos do Homem, bem como, o Lei Laboral do País.</p> <p>Promovemos junto dos nossos fornecedores os critérios de direitos humanos e direito do trabalho, através da inserção de cláusulas contratuais que protegem e promovem os direitos humanos no ambiente laboral 18, 35 a 39</p>
4	Descrição de sistemas de gestão para integrar os Direitos Humanos	<p>Ver Política de Direitos humanos no http://www.grupocvt.com.cv/node/660 onde está descrito o compromisso e apoio a áreas relacionadas com os direitos humanos</p>
5	Descrição de mecanismos avaliação e monitorização mecanismos integração dos Direitos Humanos	35 a 39
Políticas de Gestão e Procedimentos Laborais		
6	Descrição de compromissos. Estratégias e Políticas	5
7	Descrição de sistemas de gestão para integrar temas laborais	8
8	Descrição de mecanismos avaliação e monitorização mecanismos integração dos temas laborais	40
Políticas de Gestão e Procedimentos Ambientais		
9	Descrição de compromissos. Estratégias e Políticas	
10	Descrição de sistemas de gestão para integrar o ambiente	Ver Política Ambiental do Grupo CVTelecom no www.grupocvt.com.cv
11	Descrição de mecanismos avaliação e monitorização mecanismos integração do ambiente	
Políticas de Gestão e Procedimentos Anti Corrupção		
12	Descrição de compromissos. Estratégias e Políticas	Política Anti-Corrupção disponível em

		http://www.grupocvt.com.cv
13	Descrição de sistemas de gestão para integrar a anti-corrupção	No processo de acolhimento de novo colaboradores é disponibilizado, por email, po questões ambientais, o código de ética da Empres e é dada a instrução clara de sua leitura, pedido de esclarecimento e implementação das normas d conduta no dia a dia de trabalho.
14	Descrição de mecanismos avaliação e monitorização mecanismos integração anti-corrupção	Política Anti-Corrupção disponível em http://www.grupocvt.com e auditorias externas.
Ações para apoiar temas e objetivos das Nações Unidas		
15	Descrição da contribuição para os objetivos e temas das Nações Unidas	40 a 47
16	Descrição de investimentos sociais estratégicos e filantrópicos	40
17	Descrição de iniciativas de envolvimento em políticas públicas e <i>advocacy</i>	A CVTelecom, no âmbito das políticas de sustentabilidade, promove e atua conforme descrito nas páginas 40 a 47, de modo a atender às necessidades das populações. Porém, a nível das iniciativas de <i>advocacy</i> , tendo em conta a sua natureza jurídica e seu objeto, não pode ter qualquer intervenção em termos de reivindicação de direitos e formulação de políticas públicas
Liderança e Governance para a sustentabilidade		
19	Descrição do compromisso do CEO	5
20	Descrição do <i>Board</i> e sua fiscalização	8 e 9
21	Descrição do Envolvimento de Stakeholders	16 a 17

