

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2019





Cabo Verde Telecom, S.A.

Matriculada na Conservatória do Registo Comercial da Praia
sob o n.º. 415

Número de Id. Fiscal 2001 064 81,

Capital social de 1.000.000.000\$00 (mil milhões de ECV C.V.),

Sede: Rua Cabo Verde Telecom,

Caixa Postal 220, na Cidade da Praia,

Ilha de Santiago, Cabo Verde



ÍNDICE



1. A CVT

04

- a) Apresentação 04
- b) Desenvolvimento Sustentável 12
- c) Principais Marcos e Eventos 15



2. DIMENSÃO ECONÓMICA

17

- a) Destaques Financeiros 17
- b) Presença no mercado 20
- c) Atividade da empresa no sector e no país - Impactes económicos indirectos 21
- d) Compras 28
- e) Investimentos, Inovação e desenvolvimento 30
- f) Satisfação do Cliente/ Sistema Gestão da Qualidade (SGQ) 33
- g) Gestão de riscos 35



3. DIMENSÃO AMBIENTAL

37

- a) Gestão global 38
- b) Biodiversidade Gestão e impacto 45



4. DIMENSÃO SOCIAL

46

- a) Desenvolvimento e Gestão de Recursos Humanos 46
- b) Responsabilidade Social - Sociedade 55



5. ANEXOS

63

- a) Procedimentos do relato 63
- b) Tabelas de desempenho dos indicadores da CVT 66
- c) Tabela GRI 74
- d) Tabela United Nations Global Compact (UNGC) 81



01. A CVT

a. Apresentação

A CVT 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.

É um operador global de telecomunicações e multimédia. As suas atividades estendem-se a todos os segmentos de telecomunicações: linhas fixas, móveis, multimédia, dados e soluções empresariais. Estamos orientados para o cliente e focados na inovação e nas necessidades do consumidor. A CVT divide-se em três unidades de negócios:



CVTelecom

Empresa prestadora de serviços de voz fixa (fixo tradicional) e de circuitos alugados.



CVMóvel

Principal prestadora de serviços móveis em Cabo Verde;



CVMultimédia

Empresa prestadora de serviços de dados e multimédia.

Somos líderes no sector das comunicações electrónicas em Cabo Verde. Temos soluções de última geração, de voz, dados, internet e televisão, para todos os segmentos de mercado (residencial, empresarial e grossista).

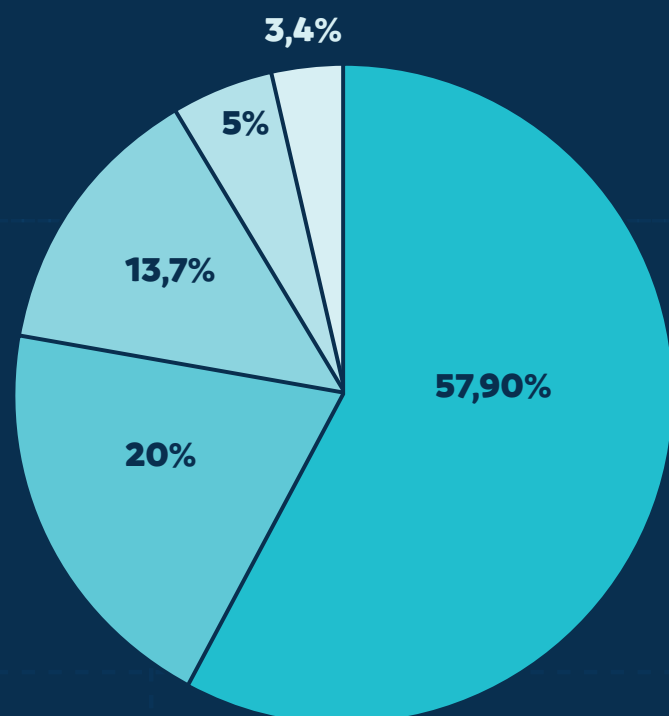
(102-1, 102-2)



Disponibilizamos os melhores produtos e serviços para os nossos clientes. Pretendemos continuar a ser um motor de desenvolvimento e de progresso de Cabo Verde, continuando a dar o nosso melhor contributo para uma sociedade mais informada.

Estamos presentes na vida da maioria dos caboverdianos com um papel relevante na dinamização da economia do país. Acreditamos na inovação como um fator fundamental de diferenciação no mercado e de sustentabilidade futura, por isso trabalhamos para oferecer serviços e produtos que mais se adequem às necessidades e exigências do Mercado em que operamos.

A estrutura acionista da Empresa



A 31 de Dezembro de 2019 a estrutura acionista da CVT era a seguinte:

- **57,9%**
INPS – Instituto Nacional da Previdência Social
- **20%**
ASA – Aeroportos e Segurança Aérea
- **13,7%**
Privados Nacionais
- **5%**
Sonangol CV
- **3,4%**
Estado de Cabo Verde

■ INPS ■ ASA ■ Privados Nacionais ■ Sonangol CV ■ Estado CV

Participações Financeiras

As participações financeiras da Empresa ascendem a um valor de 895 milhões ECV, com a seguinte composição:

- **DIRECTEL, LDA.** - 40% do capital social
- **SISP, S.A.** - 10% do capital social
- **TUDO DIRETO, S.A.** - 45.36% do capital social
- **RASCOM** - 0.28% do capital social
- **CVMÓVEL** - esta participação está valorizada, pelo Método de Equivalência Patrimonial, em 420,8 milhões de ECV.
- **CVMULTIMÉDIA** - esta participação está valorizada, pelo método de equivalência patrimonial, em 278,89 milhões de ECV.

Mensagem do Presidente



Caro Leitor,

Podemos afirmar com orgulho que 2019 ficará na história da CVTelecom como o ano da retoma do crescimento, com o aumento de 1,3% das vendas. Embora aparentemente baixo, é significativo e estimulante depois de mais de sete anos de quedas consecutivas.

Prosseguimos em 2019, tal como nos últimos anos, com investimentos intensivos no sentido de corrigir os atrasos na competitividade da Rede Móvel, de garantir o lançamento, com muito sucesso, do 4G, de introduzir ofertas inovadoras como o FTTH e a Cloud, bem como de modernizar a Rede Core e as Ligações Internacionais, caso do cabo EllaLink, um investimento em torno de 30 milhões de USD. Em 2019, o CAPEX atingiu, assim, os 2.429 mil contos, um crescimento de 47% em relação a 2018.

Apesar desse esforço de investimento, a sustentabilidade financeira do Grupo CVT tem sido salvaguardada através do controle dos rácios de endividamento da Empresa e da capacidade de resposta da Tesouraria.

Não se concretizou a adequação e modernização do pacote legislativo do setor, o Decreto Legislativo 7/2005 e a assinatura do Contrato de Concessão, adiando, assim, a implementação de importantes medidas como a convergência dos serviços comerciais do Grupo e a criação da divisão autónoma dos negócios grossistas.

Acreditamos que a qualidade e competência da equipa e dos ativos sustentam a ambição de continuarmos a ser a empresa líder no mercado, continuando a aumentar o valor

gerado para os nossos clientes, colaboradores, acionistas e todas as partes interessadas.

A nossa responsabilidade é grande e é nossa convicção que o desenvolvimento só é sustentável quando a Empresa e a sociedade crescem juntas, partilhando o valor gerado.

Estamos seguros da importância de agir de forma responsável e sustentável para assegurar a competitividade a longo prazo, incluindo o papel do nosso setor de atividade para o futuro sustentável da sociedade cabo-verdiana.

Comprometidos com os dez Princípios do *Global Compact*, do qual somos membros, e em contribuir para a concretização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, os nossos relatos estão alinhados com o referencial GRI - *Global Reporting Initiative*.

Para a CVT e os seus colaboradores, a quem agradecemos o empenho, competência e entusiasmo, o desafio, se antes era enorme, agora é enormíssimo, exigindo coragem, determinação e muita competência! (102-14)

O Presidente do Conselho de Administração

José Luís Livramento M. A. de Brito

i. Sobre a CVT

Missão, Visão, Valores



Missão

A Missão da CVTelecom é prestar, com qualidade, serviços de comunicações, no sentido de satisfazer as necessidades dos clientes, proporcionar mais-valias aos acionistas e contribuir para o desenvolvimento global e sustentado da sociedade cabo-verdiana.

A Missão da CVMovel é prestar com qualidade, uma gama completa de serviços de telecomunicações móveis, no sentido de satisfazer as necessidades dos clientes, através de soluções tecnologicamente avançadas e inovadoras; proporcionar mais-valias aos acionistas e contribuir para o desenvolvimento global e sustentado da sociedade Cabo – Verdiana.

A Missão CVMultimédia é de prestar, com qualidade, serviços de telecomunicações (Zap TV, ADSL e Voip), no sentido de satisfazer as necessidades dos clientes, proporcionar mais-valias aos acionistas e contribuir para o desenvolvimento global e sustentado da sociedade Cabo-verdiana.



Visão

A CVTelecom é uma Empresa de comunicações, orientada para o serviço ao cliente, rentável, tecnologicamente avançada e socialmente responsável e interveniente.

A visão da CVMóvel é liderar no mercado das telecomunicações móveis em Cabo Verde.

A CVMultimédia pretende ser uma verdadeira operadora convergente, líder de mercado, que faz parte do dia-a-dia dos seus clientes, procurando proporcionar-lhes momentos de felicidade em toda a parte, mantendo uma relação para toda a vida.



Valores



Ética

O colaborador da CVT 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 empresa 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.



Nossos produtos e serviços



Telecomunicações Fixas

Telefone Fixo, Circuitos Alugados, Di Casa, Linha Verde, Telefácil



Telecomunicações Móveis Terrestres e Internet móvel

POWA SWAG, DIBORLA, NET MOVEL, NET NA MON, TOKSPERA, PAKOTÃO



Internet Banda Larga Fixa, TV por Assinatura e VOIP

ZAP TV (Yes/Base/Top), ZAP NET (Controlo/Fast), 2P NET (Plus/Fast), ZAP 3P (Yes Control/Base Control/Top Control/Fast Premium), 3P (Base/Plus/Fast), ZAP PRO (Net/Fast)

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



Localização das nossas lojas

A CVT está em praticamente em todos os concelhos do País, com as suas lojas **(27)** e quiosques **(3)**, num total de 30 representações:

★ Lojas

* Quiosques





ii. Governance Corporativa - Integridade e ética na governação

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)

É realizada anualmente, uma auditoria financeira, para revisão das demonstrações financeiras, sistema financeiro, registos, transações e operações da CVT, executada por

auditores externos, com a finalidade de assegurar a fidelidade dos registos e proporcionar credibilidade às demonstrações financeiras e outros relatórios da administração.

Também, enquadrado no nosso Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), anualmente realizamos pelo menos, três auditorias (2 internas e 1 externas) para avaliação de conformidade e cumprimento das políticas adotadas e a eficácia dos sistemas de gestão certificados.

Políticas existentes

Existem políticas internas devidamente aprovadas e implementadas, que orientam a gestão e norteiam as nossas atividades nos diferentes processos internos, alinhados com os princípios dispostos no nosso Código de Ética e

que podem ser encontradas no *site* institucional:

<http://www.grupocvt.com.cv>.

Podemos ver o cronograma seguinte de acordo com a criação e aprovação das Políticas na CVT:



Revisões:

1. Política de Saúde e Segurança no Trabalho (revista em 2012);
2. Política de Qualidade (revista em 2013 e 2014);
3. Política do Ambiente (revista em 2012)
4. Política de Prevenção e Gestão de Conflitos de Interesse nas Aquisições de Bens e Serviços (em revisão)

(102-25, 102-28)

Para nós existe um compromisso para com o que está certo na senda de fazer o melhor para os nossos clientes e todos os *stakeholders*. As nossas responsabilidades legais são controladas pela área de Serviços Jurídicos e Regulamentar, área cada vez mais ativa, dinâmica e com uma importância cada vez maior.

Com uma evolução constante, os serviços jurídicos colaboram cada vez mais com cada direção da CVT, Comercial, Marketing, Logística e Compras, entre outras, para alcançar os objetivos da marca de podermos fazer o melhor.

O foco na sustentabilidade não é apenas uma vontade é uma característica que cada vez mais torna-se um requisito para o desempenho das várias áreas da CVT.



iii. Órgãos sociais e Pelouros dos membros do CA

O Mandato de todos os órgãos sociais foi deliberado para o período de 2016-2019. Não houve alterações desde o relato passado.

| Assembleia Geral | Conselho Fiscal | Conselho de Administração | Comissão de Vencimentos |
|--|-----------------|--|----------------------------------|
| Simão Monteiro | | José Luís Livramento M. Alves de Brito | Leida Helena Maurício dos Santos |
| Mário Luís Mendes Moreira | BDO | Rui Filipe da Silva Bastos Fortes | N'Dira Calídia Santos Pereira |
| Ariana Paula Lima Rodrigues Firmino | | João Domingos de Barros Correia | Adelino Lopes da Silva |
| | | José Luís Gonçalves Barros - Suplente | |

iv. Pelouros dos membros do CA

Os pelouros do Conselho da Administração mantiveram-se assim distribuídos em 2019:



Presidente

José Luís Livramento Alves de Brito

- Estratégia; Relações Institucionais
- Gabinete do Conselho da Administração, Planeamento e controlo de gestão
- Engenharia; Redes; Sistemas de informação
- Coordenações Regionais e Locais



Vogal

Rui Filipe da Silva Bastos Forte

- Regulação e Interligação
- Negócio fixo, móvel e multimédia customer care



Vogal

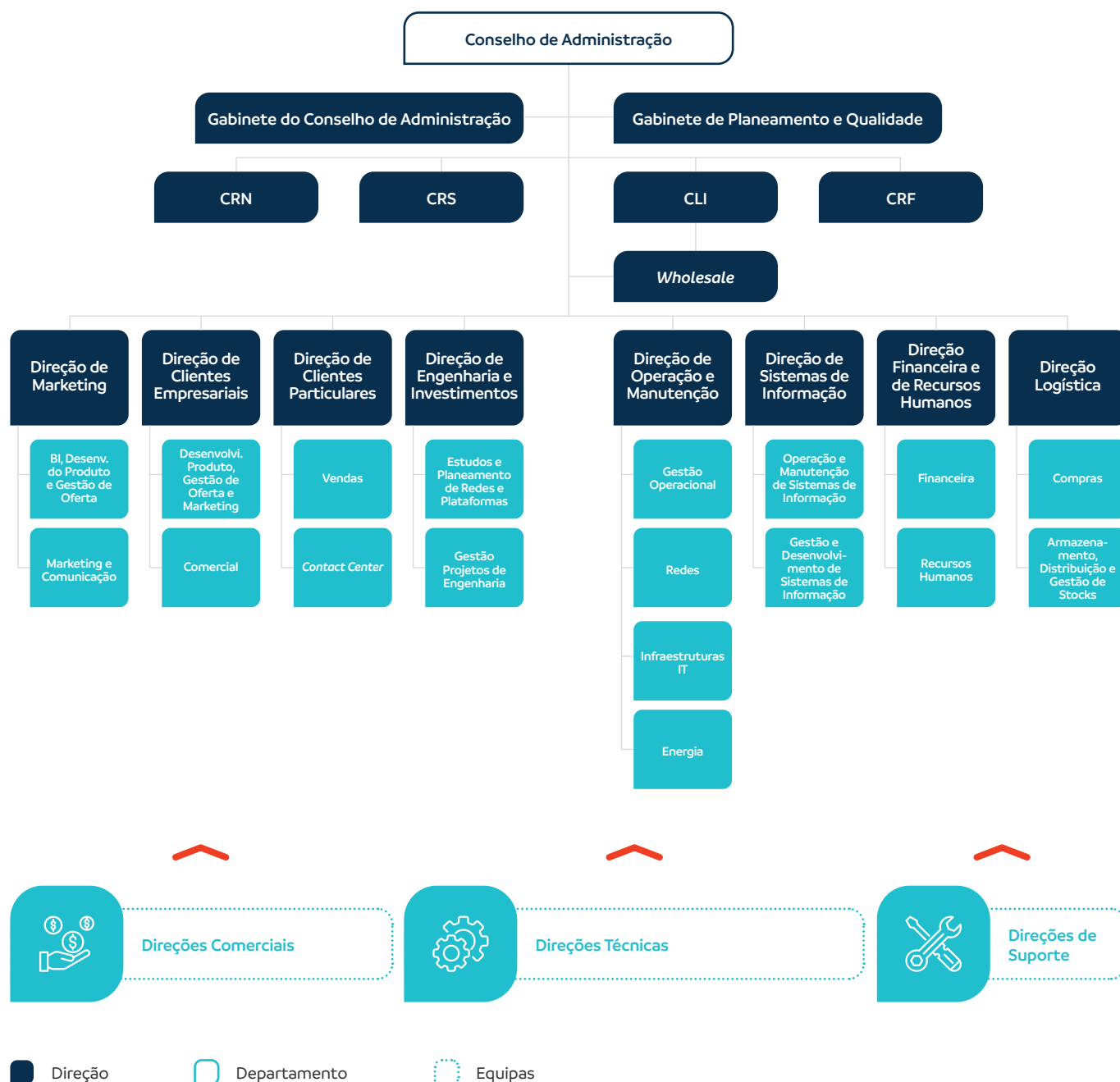
João Domingos de Barros Correia

- Finanças, Contabilidade e Fiscalidade
- Logística e Compras
- Recursos Humanos

(102-19, 102-21, 102-22)



v. Estrutura organizativa






A estrutura organizativa apresentada está em implementação, desde 2016, aguardando revisão da Lei Base das Comunicações (decreto-legislativo 7/2005) que irá criar as condições para a completa implementação da mesma.

(102-18)



b. Desenvolvimento Sustentável

A CVT assume o seu total comprometimento com a gestão da sustentabilidade pelo que anualmente, no âmbito do seu processo planeamento revê a actualização da sua estratégia sustentabilidade implementada desde 2013. A área de Sustentabilidade, inserida no Gabinete do Conselho da Administração, por delegação da gestão de topo, é responsável pelo controlo e implementação da estratégia com as seguintes áreas estratégicas e compromissos:

| Áreas Estratégicas | Compromissos |
|--|--|
|  1. Contribuir para o desenvolvimento do mercado das TIC em Cabo Verde | <ul style="list-style-type: none">1. Garantir as infraestruturas e rede adequadas para a prestação de um serviço contínuo e de qualidade2. Disponibilizar ofertas competitivas e inovadoras no mercado3. Promover o acesso à sociedade de informação |
|  2. Promover a eficiência nas operações e serviços | <ul style="list-style-type: none">1. Optimizar o planeamento e controlo estratégico e reforçar os processos de gestão da empresa2. Gerir e valorizar os recursos humanos3. Reforçar a imagem corporativa4. Gerir os aspectos ambientais das atividades desenvolvidas pela CVT |
|  3. Promover a inclusão digital e os laços de cidadania com a comunidade | <ul style="list-style-type: none">1. Contribuir para a Inclusão digital da população2. Promover a cidadania empresarial |

Está clara para a CVT a importância da sustentabilidade nas suas actividades e na sua cadeia de valor por isso integra na sua estratégia de negócio as oportunidades e riscos a nível económico, ambiental e social. A sua estratégia de sustentabilidade assenta ainda no compromisso assumido, desde 2008, de apoiar e de agir de acordo com os 10 Princípios do Global Compact, nas áreas de Direitos Humanos, Práticas laborais, Ambiente e Anticorrupção.

A implementação da estratégia ocorre através do Plano de actividades anual gerido pelo Gabinete de Planeamento Controlo e Qualidade estabelecido para o triénio e revisto anualmente. Este plano segue os princípios mencionados acima e define linhas de orientação que enquadram as unidades de negócio para o conjunto de iniciativas a concretizar. Desta forma, a gestão da sustentabilidade ocorre nos diferentes níveis da organização, desde a vertente estratégica à operacional.





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

Os objetivos de sustentabilidade são anualmente definidos no momento de planeamento, e se encontram distribuídos pelas diferentes áreas de negócio, que se apoiam na execução dos mesmos, com um conjunto de parceiros, fundamentais no desenvolvimento e implementação da Estratégia.

ii. Funcionamento da Governance



Assembleia Geral de Acionistas (AG)

Ordinária e extraordinária, sempre que solicitado pelo Conselho de Administração ou acionistas nos termos dos estatutos da empresa.

Em 2019, 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 da Administração (CA)

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 Diretores e Coordenadores.

Membros do CA têm amplos conhecimentos nas áreas de finanças, governança corporativa, comercialização de serviços de telecomunicações e sustentabilidade.

Não se submete a um processo formal de autoavaliação; É assessorado pela Comissão de Sustentabilidade.



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.

Em 2019, o CA da CVT registou nas suas atividades de gestão:

- **Despachos emitidos: 639** (324 CVTelecom, 219 CVM, 106 CVMM)
- **Atas do Conselho de Administração: 42** (sendo 14 de cada empresa)
- **Atas de Assembleia Geral: 3** (1 de cada empresa)

(102-2, 102-26)



iii. Estratégia

Intrínseco à estratégia corporativa da CVT está a estratégia de sustentabilidade que associa ao pilar económico do negócio os pilares social e ambiental, focada no crescimento económico, no progresso social e qualidade ambiental, com o objetivo de criação de valor para todos os stakeholders.

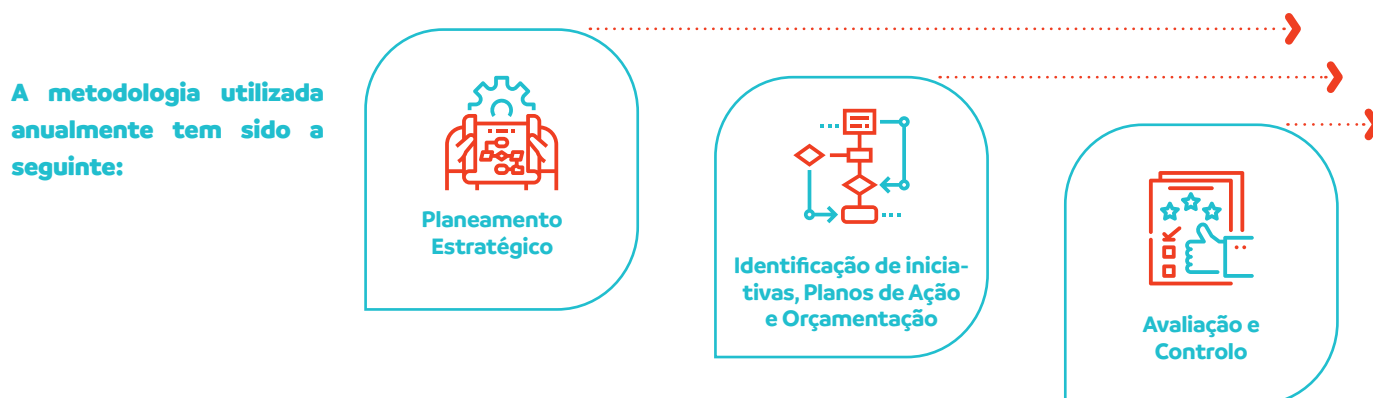
O Plano de Atividades para 2019, em linha com o plano estratégico delineado para o triénio 2018-2020, apontava para um crescimento da receita face a 2018, o que se traduz numa inversão do ciclo de queda nas receitas, o que efectivamente veio a verificar-se.

Durante o ano de 2019, foram dados importantes passos na execução da estratégia delineada. Relembra-se que a estratégia da CVT se centra em quatro pilares, a saber: Convergência & Proposta de Valor, Investimento & Inovação, Eficiência Operacional e Criação de Valor para os acionistas.



O plano estratégico contempla um período de três anos e alimenta os Planos de Atividades e Orçamentos anuais, sendo este ultimo trabalhado com cada Direção anualmente. Os objetivos estratégicos são sustentados, ao longo do triénio 2018-2020, por planos de mais curto prazo, no caso em concreto o plano de 2019, onde estão inscritas as iniciativas para os concretizar.

No ano agora em revista, não obstante as limitações de contexto, foram alcançados resultados bastante satisfatórios em todos os pilares da estratégia.



(102-20)



c. Principais Marcos e Eventos



JANEIRO

CVT e ICIEG assinam protocolo de parceria para funcionamento da “Casa de Passagem”

A CVMóvel ofereceu 6 milhões em prémios neste Natal

CVMóvel premiada como Melhor Parceiro na Gala do Desporto do Município de Santa Catarina – Fogo

FEVEREIRO

Ato de entrega da Proposta 4G da CVMóvel

CVMóvel oferece Sala Multimédia à Escola Secundária de Salineiro

MARÇO

CVMóvel e ZAP parceiras oficiais do Atlantic Music Expo (AME)

A CVTelecom rubricou um protocolo de parceria com o Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP), aderindo ao Programa de Estágio Profissional Empresarial (PEPE).

CVMóvel apoia 8 Associações Desportivas do Interior de Santiago

ABRIL

Grupo CVT Marca Presença nas Festividades de Nhô San Filipe/Fogo

A CVTelecom recebeu a visita de Sua Majestade Rei do Royal Bafokeng Nation, no quadro da sua deslocação a Cabo Verde, país escolhido por Sua Majestade para estabelecimento de futuras parcerias institucionais, particularmente nas áreas de Educação e Economia Digital em África, continente onde o Rei pretende investir cerca de três biliões de dólares.

A CVMóvel através da marca POWA SWAG foi parceira da “África Youth Cup” (Copa da Juventude da África), um torneio internacional de futebol juvenil sub-16, realizado na cidade da Praia.

MAIO

CVMóvel premeia projetos inovadores na Educação

CVMóvel parceira da UNI-CV na Semana TIM

O Estado de Cabo Verde e a PT Ventures SGPS rubricaram o acordo que põe fim ao contencioso existente entre as duas entidades. O Acordo contemplou a aquisição da participação da PT Ventures na CVT (40%), pela empresa Aeroportos e Segurança Aérea (ASA) e pelo Instituto Nacional de Previdência Social (INPS), tendo cada uma dessas entidades adquirido 20%, das ações, passando o INPS a deter 57,9%.

JUNHO

A CVMóvel foi a patrocinadora Oficial dos Jogos Africanos de Praia (COJAP).

Lançamento do piloto 4G da CVMóvel na Cidade de Santa Maria.



JULHO

A CVMóvel é a mais nova parceira do Cabo Verde Triangle Trail, primeiro evento desportivo dessa envergadura, voltado para Turismo e Aventura a realizar-se no país, que visa desenvolver e promover atividades desportivas de natureza e participação da população local.

A CVTelecom e o Governo de Cabo Verde, com o apoio do Banco Europeu de Investimento (BEI) assinaram na ilha do Sal, um importante acordo tripartido para financiamento do programa de conectividade “Cabo Verde Connetivity Program” que inclui, designadamente, o Cabo Submarino EllaLink

O Grupo CVT através da marca ZAP, foi o patrocinador oficial do Afrobasket Masculino Sub 16, com a participação de dez países.

AGOSTO

CVMóvel inaugura Rede Móvel na localidade de Pilão Cão e oferece Sala Multimédia à escola local

A CVTelecom inaugura nova loja na cidade de Sal Rei e disponibiliza serviços de alto valor

CVTelecom recebe Certificado de Reconhecimento do CCS- Sida

SETEMBRO

A CVMóvel recebe da Agência Reguladora Multisectorial da Economia (ARME), a licença 4G, ficando assim formalmente habilitada para a prestação e comercialização do serviço móvel de quarta geração

Manutenção da Certificação do SGQ segundo a versão da Norma NP ISO 9001:20



OUTUBRO

CVMóvel oferece sala Multimédia ao Liceu Fulgêncio Tavares

Nova Era Digital no Centro de Capacitação e Formação Profissional dos Órgãos

CVMóvel patrocinador Gold - Morabeza – Festa do Livro

O Grupo CVT participou na Expo Smart City CEDEAO 2019, evento que visa apresentar às Câmaras Municipais, Governo, Instituições, Empresas, Universidades e à Sociedade Civil os trabalhos que vêm sendo desenvolvidos para tornarem as nossas cidades inteligentes, sustentáveis, acolhedoras e seguras.

NOVEMBRO

O Grupo CVT marcou presença na FIC 2019, na qualidade de Patrocinador Gold e Parceiro Tecnológico, com uma imagem mais arrojada, sempre a inovar, permitindo aos visitantes a experiência de alta velocidade e conectividade ligados pelas tecnologias 4G e Fibra.

A CVMóvel foi galardoada na Gala Nacional de Desporto, na categoria de Instituição parceira do desporto nacional.

A CVTelecom participou no AfricaCom /AfricaTech, na África do Sul, um dos maiores eventos do continente africano na área das novas tecnologias de Informação e de Comunicação.

DEZEMBRO

A CVMóvel lança a Campanha Natal Premiada, em que todos os clientes que fizessem recargas de valor igual ou superior a 200\$, ficavam habilitados a vários prémios diários e, semanais e no final ao sorteio de um magnífico automóvel Renault Duster.

Associação de Colaboradores da CRN em mais uma ação Social





02. DIMENSÃO ECONÓMICA

a. Destaques Financeiros

O ano de 2019 ficará na história da CVT como o ano da retoma do crescimento das vendas. Com efeito, depois de mais de sete anos de quedas consecutivas nas vendas, a CVT apresenta um crescimento de 1,3%. Um valor aparentemente baixo, mas significativo e estimulante para aqueles que, no dia a dia, têm a tarefa da condução estratégica e operacional da Empresa.

A Margem EBITDA passou de 41,5% em 2018 para 42,7% em 2019 e os Resultados Líquidos cresceram 3,3%, atingindo os 187,6 mil contos.

Apesar da pouca margem para a contenção de custos, pois a despesa vai ficando cada vez mais rígida, o OPEX caiu 0,9%, ficando nos 2.533 mil contos que, quando relacionado com as receitas consolidadas de 4.422 mil contos, conduz à mencionada boa Margem EBITDA, importante para os investidores.

Como medidas imediatas, destacam-se a suspensão e adiamento dos gastos de manutenção e reparação, dos fornecimentos e serviços de terceiros, desde que não sejam críticos e cuja supressão não põe em causa a continuidade dos negócios. De igual forma pondera-se a suspensão de alguns contratos de trabalho bem como das remunerações acessórias, enquanto perdurar o abrandamento dos negócios, bem como, a suspensão dos gastos relativos a comunicação e marketing, formação, deslocação e patrocínios.

No que se refere ao CAPEX, prevê-se dar continuidade apenas aos investimentos em curso e aos considerados críticos para a mudança e adaptação tecnológica.



O alavancar das vendas é acompanhado pela consolidação da liderança no móvel, pelo posicionamento da empresa nas novas receitas, como a Cloud, a Fibra Ótica e a Internet Dedicada, bem como, pela melhoria constante das ofertas na ótica do cliente. Igualmente apostou-se em pacotes com preços e perfis mais atrativos, caso da internet ilimitada, em que se optou pela não diferenciação de preços com base na tecnologia de suporte.

No segmento Empresarial, não obstante o contexto de separação das unidades de negócio, a CVT focou a sua atuação na implementação da transformação do negócio de modo a endereçar as necessidades específicas dos diferentes sectores empresariais. O Grupo viu a sua posição competitiva reforçada, com um crescimento quer do número de clientes quer do número de serviços por conta, este incremento foi naturalmente acompanhado por um crescimento da receita associada ao segmento.

i. Valor económico gerado e distribuído



Receitas

4.586

(yoy + 1%)



Receitas operacionais

4.422

(yoy + 1%)



Custos operacionais

1.332

(yoy - 24%)



Salário Colaboradores

1.042

(yoy - 2%)



Pagamento investidores

154

(yoy - 42%)



Pagamento ao Estado

196

(yoy - 41%)

y.o.y (year on year); números representam milhões de escudos

(201-1)

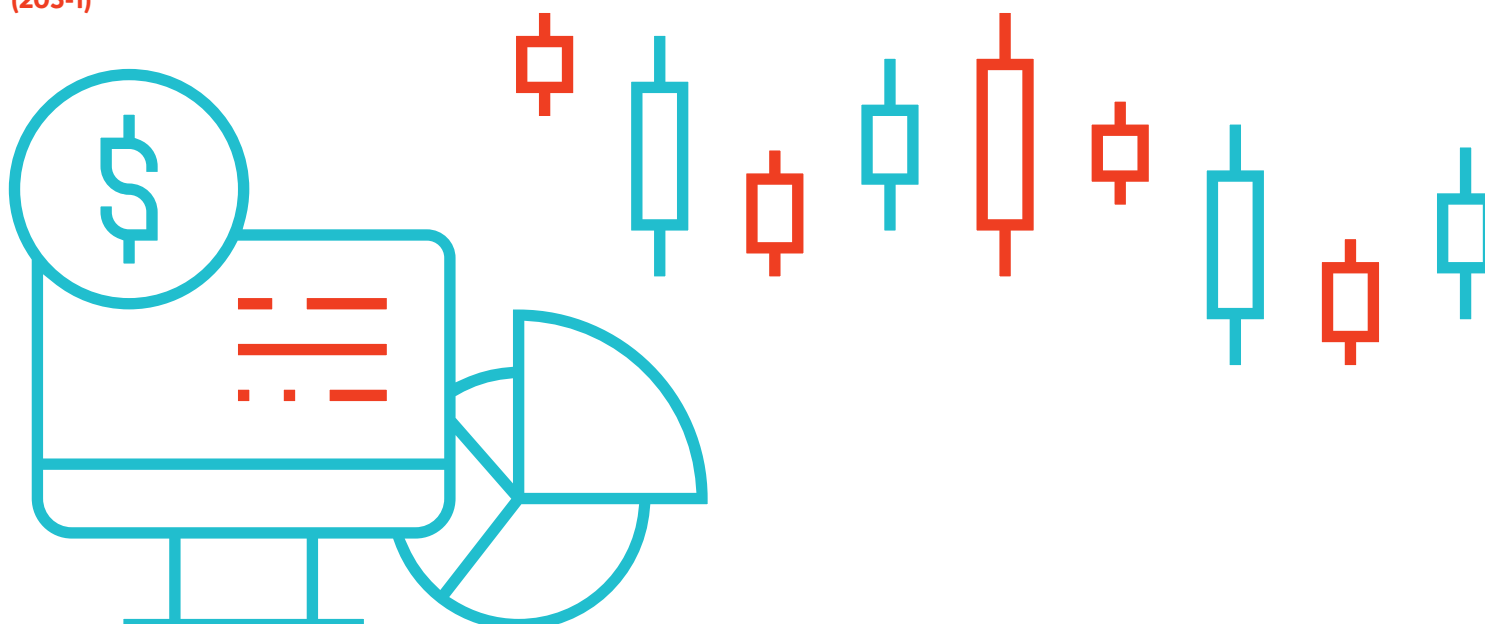
(Ver evolução na Tabela 1 dos anexos)



ii. Principais indicadores de negócio

| Síntese dos Indicadores | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|---|---------|---------|-----------|
| Receitas Consolidadas (mil cts) | 4.365 | 4.422 | 1,3% |
| OPEX (mil cts) | 2.555 | 2.533 | - 0,9% |
| EBITDA (mil cts) ² | 1.810 | 1.888 | 4,4% |
| Margem EBITDA (mil cts) | 41,5% | 42,7% | 124,9% |
| Resultado Líquido (mil cts) | 181,5 | 187,6 | 3,3% |
| Capex (mil cts) | 1.651 | 2.429 | 47,2% |
| Capex em % das Receitas de Exploração | 38% | 55% | 17,1 p.p. |
| Ativo Líquido (mil cts) | 13.613 | 14.684 | 7,9% |
| Capital Próprio (mil cts) | 6.628 | 6.630 | 0,0% |
| Capital Próprio (mil cts) | 6.628 | 6.634 | 0,1% |
| Passivo (mil cts) | 6.985 | 8.050 | 15,2% |
| Solvabilidade | 95% | 82% | - 12 pp |
| Rácio Liquidez Geral | 102% | 97% | - 6 pp |
| Clientes Telemóvel (un) | 378.584 | 384.758 | 1,6% |
| Utilizadores de Internet Móvel ³ | 204.947 | 240.816 | 17,5% |
| Clientes Telefone Fixo (un) | 62.628 | 57.420 | -8,3% |
| Clientes Internet Fixa (un) | 15.204 | 16.422 | 8,0% |
| Clientes TV (un) | 6.873 | 7.455 | 8,5% |
| Pessoal ao Serviço GCVT (un) | 454 | 433 | - 4,6% |

(203-1)





b. Presença no mercado

Oferecemos soluções de voz fixa e móvel, televisão, banda larga, de última geração a todos os segmentos de mercado nacional.

Sempre enquadradas pela legislação nacional, a CVT promove a implementação das melhores práticas de negócio em torno dos diferentes segmentos de mercado onde atua. A interação com as diversas partes interessadas é enquadrada pelo Código de Ética.

O nosso negócio (comunicações eletrónicas) exerce uma influência positiva sobre as economias locais (ilhas), promovendo o crescimento das empresas destas. As nossas práticas de remuneração salarial procuram a atração e retenção dos melhores colaboradores, verificando-se salários mínimos **2,97 vezes maior** que o salário mínimo praticado nacionalmente.

Temos uma forte presença no mercado nacional, com liderança em todos os serviços nomeadamente Telefone Fixo, Internet fixa, TV e Móvel, com quotas de mercado superiores a 60% em todos eles.



c. Atividade da empresa no sector e no país - Impactes económicos indiretos

O ano agora em revista, 2019, fica marcado de forma perene na história recente da CVT, como sendo um ponto de viragem na tendência de queda de receitas dos últimos anos, e veio confirmar os propósitos da estratégia há muito delineada.

No segmento Empresarial, não obstante o contexto de separação das unidades de negócio, a CVT focou a sua atuação na implementação da transformação do negócio de modo a endereçar as necessidades específicas dos diferentes sectores empresariais. Vimos assim a nossa posição competitiva reforçada, com um crescimento quer do número de clientes quer do número de serviços por conta, este incremento foi naturalmente acompanhado por um crescimento da receita associada ao segmento.

Com efeito em 2019, a CVT teve resultados muito positivos no que diz respeito ao posicionamento almejado no segmento empresarial, nomeadamente no setor turístico, e que catapultarão o Grupo para uma nova fase de crescimento nos próximos anos. Assim, a melhoria do desempenho no segmento empresarial resulta, em grande parte do enfoque continuado na venda adicional de serviços de valor acrescentado, cujo o peso na

receita continuará a crescer em linha com os objetivos estratégicos. Esta evolução permitirá, a médio/longo prazo, compensar o declínio generalizado das receitas de serviços de telecomunicações mais tradicionais. Durante 2019, a CVT esteve, e continuará a estar nos próximos anos, empenhada na criação das condições básicas para o futuro, com uma forte ancoragem na inovação e no desenvolvimento de soluções adaptáveis à realidade do mercado cabo-verdiano, tendo iniciado projetos estruturantes para o futuro, designadamente no que diz respeito a transformação digital.

A tendência do telefone fixo ao longo dos últimos anos, tem sido de diminuição, em detrimento das novas tecnologias. Em contrapartida, a taxa de penetração de internet fixa e móvel tem aumento gradualmente, uma vez que há uma dependência cada vez maior da internet no nosso dia a dia.

2019 também foi o ano de lançamento da 4G, e até dezembro pudemos alcançar uma cobertura geográfica de 22,4% e uma cobertura populacional de 79,4%. Visto que é um projeto que estava a iniciar, poderemos prever que em 2020 os dados serão mais elevados. (Ver evolução na tabela 5 nos anexos)

| Contribuição CVT para o acesso às TIC | 2019 | Δ % 19/18 |
|---------------------------------------|--------|-----------|
| Taxa penetração serviço fixo | 10,00% | - 13% |
| Taxa penetração internet serviço fixo | 3,20% | 7% |
| Taxa penetração mobile internet | 71,20% | 17% |
| Cobertura populacional 2G | 99,34% | 0% |
| Cobertura populacional 3G | 93,74% | 2% |
| Cobertura populacional 4G | 79,42% | |
| Cobertura geográfica 2G | 79,24% | - 1% |
| Cobertura geográfica 3G | 43,91% | 16% |
| Cobertura geográfica 4G | 22,47% | |

(203-2)



Em 2019 registamos um aumento considerável do volume de investimentos, em 32% em relação ao ano anterior. A CVT teve um papel crucial, pois entrou com 99.4%. De igual modo continua a ser o maior responsável pela empregabilidade do sector, respondendo por 74.4% dos colaboradores. Em relação às receitas consolidadas da

CVT em relação ao PIB de Cabo Verde, registou-se uma queda de 6%, tal como nas receitas consolidadas da CVT em relação ao investimento do sector no país, em 19%, comparados com o ano de 2018.

(Ver evolução na tabela 6 nos anexos)

| Telecomunicações em Cabo Verde | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|-------|-----------|
| Receitas geradas pelo Sector a nível nacional (milhões ECV) | 8.364 | - 19% |
| Número de trabalhadores do Sector | 782 | 0 |
| Investimentos no Sector (milhões ECV) | 2.4 | 32% |
| Taxa penetração serviço móvel | 108% | - 4% |
| Taxa penetração serviço fixo | 10% | - 17% |
| Taxa penetração serviço internet | 80% | 14% |
| Empregabilidade Grupo CVT / Empregabilidade nacional | 0.3 | 0 |
| Empregabilidade Grupo CVT / Empregabilidade Sector | 74.4% | 0.2% |
| Receitas operacionais consolidadas do Grupo CVT/Receitas operacionais do setor no país (milhões ECV) | 52.9 | 25.1% |
| Investimento consolidado do Grupo CVT / Investimento do setor no país (milhões ECV) | 99.4 | 12% |
| Receitas consolidadas pelo Grupo CVT / PIB Cabo Verde (milhões ECV) | 2.2 | - 6% |

Durante 2019, o Grupo esteve, e continuará a estar nos próximos anos, empenhado na criação das condições básicas para o futuro, com uma forte ancoragem na inovação e no desenvolvimento de soluções adaptáveis à realidade do mercado cabo-verdiano, tendo iniciado projetos estruturantes para o futuro, designadamente no que diz respeito a transformação digital.

(203-2)





Relacionamento com nossos *stakeholders*

A CVT tem uma ampla base de *stakeholders* que inclui indivíduos, grupos de indivíduos e organizações. Estes são indivíduos ou grupos que têm interesse no negócio da CVT, seja através do consumo de seus Produtos e serviços, investimento na Empresa, fornecimento de bens e serviços à CVT ou que são afetados pelo desempenho ou a forma como conduzimos o negócio.

O relacionamento da CVT com os seus *stakeholders*, está baseada na sua caracterização, onde é realizada a identificação de cada um, a gestão e controle das informações sobre os interesses, expectativas, e necessidades dos envolvidos, possibilitando antecipar oportunidades e tomar medidas pontuais e melhorar a comunicação com os mesmos.

A CVT investe cada vez mais no tratamento personalizado dos *stakeholders* de modo a que as relações se tornem mais fortes entre as partes interessadas e haja cada vez mais sintonia. **(102-40; 102-43).**

Outrossim, é importante para a CVT auscultar os seus *stakeholders* pelo que em 2019 aplicou o IS, cujo o resumo apresenta-se abaixo:

A CVT instituiu como prática a realização do inquérito aos *stakeholders*, como sendo bianual. Assim em 2019 procedeu-se à realização do mesmo, com o objetivo de proporcionar-nos oportunidades de aprendizagem, criação de valor partilhado, maior proximidade e confiança, redução do risco de conflitos e tomadas de decisão bem fundamentadas. Para consolidação desses objetivos, os resultados são espelhados na definição dos temas materiais para elaboração, que também é resultado do Plano Estratégico da Empresa.

Foram recolhidas amostras de **dois universos distintos: população** de Cabo Verde e ***stakeholders*** da CVT.



População

Residente nas 9 ilhas de Cabo Verde com idade igual ou superior a 18 anos e *stakeholders* da CVT



Amostra

600 residentes e 494 *stakeholders* da CVT



Metodologia

Amostragem por quotas representativas da população cabo-verdiana segundo o sexo, idade e ilha de residência, amostra recolhida através de listagem de *stakeholders* da CVT, e entrevistas telefónicas CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

De forma muito resumida podemos apresentar os principais resultados, que foram alcançados nos temas chave do inquérito:



Responsabilidade para com a sociedade cabo-verdiana

O tema com maior importância média para os *stakeholders* da CVT é o investimento no desenvolvimento e melhoria da rede de telecomunicações (média de 4,4p numa escala de 1 – *nada importante*, a 5 – *totalmente importante*). Inversamente, os temas a que os *stakeholders* atribuem menor importância são as doações em benefício da sociedade cabo-verdiana e o apoio ao empreendedorismo, ambas com uma importância média de 3,7p.

Tanto para a população em geral como para os clientes da CVT, o indicador considerado mais importante é o financiamento de bolsas de estudo a alunos carenciados (mas com bom desempenho académico), com média de 4,1p, enquanto que o tema com menor importância é a contribuição da CVT para a economia nacional através da compra de bens/serviços a fornecedores cabo-verdianos (3,5p de média).

De um modo geral, os *stakeholders* atribuem em média maior importância a todos os temas quando comparado com a importância atribuída pela população. A única exceção regista-se quanto à atribuição de bolsas de estudo para alunos carenciados, em que a população atribui uma maior importância média (4,1p *versus*, 4,0p).



Sustentabilidade e impacto na natureza

Os *stakeholders* consideram, em média, 6 atributos como os mais importantes (todos com média de 4,1p); são eles o consumo eficiente de água, o desenvolvimento da atividade sem afetar áreas protegidas e investimento na proteção de espécies, adoção de comportamentos que permitam a redução de emissões de CO₂, a gestão adequada dos resíduos produzidos, o consumo eficiente de energia e o abandono da utilização de plásticos (quando possível).

Para os *stakeholders*, a partilha de sites com outras operadoras é o indicador com menor importância média, de 3,1p.

Para que a CVT possa ser considerado ambientalmente responsável, a população cabo-verdiana considera que o mais importante é que o grupo desenvolva a sua atividade sem afetar áreas protegidas e que invista em comportamentos que permitam a redução de emissões de CO₂ (média de 3,7p). Pelo contrário, o consumo eficiente de papel e consumíveis são considerados como os aspetos menos importantes (importância média de 3,3p).

De um modo geral, os clientes da CVT atribuem maior importância aos temas da sustentabilidade e impacto na natureza do que os não clientes. Entre estas diferenças, destaca-se que os clientes da CVT consideram mais importante o abandono da utilização de plásticos (média de 3,6p nos clientes *versus* 3,3p nos não clientes) e a gestão adequada dos resíduos (médias de 3,7p e 3,4p, respetivamente para clientes e não clientes), bem como o investimento em/adoção de comportamentos que permitam a redução de emissões de CO₂ (média de 3,7p *versus* 3,5p, respetivamente).



Responsabilidade pelos produtos e pelo cliente

Os *stakeholders* consideram que o mais importante é a prestação de um serviço de qualidade que garanta a satisfação dos clientes. Em média, este aspeto é considerado totalmente importante (média de 4,5p). Por outro lado, os aspetos menos importantes são a escuta de clientes para determinar a localização das antenas e a disponibilização de informações/soluções úteis que promovam junto dos clientes uma utilização segura dos serviços e dos equipamentos (média de 3,8p).

Para os clientes CVT, a par da prestação de um serviço de qualidade (média de 3,9p), os aspetos mais importantes são também a garantia de privacidade e a disponibilização de produtos para clientes com necessidades especiais (também com médias de 3,9p). O menos importante é também a possibilidade de a comunidade ser ouvida para ajudar na determinação dos locais das antenas (média de 3,4p).

A população em geral considera a garantia de serviços de qualidade e a disponibilização de produtos para clientes com necessidades especiais como o mais importante (3,9p) e, como menos importante, ser auscultada sobre a determinação da localização das antenas (média de 3,4p).

No tema da responsabilidade pelos produtos e pelos clientes, os clientes da CVT também tendem a ver mais importância nos vários indicadores do que os não clientes. Esta diferença é mais notável na importância atribuída à promoção de iniciativas que aumentem o conhecimento dos clientes sobre potencialidades e funcionalidades dos smartphones e da internet, na garantia da privacidade dos dados e da informação dos clientes, na inovação de produtos e serviços, na importância dos estudos sobre os impactos na saúde da utilização de produtos e serviços do grupo CVTelecom e na continuidade do serviço.



Condições laborais

No que toca às condições laborais dos colaboradores da CVT, os *stakeholders* consideram que o mais importante é a gestão adequada das competências dos colaboradores e a implementação de sistemas de saúde e segurança no trabalho (médias de 4,3p), enquanto que o apoio à reinserção social através de protocolos com instituições prisionais é considerado como o menos importante (média de 3,4p).





Direitos Humanos

Os *stakeholders* atribuem maior importância média à igualdade de oportunidades e remuneração para todos os colaboradores (média de 4,3p) e, como tema menos importante, o investimento na formação dos colaboradores do grupo em matéria de Direitos Humanos (3,6p de média).

Resumimos a seguir o relacionamento e nível de interação com os principais *stakeholders*:



Regulador - ARME

Contrato direto (telefone, email, reportes, reuniões)

Cultivar o bom relacionamento

Cumprimento das orientações

Participar nos eventos e formações proporcionados pelo Regulador

Responder em tempo útil as solicitações



Colaboradores

Comunicação Interna e intranet

Eventos internos

Formação

Avaliação de Desempenho

Inquéritos de satisfação de Clima social

Divulgação de ações (institucionais, comerciais, RH, RSO entre outros)



Cientes

Lojas, Sites, Call Center, Redes Sociais, email

Campanhas, Eventos promocionais

Gestão de reclamações

Visitas

Reuniões/Sessões de trabalho

Foco no cliente e sua satisfação



Além destes, ainda podemos citar ONG's, sindicatos, mídias, o Estado, entre outros. A CVT procura realizar reuniões, implementação de projetos/protocolos, escutas/negociações, sempre com o intuito de uma comunicação

clara, e estreitando cada vez mais os laços de proximidade, uma vez que os *stakeholders* tem um papel fundamental para a definição da estratégia da empresa e do seu sucesso.



Fornecedores

Contato direto (telefone, email, reportes, reuniões)

Cultivar o bom relacionamento

Cumprimento das orientações

Participar nos eventos e formações proporcionados pelo Regulador

Responder em tempo útil as solicitações



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



Sociedade Civil

Website Corporativo, Canais de comunicação telefónica e emails

Todos os assuntos relacionados com a prestação de serviço ao cliente, gestão, e o papel da Empresa na sociedade Cabo-verdiana

(102-40, 102-41, 102-42, 102-43, 102-44)



d. Compras

A procura pela normalização e Otimização dos Processos de Compra continuam na agenda da CVT.

A novidade de 2019 é a introdução de compras eletrónica internacionais. Registamos dois processos de compras.

No que respeita a compras nacionais registou-se um aumento nas 3 empresas da CVT, Maior destaque vai para a CVMultimédia devido aos investimentos em fibra ótica.

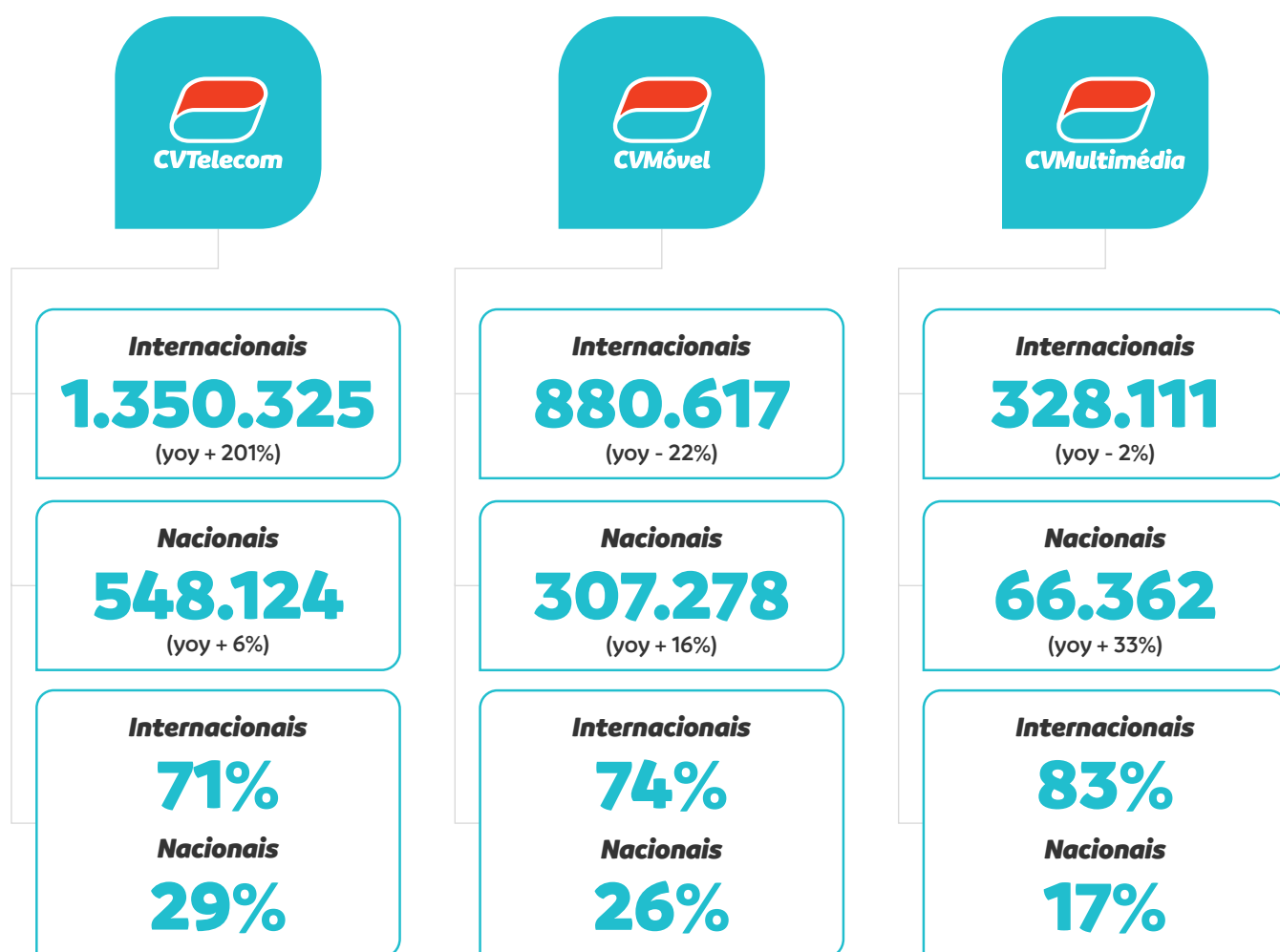
Na CVTelecom houve um aumento significativo nas compras internacionais, quando comparado com 2018, derivado essencialmente dos investimentos efetuados no Cabo Ellalink, que ligará a Europa e América Latina e Cabo Verde ao mundo, projeto considerado estruturante para transformar o país numa plataforma digital.

Já na CVMóvel registou-se uma diminuição de cerca de 22% nas compras internacionais.

Apesar do volume de compras a fornecedores nacionais ter aumentado nas 3 empresas, foram os fornecedores internacionais que lideraram o volume de compras em 2019, com 83% do valor total. **(204-1)**

O volume de compras consolidado das 3 empresas teve um aumento de 27% em relação ao ano anterior, com a CVTelecom representando a maior fatia.

(Ver evolução na tabela 9 nos anexos)



Nota: Valores em milhões de ECV

Valores de 2018 referente à CVMM corrigidos **(102-48)**



Nos procedimentos negociais com os fornecedores, procuramos estabelecer e garantir um elevado nível de compromisso e transparência suportado por procedimentos que incluem:

- Promoção de Celebração de Acordo Quadro, que garantem a estabilidade e a melhoria contínua;
- Definição das regras de fornecimento e especificações técnicas e temporais, através de cadernos de encargos sujeitos a concurso;

- Previsibilidade das encomendas e estabilidade nas relações;
- Nos processos de negociação, inclusão de um número de fornecedores adequados de forma a chegar-se à fase final de negociação com pelo menos dois fornecedores com propostas válidas.

Uma das Práticas e Iniciativas instituídas na CVT é o fórum de fornecedores. Infelizmente em 2019 não foi possível a sua realização.

i. Avaliação de fornecedores

Tal como já é prática desde a Certificação do Sistema de Gestão da Qualidade da CVT, a Direção de Logística e Compras - Departamento de Compras faz anualmente a avaliação de fornecedores.

Em 2109 selecionou-se, de acordo com os critérios de relevância para o negócio, volume de faturação, entre outros, os fornecedores com quais trabalhou-se durante o período entre 01 de janeiro e 31 de dezembro de 2019.

O resultado da avaliação 2019 foi bastante satisfatório. Ficaram classificados entre os níveis muito bom e bom,

95% dos fornecedores nacionais e 51% dos fornecedores internacionais. Comparativamente a 2018:

- registou-se melhorias no processo de avaliação, uma vez que todos os fornecedores selecionados foram avaliados e
- manteve-se um percentual reduzido de fornecedores avaliados até o nível Suficiente.

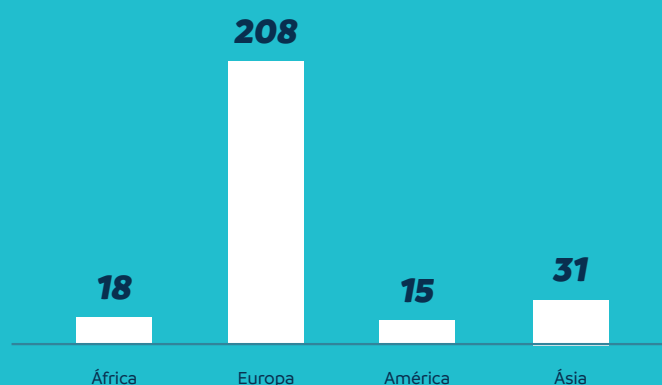
Realçamos que no processo de avaliação dos fornecedores em 2019, comparativamente a 2018, houve maior engajamento e melhor colaboração das áreas da empresa.

ii. Distribuição de fornecedores selecionado por região

Até 2018, os fornecedores nacionais eram inseridos na lista de fornecedores de África, na análise de fornecedores por região. Entretanto, em 2019, optou-se por fazer a separação dos mesmos, de modo a poder ter uma visão mais clara a nível de compras internacionais. Assim tivemos grandes alterações nos números, pois, caso se mantivesse a metodologia do ano anterior, teríamos um total de 737 fornecedores a nível da região africana, onde 719 são nacionais. Feita essa separação ficam apenas 18 fornecedores em África.

Portanto, quanto ao peso de fornecedores por região temos: Europa 76%, Ásia 11%, África 7%, e América 6%.

Fornecedores por Região 2019





e. Investimentos, Inovação e Desenvolvimento

O ano de 2019 ficou marcado pela corporização de um dos mais importantes componentes da estratégia do Grupo, ou seja, a estratégia de transformação Digital, que indubitavelmente fará com que a CVT seja uma das organizações mais aptas no panorama nacional para servir o cliente digital, independentemente do segmento. Com este projeto esperam-se impactos bastante significativos na qualidade do serviço, satisfação dos clientes e reforço da liderança.

A CVT levou a cabo o maior volume de investimentos dos últimos sete anos, que ascendeu a 2.429 milhões de escudos. O programa de investimentos visou reforçar a conectividade internacional do país, através do Cabo Ellalink, bem como um forte programa de investimentos na rede 4G, que culminou com a presença da rede da quarta geração em todos os concelhos do país, catapultando o Grupo, através da CVMóvel, a líder indiscutível nesse domínio.

Igualmente, e em linha com o plano estratégico, na rede de acesso fixa o Grupo pautou a sua atuação em duas frentes, por um lado a empresa está apostada em levar a Fibra Ótica a áreas com elevado potencial comercial, por outro lado existe um esforço em capitalizar a rede de acesso em cobre existente com a adoção de soluções, que permitirão ao utilizador final uma experiência de utilização próxima da fibra ótica.

O investimento realizado pela CVTelecom, em 2019, ascendeu a 1.355 milhões de ECV, o que equivale a 56% das receitas operacionais. Em 2019, o investimento total na rede fixa aumentou em 97% refletindo, conforme já referido, o acelerar do projeto Ellalink, tendo sido alocado ao projeto 980 mil contos, aos quais somam os 316 mil

contos investidos no final de 2018. Excluindo o efeito do Ellalink, o Capex recorrente rondou os 375 milhões de ECV, ou seja, praticamente em linha com o valor investido no ano transato.

O investimento recorrente foi canalizado em 47% para desenvolvimento e licenciamento de Sistemas de Informação. Durante 2019, continuámos empenhados junto dos nossos fornecedores de SI, em renegociar importantes contratos, sendo que o aumento do investimento nos SI resulta, fundamentalmente da implementação de novos projetos, designadamente o início da corporização da estratégia digital.

Os investimentos efetuados, na modernização da rede móvel na introdução do 4G em setembro de 2019, permitiram à CV Móvel distanciar-se da concorrência não só em termos de cobertura, mas também em qualidade da rede 4G/LTE. Numa altura em que a utilização de dados móveis é cada vez mais uma tendência, a CVMóvel está hoje melhor preparada para proporcionar aos Clientes as maiores velocidades e menores latências, de forma alargada em todo o País.

Igualmente, e em linha com o plano estratégico, na rede de acesso fixa a CVT pautou a sua atuação em duas frentes, por um lado a empresa está apostada em levar a Fibra Ótica a áreas com elevado potencial comercial, por outro lado existe um esforço em capitalizar a rede de acesso em cobre existente com a adoção de soluções, que permitirão ao utilizador final uma experiência de utilização próxima da fibra ótica.

A tabela a seguir demonstra os principais valores investidos em 2019.

(203-1)

| Áreas de investimento (milhares de ECV) | Total |
|---|------------------|
| CVTelecom - Rede e Tecnologia IT | 1.130.413 |
| CVM - Rede e Tecnologia IT | 621.374 |
| CVMM - Rede e Tecnologia IT | 221.045 |
| Outros itens de investimento | 456.457 |
| Investimento Consolidado | 2.429.290 |



É de realçar a nossa contribuição a nível dos **Contributos Desenvolvimento Sociedade de Informação (CSI)**, decorrente dos compromissos advenientes da licença do 3G da CVMóvel, no qual foram investidos a volta de cento e vinte e dois milhões de escudos, para que a sociedade cabo-verdiana possa ter acesso às tecnologias que são cada vez mais pilares de desenvolvimento de qualquer nação.

A CVMóvel prossegue a política de contribuir para maior igualdade de oportunidades das comunidades estudantis no acesso às Tecnologias de Informação e de Comunicação, e desta forma colaborar para o desenvolvimento da Sociedade de informação e do conhecimento em Cabo Verde.

Em 2019, um conjunto de acções importantes foram levadas a cabo, nomeadamente:

- Consolidando a posição de empresa comprometida com o desenvolvimento da sociedade de informação, a CVMóvel apetrechou várias escolas com computa-

dores, impressora multifunções, equipamento AC e ainda com Televisor com acesso a internet sem limites, portáteis, servidor HP, e decoração destinada à comunidade estudantil

- A CVMóvel tem sido parceira assídua da Uni-CV na realização da Semana de Tecnologia, Informática e Multimédia (TIM), que se realiza, anualmente, no Campus da Universidade de Cabo Verde. Este ano o evento decorreu no 1º semestre, sob o tema “Tecnologias na Transformação da Economia Digital”. A CVMóvel participou no painel “Papel das tecnologias Móveis na economia digital” e premiou os vencedores dos Concursos de Inovação

No total já foram implementadas 44 salas Multimédia/Multiuso apetrechadas, incluindo os Centros Comunitários/Centros da Juventude nos Municípios, entre os quais 17 Estabelecimentos de Ensino, a nível Nacional, incluindo 3 Universidades (Uni-Piaget, Uni-Santiago e Uni-CV/IUE).

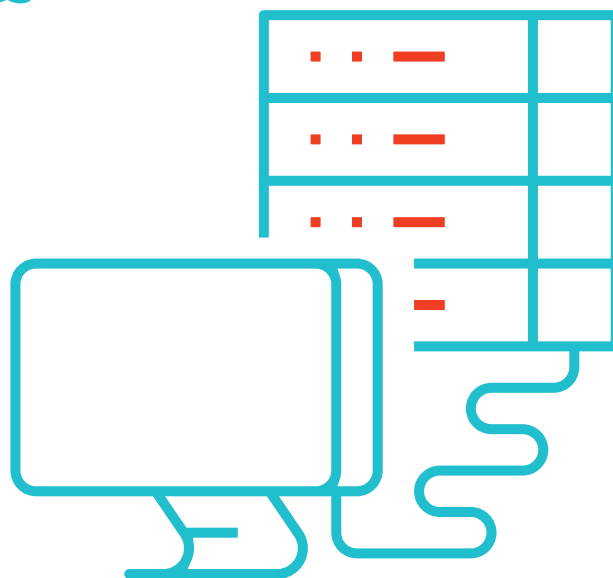
i. Desenvolvimento de Sistemas de Informação

A Direção dos Sistemas de informação, como um dos grandes *Enablers* tecnológicos do Negócio da CVT, tem como principal objetivo dotar os Sistemas de Informação de capacidades para a concretização da visão estratégica da empresa.

Neste sentido a DSI, no seu plano, elencou um conjunto de iniciativas que visam dar resposta às necessidades de curto e medio prazo, da empresa, no que tange ao:

- Desenvolvimento dos Sistemas (Novos Produtos & Serviços)
- Evolução da Arquitetura dos Sistemas de Informação
- Eficiência e Automatização (Robotização) com impacto nos custos e no time-to-market.

Com base na estratégia planeada, os SI vem executando diversos projetos com vista por um lado a preparar a empresa para a tão desejada Convergência das Unidades de negócio, e por outro lado afirmar o Grupo como um player importante em termos de prestação de serviços tecnológicos ao tecido empresarial cabo-verdiano.



Assim, em linha com Plano Estratégico, o ano 2019 foi marcado por atividades associadas ao desenvolvimento de projetos estruturantes, nomeadamente, desenvolvimento de ofertas convergentes, a criação das condições para o serviço 4G, a implementação Reseller Manager (nova solução para gestão da rede de agentes), o início da implementação Estratégia Digital e o Cadastro e Provisão automática da oferta fibra.



ii. Desenvolvimento da Rede

2019 foi um ano determinante no processo de reforço da infraestrutura nacional de telecomunicações capaz de suportar a Visão Estratégica do país e posicionar a CVT como *provider* de serviços de conectividade, designadamente para os países da sub-região africana onde Cabo Verde está inserido. Em 2019, a CVT levou a cabo o maior volume de investimentos dos últimos sete anos, que ascendeu a 2.429 milhões de escudos. O

programa de investimentos visou reforçar a conectividade internacional do país, através do Cabo Ellalink, bem como um forte programa de investimentos na rede 4G, que culminou com a presença da rede da quarta geração em todos os concelhos do país, catapultando o Grupo, através da CVMóvel, a líder indiscutível nesse domínio.

Na tabela apresentamos resumidamente as principais ações desenvolvidas em 2019.

| | Ações | Impactos na empresa | Impactos no consumidor final | Impactos no País |
|---------------------|--|---|--|---|
| CVTelecom | Investimento do Cabo Submarino Internacional Ellalink. O Cabo terá uma extensão de aproximadamente 6.500 Km e uma capacidade de 30 Tbits/s Requalificação da Rede intra-ilha em Santiago | Assegurar a continuidade dos serviços e assim mitigando riscos de isolamento do país com o internacional; A requalificação da ilha em Santiago visa reforçar a redundância e mitigar os impactos resultantes das ocorrências de roubos e vandalismos de infraestruturas | O consumidor beneficiará de melhor qualidade e disponibilidade dos serviços, de comunicações prestados pelo GCVT e Operadores no geral; | Beneficiam a estratégia do país no que toca ao posicionamento como um HUB Tecnológico na região É necessário garantias de alta disponibilidade e qualidade da conectividade internacional e nacional, afim de conferir ao país atributos tecnológicos atrativos aos investidores nos vários domínios da economia. |
| CVMóvel | Implementação de estações 4G a nível nacional. Taxa de cobertura populacional de 79,4%. Lançamento comercial da rede 4G em setembro de 2019; Implementação de estações 2G/3G tendo completado o ano com cobertura populacional de 99,3% 2G e 93,7% 3G. Conclusão da modernização da rede de acesso móvel 2G, com a implementação do projeto nas ilhas de Fogo, Brava e Maio. | Consolidação da liderança da CVMóvel tanto a nível da quota de mercados; Conclusão da modernização dos equipamentos da rede 2G na região Fogo e Brava; Reduzir o footprint (espaço necessário para implantação da estação), bem como redução dos impactos paisagísticos; | O consumidor final usufrui de boa qualidade de serviço móvel, tanto na rede 4G como na rede 3G, que por sua vez veio também beneficiar com a introdução do 4G que assumiu parte do seu tráfego. Melhor cobertura, melhor velocidade de navegação são os principais impactos no consumidor final. | Com a introdução do 4G, o país usufrui de tecnologia que permite melhor dinamização das TICs, a inovação e a política de governação eletrónica. O forte investimento na cobertura e disponibilidade da rede móvel, contribuiu para a democratização da conectividade e info-inclusão da população de Cabo Verde, e contribui para os indicadores de avaliação do nível de desenvolvimento do país. |
| CVMultimédia | Aumento de capilaridade da Fibra Ótica com lançamento de 55Km de Cabos distribuídos pelas Cidades de Praia, Mindelo, Santa Maria, Espargos e Sal Rei. | Consolidar o seu posicionamento nesse negócio, melhorar a qualidade de serviço e satisfazer as demandas da nova era digital em que a tecnologia ADSL se revela insuficiente para muitas aplicações. Esses investimentos têm em vista a redução de avarias (que ocorriam muito sobre o suporte cobre), a redução de custos de deslocações, e capacitar as infraestruturas para dar respostas a médio – longo prazo. | Redução de instabilidades nos serviços IP-TV e internet fixo, bem como melhoria no serviço de conectividade a internet. Os consumidores finais, com acesso a fibra estão equipados a qualquer cidadão do mundo, podendo assim aceder a conteúdos e aplicações globalizados, com qualidade que se requer para o efeito. | A capilaridade do acesso fibra ótica afirma como o requisito de sustentabilidade longo prazo, para o desenvolvimento das tecnologias no país, bem como driver para o smart city e enabler da transformação digital nos sectores público e privado. Como exemplo a capilaridade da fibra ótica é essencial para facilitar a implementação do projeto cidade segura, tal como outros a nível de smart Homes, Smart cities, etc, têm no seu core a conectividade. |



f. Satisfação do Cliente/Sistema Gestão da Qualidade (SGQ)

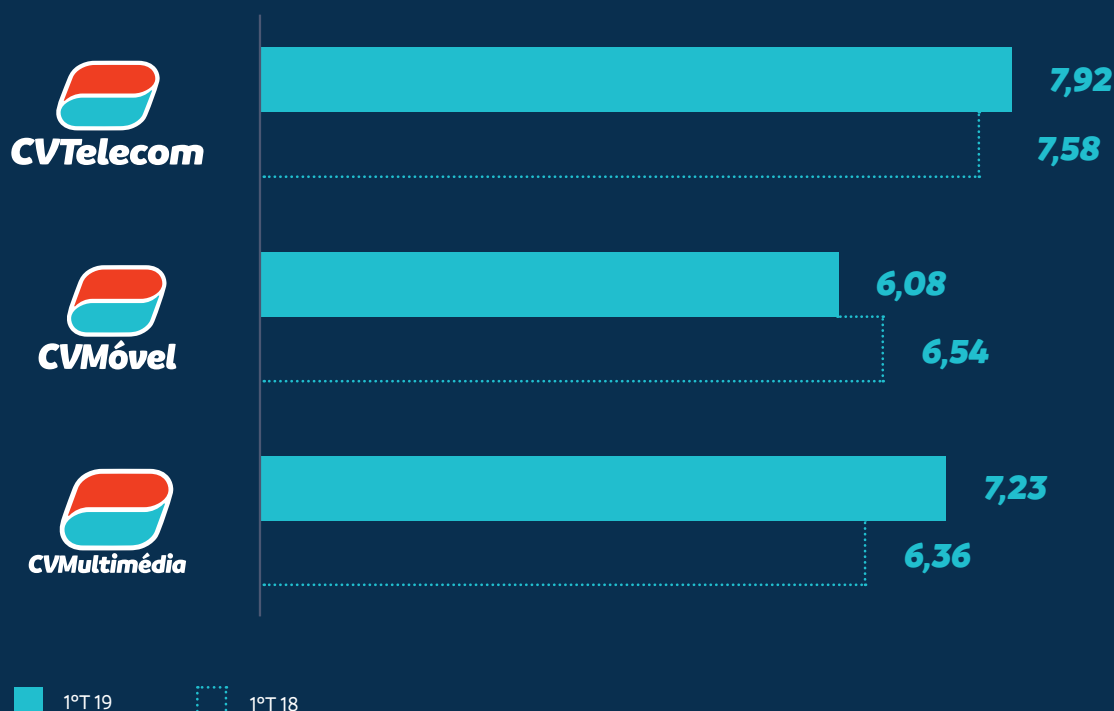
A qualidade de serviço, ao longo dos anos, tem sido uma das maiores preocupações da CVT, que acompanha regularmente, através de estudos de mercado, o nível de satisfação dos clientes com os serviços prestados, atuando sempre na prevenção, com o objetivo claro de ir ao encontro das suas necessidades e melhorar continuamente os processos de negócio da organização, alinhada com as melhores práticas do mercado das telecomunicações.

Como habitualmente, a satisfação dos clientes foi medida através de um estudo de mercado em que foram realizadas entrevistas telefónicas a uma amostra de indivíduos residentes nas 9 ilhas de Cabo Verde, de ambos os sexos e com 15 ou mais anos de idade. Assim, sendo um objetivo estratégico fundamental do negócio, procuramos ter as referências necessárias para aprimorarmos a satisfação dos clientes.

De 491.875 residentes (Fonte: INE CV Censos 2010) foi utilizada uma amostra de 1.562 Inquiridos, selecionada entre os dias 28 de fevereiro e 12 de março de 2019.

- Os resultados globais desta avaliação, em 2019, atingiram um Índice de Satisfação de 7,07, numa escala de 0 a 10, resultado esse superior aos anos anteriores (6,08 em 2018; 5,7 em 2017).
- Os resultados são avaliados em sede do Sistema de Gestão da Qualidade e levam a um conjunto de ações para elevar os níveis de satisfação, sempre numa ótica de melhoria contínua.
- A nível do NPS, em 2019, a CVT regista o Score mais alto dos últimos 4 anos, 48,2% (NPS - Net Promoter Score-indicador internacional das métricas de Satisfação de Cliente e que mede a confiança e lealdade dos clientes através da Recomendação).

Grau de Satisfação Médio com os Operadores



(102-21)



jan'19

Incentivos aos Donos Processo e Auditores Internos do SGQ

mar'19

Objetivos QoS 2019

abr'19

I Ciclo de Auditorias Internas 2019

jul'19

Auditoria Externa de acompanhamento APCER

jan'19

Aprovação do Programa AI 2019

fev'19

ISC-Vaga Semestral - Avaliação, Posicionamento & Imagem

mar'19

Atelier de Auditores Internos 2019

jun'19

Encontros Donos Processo-Análise Riscos

nov'19

Atividades "Semana da Qualidade"

Auditoria Externa

A Entidade Certificadora-APCER realizou, em 2019, mais uma auditoria externa de acompanhamento, cujos resultados comprovaram terem sido reunidas as condições para a "Manutenção da Certificação do Sistema de Gestão

da Qualidade (SGQ), segundo a norma de referência NP EN ISO 9001:2015". Esta manutenção da certificação é mais um reconhecimento do desempenho da Empresa em prol da qualidade da prestação de serviço aos clientes.

Auditorias Internas

A CVT (CVTelecom, CVMóvel e CVMultimédia) realiza dois ciclos de auditorias internas por ano, e em 2019 não foi diferente. As auditorias internas a par da Revisão pela Gestão, realizada anualmente pelo SGQ, contribuem para a garantia da conformidade do sistema e para a sua melhoria contínua.

O primeiro ciclo, com abrangência Nacional, decorre no 2º trimestre e o segundo ciclo decorre no 4º trimestre e abarca 3 a 4 ilhas, conforme os resultados e necessidade de visitar e acompanhar dinâmicas e ações decorrentes de auditorias anteriores, nomeadamente, as auditorias do 1º ciclo e auditoria externa.

Em 2019 foram realizadas 3 auditorias da Qualidade ao SGQ das empresas da CVT (2 ciclos de auditorias internas

e 1 auditoria externa de acompanhamento). De referir que o primeiro ciclo de auditorias internas foi de carácter Nacional, abrangendo todas as ilhas do País.

Das auditorias realizadas no ano, resultaram 129 constatações, em que 60% das mesmas foram identificados em Auditorias Internas. Destas constatações 26 são "Não Conformidades", 19 "Áreas Sensíveis" e 84 "Oportunidades de Melhoria". Todas as constatações foram abertas e tratadas em sede do Sistema de Gestão da Qualidade, com uma taxa de implementação de ações corretivas e de melhoria de 61%, -11 pp que em 2018. As ações para tratamento das restantes constatações encontram-se em curso.



g. Gestão de Riscos

Contexto da Organização e abordagem dos Riscos e Oportunidades (102-30)

Na continuidade do modelo de gestão dos riscos, implementado em 2017 através do nosso Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) para melhorias na quantificação e monitorização dos riscos identificados nos processos nele inscritos, para a monitorização dos Riscos e Oportunidades foi seguido a mesma metodologia do ano de 2018, ou seja:

- Para alguns processos, após o acompanhamento dos riscos identificados e derivado de uma maior maturação deste novo conceito, “tratamento do risco”, realizaram ajustes, nomeadamente no nível de risco inicialmente atribuído;

De referir que a nível estratégico, algumas situações que, no ano anterior, estavam classificadas como riscos, neste momento são tratadas como oportunidades, nomeadamente, a questão da Concessão e Convergência.

Realçamos outras oportunidades, tais como:

- a atribuição da Licença 4G à CVMóvel (04-abr-19),
- a aquisição das ações da PT Ventures na CVT, pela empresa Aeroportos e Segurança Aérea (ASA) e pelo Instituto Nacional de Previdência Social (INPS), tendo cada uma dessas entidades adquirido 20%, das ações (21-mai-19)
- o contrato de adesão da CVTelecom ao Cabo Submarino Internacional EllaLink, rubricado entre a CVTelecom e o Grupo EllaLink.

Na tabela seguinte apresentamos os principais riscos inerentes apurados no processo de avaliação descrito, incluindo os principais processos, iniciativas e/ou ações que a CVT adota para endereçar esses riscos e mitigar os impactos associados.

(102-150, 102-29)

| Principais Categorias de Riscos | Processos / iniciativas / ações que endereçam os riscos |
|--|---|
| Envolvente de negócio Legislação e Regulação | <ul style="list-style-type: none">• Durante o processo de planeamento, foram revistas as questões de contexto externo e interno e partes interessadas relevantes, através da análise PEST/SWOT, identificando novas oportunidades e riscos associados;• Acompanhamento da evolução do enquadramento legal e regulatório aplicável pelos Serviços Jurídicos e Regulamentar• Revisão da Política de Prevenção e Gestão de Conflitos de Interesse nas Aquisições de Bens |
| Operacionais Segurança e Continuidade Confidencialidade | |
| Envolvente do negócio Setor e Mercado P&S Inovação Tecnológica | <ul style="list-style-type: none">• Investimento do Cabo Submarino Internacional Ellalink• Requalificação da Rede intra-ilha em Santiago• Implementação de estações 4G a nível nacional tendo concluído o ano com uma taxa de cobertura populacional de 79,4%.• Lançamento comercial da rede 4G em setembro de 2019;• Aumento de capilaridade da Fibra Ótica com lançamento de 55Km de Cabos distribuídos pelas Cidades de Praia, Mindelo, Santa Maria, Espargos e Sal Rei. |
| Operacionais P&S e Satisfação de Cliente Desenvolvimento de P&S | <ul style="list-style-type: none">• Melhoria da infraestrutura das redes móvel e fixa, abrangendo capacidade, cobertura e resiliência• Reforço das medidas técnicas de segurança em redes e sistemas |
| Operacionais Recursos Técnico-Operacionais Desenvolvimento & Operação de Redes e Sistemas | |
| Operacionais P&S e Satisfação de Cliente Qualidade de Suporte ao Cliente | <ul style="list-style-type: none">• Consolidação de processos de gestão de cliente (permissões, autenticação) |
| Operacionais Recursos Humanos Gestão de Talento e Retenção de Conhecimento | <ul style="list-style-type: none">• Potenciação do desenvolvimento de competências, reconhecimento e crescimento profissional através, por exemplo, da integração em projetos estratégicos transversais• Realização de vários cursos de formação específicos em formato presencial e se possível em formato e-learning, em áreas fundamentais: conhecimento: gestão, liderança, técnica, tecnologia |



RAF - Revenue Assurance and Fraud (102-30)

No nosso mercado de telecomunicações, altamente competitivo, as empresas de comunicação procuram atender às expectativas dos clientes e buscam melhorar constantemente os seus produtos e serviços.

Nessa lida com sistemas de TI múltiplos e complexos não é surpreendente que a tensão na função de teste aumente cada vez mais com o tempo disponível para teste cada vez mais reduzido para lançamento de novos produtos e serviços mas o esforço de teste necessário para detetar falhas a tempo permanece o mesmo. Assim, em 2013, após contratação de uma consultoria externa com os objetivos de i) Identificação das principais revenue *leakages* e das potenciais fraudes existentes (issues) ii) Desenvolvimento de um Plano de Implementação com iniciativas que mitiguem as áreas de risco detetadas e iii) Set-up da área de Revenue Assurance & Fraude na CVT, a Direção financeira passou a ter uma área de Revenue Assurance & Fraude.

Desde então foram:

- implementadas ações de mitigação identificadas por forma a permitir a gestão do risco de perda de receita de uma forma transversal á CVT;
- criadas um conjunto de rotinas de controlo que permitem monitorizar os ajustes na faturação, controlo de saldos negativos, entre outros
- automatizados alguns processos, nomeadamente i) *Criação de Portal Web para entrega de declarações online ao Estado;* ii) *Criação de Portal Web para detetar Fraudes;* iii) *Criação de Queries para controlo de Roaming*

Até ao momento a área tem tido como principal foco o combate a fraude. Com os trabalhos desenvolvidos até agora, os benefícios têm sido enormes com reduções significativas a nível de tempo de identificação de fraudes, redução de perda de receitas e entrega de processos ao Estado.

Devido evolução dos serviços de dados, a tendência é de um aumento considerável no volume de fraudes relacionadas a este serviço seguido de uma queda nas fraudes de serviços de voz. Portanto há que acompanhar sempre as evoluções no contexto externo e interno para poder estar preparado para dar respostas as ameaças que vão surgindo.





03. DIMENSÃO AMBIENTAL

A CVT tem como compromisso, uma gestão sustentável que é guiada pela ideia de harmonizar aspetos sociais, ambientais e económicos. Tem como objetivo a sustentabilidade da empresa e da sociedade, tomando parte na responsabilidade sobre os impactos das ações humanas para as próximas gerações.

Indicadores de Sustentabilidade Ambiental



Energia consumida

40.376 GJ



Emissões GEE 1 e 2

6.090 (TON CO₂E)



Resíduos produzidos

28.5 GJ



a. Gestão global

Matérias-primas (301-1)

De uma forma geral o consumo de matérias primas tem vindo a diminuir.

Os itens que registaram um aumento significativo foram os agrupados de Plástico, papel e dos pneus. Em 2019

foram adquiridos 244 pneus, número que aumentou em relação ao ano anterior.

(Ver evolução na tabela 10 nos anexos)

| CVT Geral - Consumo de Materiais (kgs) | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|---------------|--------------|
| Plástico e papel (Cartões Telefácil, garrafas pet, copos descartáveis e canetas, fita embalagem, isoladora, etc) | 11.130 | 89% |
| Pneus | 4.320 | 93% |
| Toners | 320 | - 67% |
| Tinteiros | 12 | - 50% |
| Papel/Cartão (pastas arquivo, papel A4,papel higiénico) | 4.482 | - 63% |
| Baterias viaturas | 870 | - 29% |
| Pilhas | 8 | - 55% |
| Equipamentos elétricos (energia) | 19.341 | - 65% |
| Mobiliário | 0 | 0% |
| Kits | 6 | 50% |
| Tambores | 13 | - 91% |
| Total | 40.501 | - 17% |

Recuperados em relação aos produtos vendidos (301-3)

A CVTelecom mantém os seus resultados no que se refere à recuperação de equipamentos em relação aos vendidos. Isto deve-se ao facto de aparelhos do serviço fixo terem uma estrutura muito resistente e duradoura, logo quando há casos de avaria, o aparelho vai para stock de abate, pois já não está em condições de reparação e reutilização.

Em relação aos equipamentos da CVM, a empresa vendeu 30.823 aparelhos em 2019 (-15% que no ano anterior) e recuperou apenas 8 (-85% que em 2018).

Quanto aos equipamentos da CVMM prossegue com a reutilização de equipamentos, pois, evita o consumo de materiais, reduz custos e a produção de resíduos. Assim, a CVT continua a proceder à avaliação, recuperação e reutilização de equipamentos devolvidos pelos clientes por cancelamento ou migração para outras soluções ou serviços. Em 2019 foram reacondicionados **91.1%** dos equipamentos, de acordo com a tabela abaixo.



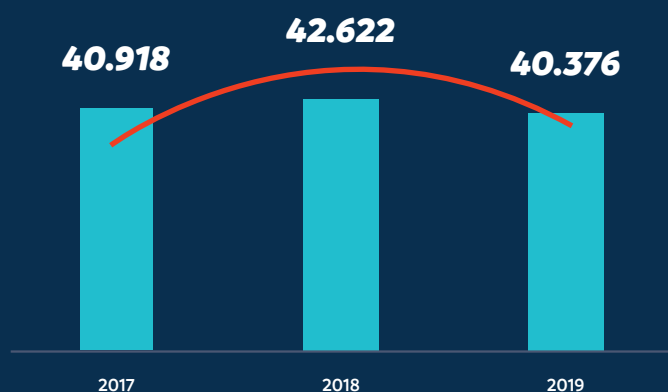
| Descrição | Equipamentos recolhidos | Equipamentos recuperados |
|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Routers TG784nV3 | 695 | 667 |
| Routers TG789VACV2 | 904 | 809 |
| Set Top Box Albis Scenagate 8073 | 778 | 725 |
| Set Top box-Albis Scene Gate 8000 | 296 | 235 |
| Total ano | 2.673 | 2.436 |

Energia (302-1)

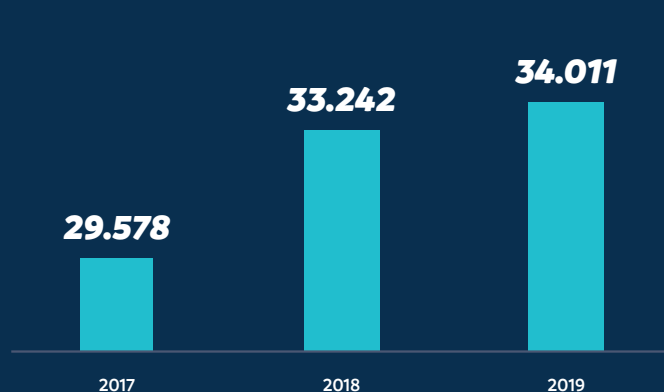
Nota-se que todos os combustíveis tiveram uma diminuição no consumo em 2019, em cerca de 30%, enquanto que o consumo de eletricidade aumentou em

2%. Da análise global do consumo total de energia da CVT (em GJ), registamos uma diminuição de 5%, em relação ao ano anterior.

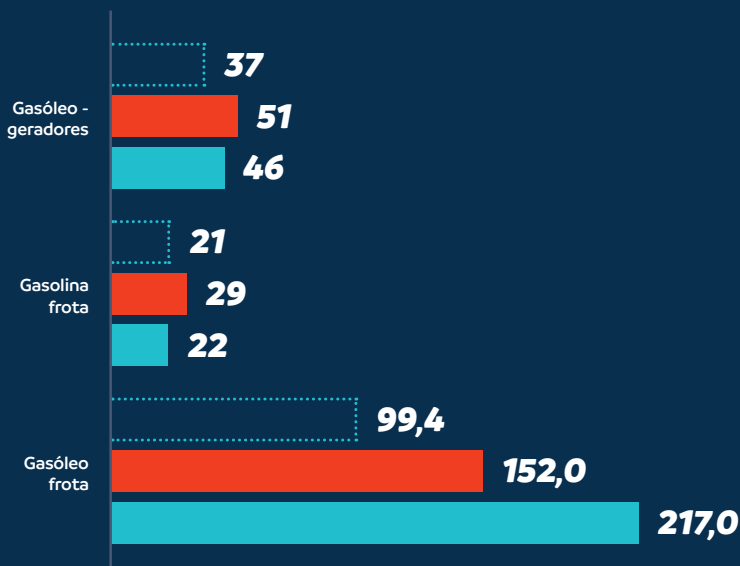
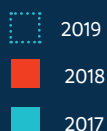
Consumo total de energia CVT



Consumo de Electricidade (GJ)



Consumo combustíveis - (ton)



A ativação de 7 novos sites, que também contribuíram para o aumento registado no consumo de eletricidade.



Produção de energia renovável (302-1)

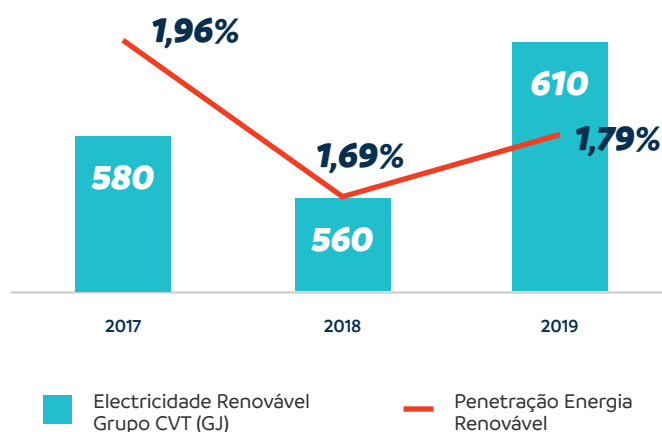
A energia renovável produzida em 2019, teve um aumento de 9% em relação ao ano anterior. Isso deve-se ao aumento na produção da estação da Praia em 39% da sua habitual produção.

Na procura constante de melhoria de dados e mais reais, foram contabilizados cerca de 30 pequenos sites que antes não eram incluídos nos registos finais. A soma da produção destes sites esteve a volta de 63 069 Gj, e foi maior do que o produzido na estação da Praia (43 937Gj).

Assim os dados dos últimos 3 anos foram acrescentados na tabela de registos. (102-48)

(Ver evolução na tabela 12 dos anexos)

Energia renovável produzida/Taxa penetração



Gestão de frota (302-1)

Uma das bases importantes de apoio às operações da CVT é a sua frota, pois os nossos técnicos e comerciais estão em todos os cantos do país, para realização das suas tarefas no terreno, desde instalação de serviços, resolução de avarias, operações de manutenção, desenvolvimento de projetos, visita a clientes, compras, etc. Por isso uma boa gestão da frota é vital para o sucesso da empresa, tendo sempre em conta a segurança, controlo de custos e o impacto ambiental.

A frota da CVT em 2019 operou com **147** viaturas, sendo 23 de Função (que são utilizadas pela Gestão de topo e 1ª linha - Administradores, Diretores, Consultores), e 124 Operacionais; das quais 123 com motores a gasóleo e 24 a gasolina.

As viaturas que trabalham a gasóleo, que representam a maior parte da frota, registaram um total de 1.478.129 km.

Enquanto que as viaturas operacionais de motor a gasolina percorreram cerca de 90.754 km. (estes dados não incluem os km das viaturas de função).

Em 2019 realizou-se a substituição de 22 viaturas, todas por motivo de idade, tendo tido um tempo de médio de vida entre 5 a 20 anos. As viaturas substituídas foram: 17 da frota da CVTelecom, 3 da CVM e 2 da CVMM.

Por outro lado, foram adquiridas 14 novas viaturas, onde a maior parte foi alocada à CVTelecom, para as equipas técnicas em várias ilhas, num total de 12. As outras 2 foram

reforçar a equipa técnica da CVMM na Praia.

Estes dados foram obtidos através da ferramenta “ZAP Frotas”, que foi implementada em todas as viaturas operacionais da empresa. Trata-se de uma plataforma de gestão e localização de viaturas através da tecnologia de GPS/GPRS que permite maior segurança e controlo de todas as movimentações das viaturas da empresa e uma gestão de custos mais eficiente.

Na procura de uma gestão de frota mais inteligente e sustentável, O “ZAP Frotas” permite gestão de viaturas, condutores, áreas de atuação, controlo de excessos de velocidade, envio de alertas automáticos, integração com apps e muito mais.

Esta ferramenta também permitiu a recolha de importantes parâmetros relacionados com a gestão de impactos ambientais e sustentabilidade de forma geral, e como exemplo temos o cálculo das emissões de carbono liberadas para a atmosfera, o que nunca tinha sido possível nos relatórios anteriores por não termos registos dos quilómetros percorridos pelas nossas viaturas a nível nacional, com tanta precisão.

As emissões de carbono (TON CO₂E) geradas em 2019 pelas viaturas da CVT foram:

- **171 TON CO₂E** - Das viaturas a gasóleo
- **10.5 TON CO₂E** - Das viaturas a gasolina



Consumo fora da organização (302-2)

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.

Estima-se que o consumo de energia fora da organização aumentou **26%** em relação a 2018, principalmente devido

ao aumento do número de cartões ativos de móvel e da adesão aos pacotes da CVMultimédia. Tivemos diminuição nas emissões, apenas nos equipamentos da CVTelecom devido à tendência decrescente do parque de telefone fixo.

(ver Tabela 13, nos anexos)

Deslocações (302-2)

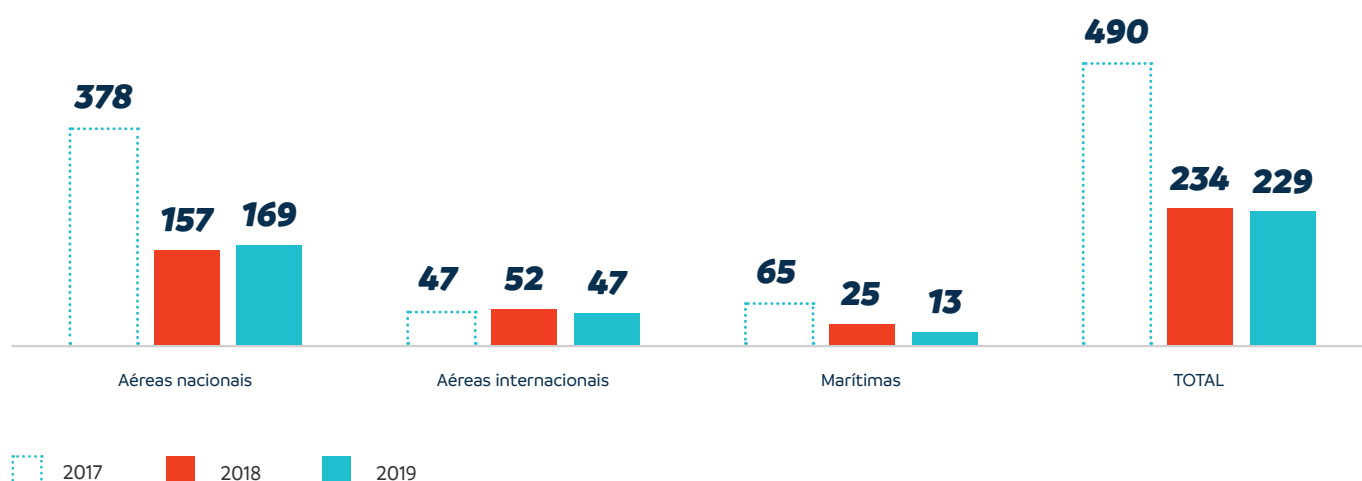
Ao longo dos últimos anos o número de viagens em geral tem vindo a diminuir de forma global. Apenas as viagens aéreas nacionais tiveram um pequeno aumento em 2019, comparativamente ao ano anterior.

Entretanto de 2017 para 2018, houve uma quebra de mais de 50%, com destaque para o destino Fogo, que passou de 90 viagens, em 2017, para 42 em 2018 e apenas 24 em 2019. Podemos referir que foi graças à reestruturação daquela coordenação, que veio a dar-lhes mais capacidade para responder às necessidades de organização durante as festividades de 1º de Maio, cuja equipa era fortemente reforçada por vários colaboradores da sede nos anos anteriores.

O reforço da capacitação dos *focal points* da área técnica nas ilhas, em destaque para o negócio móvel, também contribuiu fortemente para a diminuição das deslocações nacionais (marítimas e aéreas), pois deu aos técnicos mais autonomia para resolução de avarias, operações de manutenção e projetos, evitando a total dependência presencial da equipa central residente em Santiago e S. Vicente.

Também nesta vertente de formação, a CVT tem apostado cada vez mais em trazer consultores para dar formação em Cabo Verde, e não em enviar colaboradores para fora (só em último recurso), de modo a poder abranger um maior número de formandos e claro está, como é orientação promover redução de custos.

Evolução das Viagens CVT





Intensidade energética (302-3)

A taxa de intensidade energética consumida pela organização ajuda a contextualizar a eficiência da mesma, sendo que, quanto menor for a taxa, maior será a eficiência, pois, gasta-se menos para produzir mais.

Em 2019, verificamos um decréscimo de 6% em relação à intensidade energética do ano anterior. O consumo geral de energia reduziu em 5%, principalmente no consumo de combustíveis para frota e gerador, enquanto que o valor das vendas aumentou ligeiramente. Este valor mostra melhorias na eficiência da CVT.

Consumo total de energia CVT/Volume de vendas (ECV)



Medidas de redução do impacto ambiental implementadas em 2019 (302-4)

Continuando a missão de ter uma atuação cada vez mais ambientalmente correta, em 2019 foram tomadas algumas medidas visando este objetivo, entre as quais, podemos citar as seguintes:

- Substituição de 27 aparelhos de ar condicionados convencionais (on/off) por aparelhos inverter classe energética A++, traduziu numa redução de consumo

1 104 Gj. Em 2018 já tinham sido substituídos 19 aparelhos nesta mesma ótica.

- Relativamente à energia produzida através de fonte renováveis, no último trimestre de 2019 entrou em funcionamento ampliação do sistema fotovoltaico da Praia em mais 21 kW, totalizando a sua capacidade de produção em 34,6 Gj.

Emissões (305-1, 305-2, 305-3)

No caso das emissões de Gases com Efeito de Estufa (GEE), em particular do CO₂, seguimos a metodologia de contabilização e relato definida pelo Protocolo de GEE, que considera três âmbitos distintos:

- âmbito 1:** emissões diretas provenientes de fontes pertencentes à empresa;
- âmbito 2:** emissões indiretas resultantes do consumo de energia elétrica e/ou térmica;
- âmbito 3:** restantes emissões indiretas, resultantes do impacto da atividade da empresa a montante e a jusante da cadeia de valor

Neste capítulo apresentamos as emissões geradas tanto dentro da organização como fora. Incluem os diversos agentes geradores de emissão, tais como: eletricidade,

consumo de combustíveis, cartões e equipamentos utilizados pelos clientes e viagens efetuadas pelos colaboradores. Estas foram divididas de acordo com o âmbito no qual se enquadram, sendo detalhadas mais a frente na tabela que segue. Este ano conseguimos incluir as emissões terrestres geradas pela frota da CVT, como mostra o gráfico “Emissões produzidas por viagem”.

Sobre as emissões do âmbito 1 e 2, tiveram uma diminuição geral de 1%, em relação a 2018. Já as emissões do âmbito 3, tiveram um aumento de 13% no valor total. Para entender melhor apresentamos a seguinte distribuição:

- As emissões de âmbito 1, emissões diretas GEE, registaram uma diminuição de **32%**, devido à redução geral no consumo dos combustíveis (tanto na rede como na frota)



- As emissões de âmbito 2, emissões indiretas GEE, tiveram um aumento de apenas 2%, relacionado com o consumo de eletricidade;
- As emissões de âmbito 3, emissões indiretas GEE (Fora da Organização), em média temos um aumento de **13%**, mas analisando as rubricas individualmente, constatamos que as emissões associadas às viagens

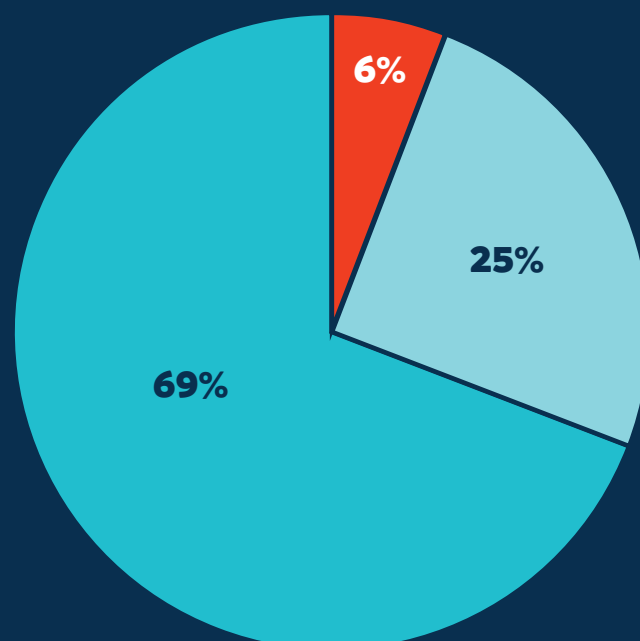
dos colaboradores tiveram uma redução de 6% e as emissões associadas ao consumo de equipamentos dos clientes aumentaram 14%, uma vez que tivemos um aumento na utilização pelos clientes, dos 3 principais equipamentos comercializados pela CVMM (boxes, router e telefones Voip).

(Ver evolução na tabela 14 nos anexos).

| KPI - Emissões de carbono (TON CO ₂ E) | 2019 | Δ % 19/18 |
|---|--------------|--------------|
| EMISSIONES TOTAIS (1+2) | 6.090 | - 1% |
| Emissões de âmbito 1: emissões diretas GEE | 445 | - 32% |
| Frota - Consumo de gasóleo | 283 | - 35% |
| Frota - Consumo de gasolina frota | 56,9 | - 26% |
| Rede - Consumo de gasóleo | 105 | - 28% |
| Emissões de âmbito 2: emissões indiretas GEE | 5.645 | 2% |
| Eletricidade | 5.645 | 2% |
| KPI - Emissões de carbono (TON CO₂E) | | |
| Emissões de âmbito 3: emissões indiretas GEE (Fora da organização) | 2.053 | 13% |
| Emissões associadas ao consumo de equipamentos dos clientes da CVT | 1.961 | 14% |
| Viagens de avião dos colaboradores da CVT | 91,5 | - 6% |

O consumo de eletricidade continua a ser a maior geradora de emissões de carbono (emissões âmbito 2), no conjunto global, representando **69%** das emissões da CVT. De seguida vem as emissões de âmbito 3, relacionada às deslocações, com 25%, e por fim as emissões do âmbito 1 (6%), associada ao consumo de combustíveis, que este ano ficaram marcadas por uma redução bastante satisfatória.

Emissões de Carbono - GEE 2019



- Emissões de âmbito 1
- Emissões de âmbito 2
- Emissões de âmbito 3



Em 2019, e pela primeira vez na CVT, conseguimos calcular com um grau de fiabilidade considerável as emissões resultantes das deslocações terrestres, graças ao nosso controlo feito através da plataforma ZAP FROTAS. Além da medição das emissões, esta ferramenta contribuiu consideravelmente no controlo de custos, tendo-se

verificado uma redução de combustível, já de 2017 para 2018 e continuando em 2019.

A redução das viagens aéreas e marítimas, (pelos motivos apresentados anteriormente), também se refletem na diminuição das emissões geradas, como apresenta o gráfico abaixo.

Evolução das Viagens CVT



Água (303-1)

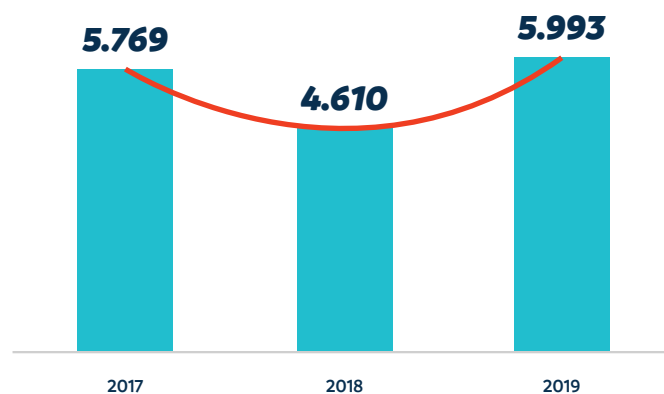
No que se refere ao consumo da água, apuramos um aumento notável em relação ao ano anterior. Entretanto há destaques importantes a assinalar:

- a. Os dados de 2018 enviados inicialmente eram dados estimados, que foram agora corrigidos pelos dados que constam do Relatório de Balanço anual;
- b. A redução do consumo de água em 2018, deveu-se, em parte, pelo remanejamento da Sede da CVMM para o edifício da Sede da CVM. Por outro lado, em 2017, com a passagem da gestão da água da Electra para a AdS, ficamos com muitos locais de consumo sem faturação, situação que só veio a ser normalizada no decorrer de

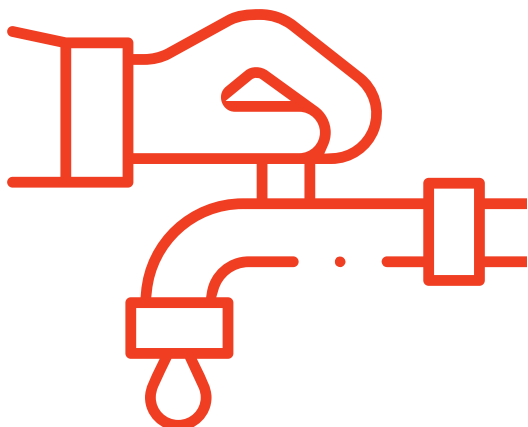
2019, o que justifica o aumento do consumo de água em 30% de 2018 para 2019.

- c. Os dados relativos ao consumo de água a empresas particulares não têm sido mensurado, pelo que comprometemos a fazê-lo a partir de 2021, com a criação de um modelo (Ficheiro) de controlo a nível nacional.

Consumo de água (m³)



Nota: Dados 2018 corrigidos. (102-48)





b. Biodiversidade, Gestão e impacto

O conhecimento relativo aos impactos ambientais que a utilização massiva das TIC e as consequências do crescimento dos diferentes equipamentos – em número e tipo – e a forma como são utilizados, ainda se encontra num estado algo incipiente e muitos dos seus aspetos ainda não são bem compreendidos. A realidade é que o crescimento no setor continua acentuado.

Nestes últimos anos a CVT não tem tido atuação em zonas protegidas e nem lugares onde possa pôr em causa a biodiversidade tanto marinha como terrestre. Entretanto vai acompanhando junto do Ministério do Ambiente o lançamento de estudos de impacto que possam vir a ser publicados. De igual modo, apesar que algo escasso,

temos sempre em conta a legislação vigente no país nesta matéria.

Por outro lado, fazemos o *benchmark* com empresas do mesmo sector e com realidades próximas, para comparar as nossas práticas e saber se estamos no “bom caminho”.

A nossa maior ação neste tema é no âmbito da sensibilização através do financiamento da produção dos programas televisivos “Minuto Verde”, da Quercus CV, tratando de temas pertinentes com foco na proteção da biodiversidade, e dos 3 pilares da sustentabilidade em geral: Económico, Social e Ambiental.

i. Efluentes e resíduos (306-2)

Em matéria de resíduos, o ano de 2019 foi marcado pela doação de uma quantidade considerável de material informático obsoleto que se encontrava armazenado na empresa, zerando a quantidade em stock. Esse material foi doado à escola de tecnologia e artes, servindo-lhes de matéria prima para vários projetos de reciclagem.

Por outro lado, tivemos um aumento na quantidade de cabos de cobre, pois, com o projeto de FTTH, houve substituição cabos de cobre por fibra em algumas áreas.

A variação média geral dos resíduos mostra um aumento, que está relacionado com a quantidade de postes quebrados/danificados, que passou de 1 tonelada para 12. Houve substituição de vários postes e os velhos não foram doados/reaproveitados ainda.

(Ver evolução na tabela 15 nos anexos)

| | Tipo | 2019 | Δ % |
|--------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|
| Resíduos | (Perigoso/Não perigoso) | Qtd. (ton) | 19 / 18 |
| Óleos usados | Não perigoso | 1 | 43% |
| Cabos de cobre | Não perigoso | 15 | 50% |
| Peças de ar condicionado | Não perigoso | 0,4 | 33% |
| Computadores usados | Não perigoso | 0 | - 100% |
| Ferro e Vidro de Cabines Telefónicas | Não perigoso | 0 | 0% |
| Mobiliário | Não perigoso | 0,1 | 0% |
| Postes quebrados/degradados | Não perigoso | 12 | 1100% |
| Total | | 28,5 | 123% |



04. DIMENSÃO SOCIAL

(OS NOSSOS E
A SOCIEDADE CIVIL)

a. Desenvolvimento e Gestão de Recursos Humanos

Continuámos a apostar na necessária renovação geracional, através de uma criteriosa política de recrutamento. Durante 2019, foram admitidos jovens quadros para integrar as diferentes áreas de negócio, bem como se proporcionou estágios profissionais a diversos jovens à procura de ganhar experiência profissional, permitindo ao mesmo tempo à empresa referenciar técnicos com elevado potencial. Importa também destacar a nossa política de promoção de responsabilidade social no que diz respeito aos recursos humanos, onde os valores do trabalho digno, equidade de género e transparência são fatores orientadores.



Perfil das equipas e evolução do nº de colaboradores (102-8, 401-1)

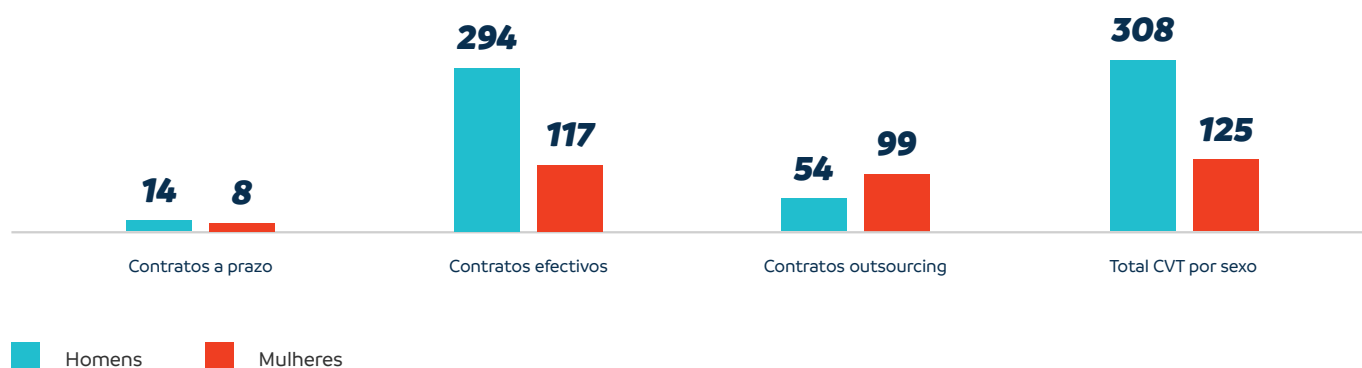
No final de 2019, a CVT apresentava um total de 433 colaboradores (efetivos e contratados) no ativo, o que representa uma redução de 21 colaboradores (-3%), face ao ano precedente. Assim, nos últimos cinco anos, e em linha com a nossa estratégia de adequação da força laboral ao novo contexto das telecomunicações, prosseguiu-se com o plano de redução progressiva da força laboral e adequação dos Recursos Humanos.

(Ver evolução na tabela 16 nos anexos).

Evolução Colaboradores CVT

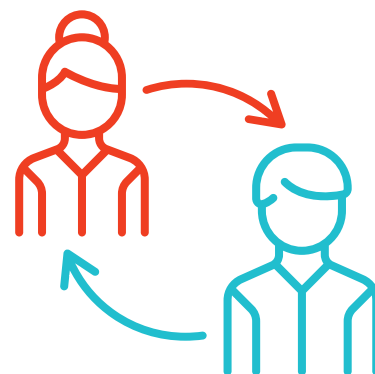


Colaboradores por contrato e género 2019



Quanto aos contratos efetivos nota-se o cenário inverso, onde registou-se um decréscimo, devido à saída de vários colaboradores por motivos diversos (reforma, comum acordo, desvinculação, licença sem vencimento)

Comparativamente ao ano de 2018 a nível do Grupo registou-se um aumento 16% do nº de contratados (novas contratações) e diminuição 4% de efetivos por saídas por reforma e licença sem vencimento (LSV).



Já em relação aos colaboradores por contrato e género, verificamos que o número de colaboradores *outsourcing* (153) tem vindo a aumentar, com destaque para o sexo masculino nestes dois últimos anos, onde cresceu de 40 para 54. Já no sexo feminino, embora representem uma maioria, o número tem-se mantido mais constante, tendo aumentado em apenas 3 colaboradoras.

Este aumento está justificado pela contratação de homens para a área técnica no âmbito do projeto de expansão de fibra ótica, onde surgiu a necessidade de reforço das equipas no terreno, para poder dar vazão à demanda sem ter que degradar significativamente os indicadores de qualidade estipulados e nem a satisfação dos clientes.



Política de Desenvolvimento e Formação

Deu-se continuidade ao programa de Mobilidade Interna, que aliado a uma cautelosa política de recrutamento, permitiu uma reafecção mais eficaz dos recursos

humanos e continuámos a apostar na formação com vista à internalização de competências, com especial incidência sobre as áreas técnicas.

Projeto Levantamento de Funções & Definição de Perfis Competências

No âmbito de agregar valor ao negócio e desenvolver metodologias de gestão tendentes a otimizar o alinhamento entre as valências pessoais e os objetivos empresariais, é preciso conhecimento do perfil de cada colaborador e da própria organização.

Assim, e com o objetivo de fazer o trabalho de levantamento de competências e perfis profissionais na CVT, realizou-se uma ação de formação a uma equipa multidisciplinar interna para:

1. Ter um levantamento atualizado das **funções** existentes e/ou a existir e das **competências necessárias** aos cargos profissionais, com impacte no desempenho e na eficácia;
2. Permitir que os colaboradores conheçam as necessidades e competências que são exigidas na função e para se autoavaliarem melhor o seu desempenho;
3. Dotar a área de Gestão de Recursos humanos com informações importantes para os subsistemas de RH.

Como resultados até o final de 2019 temos:

- **7 Sessões**
Socialização do Projeto Realizadas
- **38 Perfis Funcionais**
Descritos por via Entrevista

As perspetivas foram de até 1º Trimestre 2020 – **Concluir os Perfis Áreas Comerciais e Restantes Áreas Não Técnicas**



Conhecimentos

Saber teórico



Habilidades

Saber fazer



Atitudes

Ser



Entradas e saídas (401-1)

Analisando a evolução na entrada de colaboradores, podemos constatar que houve um aumento considerável de 4 (de 2018) para 9 (em 2019), sendo 4 mulheres e 5 homens.

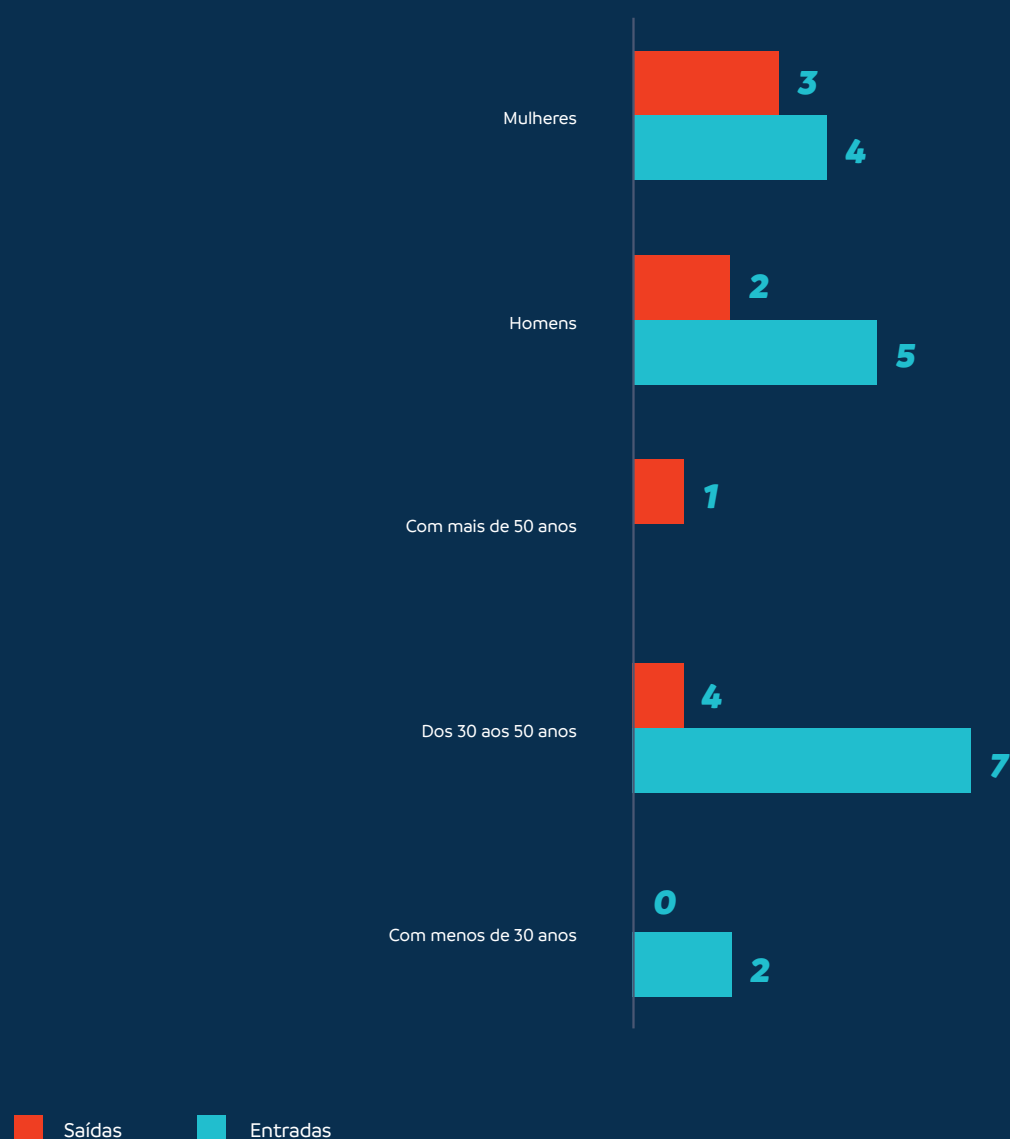
Já em relação às saídas o cenário é de 5 saídas (3 mulheres e 2 homens) contra um total de 11 (7 homens e 4 mulheres) em 2018.

Em 2019 a taxa de preenchimento das vagas de trabalho foi de 65%, sendo que para postos estratégicos foi de apenas 28%.

Houve um aumento na taxa de turnover, sendo que 33% deveu-se a rescisões ou abandono dos postos de trabalho.

(Ver evolução na tabela 17 nos anexos).

Entradas e saídas CVT 2019





Composição das equipas por categoria e por faixa etária (405-1)

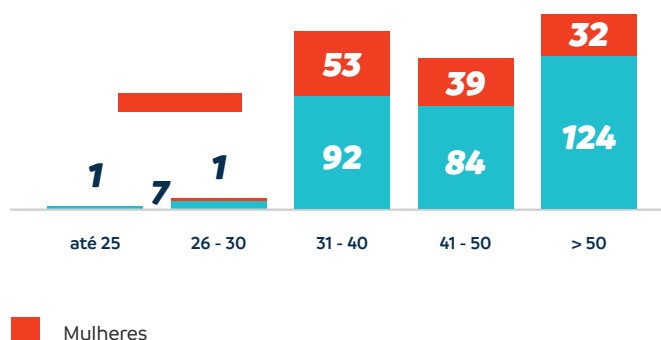
A idade média dos colaboradores situou-se nos 45 anos, com 62,5% dos colaboradores na faixa etária de maior ou igual a 41 anos, o que reflete um efetivo com bastante

experiência acumulada. A antiguidade média na CVT, por seu turno situou-se nos 18,9 anos.

Composição por categoria



Composição por faixa etária



A composição por categoria profissional é de 50% de Técnicos Operacionais, 36% de Quadros superiores (colaboradores com licenciatura ou superior), 9%

profissionais de apoio e 5% quadros médios, estes últimos dois categorias profissionais residuais.





Benefícios (401-2)

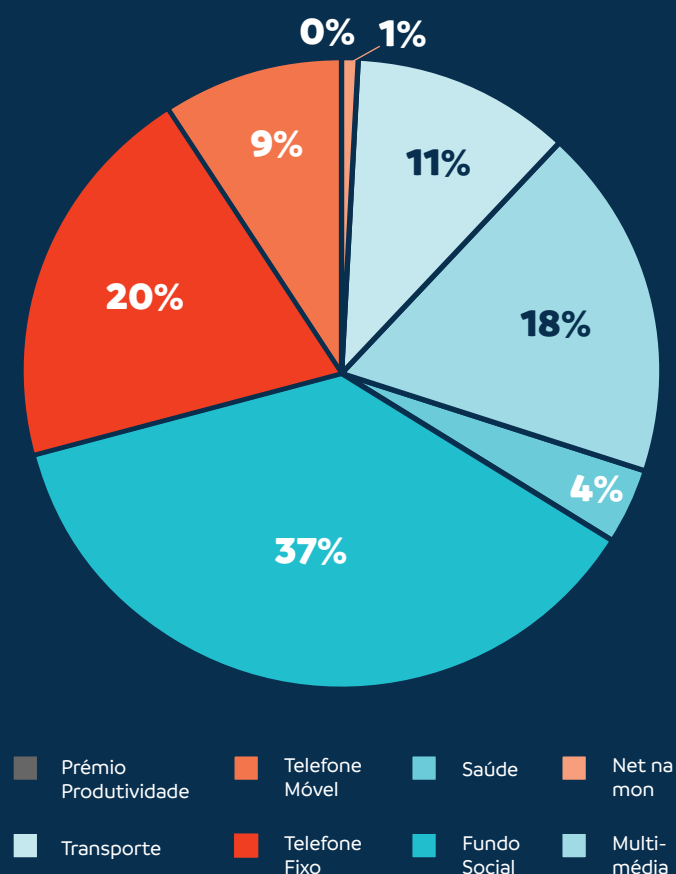
Considerando vários fatores verificamos que os benefícios atribuídos aos colaboradores da CVT diminuíram, em relação ao ano de 2018, exceto na rubrica de Internet (CVMultimédia) e fundo social (empréstimos).

Existe um regulamento de empréstimo de fundo social aos colaboradores (doença, habitação e encargos extraordinários), onde a rubrica com maior aumento foi habitação própria (nos ultimos anos deixou-se de aplicar os prazos de inibição para os empréstimos).

Temos outros benefícios, tais como pagamento de conta telefone com descontos nos salários, compra de equipamento móvel (cada colaborador pode comprar no máximo 2 equipamentos ao ano para serem descontados em 10 prestações mensais, com prestações mínimas de 1.500\$00; Aquisição de viatura (vendas efetuadas de viaturas da Empresa aos colaboradores (normalmente mediante concurso ou no caso dos diretores na troca de viatura); Liquidação de IUR, nos ultimos anos apenas a colaboradores que tinham situação a resolver junto à DGCI, uma vez que já não se entrega o modelo 112 desde 2015.

(Ver evolução na tabela 18 dos anexos)

Benefícios colaboradores CVT 2019

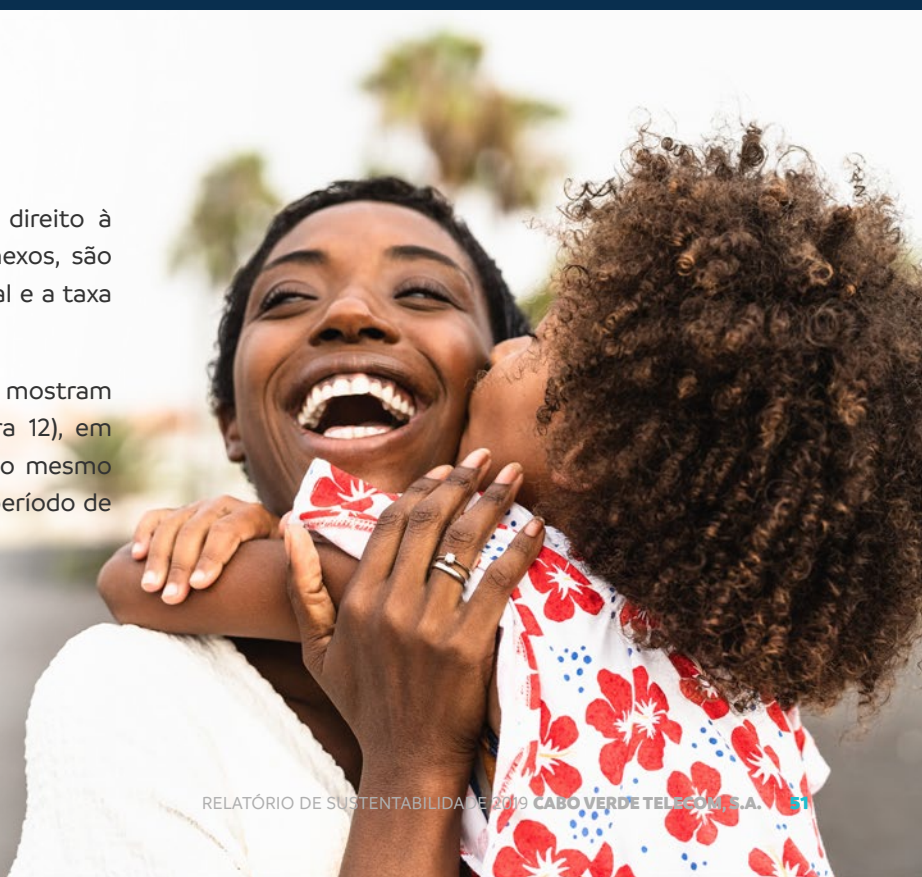


Licença parental (401-3)

Todos os colaboradores são abrangidos pelo direito à licença de parentalidade. Na tabela 19, nos anexos, são referidas a taxa de retorno após licença parental e a taxa de retenção no final do ano.

Os dados de 2019 referente à licença parental, mostram a diminuição em apenas 1 homem (de 13 para 12), em relação ao ano anterior. O nº de mulheres foi o mesmo (7), destacando que todas regressaram após o período de licença.

(201-3)





Taxa de absentismo (403-2)

A taxa de absentismo na CVT manteve-se constante de 2018 para 2019.

Houve um aumento de 8% nas horas extras. A distribuição das horas extras foi maioritariamente para as áreas operacionais da CVTelecom e CVMultimédia.

Em relação ao número total de faltas, registou-se uma diminuição satisfatória na ordem dos 14%.

Taxa Absentismo



(Ver evolução na tabela 21 nos anexos)

Saúde e segurança (403-4)

Anualmente a CVT promove várias iniciativas envolvendo os seus colaboradores (e familiares) no âmbito da prevenção e sensibilização para a saúde e segurança, além das parcerias para eventos externos envolvendo a sociedade em geral.

Podemos ver na tabela abaixo os diferentes campos de atuação e o número de participantes.

| Ações realizadas no âmbito de Saúde e Segurança em 2019 | Nº Participantes |
|--|------------------|
| Comitês de segurança e saúde que incluem colaboradores e elementos da gestão | 45 |
| Proximidade e Diálogo Pai-Filho | 7 |
| Simulação Troca de Pneus(Dicas) | 22 |
| Conciliação da Vida Familiar e Laboral | 1 |
| V Semana Global de Segurança Rodoviária | 67 |
| Evento: Regulamento de Uso e Gestão de Viaturas Operacionais do Grupo CVT | 46 |
| Prevenção Problemas Ligados ao Consumo de Álcool e outras Drogas no Local de Trabalho | 3 |
| Evento: Colóquio - O Alcoolismo: suas consequências para a população e a proteção da saúde | 30 |
| Evento: Socialização da Nova Lei do Álcool - Mindelo | 36 |
| Evento: (Condução Defensiva) + Informação (SORCA) - Praia, Mindelo, Sal, Santiago Norte | 92 |

(403-4)



Além das outras iniciativas, em novembro a CVT promoveu feiras de saúde a nível nacional enquadradas nas suas acções de parceria de “Outubro Rosa” e “Novembro Azul”,

com diversas atividades. Na sede Praia, onde há maior concentração de colaboradores, tivemos os seguintes registos:

| Medição Glicemia Colesterol | Rastreio Cancro Próstata | Rastreio Cancro Mama | Palestra Saúde Masculina | Exames de Citologia | Café da Manhã Saudável |
|--------------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------------------|---------------------------|
| 88 | 36 | 32 | 25 | 14 | 95 |

Além disso, temos a nossa bolsa de voluntariado, devidamente formada, para contribuir em atividades, junto dos parceiros institucionais, com destaque para o Ministério da Saúde. Por outro lado, os voluntários da

CVT fazem doações regulares de sangue, tendo sido a CVT prestigiada mais uma vez em 2019, com o Diploma de Parceiro nesta causa, pelo Hospital Agostinho Neto.





Formação (404-1)

Ao longo de 2019 foram realizadas 145 ações formativas, além de se ter promovido um leque considerável de eventos e workshops.

- Os **investimentos** com formação e eventos, representaram **7.1%** dos gastos com pessoal, superior à meta definida, principalmente a nível de capacitações estratégicas de projetos;
- Taxa Satisfação Global das Necessidades Formação** foi de 65% (meta – 100%);
- Registou-se um aumento significativo nas presenças aos eventos e formações, totalizando em 2019, **3241** participações. A variação face ao ano anterior é de 133% ;

- Em média, cada colaborador pôde participar no ano de 2019, em pelo menos **27 H** nos eventos e/ou formações organizadas, pela Empresa e/ou a nível externo, num período máximo de 3 dias;
- Houve no período uma **forte aposta em eventos internos e formações transversais as 3 empresas da CVT** (socialização planos estratégicos/específicos áreas/comunicação interna; valores comportamentais equipas FFO; palestras/workshops, capacitação 4G, novas ofertas GCVT, entre outros), resultando **taxa de cobertura** participantes na ordem de **564%**, superior ao período homólogo em 325.1pp ;

Avaliação de desempenho (404-3)

A CVT tem vindo a apostar na promoção do talento e da meritocracia, suportados, nomeadamente na adoção de modelos de avaliação de desempenho que permitem à empresa ter uma visão concisa de um dos seus principais ativos.

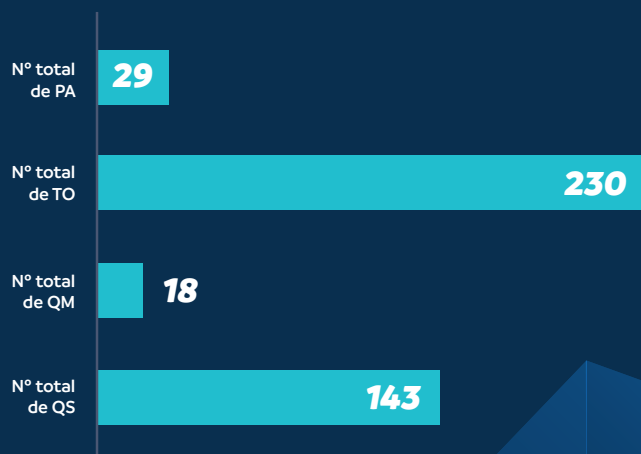
A diferença no total de colaboradores avaliados de 2018 para 2019 é de -2.1%, representado por 9 colaboradores.

Em relação aos resultados da avaliação de desempenho na CVT, tivemos melhorias nas médias na CVTelecom (+1%) e na CVM (+4%), em relação ao ano de 2018. Já na CVMM registou-se uma queda de 1%.

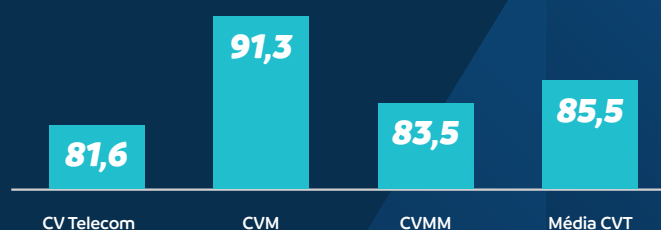
À exceção da taxa de acolhimento de fichas de feedback (**62%**), tivemos evoluções positivas em todos os indicadores do processo.

(Ver evolução na tabela 22 nos anexos).

Colaboradores avaliados por categoria



Avaliação CVT 2019



Quanto à média das avaliações por empresa, a CVM teve a média mais elevada.



b. Responsabilidade Social - Sociedade

A Responsabilidade Social é assumida na CVT não apenas como um mero exercício de relações públicas, mas como um efetivo compromisso que é assegurando pelo comprometimento da gestão de topo e restantes colaboradores. Para tal, faz parte integrante da abordagem de gestão, o estabelecimento de orientações estratégicas e a definição de objetivos associados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e dos princípios do Pacto Global do qual somos membros desde 2008, e da auscultação dos *stakeholders* em geral.

Para a CVT, a Responsabilidade Social é um compromisso voluntário estratégico que leva ao cumprimento dos objetivos empresariais definidos através do cumprimento rigoroso das obrigações contratuais e legais, aplicando critérios de equidade nas relações com seus grupos de interesse e contribuindo para a satisfação das necessidades presentes e futuras da sociedade cabo-verdiana.

Aspiramos dar nosso contributo à sociedade, através de três tipos de intervenções: Ações de mecenato, patrocínios e ações que promovam a sociedade da informação.

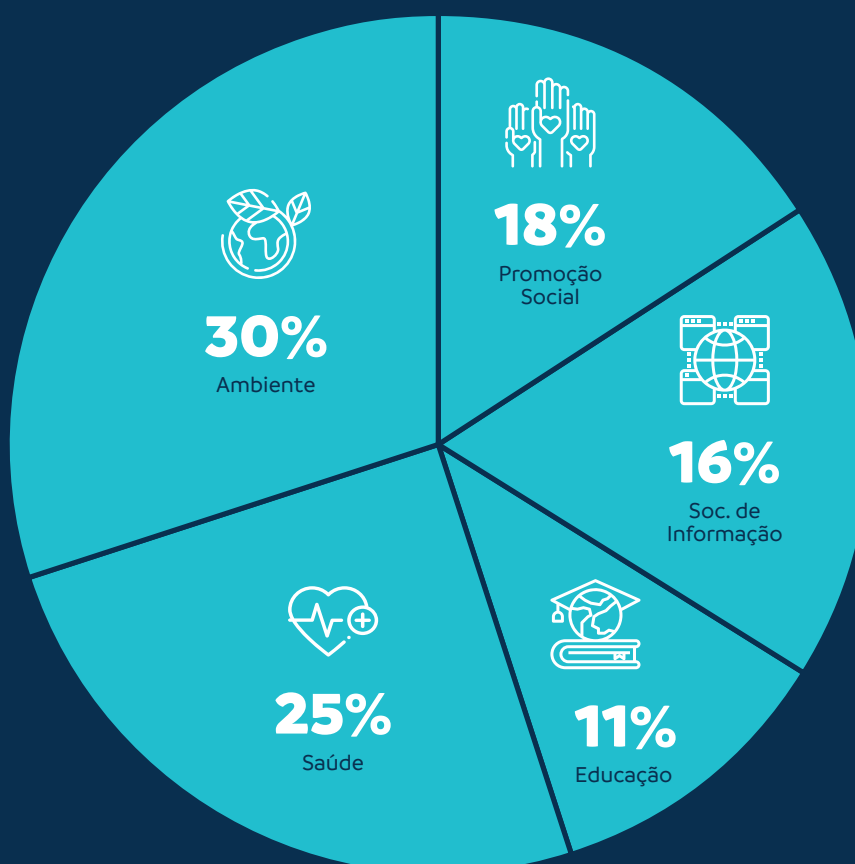
Mantivemos as nossas parcerias com instituições elegíveis que atuam nos domínios prioritários da nossa intervenção social, sendo estes: Saúde, Educação, Luta contra pobreza & Promoção Social e Ambiente.

Apesar de não estarem definidos como prioritários a nível da nossa intervenção social o Desporto e a Cultura têm uma fatia significativa de patrocínios da CVT.

É de realçar também, a nossa contribuição a nível da sociedade de informação, em que são realizadas parcerias com atribuição dos produtos e serviços (fixo, internet e Movel) para que a sociedade cabo-verdiana possa ter acesso às tecnologias que são cada vez mais pilares de desenvolvimento de qualquer nação. **(413-1)**

O nosso compromisso com a Comunidade onde desenvolvemos os nossos negócios estende-se muito além dos produtos e serviços. A implementação do Programa de Responsabilidade Social da Empresa é considerado um elemento estratégico e tem contribuído para a diferenciação positiva da imagem e reputação da CVT.

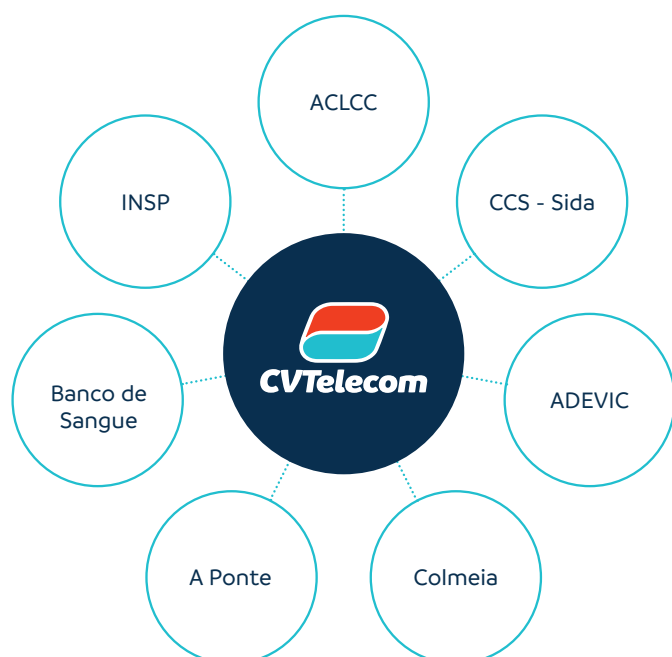
Valor realizado
por domínio





Saúde

A saúde é um pilar que é crucial para uma sociedade. É por isso que a CVT investe fortemente a cada ano neste domínio, assumindo compromissos com diversas entidades, entre as quais: associações especializadas para pessoas portadoras de deficiências, hospitais, instituto nacional de saúde pública, associação cabo-verdiana de luta contra o câncer, entre outras.



Todos os anos a CVT faz financiamento para a aquisição de algum equipamento para o Banco de Sangue do Hospital Agostinho Neto, de acordo com o levantamento de necessidade apresentado. Em 2019 foi a vez da aquisição de um frigorífico especializado para a conservação das bolsas de sangue das doações, estimado em mais de meio milhão de escudos.



O projeto com a CCS-SIDA, consiste na Prevenção da Transmissão vertical, através do financiamento de leite NAN a nível nacional, dos 0 aos 6 meses, para que os recém-nascidos não se alimentem das mães seropositivas, sendo outra importante parceria que a CVT apoia há mais de 10 anos. Em 2019 foram beneficiados 47 bebés, graças a doação de 611 latas de NAN de 800g. Em relação a 2018, houve um aumento de 5 bebés.

A CVT também está presente em feiras de saúde com o intuito de ajudar a promover melhor Saúde para o país: informação, sensibilização e rastreio e conhecimentos de saúde para todos. Além de participar em feiras a convite dos parceiros, a empresa promoveu esta atividade internamente para os seus colaboradores em todas as ilhas.



Educação

A educação é capaz de impactar numa sociedade, de múltiplas formas, tais como: diminuindo as desigualdades existente, e a violência, faz a economia crescer, promove a saúde, proteção do meio ambiente, entre outras inúmeras vantagens.

Por isso a CVT continua a promover a educação através das suas parcerias estratégicas, nomeadamente:

- **FICASE, Projeto Kit escolar:**

Atribuição de 44 bolsas de estudo a nível nacional a alunos do ensino secundário menos favorecidos. O kit consiste no pagamento de propinas, material escolar, e transporte.

- **Bolsas de estudo no Ensino Superior:**

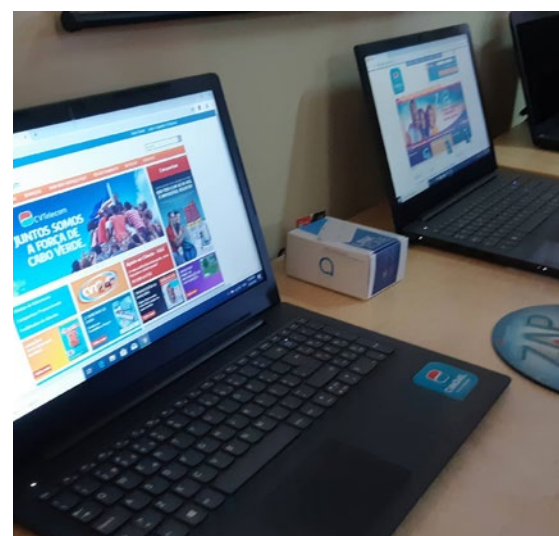
3 bolsas de estudo para formação superior, no ISCEE e na UNI- Santiago

- **UNICV-Kids:**

Este é outro projeto que vem crescendo a cada verão, sendo que inicialmente contava somente com aulas de inglês, e nos 2 últimos anos diversificou o seu leque de ofertas para as crianças de 5 aos 16 anos. Este grupo inclui crianças que frequentam o ICCA, de modo a promover igualdade de oportunidades, e dar-lhes uma ocupação de tempo nas férias em contacto com o ambiente universitário adaptado a eles.

- **Escolas afiliadas e jardim afilhado:**

A CVT continua a apoiar as suas 3 escolas e o jardim afilhado, com a oferta de materiais didáticos para melhoria de condições das biblioteca e disponibilização a alunos mais carenciados.





Luta contra Pobreza e promoção social



A promoção social e luta contra pobreza tem sido um domínio de forte preocupação da CVT. A renovação das habituais parcerias e a procura de novas, espelhou-se mais uma vez, no seu modo de atuação durante 2019.

Além das parcerias previstas no seu Plano anual de Responsabilidade, atendeu a outros novos projetos envidando esforços para dar cada vez mais a sua contribuição para melhoria das condições de vida dos cabo-verdianos.

Como projetos de destaque podemos referir os seguintes:

- **Rede de combate à exploração e o abuso sexuais das crianças em Cabo Verde, ACRIDES:**

Esta parceria foi assinada para o triénio 2018-2020, no âmbito da criação da rede a nível nacional. A CVT tem apoiado com o financiamento de serviço de psicologia para atendimento de crianças vítimas de abuso sexual e bolsas de estudo no ensino básico.

- **Casa de passagem, ICIEG:**

Este protocolo teve continuidade em 2019, com a colaboração da CVT no financiamento também de serviço de psicologia para apoio à vítimas de VBG, e no funcionamento da Casa de Passagem, local para onde as vítimas são acolhidas temporariamente para as proteger dos agressores.

- **Semana do Bebê, CIMPOR e Rede constituída por instituições governamentais e ONG's, na proteção das crianças:**

Este ano sob o tema "ANEMIA". A novidade em 2019 foi a descentralização da abertura da semana, que foi

feita na ilha do Maio, com a deslocação da equipa e de entidades, tal como os Ministro da Saúde, incluindo da CVT, ilha cujo índice de anemia em crianças é o mais elevado no país. Devido à importância dos temas tratados e do envolvimento cada vez de instituições chave, este projeto tem vindo a crescer a cada ano, com resultados bastante satisfatórios.

- **Luta contra o trabalho infantil, ICCA e ACRIDES:**

As atividades de comemoração do dia 12 de junho, dia da luta contra o trabalho infantil, geralmente em parceria apenas com o ICCA, em 2019 foram estendidas ao parceiro ACRIDES, que também fez atividades diversas de sensibilização com pais e crianças, nas comunidades mais vulneráveis da Cidade da Praia. O ICCA por sua vez lançou um vídeo na televisão, para chamar a atenção sobre esta problemática.

- **Natal 2019, parceria com 2 Hospitais e escolas afilhadas:**

Foi com muita satisfação que este ano, variamos dos anos anteriores, onde participávamos das festas nas pediatrias, e optamos por contribuir com a Oncologia do Hospital Agostinho Neto, com consumíveis para tratamento dos seus doentes, nessa época natalícia. Quanto às escolas afilhadas, voltamos a colaborar com materiais para a biblioteca da escola, entre outros materiais que nos foram indicados como suas necessidades.





Ambiente

O domínio do ambiente tem ganhado cada vez mais terreno na gestão estratégica da CVT, tanto a nível de consolidação de parcerias com instituições do ramo, mas também na preocupação da sua atuação interna de modo a contribuir para a preservação do ambiente.

- **Parceria com Quercus Cabo Verde**

Há 3 anos que o projeto de maior destaque no domínio do ambiente tem sido a parceria com a *Quercus Cabo Verde*.

A Quercus CV e a CVT renovaram o protocolo de parceira para 2019, que consiste num patrocínio de valor considerável para cobrir as despesas de funcionamento, que se traduz neste caso, na realização de pelo menos 40 programas televisivos denominados de Minuto Verde e algumas outras atividades que constavam do Plano de atividade da Quercus CV. Esta parceria também foi abraçada pelo Fundo do Ambiente.

Alguns programas contaram com a introdução de legendas e linguagem gestual, promovendo uma maior inclusão.

Os temas abordados também foram selecionados em sintonia com várias instituições importantes que colaboraram no envio dos conteúdos que foram gravados. Isso só mostra o interesse crescente e valorização deste projeto, que conta desde o início com um grande envolvimento da CVT, envolvendo cada vez mais instituições, parceiros e sociedade civil em geral.

Como exemplo de alguns programas podemos citar:

- **Os riscos de desastres naturais e a falta de abrigos para pessoas com deficiências (PcD):**

<https://www.facebook.com/Quercuscvideo/325198111425313/>



- **Boas práticas ambientais durante a Época Balnear:**

<https://www.facebook.com/Quercuscvideo/480042809440523/>



- **Redes de escoamento de Águas Residuais e esgotos:**

<https://www.facebook.com/Quercuscvideo/644433469299126/>





- **Tratamento dos Resíduos gerados nas obras:**

<https://www.facebook.com/Quercuscv/videos/385665455425443/>



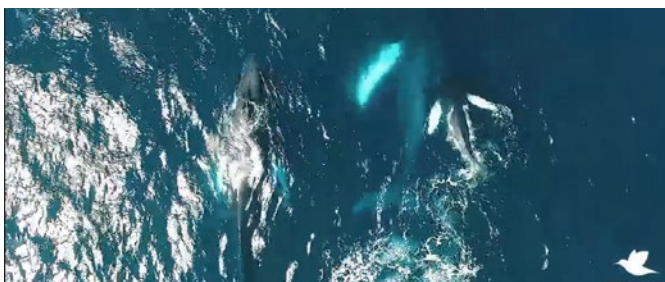
- **Transformação do Plástico em Azulejos através da Reciclagem:**

<https://www.facebook.com/Quercuscv/videos/2370552166532378/>



- **Baleia de Bossa:**

<https://www.facebook.com/Quercuscv/videos/501937700595690/>



Estes foram alguns de entre muitos outros temas da atualidade e de suma importância, que além de serem apresentados no principal canal público nacional (Televisão nacional), no site da Quercus CV e no youtube, também foram debatidos em várias palestras realizadas maioritariamente em escolas secundárias em diversos pontos do país.

Os temas tratados nos programas Minuto Verde deram origem a realização de mais de 10 programas radiofónicos denominado de Sinal Verde, que emitidos na Rádio Educativa.

- **Proteção das Cagarras, ilha de Santa Luzia**

Um outro projeto que a CVT tem acompanhado e contribuído ao longo dos últimos anos, é o da Proteção das Cagarras, ilha de Santa Luzia, liderado pela Biosfera I.



Uma das principais ameaças que as populações de Cagarra sofreram foi a captura humana. Em 2009, a ONG Biosfera I, começou por expor esta prática por via dos meios de comunicação social e estabeleceu acampamentos no ilhéu Raso e realização de campanhas de sensibilização/proteção e conservação desta espécie; realizando censos de cagarras no início da época reprodutora, controle de ninhos, marcação de espécies entre outras atividades.

- **Outras:**

Além das parcerias anuais, a CVT participa em ações pontuais no domínio da proteção do ambiente, tal como foi o caso da doação de material informático obsoleto à Escola Profissional de Tecnologias e Artes, para reciclagem e produção artística e a oferta de pneus e paletes de madeira ao “Movimento 350”, para fins de jardinagem.



Desporto

A CVT continua a apoiar o desporto nas suas várias vertentes e encara o apoio à prática desportiva como um dos pilares da sua estratégia de comprometimento e envolvimento com a sociedade quer através do apoio ao Futebol, Basquetebol e a outras modalidades.

De igual modo a CVT firmou protocolos com equipas de destaque dos campeonatos regionais e nacional de futebol.

O Destaque, pela grandeza das parcerias vai para:

- **CVM e Federação Caboverdiana de Futebol:**

Uma parceria que dura desde 2007, tem por objeto a concessão de Patrocínio à Federação Cabo-verdiana de Futebol, por parte da CVMóvel, enquanto Patrocinadora Oficial da Seleção Caboverdeana de Futebol e respetiva marca “Tubarões Azuis”. O patrocínio é atribuído em regime de exclusividade no sector das comunicações eletrónicas para todas as atividades dos Tubarões Azuis. O patrocínio é ainda alargado às demais atividades da FCF, designadamente, outros escalões de futebol e modalidades como futsal e futebol de praia.



- **CVMM e Federação Caboverdiana de Basquetebol:**

Uma parceria que dura desde 2013, com protocolos com a duração de três anos, a CVMultimédia, tem sido o patrocinador oficial da Seleção Cabo-verdiana de Basquetebol, tanto masculina como feminina.. A CVMultimédia assume também o patrocínio dos campeonatos nacionais de sénior e júnior “promovendo a prática e o desenvolvimento da modalidade em Cabo Verde”.

Assim, a empresa continuou, em 2019, a dar o seu contributo em prol do desporto cabo-verdiano. Esse contributo tem também o objetivo para que o país possa ter uma presença forte nos campeonatos internacionais em que toma parte.





Parcerias para a Promoção dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (413-1)

Desde a adesão como membro do Pacto Global em 2009, altura em que foi criada uma área específica para questões da sustentabilidade, que a CVT tem trabalhado para dar o seu contributo para o cumprimento dos seus 10 princípios. Nessa época estavam em vigor, os ODM, Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, que serviram de guias na procura de parcerias para atuação na sociedade considerando essas metas. Em 2015 houve a transição dos ODM para ODS, (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável), pelas Nações Unidas.

A CVT acompanhou esse processo e até hoje, ano após ano, continua a estabelecer parcerias que permitem participar num número significativo dos 17 ODS. As principais intervenções estão relacionadas com as metas de inovação e infraestrutura, trabalho decente e crescimento económico, ação climática, luta contra pobreza/promoção social,

igualdade e consumo responsável. O nosso compromisso é de continuar a trabalhar com outras instituições e pessoas para mais e melhor impacto e conseguir medir com mais precisão o nosso progresso em relação às metas.

Em 2019, a CVT estabeleceu 17 protocolos de parceria com diversas entidades.



| Protocolos | Domínios | Referência ao ODS |
|---|-------------------------|---|
| Protocolos com o ICCA e ACRIDES - Crianças de Rua | Pobreza/Promoção Social | ODS 1 - Erradicar a pobreza |
| Parceria CIMPOR - Semana do Bebê | Pobreza/Promoção Social | |
| Protocolo Comissão Combate à SIDA (CCS - Sida) | Saúde | |
| Protocolo Banco de Sangue | Saúde | |
| ADEVIC - Associação de deficientes Visuais de Cabo Verde | Saúde | ODS 3 - Saúde de qualidade |
| A PONTE - Associação de Promoção da Saúde Mental | Saúde | |
| Protocolos Hospital Agostinho Neto | Saúde | |
| Protocolo ACLCC - Luta Contra o Cancro | 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 e Conservação da Cagarra - Parceria BIOSFERA I | Ambiente | ODS 15 - Preservar a vida terrestre |
| Todos os protocolos assinados vão no sentido dos ODS | Diversos | ODS 17- Parcerias para a implementação dos Objetivos |



05. 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 nono relatório de sustentabilidade que a CVT publica sob o modelo da *Global Reporting Initiative (GRI)*. Para 2019 adota como referência, pela terceira vez, os Standards GRI, sempre que aplicáveis à atividade da CVT. No relatório estão referenciados os princípios do Pacto Global das Nações Unidas (ONU), de que somos membros, e, também, o nosso contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Âmbito

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.

Disponibilizam-se aqui dados relativos à atividade da CVT (*CVTelecom*, *CVMóvel* e *CVMultimédia*) durante o ano de 2019 e tem como objetivo apresentar os temas considerados, internamente, como de maior relevância para as partes interessadas.



Os princípios, políticas e estratégias da empresa encontram-se referenciadas neste relatório e algum do seu detalhe pode ser encontrado em <http://www.grupocvt.com.cv/node/47>.

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 a 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 2019. **(102-50)**

Diretrizes da Global Reporting Initiative - Processo de elaboração deste relatório

Para a definição do conteúdo aqui relatado, a CVT baseou-se no planeamento estratégico 2018-2020, realizado no último trimestre de 2017, 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 no processo de preparação do plano de atividades especificamente para o ano 2019.

Como vem sendo hábito, no processo de revisão dos temas mais relevantes para relato foram realizados vários

encontros com diretores e *focal points* de sustentabilidade das várias áreas que auxiliaram no aprofundamento dos temas aqui tratados.

Os temas abordados foram selecionados e validados pela Comissão de sustentabilidade, tendo em consideração a sua relevância no atual contexto de sustentabilidade e da empresa, a sua materialidade e as expectativas e opiniões dos *stakeholders*.

Envolvimento de *stakeholders*

Em 2019, foi realizado o inquérito de consulta aos *stakeholders*.

Todos os indicadores estão referidos nos respetivos relatos, além de compilados na tabela GRI, no fim deste relatório. Desde o primeiro em 2010, 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 2018, publicado em Novembro 2019. 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 envolvimento da gestão de topo com a definição da estratégia de sustentabilidade, dos diretores das áreas de suporte e operacionais e dos vários *focal points*.

Processo bianual agora, em 2019 foram aferidos os resultados da auscultação dos *stakeholders* mais relevantes para a CVT sobre a importância relativa que atribuem a cada um dos temas materialmente relevantes. A materialidade resulta da comparação entre a perceção da sociedade sobre os temas relevantes para o setor e para a empresa, e a importância atribuída pelo negócio aos mesmos. O resultado desta análise é refletido numa matriz de materialidade que

permite, visualmente e de um modo imediato, ordenar os temas relevantes identificando os mais sensíveis e impactantes para a criação de valor para as nossas partes interessadas.

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.

Temas materiais para o relatório de 2019 (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 Princípio 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; * | + |

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. Tabelas de desempenho dos indicadores da CVT

Tabela 1 – Valor económico gerado e distribuído

| (em milhares ECV) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Valor Económico Direto Gerado | | | | |
| Receitas | 4.845 | 4.552 | 4.586 | 0.7% |
| Receitas Operacionais | 4.583 | 4.365 | 4.422 | 1.3% |
| Valor Económico Distribuído | | | | |
| Custos Operacionais | 1.957 | 1.748 | 1.332 | - 24% |
| Salários e benefícios de Colaboradores | 1.080 | 1.062 | 1.042 | - 2% |
| Pagamentos a Investidores | 226 | 154 | 89 | - 42% |
| Pagamentos ao Estado | 352 | 333 | 196 | - 41% |
| Donativos e outros investimentos na comunidade | 32 | 11 | 11 | 0 |
| Valor Económico Distribuído | 3.007 | 2.720 | 2.659 | - 20% |
| Valor Económico Acumulado | 1.198 | 1.244 | 1.927 | 55% |

Tabela 2 - Serviço Fixo

| Indicadores Financeiros | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|------------------|
| Rendimentos Operacionais | 2.474 | 2.422 | 2.345 | - 3% |
| Investimento | 444 | 689 | 1.130 | 64% |
| Dívidas (milhões ECV) | 4.842 | 4.191 | 5.332 | 27.2% |
| Património (milhões ECV) | 6.060 | 6.628 | 6.634 | 0.1% |
| Outros indicadores do negócio | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Número Lojas | 30 | 30 | 30 | 0% |
| Milhares Clientes | 50.4 | 45.6 | 38.2 | - 16% |



Tabela 3 - Serviço móvel

| Indicadores Financeiros | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|---|-------------|-------------|-------------|------------------|
| Rendimentos Operacionais | 2.744 | 2.487 | 2.551 | 3% |
| Investimento | 849 | 715.4 | 621 | - 13% |
| Dívidas (milhões ECV) | 4.815 | 4.944 | 5.189 | 4.9% |
| Património (milhões ECV) | 389 | 365 | 421 | 15.2% |
| Indicadores Financeiros | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Milhares de Clientes | 371.5 | 378.5 | 384.7 | 1.6% |
| Utilizadores serviço internet móvel (x1000) | 190.5 | 204.9 | 240.8 | 17.5% |
| Serviços Exclusivos | 20 | 23 | 23 | 0 |

Tabela 4 - Serviço multimédia

| Indicadores Financeiros | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|-----------|
| Rendimentos Operacionais | 1.181 | 1.223 | 1.319 | 8% |
| Investimento | 280 | 246 | 221 | - 10% |
| Dívidas (milhões ECV) | 2.212 | 2.533 | 2.945 | 16.3% |
| Património (milhões ECV) | 400 | 389 | 379 | - 2.6% |
| Clientes | 35.414 | 41.115 | 43.105 | 5% |

Tabela 5 - Contribuição CVT para o acesso às TIC

| Contribuição CVT para o acesso às TIC | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|-----------|
| Taxa penetração serviço fixo | 12.10% | 11.5% | 10,00% | - 13% |
| Taxa penetração internet serviço fixo | 3.76% | 3% | 3,20% | 7% |
| Taxa penetração mobile internet | 64.70% | 61% | 71,20% | 17% |
| Cobertura populacional 2G | 99.34% | 99.39% | 99,34% | 0% |
| Cobertura populacional 3G | 91.07% | 91.76% | 93,74% | 2% |
| Cobertura populacional 4G | | | 79,42% | |
| Cobertura geográfica 2G | 79.24% | 79.66% | 79,24% | - 1% |
| Cobertura geográfica 3G | 35.05% | 37.82% | 43,91% | 16% |
| Cobertura geográfica 4G | | | 22,47% | |

Tabela 6 - Telecomunicações em Cabo Verde

| Telecomunicações em Cabo Verde | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|---|------|------|-------|-----------|
| Receitas geradas pelo Sector a nível nacional (milhões ECV) | 8.2 | 10.3 | 8 364 | - 19% |
| Número de trabalhadores do Sector | 778 | 785 | 782 | - 0.4% |
| Investimentos no Sector (milhões ECV) | 2.2 | 1.8 | 2.4 | 32% |
| Taxa penetração serviço móvel | 119% | 112% | 108% | - 4% |
| Taxa penetração serviço fixo | 12% | 12% | 10% | - 17% |
| Taxa penetração serviço internet | 74% | 70% | 80% | 14% |
| Empregabilidade Grupo CVT / Empregabilidade nacional | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0 |



| | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|
| Empregabilidade Grupo CVT / Empregabilidade Sector | 76.6% | 74.3% | 74.4% | 0.2% |
| Receitas operacionais consolidadas do Grupo CVT/Receitas operacionais do setor no país (milhões ECV) | 55.8 | 42.3 | 52.9 | 25.1% |
| Investimento consolidado do Grupo CVT / Investimento do setor no país (milhões ECV) | 71.4 | 89.1 | 99.4 | 12% |
| Receitas consolidadas pelo Grupo CVT / PIB Cabo Verde (milhões ECV) | 2.7 | 2.4 | 2.2 | - 6% |

Tabela 7 - Fornecedores

| Indicadores | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|---|-------|-------|-------|-----------|
| Distribuição de riqueza por forn. (milhões ECV) | 3.458 | 2.747 | 2.559 | 57% |
| Distribuição de riqueza por forn. nacionais (milhões ECV) | 1.034 | 1.114 | 957 | - 14% |
| % Fornecedores com nível de avaliação de "Bom" | 67% | 61,4% | 73% | 20% |

Tabela 8 - Sociedade

| Indicadores | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|------|------|------|-----------|
| Pagamento ao Estado - impostos brutos (milhões ECV) | 352 | 333 | 196 | - 41% |
| Investimento Corporativo na Comunidade (milhões ECV) | 32 | 11 | 11 | 0% |
| Voluntários | 29 | 29 | 29 | 0% |

Tabela 9 - Compras

| CVTELECOM - valor das compras (milhões de ecv) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|------------------|------------------|------------------|--------------|
| Fornecedores internacionais | 574.257 | 448.309 | 1.350.325 | 201% |
| Fornecedores nacionais | 658.775 | 514.902 | 548.124 | 6% |
| Compras Totais | 1.233.033 | 963.212 | 1.898.450 | 97% |
| CVM - valor das compras (milhões de ecv) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Fornecedores internacionais | 2.147.812 | 1.134.627 | 880.617 | - 22% |
| Fornecedores nacionais | 311.189 | 265.789 | 307.278 | 16% |
| Compras Totais | 1.836.623 | 1.400.416 | 1.187.895 | - 15% |
| CVMM - valor das compras (milhões de ecv) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Fornecedores internacionais | 324.512 | 333.722 | 328.111 | - 2% |
| Fornecedores nacionais | 63.728 | 49.903 | 66.362 | 33% |
| Compras Totais | 388.241 | 383.626 | 394.473 | 3% |
| Valor total das compras (milhões de ecv) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Fornecedores internacionais | 3.046.583 | 1.916.659 | 2.559.053 | 34% |
| Fornecedores nacionais | 1.033.693 | 830.596 | 921.765 | 11% |
| Valor total de compras da CVT | 3.457.898 | 2.747.255 | 3.480.819 | 27% |



Tabela 10 - Consumo de Materiais

| CVT - Consumo de Materiais (Kgs) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------|
| Plástico e papel (Cartões Telefácil, garrafas pet, copos descartáveis e canetas, fita embalagem, isoladora, etc) | 4.728 | 5.892 | 11.130 | 89% |
| Pneus | 1.425 | 2.235 | 4.320 | 93% |
| Toners | 531 | 966 | 320 | - 67% |
| Tinteiros | 34 | 23 | 12 | - 50% |
| Papel/Cartão (pastas arquivo, papel A4,papel higiénico) | 16.549 | 12.262 | 4.482 | - 63% |
| Baterias viaturas | 765 | 1.230 | 870 | - 29% |
| Pilhas | 63 | 18 | 8 | - 55% |
| Equipamentos elétricos (energia) | 13.991 | 55.670 | 19.341 | - 65% |
| Mobiliário | 0 | 0 | 0 | 0% |
| Kits (materiais diversos) | 0 | 4 | 6 | 50% |
| Tambores | 31 | 146 | 13 | - 91% |
| Total | 38.116 | 78.445 | 40.501 | - 17% |

Tabela 11 - Recuperados em relação aos produtos vendidos

| CV Telecom | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
| Equipamentos recuperados | ND | ND | ND | - |
| Embalagens recuperados | ND | ND | ND | - |
| Cartões recuperados | ND | ND | ND | - |
| Equipamentos vendidos | 365 | 278 | 194 | -30% |
| Cartões vendidos | 63.238 | 43.320 | 25.423 | -41% |
| CVM | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Equipamentos recuperados | 5 | 29 | 8 | -70% |
| Embalagens recuperados | 5 | ND | ND | - |
| Cartões recuperados | ND | ND | ND | - |
| Equipamentos vendidos | 30.585 | 36.463 | 30.823 | -15% |
| Cartões vendidos | 123.519 | 187.528 | 167.634 | -10% |
| CVMM | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Equipamentos recuperados | 2.840 | 2.744 | 2.436 | -11% |
| Embalagens vendidos | ND | 54 | 127 | 54% |



Tabela 12 – Produção de energia renovável

| Produção de Energia Renovável | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Praia | 112 | 114 | 158,2 | 39% |
| Mindelo | 95 | 95 | 96,5 | 2% |
| CVM – Lomba de Igreja | 18 | 31 | 32,8 | 6% |
| CVM – Tarrafal Monte Trigo | 18 | 31 | 32,8 | 6% |
| Planalto Norte | 11 | 31 | 31,3 | 1% |
| Planalto Leste | | 31 | 31,3 | 1% |
| Outros pequenos sites (30) | 227 | 227 | 227 | 0% |
| Total (Gj) | 481 | 560 | 610 | 10% |

Tabela 13 – Consumos segmentados fora da organização

| Consumos segmentados - CVTelecom | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|--------------|--------------|--------------|-------------|
| N.º equipamentos sem fios vendidos | 365 | 278 | 194 | - 30% |
| N.º equipamentos sem fios vendidos anteriormente e ativos | 7.869 | 7.392 | 6.940 | - 6% |
| Total | 8,234 | 7.670 | 7.134 | - 7% |
| 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) | 445 | 445 | 445 | 0% |
| Média consumo anual (Kwh) | 162.292 | 123.710 | 86.330 | - 30% |
| Consumos segmentados kwh dia – CVMóvel | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| N.º cartões ativos | 372.040 | 378.584 | 384.758 | 2% |
| 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) | 4.130 | 4.202 | 4.271 | 2% |
| Média consumo anual (Kwh) | 1.507.320 | 1.533.833 | 1.643.229 | 3% |
| Consumos segmentados kwh dia – CVMultimédia | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| N.º de boxes ativas | 6.507 | 6.873 | 8.186 | 19% |
| N.º de routers ativos | 16.825 | 18.613 | 20.644 | 11% |
| N.º telefones ativos | 14.715 | 17.020 | 19.204 | 13% |
| Consumo médio por hora boxes que têm maior quota no mercado (Kwh) | 0.009 | 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 | 586.6 | 618.5 | 736.7 | 19% |
| Consumo médio por hora dos routers que têm maior quota no mercado - 10 horas | 753 | 930 | 1.032.2 | 11% |
| Consumo médio por hora dos telefones que têm maior quota no mercado - 10 horas | 58 | 170 | 192 | 13% |
| Total | 1.362 | 1.718 | 1.961 | 14% |



Tabela 14 – Emissões de Carbono

| KPI - Emissões de carbono (tCO2) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--|--------------|--------------|--------------|-------------|
| EMISSIONES TOTAIS (1+2) | 5.715 | 6.172 | 6.090 | - 1% |
| Emissões de âmbito 1: emissões diretas GEE | 806 | 655 | 445 | - 32% |
| Frota - Consumo de gasóleo | 617 | 432 | 283 | - 35% |
| Frota - Consumo de gasolina frota | 58,4 | 77,4 | 56,9 | - 26% |
| Rede - Consumo de gasóleo | 130 | 145 | 105 | - 28% |
| Emissões de âmbito 2: emissões indiretas GEE | 4.909 | 5.517 | 5.645 | 2% |
| Eletricidade | 4.909 | 5.517 | 5.645 | 2% |
| KPI - EMISSÕES DE CARBONO (tCO2) | | | | |
| Emissões de âmbito 3: emissões indiretas GEE (Fora da Organização) | 1.141 | 1.815 | 2.234 | 23% |
| Clientes: emissões associadas ao consumo de equipamentos dos clientes da CVT | 1.075 | 1.718 | 1.961 | 14% |
| Viagens de avião dos colaboradores da CVT | 65.5 | 97.08 | 91.5 | - 6% |

Nota: Dados de emissões totais (1+2) dos 3 anos, corrigidos. **102-48**

Tabela 15 – Resíduos

| Resíduos | Tipo | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--------------------------------------|-------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| | (Perigoso/Não perigoso) | Qtd. (ton) | Qtd. (ton) | Qtd. (ton) | |
| Óleos usados | Perigoso | 1 | 0.7 | 1 | 43% |
| Cabos de cobre | Não perigoso | 20 | 10 | 15 | 50% |
| Peças de ar condicionado | Não perigoso | 0.4 | 0.3 | 0,4 | 33% |
| Computadores usados | Não perigoso | 0.28 | 0.1 | 0 | - 100% |
| Bobines de madeira | Não perigoso | 0 | 0 | 0 | 0% |
| Ferro e Vidro de Cabines Telefónicas | Não perigoso | 3.2 | 0.3 | 0 | 0% |
| Mobiliário | Não perigoso | 0.2 | 0.1 | 0,1 | 0% |
| Postes quebrados/ degradados | Não perigoso | 0 | 1 | 12 | 1100% |
| Total | | 21.88 | 12.8 | 28,5 | 123% |

Tabela 16 – Evolução colaboradores CVT por contrato e sexo

| | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres |
| Contratos a prazo | 24 | 16 | 10 | 9 | 14 | 8 |
| Contratos efetivos | 305 | 123 | 305 | 123 | 294 | 117 |
| Contratos outsourcing | 38 | 90 | 40 | 96 | 54 | 99 |
| Total de colaboradores CVT por sexo | 329 | 139 | 315 | 132 | 308 | 125 |
| Total de colaboradores CVT geral | 468 | | 447 | | 433 | |



Tabela 17- Evolução de entrada e saída de colaboradores por sexo e faixa etária

| Entradas de colaboradores | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|---------------------------|-----------|-----------|----------|--------------|
| Com menos de 30 anos | 2 | 1 | 2 | 100% |
| Dos 30 aos 50 anos | 4 | 3 | 7 | 133% |
| Com mais de 50 anos | 0 | | | |
| Total de entradas | 6 | 4 | 9 | 125% |
| Homens | 6 | 3 | 5 | 67% |
| Mulheres | 0 | 1 | 4 | 300% |
| Total de entradas | 6 | 4 | 9 | 225% |
| Saídas | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Com menos de 30 anos | 2 | 1 | 0 | - 100% |
| Dos 30 aos 50 anos | 3 | 4 | 4 | 0% |
| Com mais de 50 anos | 11 | 6 | 1 | - 83% |
| Total de saídas | 16 | 11 | 5 | - 55% |
| Homens | 8 | 7 | 2 | - 71% |
| Mulheres | 8 | 4 | 3 | - 25% |
| Total de saídas | 16 | 11 | 5 | - 55% |
| Taxa de entrada | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Com menos de 30 anos | 0,4% | 0,2% | 0,4% | 100% |
| Dos 30 aos 50 anos | 0,8% | 0,6% | 1,4% | 131% |
| Com mais de 50 anos | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0% |
| Homens | 1,7% | 0,9% | 1,4% | 66% |
| Mulheres | 0,0% | 0,7% | 2,6% | 292% |
| Taxa de saída | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
| Com menos de 30 anos | 0,4% | 0,2% | 0,0% | - 100% |
| Dos 30 aos 50 anos | 0,6% | 0,8% | 0,8% | 0% |
| Com mais de 50 anos | 2,2% | 1,2% | 0,2% | - 83% |
| Homens | 2,3% | 2,0% | 0,6% | - 71% |
| Mulheres | 5,1% | 2,6% | 2,0% | - 25% |

Tabela 18 – Benefícios dos colaboradores

| KPI - Emissões de carbono (tCO2) | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|-----------|
| Prémio Produtividade | 640 | 15 | 215 | 1335% |
| Saúde | 1.407 | 6.657 | 5.005 | - 25% |
| Fundo Social (empréstimos) | 37.950 | 40.123 | 50.238 | 25% |
| Telefone Fixo | 52.444 | 35.927 | 27.988 | - 22% |
| Telefone Móvel | 11.430 | 12.167 | 11.844 | - 3% |
| Net na mon | 3.051 | 1.251 | 1.252 | 0% |
| Transporte | 16.110 | 15.512 | 14.927 | - 4% |
| Multimédia | 15.626 | 23.983 | 25.298 | 5% |
| Total dos benefícios (CVE) | 138.660 | 131.744 | 136.776 | 2% |



Tabela 19 – Licença parental

| Licença parental | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---|--------|----------|--------|----------|--------|----------|
| | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres |
| N.º de colaboradores com direito a licença parental | 6 | 10 | 13 | 7 | 12 | 7 |
| N.º de colaboradores que usufruíram da licença parental | 6 | 10 | 13 | 7 | 12 | 7 |
| N.º de colaboradores que regressaram à empresa após a licença parental | 6 | 10 | 13 | 7 | 12 | 5 |
| N.º de colaboradores que permaneceram mais de 12 meses na empresa após a licença parental | ND | ND | 6 | 10 | 6 | 10 |
| | | | | | | |
| Taxa de retenção após licença parental | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
| | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres | Homens | Mulheres |
| Após a licença | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Após 12 meses | ND | ND | 100% | 100% | 100% | 100% |

Tabela 20 – Comitês formais de saúde e segurança

| Comitês formais de saúde e segurança 2019 | Nº | % |
|---|----|----|
| N.º total de QS | 23 | 15 |
| N.º total de QM | 1 | 5 |
| N.º total de TO | 3 | 1 |

Tabela 21 – Taxa de absentismo

| | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| Total de Faltas | 4058 | 4366 | 3757 | - 14% |
| Pessoal ao Serviço | 468 | 447 | 433 | - 2% |
| Taxa Absentismo | 2.3% | 2.7% | 2.7% | 0% |

Nota: Dados de 2018 corrigidos. **102-48**

Tabela 22 – Avaliação de colaboradores

| N.º de colaboradores avaliados | 2017 | 2018 | 2019 | Δ % 19/18 |
|--------------------------------|------------|------------|------------|---------------|
| Quadro Superior | 144 | 142 | 143 | 0.7% |
| Quadro Médio | 24 | 18 | 18 | 0 |
| Técnico Operacional | 234 | 239 | 230 | - 3.8% |
| Profissional de Apoio | 42 | 30 | 29 | - 3.3% |
| Total de avaliados | 444 | 429 | 420 | - 2.1% |



c. Tabela GRI

| Standard GRI | Página / Resposta Direta | Omissão |
|--|--|---------|
| GRI 102: Divulgação de Informação Geral | | |
| 102-1 Nome da organização | 4 | |
| 102-2 Principais marcas, produtos e/ou serviços | 4, 8 e 13 | |
| 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. (4, 5 e 9) | |
| 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 | 8 | |
| 102-8 Informações sobre colaboradores e outros trabalhadores | 47 | |
| 102-9 Descrição da cadeia de fornecedores da organização | 29 | |
| 102-10 Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionista e cadeia de fornecedores | Não houve alterações significativas em relação a 2018 no que respeita porte, estrutura e cadeia de fornecedores. Relativamente a participação acionista os 40% que pertenciam ao Parceiro estratégico PT foram adquiridos pelo INPS(Instituto Nacional Previdência Social) e ASA (Aeroportos e segurança Aérea) (64) | |
| 102-11 Descrição sobre como a organização adota a abordagem princípio da precaução | A abordagem de risco é realizada pela Direcção Financeira e Recursos Humanos 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 (SGA e SST). | |
| 102-12 Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente | 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 | 6 | |
| 102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades | 35 | |



| | |
|--|--|
| 102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização | 7 |
| 102-17 Mecanismos de aconselhamento e preocupações éticas | No processo de acolhimento e integração de colaboradores a DFR presta informações relativas a um conjunto de instrumentos de gestão de RH incluindo o código de ética |
| 102-18 Estrutura de governança da organização | 10 e 11 |
| 102-19 Delegação de autoridade | 10 |
| 102-20 Responsabilidade a nível executivo para temas económicos, ambientais e sociais | 14 |
| 102-21 Consulta a <i>stakeholders</i> nos temas económicos, ambientais e sociais | 33 e 65 |
| 102-22 Composição do mais alto órgão de governança e seus comitês | 10 |
| 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 majoritários preparam a proposta e apresentam-na em AG |
| 102-25 Conflitos de interesse | 9 |
| 102-26 Papel do mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia | 13 |
| 102-27 Medidas para aprimorar conhecimento do mais alto órgão de governança | O aprimorar do conhecimento do mais alto órgão de governança é feito através de participações em eventos sobre temas variados |
| 102-28 Avaliação do desempenho do mais alto corpo de governança | Essa avaliação é feita na Assembleia Geral accionista 9 |
| 102-29 Identificação e gestão de impactos económicos, ambientais e sociais | 35 |
| 102-30 Eficácia dos processos de gestão de riscos | 35 e 36 |
| 102-31 Revisão de temas económicos, ambientais e sociais | No processo de planeamento 2019, entendeu-se manter como materiais os mesmos temas de 2018 |
| 102-32 O papel do maior órgão de governança no relatório de sustentabilidade | 10 |
| 102-33 Comunicação de preocupações críticas ao mais alto órgão de governança | Os colaboradores comunicam as suas preocupações à Administração, através de email, notas, telefone ou presencialmente através da marcação de audiência. Outra via é através da Direcção Financeira e de Recursos Humanos (DFR) |
| 102-34 Natureza e número total de preocupações críticas | Decorrente da análise resultados Inquérito ao Clima Social registaram-se e de críticas recebidas registaram um numero de 9 questões de maior preocupação concernente a reforço de equipas de trabalho, melhor Alinhamento das Competências e Atualização Conhecimentos |
| 102-35 XXXX | 13 |
| 102-36 Processo para determinar remuneração | A tabela salarial, atualizada pelo poder descricionário da Administração, faz parte do sistema integrado de carreiras e salários acordado entre a admnistração da empresa e os colaboradores representados pelas associações sindicais. |



| | |
|---|---|
| 102-37 Envolvimento das partes interessadas na remuneração | A tabela salarial da Empresa é parte integrante do Sistema Integrado de Carreiras e Salários que é revista anualmente com o stakeholder sindicatos |
| 102-38 Relação da remuneração anual - proporção entre a remuneração anual total do indivíduo mais bem pago da organização e a remuneração média anual total de todos os empregados | 2 vezes maior |
| 102-39 Aumento percentual na relação de remuneração total anual | Não houve aumento salarial em 2019 |
| 102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização | 23 a 27 |
| 102-41 Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva. | 100% - todos os colaboradores efetivos e contratados. |
| 102-42 Base usada para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento | 27 e 65 |
| 102-43 Abordagem para envolver os <i>stakeholders</i> | 23 a 27 |
| 102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de <i>stakeholders</i> | Usou-se as mesmas preocupações levantadas no inquérito anterior. 23 a 27 |
| 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 CVT |
| 102-46 Processo de definição do conteúdo do relatório | 65 |
| 102-47 Lista dos temas materiais | 65 |
| 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 realizada aos dados, 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 | 64 |
| 102-51 Data do relatório anterior mais recente | 64 |
| 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 | 64 e 65 |
| 102-54 Opção da aplicação das diretrizes e localização da tabela GRI | 64 |
| 102-55 Índice de conteúdos GRI | 64 |
| 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 |



GRI 103: Formas de Gestão

103-1 Explicação do tópico material e seu limite

Este relatório apresenta informações consolidadas do grupo quanto a impactos, informações econômico-financeiras e não financeiras. Nos casos em que a informação não contemple todas as empresas por exemplo, por ausência de dados específicos – esta ressalva será indicada. Com relação a terceiros sobre os quais é gerado impacto significativo, são reportadas as nossas políticas e diretrizes. Não foram consideradas muitas informações fora da organização relacionadas com os aspectos materiais

Investimentos: 19

Estratégia: 14

Governo da sociedade: 10

Limites: 65

103-2 A abordagem de gestão e seus componentes

As políticas de gestão da CVT podem ser consultadas na integrada no site da empresa - <http://www.grupocvt.com.cv>

Investimentos: 19

Estratégia: 14

Governo da sociedade: 10

Limites: 65

103-3 Avaliação da abordagem de gestão

O Conselho de Administração têm papel estratégico dentro da estrutura de governança corporativa como responsável pela orientação geral e superior das atividades e definem as Orientações Estratégicas para o plano anual e do triénio em causa. São definidos os Vetores Estratégicos para o período como sendo Proposta de Valor, Inovação e Investimento e Eficiência Operacional, tendo presente a criação de valor para os acionistas, através de uma melhor remuneração dos capitais próprios, com indicação de Objetivos Estratégicos refletidos num conjunto de indicadores de acompanhamento, suas metas e a (s) área (s) responsável (eis) pela sua execução. As direcções operacionais e de suporte têm o papel de supervisionar, orientar, coordenar e impulsionar todas as atividades da empresa. Trimestralmente são promovidos relatórios e/ou reuniões de balanço para acompanhar o andamento dos objectivos definidos e promover eventuais ajustes.

GRI 201: Desempenho Económico

201-1 Valor económico direto gerado e distribuído

18

201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas

Não foram ainda identificadas as implicações financeiras devido às alterações climáticas.

201-3 Obrigações do plano de benefícios definidos e outros planos de aposentadoria

51

GRI 202: Presença no Mercado

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 2,97 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

203-1 Investimentos e serviços de infraestrutura suportados 19 e 30

203-2 Descrição de impactos económicos indiretos significativos 21 e 22

GRI 204: Práticas de compras

204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais 28

GRI 205: Anti-corrupção

205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção Não foram avaliadas em 2019. A CVT irá procurar responder a estes indicadores futuramente.

205-2 Comunicação e formação sobre políticas e procedimentos anticorrupção Não foram realizadas ações em 2019

205-3 Incidentes confirmados de corrupção e ações tomadas Não foram registados casos em 2019

Ambiental

GRI 301: Materiais

301-1 Percentagem de materiais usados provenientes de reciclagem 38

301-3 Produtos recuperados e suas embalagens 38

GRI 302: Energia

302-1 Consumo de energia dentro da organização 39 e 40

302-2 Consumo de energia fora da organização 41

302-3 Intensidade energética 42

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 7 novos sites (42)

GRI 303: Água

303-1 Total de água retirada por fonte 44

303-2 Fontes Hídricas significativamente afetadas por retiras de água Não se aplica, uma vez que a água utilizada pela empresa vem da rede pública, que é dessalinizada

303-3 Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada Em 2019 não foi possível contabilizar a água reaproveitada da lavagem de automóveis para rega de plantas

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 Em 2019 não realizamos construções ou intervenções a nível de manutenção nas zonas protegidas.

304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre biodiversidade 42

GRI 305: Emissões

305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de GEE 42

305-2 Energia indireta (Escopo 2) Emissões de GEE 42

305-3 Outras emissões de GEE indiretas (Escopo 3) 42



GRI 306-2: Efluentes e resíduos

| | |
|---|----|
| 306-2 Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição | 45 |
|---|----|

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 2019 |
|---|----------------------------------|

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 |
|---|--|

Social

GRI 401: Emprego

| | |
|--|---------|
| 401-1 Número total e taxa de novas contratações de funcionários e de rotatividade de empregos, por faixa etária, género | 47 e 49 |
|--|---------|

| | |
|--|----|
| 401-2 Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporário | 51 |
|--|----|

| | |
|-------------------------------|----|
| 401-3 Licença parental | 52 |
|-------------------------------|----|

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.º 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 diretas e Direção Financeira e de RH. |
|---|---|

| | |
|---|----|
| 403-2 Tipos de lesões e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e absentismo, e número de mortes relacionadas ao trabalho | 52 |
|---|----|

GRI 404: Formação e Educação

| | |
|---|----|
| 404-1 Média de horas de formação por ano | 54 |
|---|----|

| | |
|--|--|
| 404-2 Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua | Em 2019 foi disponibilizado o valor de 162.000\$ para pagamento de propinas de colaboradores |
|--|--|

| | |
|---|----------|
| 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliação de desempenho | 97% (54) |
|---|----------|

GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidade

| | |
|---|----|
| 405-1 Diversidade de órgãos de governança e funcionários | 50 |
|---|----|

| | |
|---|--|
| 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 2019 |
|---|------------------------------------|



GRI 413: Comunidades locais

413-1 Percentual de operações com programas de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local

55 a 62

413-2 Operações com impactos negativos reais e potenciais significativos nas comunidades locais

Não foram registados casos em 2019

GRI 414: Avaliação social do fornecedor

414-1 Novos fornecedores que foram selecionados usando critérios sociais

Nenhum dos novos fornecedores foram selecionados com base nestes critérios

414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas

Não foram registados casos em 2019

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.

416-2 Incidentes de incumprimento quanto aos impactos de produtos e serviços em saúde e segurança

Não foram registados casos em 2019

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 2019

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 2019

GRI 418: Privacidade do cliente

418-1 Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes

Não foram registados casos em 2019. 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, *refresh* aos mais antigos.

GRI 419: Cumprimento socioeconómico

419-1 Incumprimento das leis e regulamentos na área social e económica

Não foram registados casos em 2019



d. 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 | 4 e 8 |
| 2 | Descrição da cadeia de valor | 14 e 18 |
| 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</p> |
| 4 | Descrição de sistemas de gestão para integrar os Direitos Humanos | 46 a 54 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 |
| 5 | Descrição de mecanismos avaliação e monitorização mecanismos integração dos Direitos Humanos | 46 a 55 |
| Políticas de Gestão e Procedimentos Laborais | | |
| 6 | Descrição de compromissos. Estratégias e Políticas | 12 |
| 7 | Descrição de sistemas de gestão para integrar temas laborais | 9 |
| 8 | Descrição de mecanismos avaliação e monitorização mecanismos integração dos temas laborais | 46 a 55 |



Políticas de Gestão e Procedimentos Ambientais

| | | |
|----|--|---|
| 9 | Descrição de compromissos. Estratégias e Políticas | 9 a 14 |
| 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 | 37 a 45 e 56 a 60 |

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 novos colaboradores é disponibilizado, por email, por questões ambientais, o código de ética da Empresa e é dada a instrução clara de sua leitura, pedidos de esclarecimento e implementação das normas de 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 | 55 a 62 |
| 16 | Descrição de investimentos sociais estratégicos e filantrópicos | 62 |
| 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 35 a 40, 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 | 6 |
| 20 | Descrição do Board e sua fiscalização | 9 a 13 |
| 21 | Descrição do Envolvimento de Stakeholders | 23 a 27 |



Cabo Verde Telecom, S.A.

Rua Cabo Verde Telecom,
Caixa Postal 220, na Cidade da Praia,
Ilha de Santiago, Cabo Verde