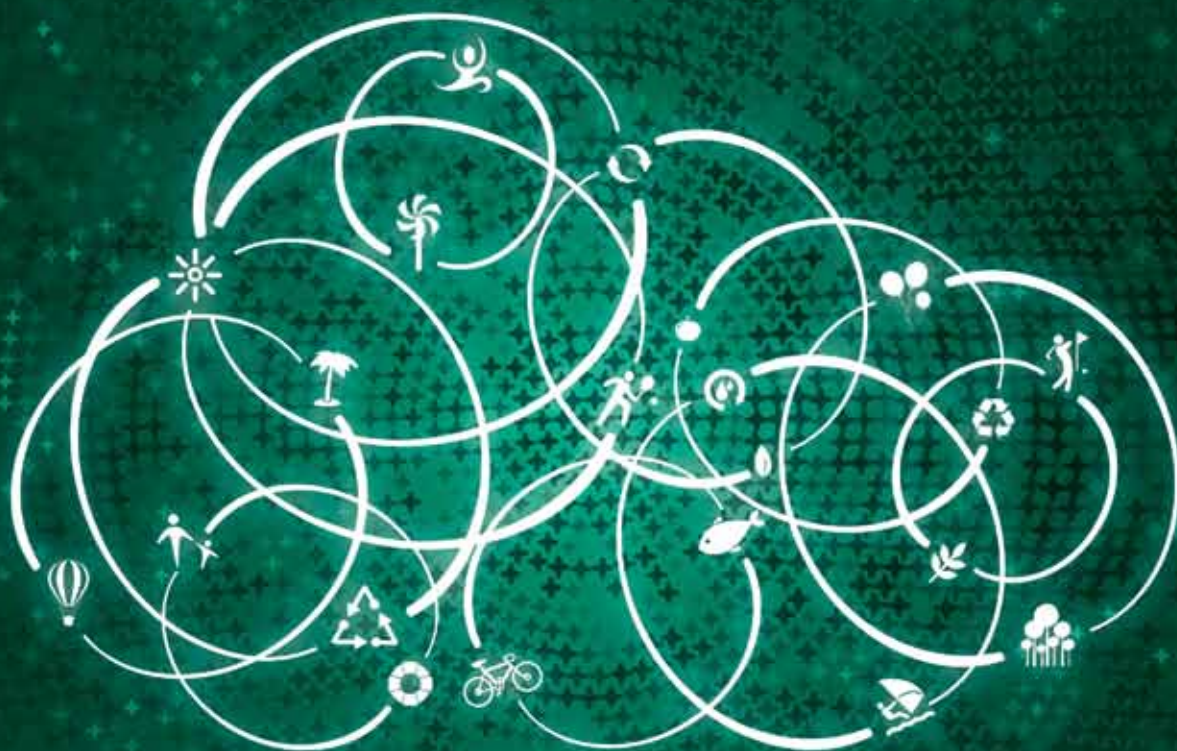


# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2012



PORTUGAL TELECOM



**PORTUGAL TELECOM**

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2012

## **PORTUGAL TELECOM, SGPS, S.A.**

Sociedade aberta

Capital social 26.895.375 euros

Matrícula na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa  
e de Pessoa Coletiva n.º 503 215 058

Avenida Fontes Pereira de Melo, 40  
1069-300 Lisboa

As designações “PT”, “Grupo Portugal Telecom”, “Grupo PT”, “Grupo” e “Empresa” referem-se ao conjunto das empresas que constituem a Portugal Telecom ou a qualquer uma delas, consoante o contexto.

# ÍNDICE

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172
NOTAS METODOLÓGICAS	190
ÍNDICE REMISSIVO	194
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208

# NOTAS PRÉVIAS



A apresentação deste relatório obedece aos seguintes critérios:

#### Global Reporting Initiative - GRI

O relatório de sustentabilidade empresarial da Portugal Telecom é elaborado de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative*, G3.1 no nível A+. O índice referente aos indicadores da GRI encontra-se no final deste relatório e identifica o cumprimento dos requisitos que o nível exige, relativamente ao perfil e indicadores de desempenho e inclui ainda os indicadores relacionados com o setor das telecomunicações.

#### Período da informação disponibilizada

Este relatório contém dados relativos ao perfil da PT durante o ano de 2012. A PT publica anualmente o relatório de sustentabilidade empresarial a par do relatório e contas consolidadas, sendo que a última publicação refere-se ao ano de 2011.

#### Âmbito e apresentação do relatório

A informação disponibilizada refere-se predominantemente à atuação da PT em Portugal, e onde o Grupo detém participações superiores a 51%.

Este relatório é parte integrante do Relatório Anual da PT, composto por mais dois cadernos, relacionados com contas e demonstrações financeiras e com o governo societário.

#### Estrutura e informação disponibilizadas

A estrutura e informação disponibilizada neste relatório constitui um ato de transparência e partilha da PT para com os *stakeholders*, evidenciando as metas atingidas e as políticas adotadas no sentido de garantir a sustentabilidade do negócio a longo prazo.

O desempenho e os resultados apresentados são baseados numa abordagem *multi-stakeholder*, nos indicadores e diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), nos 10 Princípios do Pacto Global das Nações Unidas, nos temas críticos identificados pelas partes interessadas e nos *benchmarks* disponibilizados pelas principais agências de *rating* que determinam a inclusão das empresas nos índices de sustentabilidade internacionais.

A identificação dos assuntos materiais da gestão sustentada da PT foi realizada em conformidade com a análise da informação recebida dos nossos *stakeholders*, através dos respetivos canais de comunicação e de consultas por amostragem.

#### Critérios utilizados na apresentação dos dados económicos, sociais e ambientais

Os dados apresentados têm origem nos sistemas de informação do Grupo e têm por base as Normas Internacionais de Contabilidade – IFRS, o sistema fiscal, a legislação do direito do trabalho e do ambiente, os princípios de conduta adotados pelo Grupo, os 10 princípios da do Pacto Global das Nações Unidas, as diretrizes e indicadores da GRI, os princípios materialidade e transparência definidos pela AA 1000 e aplicação da metodologia do London Benchmarking Group.

#### Auditoria e veracidade dos dados apresentados

Este relatório é sujeito a um processo de verificação da totalidade da informação nela incluída, em linha com as diretrizes da GRI, no que respeita à credibilidade e qualidade do conteúdo e à orientação da auditoria por parte de uma entidade externa e independente.

#### Sugestões de aperfeiçoamento

Este relatório incorpora as sugestões de aperfeiçoamento que nos são transmitidas através do canal aberto para esse efeito em [sustentabilidade@telecom.pt](mailto:sustentabilidade@telecom.pt). Contribua também.

PORTUGAL TELECOM  
INDICADORES SÍNTESE

## TELECOMUNICAÇÕES EM PORTUGAL

Receitas (milhões de euros)

### Segmentos de cliente

Residencial		712
Pessoal	PT Comunicações 100%	688
Empresas	TMN 100%	896
Outros		405
<b>Total</b>		<b>2.701</b>

## TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

Receitas (milhões de reais, 100%)

### Segmentos de cliente

Residencial		9.974
Pessoal	Oi 23,3% <sup>(a)</sup>	9.102
Empresas		8.510
Outros		556
<b>Total</b>		<b>28.142</b>

<sup>(a)</sup> Os resultados da Oi são consolidados proporcionalmente na PT com base na posição económica de 25,6% na Telemar Participações, acionista controlador do Grupo Oi.

## OUTROS NEGÓCIOS DE TELECOMUNICAÇÕES

Receitas (milhões de euros, 100%)

Unitel 25% <sup>(a)(b)</sup>	Angola	Móvel	1.590
CTM 28% <sup>(b)(c)</sup>	Macau	Fixo, móvel	480
MTC 34% <sup>(a)</sup>	Namíbia	Móvel	180
CVT 40% <sup>(a)</sup>	Cabo Verde	Fixo, móvel	76
Timor Telecom 41%	Timor-Leste	Fixo, móvel	58
CST 51% <sup>(a)</sup>	São Tomé e Príncipe	Fixo, móvel	12

<sup>(a)</sup> Estas participações são detidas pela Africatel, a qual é controlada em 75% pela PT.

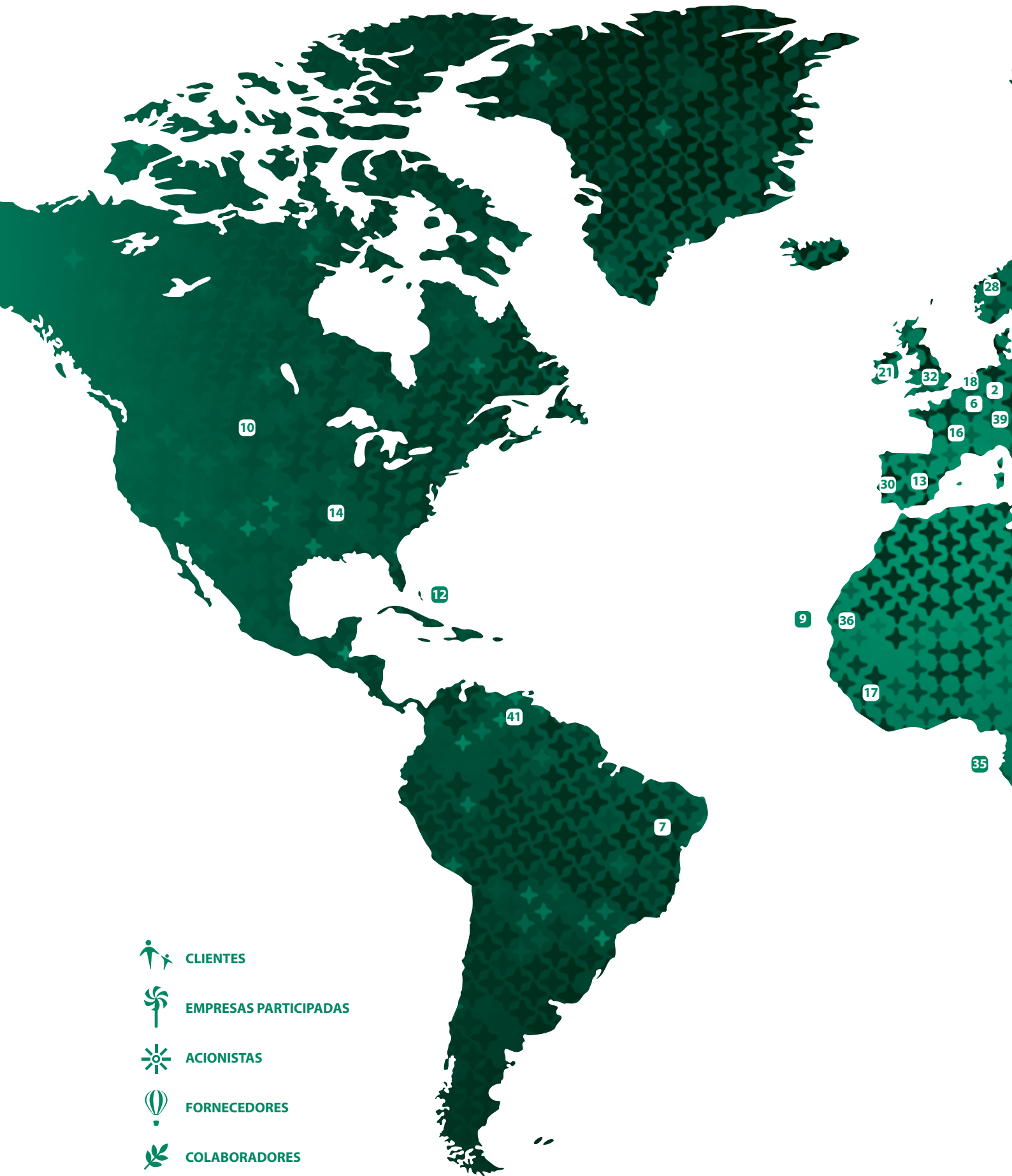
<sup>(b)</sup> Estas empresas associadas são consolidadas pelo método de equivalência patrimonial.

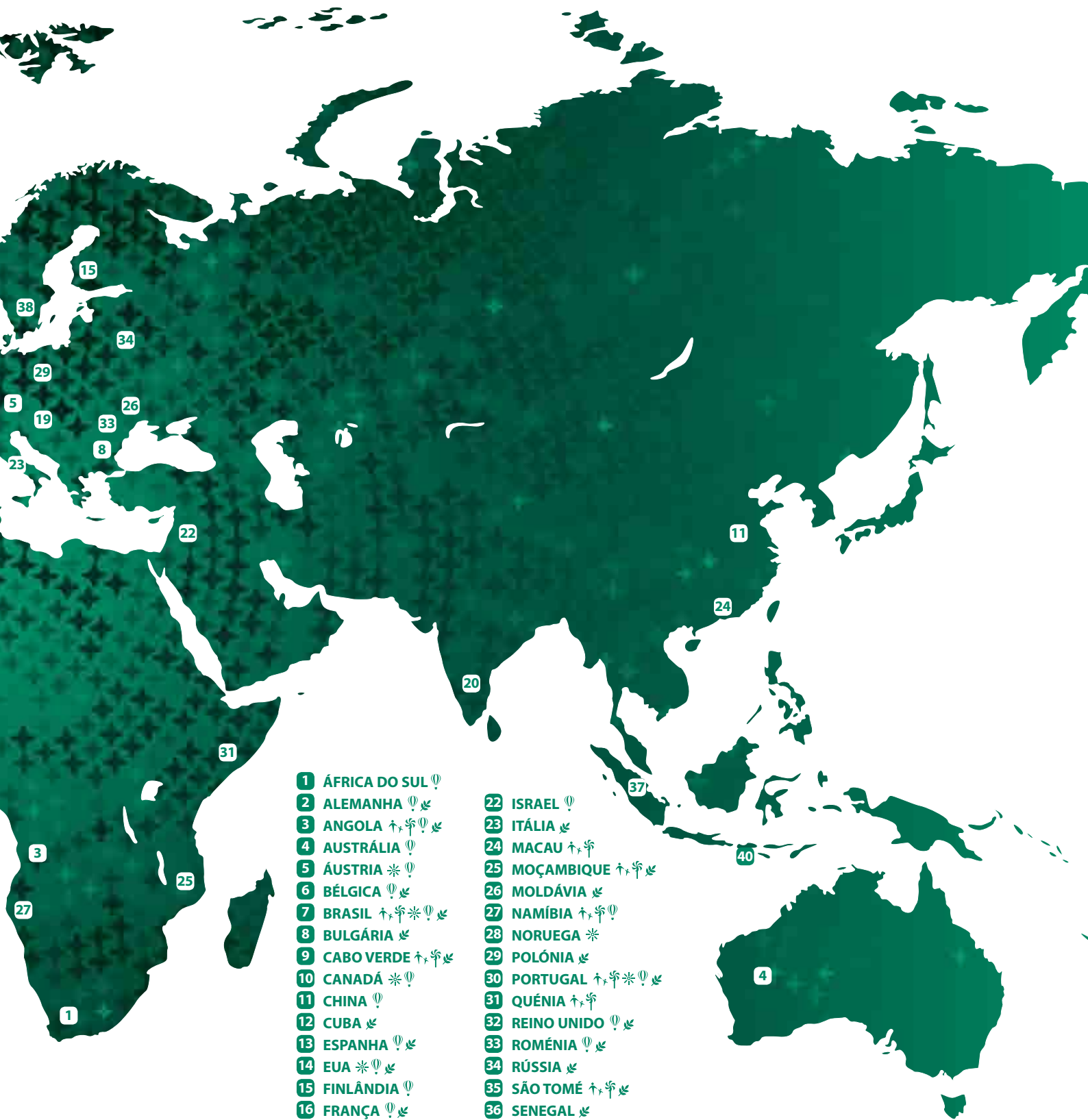
<sup>(c)</sup> Em 13 janeiro de 2013, a PT anunciou ter celebrado um acordo definitivo para a venda da sua participação na CTM à Citic Telecom International Holdings Limited.

## OUTROS NEGÓCIOS

Serviços de sistemas e TI [PT Sistemas de Informação 100%];  
 Inovação, investigação e desenvolvimento [PT Inovação 100%];  
 Serviços administrativos e de gestão partilhada [PT PRO 100%];  
 Call centres e serviços de telemarketing [Contax no Brasil 44,4%, PT Contact 100%].







- 1 ÁFRICA DO SUL ☑
- 2 ALEMANHA ☑
- 3 ANGOLA 🇦🇴☑
- 4 AUSTRÁLIA ☑
- 5 ÁUSTRIA 🇦🇹☑
- 6 BÉLGICA ☑
- 7 BRASIL 🇧🇷☑
- 8 BULGÁRIA 🇧🇬☑
- 9 CABO VERDE 🇨🇻☑
- 10 CANADÁ 🇨🇦☑
- 11 CHINA ☑
- 12 CUBA 🇨🇺☑
- 13 ESPANHA 🇪🇸☑
- 14 EUA 🇺🇸☑
- 15 FINLÂNDIA ☑
- 16 FRANÇA ☑
- 17 GUINÉ 🇬🇮☑
- 18 HOLANDA ☑
- 19 HUNGRIA 🇭🇺☑
- 20 ÍNDIA ☑
- 21 IRLANDA ☑
- 22 ISRAEL ☑
- 23 ITÁLIA 🇮🇹☑
- 24 MACAU 🇮🇲☑
- 25 MOÇAMBIQUE 🇲🇵☑
- 26 MOLDÁVIA 🇲🇩☑
- 27 NAMÍBIA 🇳🇦☑
- 28 NORUEGA 🇳🇴☑
- 29 POLÓNIA 🇵🇱☑
- 30 PORTUGAL 🇵🇹☑
- 31 QUÊNIA 🇰🇪☑
- 32 REINO UNIDO ☑
- 33 ROMÉNIA 🇷🇴☑
- 34 RÚSSIA 🇷🇺☑
- 35 SÃO TOMÉ 🇸🇹☑
- 36 SENEGAL 🇸🇳☑
- 37 SINGAPURA 🇸🇬☑
- 38 SUÉCIA 🇸🇪☑
- 39 SUÍÇA 🇨🇭☑
- 40 TIMOR 🇹🇲☑
- 41 VENEZUELA 🇻🇪☑

## O MUNDO PT

## MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO



**PORTUGAL TELECOM**



**Zeinal Bava**  
Presidente Executivo  
Portugal Telecom

**“O mundo está a mudar e nós queremos ser parte ativa nesta mudança”**

*Caro leitor,*

Em momentos difíceis e de retração económica, como aquele que hoje atravessamos à escala global e, particularmente, em Portugal, temos de estar mais empenhados na solução do que no problema.

As crises têm revelado ser momentos favoráveis à reflexão e à mudança, em que é fundamental encarar e avaliar cada situação com rigor e realismo, identificando os constrangimentos e as oportunidades, mas, acima de tudo, mantendo uma atitude positiva, não baixando nunca os braços, somando ao trabalho os esforços de todos e tratando com toda a determinação os desafios impostos pelo ambiente competitivo dos negócios e dos valores sociais.

**O mundo está a mudar e nós queremos ser parte ativa nesta mudança**

Por isso, criámos um ecossistema de parcerias, estamos a adaptar os nossos modelos de negócio e a consolidar os alicerces do que acreditamos ser o caminho para uma maior sustentabilidade da sociedade no futuro.

Foi um ano de forte disciplina organizacional na contenção de custos e na minimização do desperdício, na consolidação do investimento em infraestruturas de nova geração, na dinamização de uma cultura de inovação em todas as vertentes, de reforço dos laços de respeito para com os direitos humanos e para com o ambiente, a par da forte promoção de comportamentos

baseados em maiores níveis de solidariedade e responsabilidade social em toda a nossa cadeia de valor, para garantirmos melhores níveis de eficiência e de equilíbrio social.

### **As redes de nova geração são o nosso futuro**

O investimento que fizemos na rede de fibra ótica, *Fiber to the Home* (FTTH) e na rede 4G/ LTE (*Long Term Evolution*), que, neste momento, cobrem mais de 90% da população nacional, foi um investimento no futuro. Com estas novas infraestruturas estamos a alavancar a convergência de serviços, plataformas e conteúdos e a criar uma oferta comercial com soluções de comunicação mais inteligentes e mais eficientes, suscetíveis de gerarem poupanças aos níveis económico e na pegada ambiental da empresa e dos nossos clientes.

### **Estamos a construir um dos maiores *data centres* do mundo**

A velocidade a que hoje queremos ter acesso à informação e a quantidade de informação que produzimos e partilhamos tem crescido exponencialmente de ano para ano e a sua armazenagem e gestão requer cada vez maiores recursos.

A utilização das novas potencialidades das TIC tem vindo a impactar desfavoravelmente a sustentabilidade económica e ambiental dos *data centres* tradicionais e das empresas que prestam estes serviços. A resposta da PT a este enquadramento passou pela utilização da sua capacidade de inovação (que incluiu a dos seus parceiros também) aos níveis tecnológico, ambiental, organizacional e social. Por isso, estamos a concluir a construção do maior *data centre* da Europa, que contará com a utilização de energias renováveis, sistemas de climatização amigos do ambiente, distribuição inteligente de temperatura, iluminação de elevada eficiência energética e sistemas de monitorização, fatores estes que estarão na génese da maior sustentabilidade ambiental e económica desta atividade.

### **Racionalizámos a pegada de carbono**

Com as redes de nova geração, apesar da quantidade de informação transportada e gerida nas nossas redes ter aumentado fortemente, o consumo de energia foi menor. Reduzimos o consumo de energia em 8% face ao ano anterior e, conseqüentemente, reduzimos também as nossas emissões de carbono para a atmosfera.

Paralelamente, a dependência energética de muitos dos equipamentos terminais, em casa dos clientes, beneficiou de reduções que oscilaram entre os 45% e os 65% relativamente aos equipamentos de há quatro anos atrás, e, por isso, também deste modo contribuimos para alavancar a sustentabilidade económica e ambiental dos clientes.

### **Melhorámos o alinhamento na cadeia de valor**

A globalização dos negócios alertou-nos para as assimetrias nos temas relacionados com o respeito pelos direitos humanos e do trabalho e de preservação do meio ambiente, e, por isso, iniciámos um caminho de maior divulgação e assunção de compromissos de conduta de atuação com a nossa cadeia de valor.

### **A privacidade dos dados e a segurança da informação foram alvo de campanhas de prevenção**

A facilidade com que hoje em dia se acede e se disponibilizam conteúdos é verdadeiramente estimulante e contribui inequivocamente para aproximar pessoas e estas de níveis de conhecimento mais diversificado.

A confidencialidade e a segurança dos dados dos clientes, a proteção do acesso e tráfego da informação das bases de dados, bem como a confidencialidade dos conteúdos das comunicações, são áreas salvaguardadas por nós de modo a garantir a liberdade e os direitos fundamentais de cada indivíduo.

Por isso, promovemos iniciativas de sensibilização da população para o consumo responsável de conteúdos, disponibilizando guíões de utilização de equipamentos e *software* de controlo parental, de sugestões para proteção de dados pessoais, seguindo sempre as recomendações de organismos especializados sobre esta matéria e aderindo a protocolos de colaboração com entidades nacionais e internacionais para uma melhor monitorização de conteúdos e segurança de redes.

### **Inovámos e estamos a criar uma oferta comercial sustentável**

A maior convergência entre equipamentos e conteúdos entre a rede fixa e a rede móvel e as novas funcionalidades proporcionadas pelas redes de nova geração, a par da agregação de atributos de maior sustentabilidade à oferta comercial, constituíram alguns dos principais temas da agenda de inovação e de gestão das unidades de negócio das empresas PT.

Criar soluções inovadoras e serviços inteligentes que permitam o uso mais eficiente dos recursos, e que, ao mesmo tempo, garantam a redução do impacto ambiental, a maior eficiência das empresas e a melhoria na qualidade de vida dos cidadãos foram apenas os primeiros avanços que fizemos neste domínio.



Minorámos a dependência energética dos equipamentos, identificamos o melhor encaminhamento dos resíduos, procurámos utilizar materiais ambientalmente amigáveis, criámos serviços e soluções de gestão remota de frotas automóveis, de consumos de energia, de sistemas de controlo e gestão inteligente da climatização e iluminação de edifícios, de armazenamento virtual de informação (*smart cloud services*), de soluções de acesso a serviços de saúde, segurança e de educação e, identificamos novos planos de preços adequados aos atuais perfis de consumidores.

### **Estimulámos a empregabilidade**

Queremos continuar a ser uma empresa apetecível para trabalhar. Mais uma vez este ano acolhemos novos estagiários através de um programa de recrutamento em que procurámos identificar as qualificações técnicas e comportamentais necessárias para enfrentar os desafios que a atualidade nos coloca.

Reforçámos também os programas de responsabilidade social interna, no sentido de garantir uma melhor estabilidade aos colaboradores que, face à atual situação socio económica, estão a atravessar situações familiares de maior constrangimento.

### **Contribuímos para a melhoria de vida e para aumentar os níveis de felicidade da população mais carenciada**

Com um programa intensivo de voluntariado empresarial e de desenvolvimento de soluções de comunicação para as pessoas portadoras de deficiência ou com necessidades especiais, apoiámos mais de 400 mil pessoas inseridas em faixas de população com carências económicas, de saúde e de educação. Esta atuação foi fundamentalmente dirigida para as crianças, jovens e séniores.

### **Continuámos a merecer o reconhecimento dos nossos stakeholders**

Temos a convicção de que inovámos, adotámos e promovemos os valores que alavancam a sustentabilidade dos negócios e da sociedade. Sabemos também que este é um ponto de partida e que vamos continuar a reforçar a nossa atuação neste domínio.

Tivemos o privilégio de sermos novamente reconhecidos pelos principais *rankings*, nacionais e internacionais, e de termos permanecido em todos os principais índices de sustentabilidade global, nomeadamente no *Dow Jones Sustainability Index* e no *FTSE4Good*.

Continuamos também a apoiar o Pacto Global das Nações Unidas, através da aplicação dos 10 princípios de que somos signatários, através do nosso envolvimento na rede local e da apresentação do nosso relatório de partilha dos progressos atingidos.

### **Como vemos o futuro**

Precisamos de pensar o amanhã sabendo que temos de agir hoje. Por isso, vamos reforçar o envolvimento e o comprometimento de toda a nossa cadeia de valor, vamos continuar a aferir todos os impactos da nossa atividade e vamos certamente a construir os alicerces de um futuro melhor. Estamos firmemente convictos de que a nossa atividade pode ser um motor de desenvolvimento e de progresso nas sociedades e países onde trabalhamos. Para isso continuaremos a contar com a confiança dos nossos acionistas e com a colaboração ativa de todos quantos nos rodeiam.

### **Estamos gratos e queremos reforçar os laços de confiança**

Este relatório mais uma vez pretende ser um espaço de reflexão, transparência e partilha dos impactos da nossa atividade na economia, no ambiente e na sociedade. Temos tido a ambição de o fazer melhor a cada ano e de cada vez mais ir ao encontro das expectativas dos nossos leitores.

Por isso, gostaria mais uma vez de expressar o meu agradecimento a todos os que têm participado nos desafios com que nos defrontamos e de partilhar a síntese da evolução e dos resultados atingidos no último ano, através da publicação deste relatório, elaborado de acordo com o nível mais exigente das diretrizes da *Global Reporting Initiative* e da AA 1000.

### **Continuaremos a investir no futuro: de Portugal, dos portugueses e da sociedade em geral**

Conte connosco, nós continuamos a contar consigo.



**Zeinal Bava**

Presidente Executivo

## DESTAQUES DO ANO



NOTAS PRÉVIAS 04

MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO 10

## DESTAQUES DO ANO

01	ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24	1. DESEMPENHOS E IMPACTES DA ATIVIDADE	16
02	ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32	Impactes no país	16
03	INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52	Impactes no setor	17
04	ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68	Impactes nas partes interessadas	19
05	RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88	2. PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS	21
06	CADEIA DE FORNECEDORES	118		
07	COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130		
08	SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138		
09	CIDADANIA CORPORATIVA	160		
10	PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172		
	NOTAS METODOLÓGICAS	190		
	ÍNDICE REMISSIVO	194		
	VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208		

## DESTAQUES DO ANO

# 1. Desempenhos e impactes da atividade

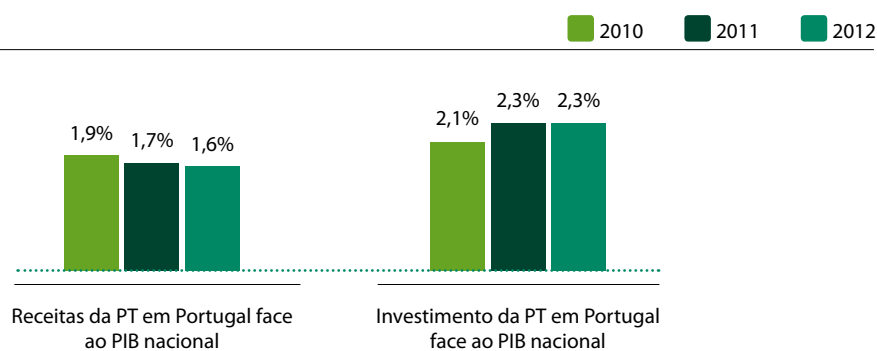
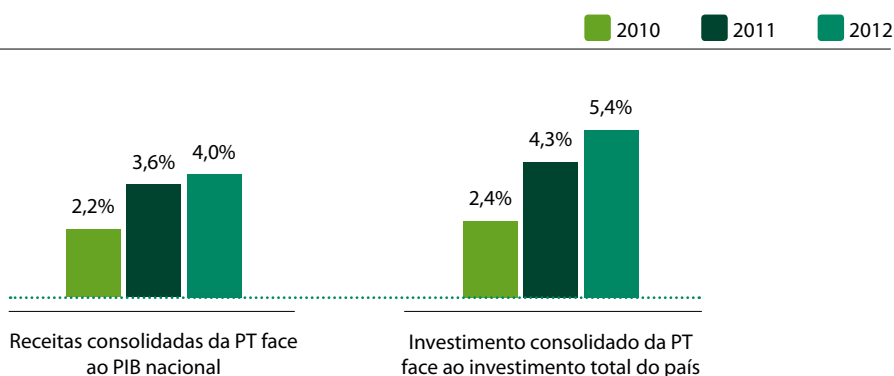
## Impactes no país

A relevância da atividade da PT na economia nacional apresenta o seguinte perfil:

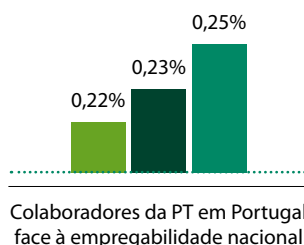
### Impactes da PT no país

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Receitas consolidadas da PT face ao PIB nacional	2,20%	3,60%	4,00%	0,4pp
Investimento consolidado da PT face ao investimento total do país	2,40%	4,30%	5,40%	1,1pp
Receitas da PT em Portugal face ao PIB nacional	1,90%	1,70%	1,60%	-0,1pp
Colaboradores da PT em Portugal face à empregabilidade nacional	0,22%	0,23%	0,25%	0,02 pp
Investimento da PT em Portugal face ao investimento total do país	2,10%	2,30%	2,30%	0 pp

Nota: Os dados referentes ao PIB a preços correntes, a população empregada e o investimento/formação bruta de capital fixo (FBCF) do país têm como fonte de informação o INE.



■ 2010 ■ 2011 ■ 2012



A PT continuou a ter um impacte considerável na economia do país quer por via do seu contributo para o PIB nacional quer pela sua capacidade de investimento e de empregabilidade. O contributo da empresa para o PIB nacional aumentou ligeiramente, bem como o peso do investimento da empresa no total do país. A empregabilidade da PT manteve-se em níveis que contrariam as tendências nacionais e europeias.

## Impactes no setor das telecomunicações e no país

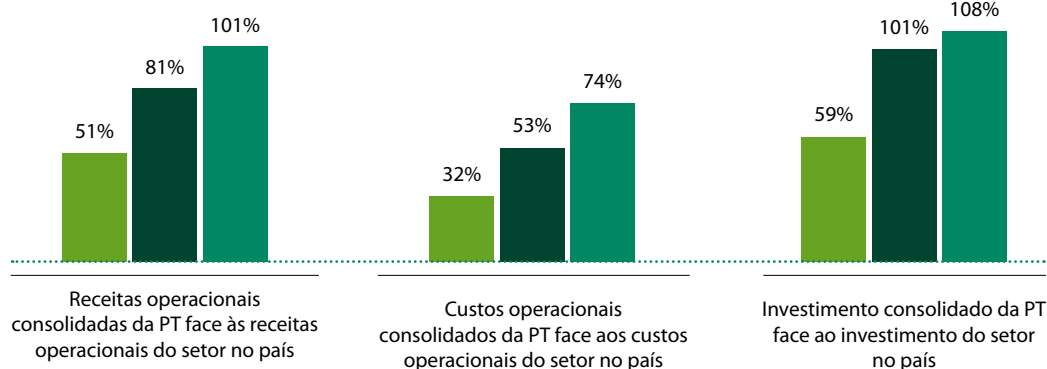
O contributo da nossa atividade para o desenvolvimento do setor em Portugal pode ser evidenciada através dos seguintes indicadores:

### Impactes da PT no setor\*

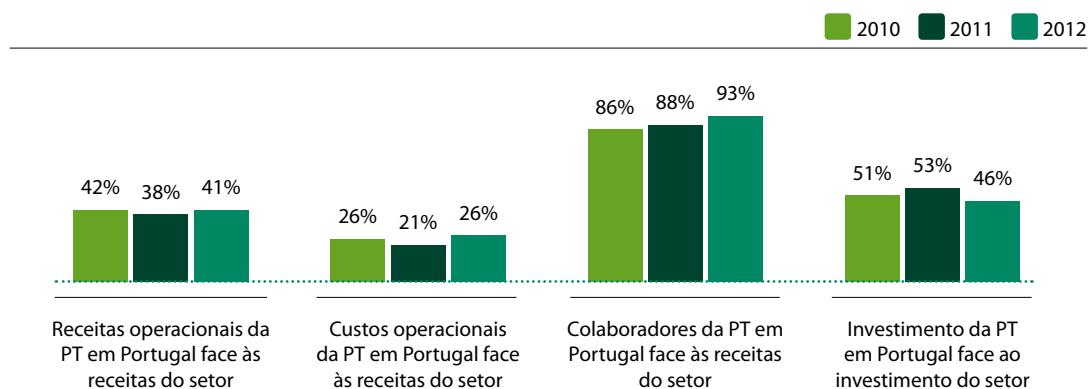
	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Receitas operacionais consolidadas da PT face às receitas operacionais do setor no país	51%	81%	101%	20pp
Custos operacionais consolidados da PT face aos custos operacionais do setor no país	32%	53%	74%	21pp
Investimento consolidado da PT face ao investimento do setor no país	59%	101%	108%	7pp
Receitas operacionais da PT em Portugal face às receitas do setor	42%	38%	41%	3pp
Custos operacionais da PT em Portugal face aos custos operacionais do setor	26%	21%	26%	5pp
Colaboradores da PT em Portugal face à empregabilidade do setor	86%	88%	93%	5pp
Investimento da PT em Portugal face ao investimento do setor	51%	53%	46%	-7pp

(\*) As informações reportadas baseiam-se na divisão entre a informação económico-financeira da PT e a informação da ANACOM relativa ao setor das comunicações eletrónicas. Uma vez que os dados relativos ao setor são fornecidos com um ano de atraso, no cálculo das várias rubricas considera-se a informação do setor relativa ao ano anterior. Os dados em relação ao setor foram obtidos a partir das edições de 2009, 2010 e 2011 do Anuário do Setor das Comunicações da ANACOM.

■ 2010 ■ 2011 ■ 2012



## DESTAQUES DO ANO



O impacto da empresa no setor também é considerável.

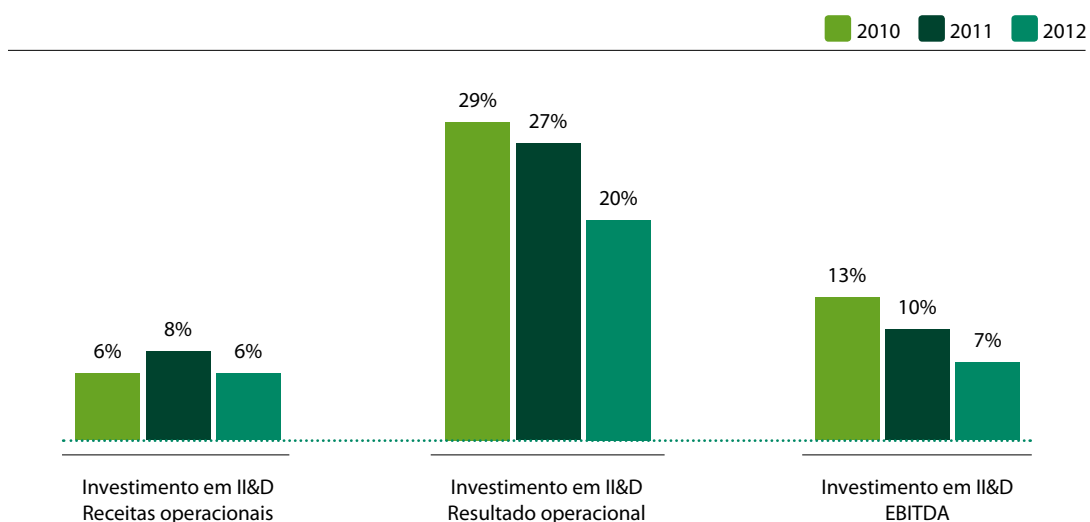
As receitas consolidadas da empresa aumentaram tendo ultrapassado as receitas do setor em Portugal. O mesmo acontece com o investimento que, mais uma vez, ultrapassou o investimento do setor das telecomunicações em Portugal.

Em Portugal as receitas contribuem com 41% para as receitas do setor, e os custos com 26%. O investimento contribuiu com 46% para o investimento do setor.

Ao nível do emprego no setor a PT emprega 93% dos trabalhadores, tendo esta proporção aumentado relativamente ao ano passado.

### Investigação & desenvolvimento e inovação

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Investimento em I&D (milhões de euros)	200	219	167	-24%
Investimento em I&D / Receitas operacionais	6%	8%	6%	-2pp
Investimento em I&D / Resultado operacional	29%	27%	20%	-4pp
Investimento em I&D / EBITDA	13%	10%	7%	-3pp



A PT investiu em I&D e Inovação mais de 550 milhões de euros nos últimos 3 anos. Em 2012 o valor desceu ligeiramente em relação aos anos anteriores devido à contração económica que se fez sentir em Portugal e na Europa.

## Impactes nas partes interessadas

### Acionistas

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Receitas operacionais (milhões de euros)	3.742	6.147	6.599	7%
% Receitas operacionais da operação em Portugal (milhões de euros)	84%	47%	41%	-6pp
Custos operacionais (milhões de euros)	2.251	3.959	4.330	9%
% Custos operacionais da operação em Portugal (milhões de euros)	78%	40%	35%	-5pp
Resultado operacional (milhões de euros)	694,9	803,9	819,8	2%
EBITDA (milhões de euros)	1.492	2.188	2.269	4%
EBITDA gerado pela operação em Portugal (milhões de euros)	1.378	1.306	1.201	-8%
Resultado antes de impostos (milhões de euros)	333	531	473	-11%
Resultado líquido (milhões de euros)	5.672	339	230	-32%
Remuneração acionista (euros)	1,6	1,3	0,7	-46%

As receitas operacionais aumentaram 7% em Portugal, passando a representar 41% do total.

O EBITDA também aumentou 4%, embora na atividade em Portugal tenha decrescido 8%.

O resultado líquido reduziu 32% e o resultado antes de impostos 11%.

Os acionistas irão beneficiar de um dividendo de 0,7€/ação, em linha com os compromissos assumidos no triénio anterior.

### Clientes

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Investimento - CAPEX (milhões de euros)	657	647	468	-27%
CAPEX em percentagem das receitas operacionais	21%	22%	20%	-2pp
Índice de satisfação do cliente Residencial (1 a 10)	7,8	7,9	7,9	0%
Índice de satisfação do cliente Pessoal (1 a 10)	8,0	8,8	8,1	-8%
Índice de satisfação do cliente Empresarial - serviço fixo (1 a 10)	7,9	7,6	7,7	1%
Índice de satisfação do cliente Empresarial - serviço móvel (1 a 10)	7,5	7,6	7,7	1%
Reclamações recebidas/1.000 clientes (média mensal)	26,6	30,7	26,5	-14%
Tempo gasto no tratamento de cada uma - dias (média mensal)	4,1	2,2	1,8	-18%

Os índices de satisfação mantiveram-se praticamente constantes com ligeiras melhorias ao nível do serviço empresarial (+1%) e redução no cliente pessoal (-8%).

As reclamações recebidas por cliente reduziram 14%, bem como o tempo gasto na gestão de cada reclamação, que foi reduzido em 18%.

### Colaboradores

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Colaboradores em Portugal	10.985	11.180	11.359	2%
Custos com benefícios de reforma - PRBs (milhões de euros)	38	54	52	-4%
Investimento em formação (milhões de euros)	3,2	3,5	2,6	26%
Média de horas de formação por colaborador	41,0	50,0	33,0	-34%
Índice de Satisfação dos Colaboradores	73%	76%	75%	-1pp
Beneficiários do Sistema de Saúde e Segurança	51.064	50.544	52.577	4%

Num ano de fortes desafios e constrangimentos, o índice de satisfação dos colaboradores manteve-se nos 75%, menos um ponto percentual que no ano anterior. Os restantes indicadores sociais sofreram reduções, nomeadamente em relação à formação dos colaboradores.

## DESTAQUES DO ANO

### Ambiente

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Investimentos e gastos em proteção ambiental (milhões de euros)	1,2	2,8	2,8	0%
Benefícios do Sistema de Gestão Ambiental (milhões de euros)	4,4	3,1	4,5	45%
Emissões de Carbono (ton)	165.620	217.486	170.116	-22% (i)
Consumo de energia (GJ)	1.816.264	1.779.798	1.636.726	-8%
Energia consumida obtida a partir de fontes renováveis	42%	26%	37%	11pp
Consumo de água (m <sup>3</sup> )	285.942	295.950	284.509	-4%
Consumo de materiais (ton)	27.147	24.066	21.595	-10%
Produção de resíduos (ton)	3.275	2.980	3.317	11%

(i) Os fatores de emissão sofreram ligeiros ajustes entre 2011 e 2012, em concordância com a legislação em vigor.

O investimento em proteção ambiental manteve-se, no entanto os benefícios do sistema aumentaram 45%. A eficiência energética aumentou resultando numa redução de 8% do consumo de energia e de 22% da pegada carbónica.

A energia produzida por fontes renováveis e que foi consumida pela PT aumentou 11pp.

A eficiência ambiental da empresa espelhou-se também ao nível da redução do consumo de água (-4%) e do papel (-5%).

### Fornecedores

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Distribuição de riqueza por fornecedores (milhões de euros)	3.373,0	792,0	843,0	6%
Distribuição de riqueza por fornecedores que operam no país (milhões de euros)	1.225,4	717,5	723,3	1%
Fornecedores registados no Portal	1.246	1.217	1.269	4%
Porcentagem de fornecedores nacionais registados no Portal	86%	87%	85%	-2pp
Scoring médio de alinhamento dos fornecedores com a PT	71%	75%	80%	5pp

A distribuição de riqueza pelos fornecedores aumentou globalmente 6%, face ao ano anterior.

A abrangência do portal de fornecedores alargou-se a mais 52 fornecedores, sendo que 85% dos fornecedores registados são portugueses.

O *scoring* médio de alinhamento de fornecedores aumentou 5%.

### Sociedade

	2010	2011	2012	Evolução 2011-2012
Pagamento de impostos (milhões de euros)	77,5	108,2	147,6	36%
Investimento corporativo na comunidade (milhões de euros)	4,9	4,4	4,2	-5%
Horas de voluntariado empresarial	1.550	4.354	3.585	-18%
Voluntários PT	270	573	958	67%
Destinatários dos programas de voluntariado empresarial	7.500	19.175	29.186	52%
Destinatários dos programas de voluntariado empresarial e familiar	-	-	261.684	-

A contribuição para a sociedade sob a forma de impostos aumentou 36%. O investimento corporativo na comunidade foi reduzido 5% face ao ano anterior, a contribuição sob a forma de voluntariado aumentou em termos de número de voluntários 1,6 vezes e o número de beneficiários foi 1,5 vezes superior.

**Contribuição das empresas participadas para o desenvolvimento económico do respetivo país**

	2009	2010	2011	2012
Unitel - Angola	2%	2%	2%	2%
MTC - Namíbia	2%	2%	2%	2%
CVT - Cabo Verde	6%	7%	6%	5%
CST - S. Tomé e Príncipe	9%	9%	8%	7%
CTM - Macau	1%	1%	1%	1%
Timor Telecom	8%	8%	9%	9%

Notas: O PIB dos vários países tem como fonte de informação o Banco Mundial, o Banco de Portugal e o Global Finance. Os cálculos foram refeitos face a anos anteriores, de forma a refletir valores finais.

Taxa de conversão EUR/USD ao valor de 31 de dezembro de cada ano, fornecida pelo Banco de Portugal.

## 2. Prémios e reconhecimentos

### Sustentabilidade

#### Top Ranking Performers

PT Contact vence medalha de ouro no *Green Contact Center*

#### Dow Jones Sustainability Indexes – Member 2012/2013 World Index

A PT é eleita pela 3ª vez consecutiva para o índice das cinco melhores empresas do mundo em termos de Sustentabilidade

#### FTSE4Good

PT eleita pela 7ª ano consecutivo para o índice que tem como objetivo destacar o desempenho sustentável e as práticas de responsabilidade social corporativa

#### ECPI – Sense in Sustainability

PT foi eleita para o índice da ECPI que tem como função informar a comunidade financeira do equilíbrio traçado pelas empresas em termos ambientais, sociais e de governança corporativa

#### 2012 World's Most Ethical Companies

PT eleita como uma das cinco empresas de telecomunicações mais éticas do mundo

#### Corporate Responsibility Prime – Oekom Research

PT avaliada pela Oekom Research, em áreas como o desempenho social e ambiental, com o *status* de *Prime*

#### Member of the Investment Register – Ethibel Excellence

PT foi selecionada para o índice *Ethibel Excellence Investment Register* que indica que a empresa tem um desempenho acima da média do setor das telecomunicações em termos de Responsabilidade Social Corporativa

#### STOXX ESG Leaders Indices – Members 2012/2013

PT selecionada pela 2ª vez consecutiva para o *STOXX ESG Leaders Indices* que avalia o desempenho ambiental, social e de governança

#### Carbon Disclosure Project

A PT faz parte do índice do *Carbon Disclosure Project* que avalia o impacto climático corporativo

#### UN Global Compact

A PT está comprometida com os 10 princípios da *UN Global Compact* referentes às áreas de Direitos Humanos, Direitos do Trabalho, Ambiente e Anticorrupção

#### London Benchmarking Group – Member 2012

A PT utiliza o modelo fornecido pela LBG de medição do impacto de investimento na comunidade na sociedade e no seu negócio

#### ROBECOSAM Sustainability Investing

A PT foi classificada como uma das empresas mais sustentáveis do mundo no setor das telecomunicações, tendo sido distinguida com *Silver Class*



## DESTAQUES DO ANO

### Gestão

---

#### Ranking 500 Maiores & Melhores empresas nacionais

PT Prime é a Melhor Empresa de Telecomunicações nacional

#### Ranking 500 Maiores & Melhores empresas nacionais - Revista Exame

PT Prime é a Melhor Empresa de Telecomunicações nacional

PT Prime - 5º lugar no *ranking* Maior Empresa de Telecomunicações

PT Comunicações - 1º lugar no *ranking* Maior Empresa de Telecomunicações

PT Comunicações - 7º lugar no *ranking* Melhor Empresa de Telecomunicações nacional

TMN - 3º lugar no *ranking* Melhor Empresa de Telecomunicações nacional

TMN - 2º lugar no *ranking* Maior Empresa de Telecomunicações

PT Inovação - 4º lugar no *ranking* Melhor Empresa de Telecomunicações nacional

PT Inovação - 8º lugar no *ranking* Maior Empresa de Telecomunicações

---

### Voluntariado

---

#### Prémio da Federação Portuguesa de Voluntariado - 4ª edição

Fundação PT foi vencedora

---

### Inovação

---

#### Prémio Produto Inovação COTEC - UNICER

PT Inovação vence na 5ª edição do Prémio Produto Inovação COTEC - UNICER Equipamento *Optical Network Terminal* (ONT) ACEPI

#### Associação do Comércio Eletrónico e da Publicidade Interativa

MEO Like Music - Vencedor na categoria Prémio Inovação em *Marketing Digital*

---

### Marketing e Publicidade

---

#### Top Portuguese Brands League Table 2012 - Brand Finance

Marca PT em 3º lugar no *ranking*

Marca TMN em 7º lugar no *ranking*

#### Marcas de Confiança 2012 - Seleções do Reader's Digest

Sapo vence na categoria Empresas de Serviço de Internet

TMN vence na categoria Redes de Telemóvel

PT recebe Prémio Anunciante do ano

4G - Vence na categoria Publicidade - Melhor Fotografia

MEO - Música de Natal - Ouro na categoria Publicidade

MEO Like Music - Ouro na categoria *Media Digital & Interativa*

MEO Fora da Box - Vence Grande Prémio do Festival

MEO Fora da Box - Ouro na categoria Projeto Integrado

MEO Fora da Box - Ouro na categoria Publicidade - Campanha

MEO Fora da Box - Ouro na categoria Meios

MEO Fora da Box - Bronze na categoria *Media Digital & Interativa*

MEO Fora da Box - Bronze na categoria *Marketing Relacional*

TMN - SACA Experia - Bronze na categoria Publicidade

Portal TMN Kids - Bronze na categoria *Media Digital & Interativa*

PT Bluestation - Ouro na categoria Meio - Utilização de *Media*

PT Bluestation - Prata na categoria *Media Digital & Interativa*

PT Bluestation - Prata na categoria Publicidade - *Media Alternativa*

#### Prémios Exame Informática 2012

MEO vence na categoria Melhor Marca Nacional

---

### Recursos Humanos

---

#### IFE Portugal - *Masters do Capital Humano*

PT Comunicações é finalista neste concurso  
PT Contact é finalista neste concurso

#### Contact Center World - *Top Ranking Performers*

PT Contact finalista na categoria *Best Incentive Scheme*

---

### Relação com o cliente

---

#### Global Business Excellence Awards

Centro Tático, G7, *Service to Sales* e atuação nas redes sociais vencem na categoria *Outstanding Customer Service Initiative*

#### Top Ranking Performers

PT Contact vence medalha de bronze em *Best Community Spirit*

---

### Tecnologia

---

#### ACEPI - Associação do Comércio Eletrónico e da Publicidade Interativa

Vencedor na categoria Melhor *site eCommerce C2C* – Casa Sapó  
MEO Go - Vencedor na categoria Melhor *site / App Mobile*  
MEO - Melhor *Widget / App TV* “O meu Telejornal no MEO”

#### Cisco Partner Awards

PT vence na categoria de *Cloud, Cisco Partner of the Year FY12*

#### Certificação MSCP

PT é o 1º parceiro em Portugal a atingir o estatuto *MASTER* com o serviço *Smartcloud*

#### SAP Cloud Partner

PT recebe a certificação da plataforma *Cloud PT* para entrega de soluções *SAP* em regime *TI outsourcing*

#### PC Guia

MEO vence na categoria Melhor Operador *triple-play*

#### Worldwide Partner Conference (WPC)

PT eleita parceira do ano da *Microsoft* no mercado nacional – MEO e soluções *cloud*

#### Master Managed Services Channel Program

PT é o primeiro parceiro *Master Managed Services* da *Cisco* em Portugal - Serviços de *Networking, Unified Communications* e *Private Cloud*

---

# 01

ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14

## 01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS

02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32	1. VISÃO ESTRATÉGICA DA SUSTENTABILIDADE PARA O TRIÊNIO 2012 – 2014	26
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52	2. ORIENTAÇÕES DE GESTÃO E OBJETIVOS	27
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68		
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88		
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118		
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130		
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138		
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160		
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172		
NOTAS METODOLÓGICAS	190		
ÍNDICE REMISSIVO	194		
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208		

## 1. Visão estratégica da sustentabilidade para o triénio 2012 - 2014

O setor das telecomunicações e da sociedade em geral é, atualmente mais desafiante que nunca. Vivemos uma mudança de paradigma onde a globalização abre um mundo de novas oportunidades. Se por um lado as previsões de crescimento da população mundial e de disseminação das economias de mercado irão, tudo indica, proporcionar novos clientes e novos negócios para as empresas, por outro lado, irão exigir também que se antecipem iniciativas que contribuam para preservar a sustentabilidade da sociedade.

Assim, é fundamental identificar respostas globais e é nossa convicção que as TIC irão favorecer modelos alternativos à circulação de pessoas, à aquisição de conhecimentos, à troca de informações e ideias e no acesso à saúde, contribuindo para reduzir o consumo de recursos e melhorando a eficiência económica e ambiental.

A PT tem sido, e quer continuar a ser, uma força motriz no desenvolvimento destes modelos e na implementação de tecnologias líderes de mercado. A nossa cultura de inovação, alavancada nas parcerias que estabelecemos com entidades reconhecidas a nível nacional e internacional, têm estado sempre no centro da nossa estratégia e assumem um papel fundamental na criação de soluções tecnológicas e organizacionais suscetíveis de garantirem condições sócio-económico-ambientais sucessivamente aperfeiçoadas e com impactos positivos para todos.

### **Mudar para melhorar é o nosso horizonte**

Queremos ser parte ativa na construção de um mundo mais equilibrado e feliz

- Queremos contribuir para ajustar comportamentos à conjuntura que atravessamos
- Queremos reforçar o acesso ao conhecimento e a ética no relacionamento entre as pessoas e, destas, com o meio ambiente
- Queremos inovar e estimular a sustentabilidade económica, ambiental e social através dos nossos serviços e soluções
- Queremos reforçar o envolvimento da nossa cadeia de valor na gestão do dia a dia

Agregada em três dimensões – Valores, Meio Ambiente e Sociedade - os compromissos incluídos na visão estratégica de sustentabilidade pretendem promover comportamentos baseados num maior conhecimento e responsabilidade; inovar e promover a minimização do impacto de carbono na natureza, e estimular a biodiversidade, e alavancar a partilha, a solidariedade e o respeito mútuo, para promover um maior equilíbrio socioeconómico (ver figura).

Valores	Meio Ambiente	Sociedade
Promover comportamentos baseados num maior conhecimento e responsabilidade	Inovar, promover a minimização do impacte de carbono na natureza, e estimular a biodiversidade	Alavancar a partilha, a solidariedade e o respeito mútuo, para promover um maior equilíbrio socioeconómico
<p>Crescimento sustentável</p> <p>Ética e satisfação nos relacionamentos</p> <p>Rigor na Informação</p> <p>Partilha e envolvimento com todos os <i>Stakeholders</i></p> <p>Inovação em serviços e soluções ambiental e socialmente responsáveis</p> <p>Proteção e privacidade de dados pessoais e informação de clientes</p> <p>Respeitar e ser respeitado por toda a sociedade</p>	<p>Incrementar a eficiência energética nas redes e nos sistemas de informação</p> <p>Dinamizar o uso e a implementação de energias alternativas</p> <p>Inovar os sistemas de climatização de espaços administrativos e técnicos</p> <p>Identificar e implementar sistemas de monitorização inteligentes</p> <p>Incorporar eficiência social e ambiental na oferta comercial</p> <p>Promover a racionalização do uso, a reutilização e a reciclagem de equipamentos e materiais</p> <p>Potenciar a utilização de equipamentos com menor dependência energética</p>	<p>Contribuir para a dignificação do trabalho e dos direitos humanos</p> <p>Estimular a empregabilidade</p> <p>Promover o conhecimento, a saúde e o consumo responsável, através das TIC</p> <p>Incentivar a inclusão e a literacia digital da população</p> <p>Dinamizar e participar em iniciativas de solidariedade social</p> <p>Envolver a cadeia de valor para alavancar oportunidades e mitigar riscos com impacte significativo na qualidade de vida da população</p> <p>Reforçar ligações a universidades e outras entidades que contribuam para o conhecimento</p>

Incentivar colaboradores, clientes e fornecedores a adotarem comportamentos socialmente responsáveis

## 2. Orientações de gestão e objetivos

As orientações de gestão e objetivos de sustentabilidade assumidos pela PT na sua visão estratégica de sustentabilidade para o triénio 2012-2014 pretendem alavancar as oportunidades e mitigar os constrangimentos evidenciados pelos *stakeholders* que são determinantes para o crescimento do negócio da empresa.

### Temas estratégicos presentes nas orientações de gestão e objetivos de sustentabilidade

- Ética na cadeia de valor
- Investimento em infraestruturas
- Inovação
- Direitos humanos
- Comportamento responsável
- Alterações climáticas e eficiência energética
- Oferta comercial com características ecológicas e socialmente responsável
- Acessibilidade e conhecimento

Para informação mais detalhada consultar: <http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/E437A7A3-2D4D-4801-95B8-FC0F27041690/1460364/Compromissoseorientaesestrategicasparaofuturo1.pdf>

# 01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS

Rigor, honestidade, integridade, transparência, correção da informação, anticorrupção, igualdade de oportunidades, não discriminação, preservação ambiental e da saúde, e responsabilidade social são os principais eixos que vinculam a atuação da PT para com a sociedade, além do total alinhamento com a legislação aplicável, em vigor a nível nacional, europeu e americano.

Por isso, é fundamental identificar metas muito ambiciosas para o futuro quer no que se relaciona com o crescimento dos negócios, com os clientes, com o emprego, direitos humanos, inovação, eficiência energética e responsabilidade social, quer no que se relaciona com a atitude e a conduta com que iremos nortear esta atuação.

A implementação das orientações de gestão e objetivos para a sustentabilidade do triénio 2012-2014 está estruturada em sete áreas: *stakeholders*, direitos humanos, investigação, desenvolvimento e inovação, cadeia de fornecedores, energia e ambiente, marca, *marketing* e comunicação, e cidadania corporativa.

Estas sete áreas coincidem com as denominações dos sete sub comités de sustentabilidade, criados para a operacionalização da visão de sustentabilidade e das correspondentes orientações de gestão e objetivos (mais informação sobre responsabilidades e funções no capítulo de *governance*).

## TEMAS E ORIENTAÇÕES DE GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE



### Stakeholders

Tema	Orientação estratégica para o triénio 2012-2014	Objetivo*
Diálogo e consulta	Manter o diálogo permanente com todos os <i>stakeholders</i> , através dos canais de comunicação disponibilizados para o efeito	Manter o nível de satisfação de relacionamento com cada <i>stakeholder</i> acima dos 70%
Oportunidades e constrangimentos	Identificação e revisão anual dos temas e da respetiva criticidade por <i>stakeholder</i>	
Equilíbrio entre a PT e as partes interessadas	Identificar as soluções que permitam garantir um alinhamento satisfatório entre a PT e cada uma das respetivas partes interessadas	

\* Comparado com o último triénio



## Direitos humanos

Tema	Orientação estratégica para o triénio 2012-2014	Objetivo*
Direito humanos em toda a cadeia de valor	Promover a existência de práticas que contribuam para o respeito pelos direitos humanos e do trabalho na cadeia de valor da atividade	Disponibilizar sessões de esclarecimento e/ou formação a colaboradores e fornecedores
Trabalho Infantil Trabalho forçado Segurança e Saúde no Trabalho Liberdade e associação e negociação coletiva Discriminação Práticas disciplinares Horários de trabalho	Implementar procedimentos que permitam evitar, identificar e resolver situações que comprometam os direitos humanos e do trabalho	Garantir compromisso, esclarecimento e/ou formação a todos os novos colaboradores e fornecedores – 100%
Alinhamento cadeia de valor riscos e oportunidades a montante e a jusante da cadeia de valor	Garantir o sucessivo alinhamento da cadeia de valor	Aumentar o número de auditorias presenciais externas em 25%

## Investigação, desenvolvimento e inovação

Tema	Orientação estratégica para o triénio 2012-2014	Objetivo*
Estender a cultura de inovação à cadeia de valor	Envolvimento de fornecedores, parceiros, universidades e outras instituições nos processos de I&D e Inovação da empresa Alavancar a capacidade de inovação através da partilha de conhecimento e das sinergias da atividade de cada elemento da cadeia de valor	Criar maior alinhamento e eficiência em custos e em tempo nos processos de I&D e Inovação
Oferta de mercado ambientalmente amigável	Identificar potencialidades em equipamentos, serviços e soluções que permitam alargar a oferta comercial amiga do ambiente	Explorar funcionalidades aos produtos e serviços existentes tornando-os mais ambientalmente sustentáveis: no produto, no serviço, na embalagem, na comunicação
Oferta de mercado socialmente responsável	Identificar serviços e soluções que contribuam para dinamizar a inclusão social e profissional das camadas de população mais carenciadas e/ou desprotegidas	Explorar soluções que contribuam para garantir a acessibilidade a serviços e conteúdos por parte de todos
Eficiência energética	Identificar formas de racionalização de consumo de energia para combater a os acréscimos de custos e de pegada de carbono	Testar funcionalidades que permitam à empresa e aos clientes utilizar as TIC com maior racionalização energética
Ética e segurança	Explorar as formas possíveis que contribuam para garantir o acesso a conteúdos de qualidade e selecionados por cada indivíduo, e com o nível de privacidade definido por cada um	Estudar guiões e funcionalidades nos serviços e/ou nos equipamentos que contribuam para garantir uma utilização das TIC com ética e com segurança

\* Comparado com o último triénio

# 01

## ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS

### Cadeia de fornecedores

Tema	Orientação estratégica para o triénio 2012-2014	Objetivo*
Alinhamento da cadeia de valor ao nível ético, direitos humanos e laborais e ambiental	Reforçar a cultura e os instrumentos que garantam um maior alinhamento da cadeia de valor aos níveis dos direitos humanos e ambientais	Manter um diálogo constante com os potenciais fornecedores reforçando os requisitos de CSR na fase de pré-seleção Disponibilizar sessões de sensibilização e formação nas áreas da ética, direitos humanos e ambiental Adicionar aos processos de verificação, mais 25% de auditorias aleatórias presenciais
Consumo de materiais e recursos	Identificar conjuntamente com os fornecedores as áreas de potenciais de racionalização de modo a controlar os custos e a pegada ambiental dos produtos e serviços	Garantir competitividade e menor impacte ambiental em toda a cadeia de valor
Minerais de conflito	Combater a utilização de matérias-primas oriundas de zonas de conflito no fabrico de equipamentos comercializados pela empresa	Envolver e comprometer a cadeia de fornecedores a identificar as matérias-primas, e respetiva origem, utilizadas no fabrico dos equipamentos
Competitividade dos fornecedores, sobretudo os de pequena e média dimensão	Partilhar e discutir <i>online</i> através do portal de fornecedores os conhecimentos e as sinergias que possam beneficiar toda a cadeia de valor	Contrariar as ineficiências nos modelos de previsão de abastecimentos, na produção de desperdícios e nos instrumentos financeiros
Relacionamento e satisfação de fornecedores	Manter e reforçar os meios de comunicação e diálogo especializado com os fornecedores	Garantir níveis de satisfação dos fornecedores superiores a 70%

### Energia e ambiente

Tema	Orientação estratégica para o triénio 2012-2014	Objetivo*
Consumo de energia no setor: tende a subir para os prestadores de serviços (virtualização, armazenamento, gestão e distribuição da informação) e a reduzir para os clientes	Garantir maior eficiência energética entre o tráfego efetuado e a energia consumida, racionalizando os respetivos impactes ambientais e custos	Aumentar a eficiência energética em 10% (face a 2009)
Eficiência energética e ecologia nos equipamentos	Reduzir os custos e a pegada ambiental dos clientes através de escolhas e utilização eficiente das TIC	Reduzir 5% a dependência energética dos equipamentos
Emissões de GEE: diretas e indiretas	Racionalizar a pegada ambiental da atividade	Reduzir 4%
Materiais: segmentação, matérias-primas, resíduos, encaminhamento	Garantir uma melhor segmentação, encaminhamento e tratamento final de resíduos, evitando contaminação de solos, custos sociais e de saúde pública	Identificação das matérias-primas dos equipamentos de rede e de clientes - 80%; Segmentação e encaminhamento adequado de 100% de resíduos perigosos
Radiações eletromagnéticas: rede e equipamentos	Disponibilizar ao público em geral as informações existentes sobre campos eletromagnéticos, garantindo maior conhecimento e liberdade nas opções de cada um.	Esclarecer a população em geral sobre radiações eletromagnéticas
Eficiência energética: edifícios, data centres, oferta comercial, redes, software	Garantir a sustentabilidade ambiental a montante e a jusante da atividade das TIC	Racionalizar o impacte ambiental e os custos da atividade

\* Comparado com o último triénio

### Marca, marketing e comunicação

Tema	Orientação estratégica para o triénio 2012-2014	Objetivo*
Ética e responsabilidade na comunicação com o mercado	Adicionar atributos sustentáveis aos materiais de comunicação	70% de novos produtos / serviços / soluções
Consumo mais responsável	Disponibilizar mais informação ao mercado consumidor de modo a garantir escolhas mais informadas responsáveis. Áreas a destacar: proteção de menores, controlo parental, segurança, proteção de privacidade, dependência energética, radiações eletromagnéticas, ruído, encaminhamento de resíduos em final do ciclo de vida, entre outros	Incluir informações nos suportes de comunicação dos produtos / serviços, fundamentalmente nos <i>websites</i> de cada marca comercial

### Cidadania corporativa

Tema	Orientação estratégica para o triénio 2012-2014	Objetivo*
Inclusão escolar, profissional e social através das TIC	Identificar os grupos sociais mais carenciados e as soluções TIC que possam contribuir para alavancar a empregabilidade, a saúde e a educação da população	Garantir condições de inclusão às camadas de população mais carenciadas
Parceiros estratégicos nas áreas da educação, tecnologia e saúde a nível nacional e internacional	Potenciar os apoios através de parcerias que agreguem valor aos destinatários de apoios	Desenvolver iniciativas que contribuam para fomentar a inclusão digital, o conhecimento, a saúde e a inclusão social.
Ética no acesso e utilização das TIC	Difundir conhecimentos e ferramentas que contribuam para garantir privacidade e segurança de dados pessoais, controlo parental e acesso a conteúdos adequados a cada perfil de utilizador	Disponibilizar e promover o acesso e utilização responsável das TIC
Intervenção social da empresa	Focar a intervenção fundamentalmente nos jovens, séniores, desempregados, pessoas portadoras de deficiência ou necessidades especiais e na população residente em localidades remotas	Alargar o universo de intervenção relativamente ao triénio anterior

\* Comparado com o último triénio

# 02

## ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24

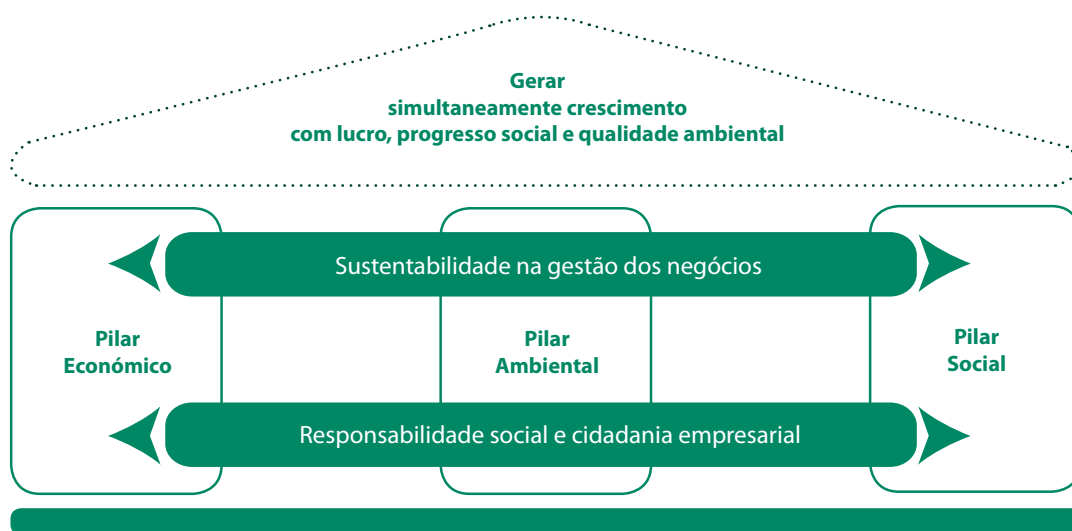
## 02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52	1. PRINCÍPIOS, CÓDIGO DE CONDUTA E POLÍTICAS ADOTADAS	34
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68	2. SISTEMAS DE GESTÃO E CONTROLO DE ATIVIDADE	36
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88	3. MODELO DE GOVERNO	37
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118	3.1. Estrutura organizativa da sustentabilidade	38
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130	3.2. Governo Societário	39
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138	4. TRANSPARÊNCIA E CUMPRIMENTO NA CADEIA DE VALOR	47
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160	4.1. Identificação de irregularidades através dos canais de comunicação	48
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	4.2. Identificação de irregularidades através de auditorias	50
NOTAS METODOLÓGICAS	190		
ÍNDICE REMISSIVO	194		
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208		

# 02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

A PT assumiu com os *stakeholders* o compromisso de criar valor garantindo sustentabilidade, hoje e no futuro. Para isso, a gestão está determinada a manter o equilíbrio possível entre a legítima vontade de gerar lucro, a ética e o respeito pela preservação ambiental e pela comunidade onde está inserida. O nível de concretização deste equilíbrio é considerado alicerce fundamental na robustez empresarial e no valor de partilha com os acionistas e com os restantes *stakeholders*.

A ética dos negócios e a criação de valor incorporam os seguintes pilares:



## 1. Princípios, códigos de conduta e políticas adotadas

A PT é subscritora, aplica na empresa e participa ativamente na promoção dos princípios de sustentabilidade e de responsabilidade social corporativa preconizados por organizações nacionais e internacionais e com as quais a gestão da empresa se identifica.

Trata-se de princípios relacionados com ética nos negócios, respeito e preservação ambiental, direitos humanos e laborais, instrumentos anticorrupção e de inclusão social. A adoção destes princípios constitui um desafio permanente, exigindo:

- (i) a criação de mecanismos de monitorização que verificam o nível de conformidade e a evolução do desempenho nos aspetos não financeiros abrangidos por cada um dos Princípios / Códigos / Políticas subscritos;
- (ii) uma sistemática identificação de áreas de melhoria nas vertentes dos negócios do grupo e do relacionamento deste com a sociedade;
- (iii) a instituição de canais de denúncia do não cumprimento dos Princípios / Códigos / Políticas subscritos;
- (iv) a promoção e adoção de aperfeiçoamentos e a sua posterior monitorização.

### Cartas subscritas e/ou princípios seguidos

Internacionais	Europeus	Nacionais
<p>Nações Unidas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 Princípios do Pacto Global das Nações Unidas;</li> <li>• Declaração Universal dos Direitos do Homem;</li> <li>• Recomendações da Organização Internacional do Trabalho;</li> <li>• Direitos das Crianças e Princípios Empresariais.</li> </ul>	<p>ETNO ( European Telecommunications Network Operators)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carta Ambiental e de Sustentabilidade;</li> <li>• Carta de Responsabilidade Social Corporativa;</li> </ul>	<p>BCSD Portugal (Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recomendações de Ecoeficiência, Inovação e Responsabilidade Social.</li> </ul>
<p>União Global de Sindicatos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carta de Responsabilidade Social da Rede Internacional de Sindicatos (UNI).</li> </ul>	<p>União Europeia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estratégia de Lisboa;</li> <li>• Carta Europeia da Segurança Rodoviária;</li> <li>• Código de Conduta de Eficiência Energética;</li> <li>• Código Europeu de Boas Práticas para as Mulheres nas TIC;</li> <li>• Princípio para a utilização segura de dispositivos conectados e serviços <i>online</i> por crianças e jovens na UE.</li> </ul>	<p>APAN (Associação Portuguesa de Anunciantes)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Boas Práticas de Comunicação Comercial para Menores;</li> <li>• Carta de Compromissos de Comunicação Responsável.</li> </ul>

### Organizações nacionais e internacionais relacionadas com sustentabilidade e/ou com responsabilidade social corporativa, onde a PT participa:

Global Compact National Network	✓
Business Council for Sustainable Development of Portugal	✓
London Benchmark Group	✓
European Telecommunication Network Operators'	✓
EU WG's – Energy Efficiency, Women in ICT and Minors Protection	✓

Os temas colocados na agenda destas organizações merecem não só, a participação ativa da PT na sua discussão, estudo e promoção, como também, são avaliados e interpretados pelo Comité de Sustentabilidade da empresa.

As recomendações e conclusões que revelam ter impacte na atividade da empresa e na sua relação com a sociedade, são sujeitas a programas de adaptação e implementação nas unidades de negócio do grupo, habitualmente por deliberação da respetiva Comissão Executiva

### Códigos de conduta e políticas adotadas

Os Códigos de Conduta e as políticas adotadas estão publicadas, e podem ser consultadas no *website* e *intranet* corporativas e todos os colaboradores e fornecedores são alvo de ações de formação e/ou sensibilização sobre os seus conteúdos e impactes.



# 02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

As políticas adotadas visam nortear a atitude e o comportamento de toda a cadeia de valor da empresa, alavancando a mobilização e a adesão de todos para além do que está definido nos Códigos de Conduta e nos termos contratuais estabelecidos.

Os códigos de ética e conduta preveem o total alinhamento com toda a legislação e regulamentos legais em vigor, quer sejam nacionais, europeus ou americanos e é extensível a colaboradores e fornecedores da empresa.

Qualquer violação aos códigos de conduta, regulamentos internos ou à legislação em vigor, identificada e confirmada, é suscetível de acarretar o apuramento de responsabilidades dos infratores nos termos e normas legais aplicáveis à situação. Qualquer irregularidade relacionada com políticas adotadas implica uma avaliação da situação e a aplicação de procedimentos de resolução previamente definidos de acordo com o respetivo nível de impacte.

## Código de ética e de conduta

Código de Ética da Portugal Telecom  
(a ser revisto durante o triénio – ver caixa abaixo)  
Código para *Financial Officers*  
Código de Conduta para Compras  
Acordo de Empresa  
Regulamento Interno sobre transações de dirigentes do Grupo\*  
Regulamento sobre transações com partes relacionadas\*\*  
Código de conduta para atuação nas redes sociais  
Guia de Comunicação Responsável

## Políticas adotadas

Política de Sustentabilidade e Responsabilidade Social  
Política Integrada de Qualidade, Ambiente e Saúde e Segurança no Trabalho  
Política de Direitos Humanos  
Política de Segurança de Informação e de sistemas de TIC  
Política de Privacidade

\* Regula as matérias relativas à prevenção de abuso de mercado e transações sobre instrumentos financeiros emitidos pelas sociedades do grupo e define os conceitos relevantes de informação privilegiada, manipulação de mercado, e transações relevantes, entre outros. Este regulamento complementa as regras de Governo Societário e as boas práticas de conduta já implementadas na PT para reforço da prevenção do abuso de mercado. // \*\* Define um conjunto de procedimentos orientados para garantir a correta identificação de transações com partes relacionadas e definir conceitos relevantes de “transação” e de “partes relacionadas”.

O Código de Ética da PT está a ser sujeito a uma nova revisão com o objetivo de incorporar maior especificidade nos temas relacionados com:

- Anti-corrupção
- Suborno (incluindo os pagamentos facilitadores)
- Donativos a partidos políticos
- Não discriminação
- Eficiência energética e preservação ambiental

A partilha destes códigos com a sociedade em geral, espelha e contribui para consolidar a solidez e o alinhamento de valores entre a PT e os restantes públicos com quem interage.

## 2. Sistemas de gestão e controlo de atividade

Para melhor identificar e monitorizar o cumprimento dos seus códigos e o alinhamento dos seus princípios na atividade diária, as empresas PT a nível nacional dispõem de sistemas informação e gestão certificados de acordo com as normas internacionais ISO 9001 (qualidade), ISO 14001 (ambiente), OHSAS 18001 (Saúde e Segurança no Trabalho) e, estão a concluir a preparação das diligências necessárias para concretizarem a auto declaração da recentemente criada ISO 26 000 (Responsabilidade Social Empresarial), o que virá a acontecer ainda durante o triénio agora iniciado.

Sistemas de gestão da informação

	2012	2013	2014
<b>Ferramentas de gestão</b>	✓	✓	✓
Consulta a <i>stakeholders</i>	✓	✓	✓
Canais de comunicação	✓	✓	✓
<i>Surveys</i>	✓	✓	✓
Sistemas de denúncia anónima	✓	✓	✓
Identificação de riscos	✓	✓	✓
Auditorias	✓	✓	✓
Plataforma por <i>stakeholder</i>	✓	✓	✓
Monitorização de impactes	✓	✓	✓
<b>Sistemas de gestão da informação certificados</b>			
Qualidade   ISO 9001	✓	✓	✓
TI   ISO 20000	✓	✓	✓
Ambiente   ISO 14001	✓	✓	✓
SST   OHSAS 18001	✓	✓	✓
Responsabilidade social   ISO 26000			

A concluir neste período

Triénio

### 3. Modelo de governo

O modelo de Governo da PT, baseia-se na estrutura orgânica e funcional da sociedade e num conjunto de ferramentas que garantem simultaneamente a informação necessária para a gestão da atividade, o rigor e transparência necessárias nos atos de gestão e, o sucessivo alinhamento com as expectativas de cada *stakeholder*.

De acordo o regulamento do Conselho de Administração, este desempenhará sempre as suas funções em conformidade com o interesse social e com as disposições legais e estatutárias aplicáveis, atendendo aos objetivos gerais e princípios fundamentais da Sociedade, aos interesses de longo prazo dos seus acionistas e ao desenvolvimento sustentável da atividade empresarial do Grupo Portugal Telecom.

MODELO DE GESTÃO

Princípios de atuação	Visão e estratégia	Procedimentos	Sistemas de gestão
	Visão	Formação	Canais de comunicação
Código de ética	Estratégia	Guiões de orientação	Canais de participação de situações irregulares
Políticas	Objetivos estratégicos: • Crescer em escala; • Aumentar a contribuição internacional;	Objetivos	Auditorias
Estatutos	• Liderar o mercado de consumidores na convergência e o mercado de empresas em TIC;	Diálogo com <i>stakeholders</i>	<i>Surveys</i>
Regulamentos	• <i>Top tier</i> no setor em tecnologia, experiência do cliente e eficiência operacional;	Rigor na informação	Gestão de risco e oportunidades
Legislação	• Operadora de referência em sustentabilidade.	Transparência e partilha	Sistemas e informação e gestão certificados: Qualidade ISO 9001 TI ISO 20000 Ambiente ISO 14001 SST OHSAS 18001 Responsabilidade Social ISO 26000*

Governo societário, estrutura orgânica e modelos de funcionamento

\* Em processo de emissão de auto declaração

# 02

## ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

### 3.1. Estrutura organizativa da sustentabilidade

A sustentabilidade empresarial está inserida na estratégia de desenvolvimento de longo prazo da PT e incorpora um dos cinco eixos estratégicos da gestão em curso.

O modelo de estrutura organizacional da PT (a detalhar a seguir) comporta um Comité de Sustentabilidade que foi sujeito a uma reorganização para garantir uma mais adequada abordagem aos desafios do presente triénio. A importância atribuída à sustentabilidade empresarial tem impulsionado o aperfeiçoamento sucessivo do seu modelo orgânico e funcional.

As Comissões Executivas das empresas participadas passaram a integrar nas suas agendas questões emergentes na área da sustentabilidade dos respetivos negócios.

A Fundação PT tem como missão a implementação da política de responsabilidade social corporativa.

Por isso, o Comité de Sustentabilidade foi revisto em 2012 e passou a ser constituído por um conjunto de subcomités que endereçam os principais temas críticos identificados na gestão sustentável da empresa.

#### Comité de sustentabilidade

O Comité de Sustentabilidade continua integrado no modelo de governo da PT reportando diretamente à Comissão Executiva da SGPS.

O Comité de Gestão é composto pelos seguintes membros:

- Presidente Executivo da SGPS – que preside ao Comité;
- Administradores das empresas participadas, TMN, PTC, PT PRO, PT Inovação, PT SI, PT Compras e PT I Internacional, com o pelouro da sustentabilidade;
- Administrador Delegado da Fundação PT;
- Responsável pela área da sustentabilidade.

O Comité de Gestão tem as seguintes funções:

Avaliar e deliberar sobre as propostas apresentadas pela equipa responsável pela área da sustentabilidade resultantes dos trabalhos desenvolvidos pelos vários subcomités, bem como, identificar e definir a estratégia, as políticas, a conduta e os planos de ação mais ajustados ao aperfeiçoamento sistemático da gestão da sustentabilidade nas empresas do grupo.

O Comité de Gestão reunirá, pelo menos, uma vez por ano.

#### Os subcomités de sustentabilidade são os seguintes\*:

- Energia e Ambiente
- Relações Laborais, Direitos Humanos e SST
- Relacionamento com *Stakeholders*
- Comunicação Corporativa, Marca e *Marketing* de Produtos e Serviços
- Inovação e Desenvolvimento de Serviços e Soluções
- Relacionamento com Fornecedores
- Cidadania e Responsabilidade Social
- Partilha de Práticas de Sustentabilidade com Empresas Participadas a nível Internacional

\*A composição de e funções de cada subcomité encontra-se publicada no *website* corporativo da empresa em [www.telecom.pt](http://www.telecom.pt)

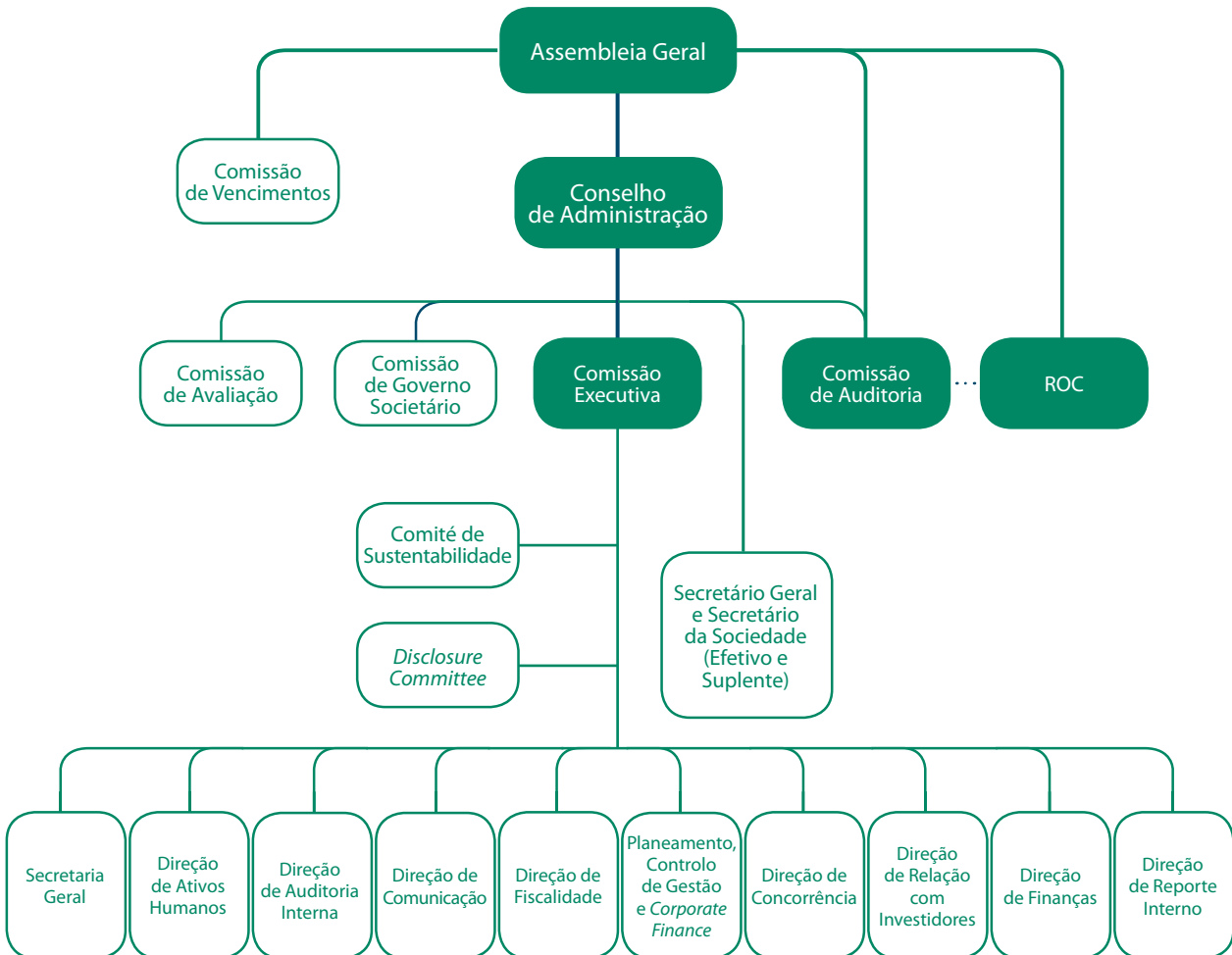
### 3.2. Governo Societário

A PT adota um modelo de governo de cariz anglo-saxónico, o qual assenta na existência de um Conselho de Administração, uma Comissão de Auditoria constituída no seu seio por Administradores não Executivos, mas especialmente designada pela Assembleia Geral, e um Revisor Oficial de Contas, eleito sob proposta da Comissão de Auditoria.

A estrutura orgânica da PT integra, ainda, uma Comissão de Vencimentos eleita pela Assembleia Geral e responsável pela fixação das remunerações dos titulares dos órgãos sociais.

Os membros dos órgãos sociais e da Mesa da Assembleia Geral são eleitos por um triénio, podendo ser reeleitos, uma ou mais vezes, dentro dos limites previstos na lei.

O modelo de governo da PT pode ser apresentado em termos esquemáticos da seguinte forma:



Este modelo de governo societário assume os valores da eficácia, simplicidade, transparência e rigor como seus pilares básicos e confere à PT uma estrutura adequada às particularidades e necessidades da Empresa e que é positivamente acolhida pelo mercado.

# 02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

Neste contexto, a PT conta com uma Comissão Executiva com poderes delegados pelo Conselho de Administração, à qual compete uma atuação de caráter predominantemente operacional, cabendo ao Conselho de Administração supervisionar a sua atuação, com o apoio de uma Comissão de Governo Societário e de uma Comissão de Avaliação, atuando cada uma destas comissões internas no âmbito das respetivas competências específicas que lhes foram delegadas pelo órgão de administração. Esta tarefa de supervisão é, ainda, reforçada pela função desempenhada pelos Administradores não Executivos independentes que integram o Conselho de Administração.

A PT dispõe ainda de estruturas de apoio à Comissão Executiva, em concreto, um *Disclosure Committee* e um Comité de Sustentabilidade, bem como de um conjunto de departamentos operacionais que asseguram uma gestão eficaz e transparente da Sociedade.

A estrutura orgânica da PT integra ainda uma Comissão de Vencimentos eleita pela Assembleia Geral e responsável pela fixação das remunerações dos titulares dos órgãos sociais.

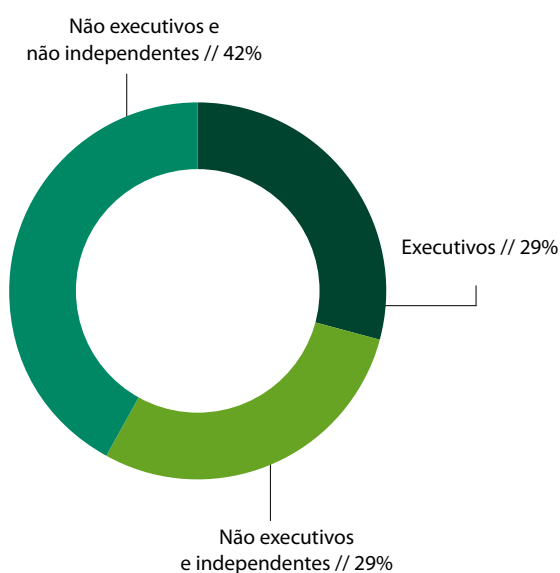
Os membros dos órgãos sociais e da mesa da Assembleia Geral são eleitos por um triénio, podendo ser reeleitos, uma ou mais vezes, dentro dos limites previstos na lei.

No modelo de governo adotado mantém-se a separação de poderes, sendo que os membros do Conselho de Administração delegam a gestão corrente numa Comissão Executiva.

O Conselho de Administração é constituído por um mínimo de 15 e um máximo de 25 membros e, de entre os eleitos, existem administradores com funções executivas, administradores independentes e sem funções executivas e administradores sem funções executivas e não independentes. De harmonia com a lei societária, os Acionistas titulares de, pelo menos, 10% do capital social e que tenham votado vencido na eleição do Conselho de Administração podem designar um membro do órgão de administração.

O mandato dos administradores é de três anos, sendo o ano de eleição considerado como um ano civil completo, e não existindo restrições quanto à reeleição de administradores.

FUNÇÕES (%)



GÉNERO (%)



## Funções // Conselho de Administração

Os membros do Conselho de Administração foram eleitos em 27 de abril de 2012 para o mandato correspondente ao triénio 2012-2014. A 31 de dezembro de 2012, o Conselho de Administração da Sociedade tinha a seguinte composição e funções:

Titulares (data da primeira designação)	Conselho de Administração	Comissão Executiva	Comissão de Auditoria	Comissão de Governo Societário	Comissão de Avaliação	Indepen- dência <sup>(5)</sup>	N.º de ações
Henrique Granadeiro (2003)	Presidente			Presidente	Presidente <sup>(2)</sup>	Sim	150
Zeinal Bava (2000)	Vogal	Presidente Executivo			Vogal <sup>(3)</sup>		63.161
Luís Pacheco de Melo (2006)	Vogal	Vogal (CFO)					45
Alfredo Baptista (2011)	Vogal	Vogal					8.193
Carlos Alves Duarte (2009)	Vogal	Vogal					40
Manuel Rosa da Silva (2009)	Vogal	Vogal					90
Pedro Durão Leitão (2011)	Vogal	Vogal					758
Shakhaf Wine (2009)	Vogal	Vogal					-
Amílcar de Moraes Pires (2006)	Vogal						3.242
Fernando Portella (2012) <sup>(1)</sup>	Vogal						-
Francisco Soares (2006)	Vogal			Vogal	Vogal	Sim	-
Gerald S. McGowan (2003)	Vogal			Vogal		Sim	30.000
João de Mello Franco (1998)	Vogal		Presidente	Vogal	Vogal <sup>(4)</sup>	Sim	13.308 <sup>(6)</sup>
João Nuno Palma (2012)	Vogal			Vogal			1.436
Joaquim Goes (2000)	Vogal			Vogal	Vogal		2.437
José Xavier de Basto (2007)	Vogal		Vogal			Sim	-
José Cabral dos Santos (2012)	Vogal						-
Maria Helena Nazaré (2009)	Vogal					Sim	-
Mário João de Matos Gomes (2009)	Vogal		Vogal			Sim	-
Milton Silva Vargas (2009)	Vogal				Vogal		-
Nuno de Almeida e Vasconcellos (2006)	Vogal						11.190
Otávio Marques de Azevedo (2011)	Vogal				Vogal		-
Paulo Varela (2009)	Vogal			Vogal			7.134
Rafael Mora Funes (2007)	Vogal			Vogal	Vogal		501 <sup>(7)</sup>

<sup>(1)</sup>O administrador Fernando Magalhães Portella foi designado por cooptação em 25 de outubro de 2012, em substituição do administrador cessante Pedro Jereissati, conforme renúncia comunicada à Sociedade na mesma data. <sup>(2)</sup>Por inerência ao cargo de Presidente do Conselho de Administração. <sup>(3)</sup>Por inerência ao cargo de Presidente Executivo. <sup>(4)</sup>Por inerência ao cargo de Presidente da Comissão de Auditoria. <sup>(5)</sup>Avaliação da independência feita de acordo com as Ordens de Serviço n.ºs 3,08 e 4,08 do Conselho de Administração e Comissão de Auditoria da PT e o n.º 5 do art. 414.º do Código das Sociedades Comerciais, conforme aplicável, e que poderá diferir em relação a alguns administradores da avaliação feita de acordo com o entendimento da CMVM, quanto à alínea b) do n.º 5 do art. 414.º do Código das Sociedades Comerciais e à Recomendação da CMVM n.º II.1.2.3, expresso nos relatórios sobre o governo das sociedades cotadas relativos a 2010 e 2011, o qual foi tido em conta pela PT na sua declaração de não cumprimento das Recomendações da CMVM n.ºs II.1.2.2 e II.1.3.1. Para informação mais detalhada sobre esta matéria vide Capítulos II.14 e II.15 *infra*. <sup>(6)</sup>Das quais, 322 são detidas pela respetiva cónjuge. <sup>(7)</sup>Detidas, na totalidade, pela respetiva cónjuge.

## Avaliação e remuneração // Comissão de Avaliação

Em linha com as melhores práticas nacionais e internacionais em matéria de governo societário e, bem assim, com as recomendações da CMVM nesse âmbito e com as *Final Rules* aprovadas pela *New York Stock Exchange* sobre governo societário, aprovadas na sequência do *Sarbanes-Oxley Act*, o Conselho de Administração da PT deliberou, em 15 de outubro de 2008, delegar numa Comissão de Avaliação as competências necessárias para a avaliação dos membros executivos do órgão de administração e do Conselho de Administração no seu todo, bem como competências consultivas em matéria de seleção dos membros dos órgãos de administração das sociedades mais relevantes do Grupo PT.

Deverá ser destacado aliás que, desde a Assembleia Geral Anual de 2009, tem vindo a ser adotada na PT a prática inovadora entre as sociedades portuguesas admitidas à negociação de submeter aos acionistas nas Assembleias Gerais eletivas um relatório elaborado pela Comissão de Avaliação sobre o processo de seleção dos administradores cuja eleição é proposta nessas Assembleias Gerais, podendo dizer-se que, também nesta matéria, a PT se encontra na vanguarda das boas práticas.

# 02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

Nos termos da delegação de poderes, a Comissão de Avaliação é composta pelo Presidente do Conselho de Administração, pelo Presidente Executivo, pelo Presidente da Comissão de Auditoria e por quatro Administradores não Executivos, incluindo, pelo menos, um administrador independente, correspondendo os respetivos mandatos ao do Conselho de Administração. A Comissão de Avaliação é presidida pelo Presidente do Conselho de Administração da Sociedade, salvo se este exercer também as funções de Presidente Executivo, caso em que a Comissão de Avaliação é presidida por um dos seus membros não executivos indicado para o efeito pelo Conselho de Administração.

Cumpra ainda salientar que a presença do Presidente Executivo nesta Comissão não prejudica o cumprimento da Recomendação da CMVM n.º II.5.1, uma vez que aquele, nos termos do respetivo Regulamento, está impedido de votar em deliberações respeitantes, por um lado, à avaliação anual do desempenho dos membros da Comissão Executiva e, por outro, ao processo de seleção de Administradores não Executivos da PT.

## Composição

<b>Henrique Granadeiro</b> <sup>(1)</sup>	Presidente
<b>Zeinal Bava</b> <sup>(2)</sup>	Vogal
<b>Francisco Soares</b>	Vogal
<b>João de Mello Franco</b> <sup>(3)</sup>	Vogal
<b>Joaquim Goes</b>	Vogal
<b>Milton Silva Vargas</b>	Vogal
<b>Otávio Marques de Azevedo</b>	Vogal
<b>Rafael Mora Funes</b>	Vogal

<sup>(1)</sup>Por inerência do cargo de Presidente do Conselho de Administração. // <sup>(2)</sup>Por inerência do cargo de Presidente Executivo. // <sup>(3)</sup>Por inerência do cargo de Presidente da Comissão de Auditoria.

## Avaliação e remuneração // Comissão de Vencimentos

A Comissão de Vencimentos, eleita pelos Acionistas reunidos em Assembleia Geral, tem por função definir a política de remunerações dos titulares dos órgãos sociais, fixando as remunerações aplicáveis tendo em consideração as funções exercidas, o desempenho verificado (tendo nomeadamente em conta a avaliação efetuada pela Comissão de Avaliação) e a situação económica da Sociedade.

Com vista à consecução dessa tarefa, a Comissão de Vencimentos acompanha e avalia, numa base constante, o desempenho dos administradores e da Sociedade, verificando em que medida foram atingidos os objetivos propostos, e reúne sempre que for necessário.

Os atuais membros da Comissão de Vencimentos foram eleitos em 27 de abril de 2012 para o mandato correspondente ao triénio 2012-2014. Tendo em conta a suspensão de funções de um dos membros da Comissão de Vencimentos, os Acionistas serão chamados a deliberar sobre a nomeação de um novo membro da Comissão de Vencimentos para completar o mandato correspondente ao triénio 2012-2014.

## Composição

<b>Álvaro Pinto Correia</b>	Presidente
<b>Francisco Esteves de Carvalho</b>	Vogal
<b>Francisco Barros Lacerda</b>	Vogal <sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Com funções suspensas desde 24 de agosto de 2012.

## Independência dos membros da Comissão de Vencimentos

Sem prejuízo da necessária articulação desta Comissão com o Conselho de Administração, a composição da Comissão de Vencimentos procura obter o maior grau possível de independência relativamente aos titulares do órgão de administração. Nenhum dos membros da Comissão de Vencimentos integra qualquer órgão social ou



comissão da Sociedade e nenhum dos membros da Comissão de Vencimentos tem qualquer ligação familiar a qualquer titular do órgão de administração por via de casamento, parentesco ou afinidade em linha reta até ao terceiro grau, *inclusive*.

### Remunerações atribuídas em 2012

					Comissões a 31 de dezembro de 2012		
	Fixo de 2012	Variável de 2012	Prémio de mandato 2009-2011	Total	Auditoria	Governo Societário	Avaliação
<b>Comissão Executiva</b>							
Zeinal Abedin							
Mahomed Bava	695.038	589.929	-	1.284.967			Vogal
Luís Miguel da Fonseca Pacheco de Melo	486.526	363.267	-	849.793			
Alfredo José Silva de Oliveira Baptista	486.526	247.682	-	734.208			
Carlos António Alves Duarte	486.526	330.243	-	816.769			
Manuel Francisco Rosa da Silva	486.526	330.243	-	816.769			
Pedro Humberto Monteiro Durão Leitão	486.526	247.682	-	734.208			
Shakhaf Wine (a)	486.526	330.243	-	816.769			
	<b>3.614.193</b>	<b>2.439.289</b>	<b>-</b>	<b>6.053.482</b>			
<b>Comissão de Auditoria</b>							
João Manuel de Mello Franco	271.404	-	-	271.404	Presidente	Vogal	Vogal
José Guilherme Xavier de Basto	126.574	-	-	126.574		Vogal	
Mário João de Matos Gomes (b)	183.736	-	-	183.736		Vogal	
	<b>581.714</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>581.714</b>			
<b>Conselho de Administração</b>							
Henrique Manuel Fusco Granadeiro	617.812	-	652.500	1.270.312		Presidente	Presidente
Amílcar Carlos Ferreira de Moraes Pires	44.058	-	-	44.058			
Fernando Magalhães Portella (c)	8.154	-	-	8.154			
Francisco Teixeira Pereira Soares	132.174	-	-	132.174		Vogal	Vogal
Gerald Stephen McGowan	75.528	-	-	75.528		Vogal	
João Nuno de Oliveira Jorge Palma (d)		-	-			Vogal	
Joaquim Aníbal Brito Freixial de Goes	118.786	-	-	118.786		Vogal	Vogal
José Pedro Cabral dos Santos (d)		-	-				
Maria Helena Vaz de Carvalho Nazaré	44.058	-	-	44.058			
Milton Almicar Silva Vargas	75.528	-	-	75.528			Vogal
Nuno Rocha dos Santos de Almeida e Vasconcellos	69.234	-	-	69.234			
Otávio Marques Azevedo	75.528	-	-	75.528			Vogal
Paulo José Lopes Varela	87.316	-	-	87.316		Vogal	
Rafael Luís Mora Funes	118.786	-	-	118.786		Vogal	Vogal
Pedro Jereissati (e)	68.090	-	-	68.090			
	<b>1.535.052</b>	<b>-</b>	<b>652.500</b>	<b>2.187.551</b>			
	<b>5.730.959</b>	<b>2.439.289</b>	<b>652.500</b>	<b>8.822.747</b>			

(a) A remuneração do Administrador Executivo Shakhaf Wine é paga através da PT Brasil, subsidiária da PT no Brasil, e em moeda local, sendo apresentado na tabela o contravalor em euros. (b) Para além do montante referido no quadro *supra* pago pela PT, o Administrador não Executivo Mário de Matos Gomes auferiu ainda uma remuneração no montante de 7.838 euros paga pela Previsão – Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, S.A. pelas funções de Presidente do Conselho Fiscal nela desempenhadas. (c) O administrador Fernando Magalhães Portella foi designado por cooptação para o exercício de funções em 25 de outubro de 2012. (d) Os Administradores não Executivos João Nuno de Oliveira Jorge Palma e José Pedro Cabral dos Santos prescindiram de remuneração por incompatibilidade com outras obrigações profissionais. (e) O Administrador não Executivo Pedro Jereissati renunciou às funções que exercia na PT em 25 de outubro de 2012.

# 02

## ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

### Política de remuneração dos Administradores não Executivos, incluindo os membros da Comissão de Auditoria

A compensação dos membros não executivos do Conselho de Administração, incluindo os membros da Comissão de Auditoria, segue um modelo rígido determinado por uma compensação anual fixada pela Comissão de Vencimentos (a abonar 14 vezes por ano), sem senhas de presença.

Esta remuneração fixa tem em consideração o facto de alguns administradores também exercerem funções em alguma(s) da(s) comissão(ões) delegada(s) do Conselho de Administração, com vista a apoiar o exercício da sua função de supervisão, bem como o desempenho de poderes próprios não delegáveis, e também o facto de serem considerados independentes nos termos e para os efeitos do disposto no n.º 5 do artigo 414.º do Código das Sociedades Comerciais. Em particular, o Presidente de qualquer comissão interna do Conselho (que não acumule o cargo de Presidente do Conselho de Administração, da Comissão Executiva ou da Comissão de Auditoria) assim como os membros independentes que integrem mais do que uma comissão interna recebem um suplemento correspondente a duas vezes a remuneração de um Vogal.

Do mesmo modo, esta remuneração fixa pondera o desempenho de funções como membro do órgão de fiscalização, em especial como Presidente ou como Vogal especialista financeiro no seio da Comissão de Auditoria, tendo em conta que o desempenho de funções neste órgão social implica o cumprimento não só das normas portuguesas como das regras imperativas a que a Sociedade se encontra sujeita, enquanto *foreign private issuer* com valores admitidos à negociação na *New York Stock Exchange* ("NYSE"), designadamente as decorrentes do *Sarbanes-Oxley Act* e da regulamentação da *Securities and Exchange Commission* e da NYSE.

A remuneração do Presidente do Conselho de Administração da PT SGPS corresponde a uma quantia fixa anual indexada à remuneração anual fixa do Presidente da Comissão Executiva, sem incluir uma componente variável. Este facto não invalida a capacidade reconhecida à Comissão de Avaliação do Conselho de Administração de vir a propor à Comissão de Vencimentos a atribuição de um prémio ao Presidente do Conselho de Administração, no final do mandato, em função da avaliação do desempenho das suas funções (nomeadamente no que se refere às suas competências estatutárias), sem estar porém dependente do desempenho da Sociedade. Pretende-se assim que nenhum dos Administradores não Executivos, incluindo o Presidente do Conselho de Administração, tenha qualquer parcela da sua remuneração dependente do cumprimento de objetivos pré-fixados, por forma a evitar que a independência daqueles face à gestão executiva pudesse ser afetada.

Deste modo, em linha com a Recomendação da CMVM n.º II.1.5.1, ainda que esta política remuneratória esteja estruturada de modo a permitir um alinhamento com os interesses da Sociedade e um nível remuneratório que promova o adequado desempenho, não está prevista qualquer forma de remuneração variável para os membros não executivos do órgão de administração nem para os membros do órgão de fiscalização (sem prejuízo da possibilidade de atribuição de um prémio ao Presidente do Conselho de Administração, nos termos descritos no parágrafo anterior).

### Política de remuneração dos Administradores Executivos

A remuneração dos membros da gestão executiva tem em consideração a *performance* da PT SGPS, no curto e médio prazo, bem como o face a outras empresas comparáveis do setor na Europa. Os montantes auferidos pelos membros da Comissão Executiva ao abrigo desta política remuneram o respetivo desempenho de funções na PT SGPS e em sociedades integralmente detidas por esta em cada exercício.

A remuneração dos Administradores Executivos é composta por uma vertente fixa e por outra variável, conforme se descreve de seguida.

#### a. Remuneração fixa

O valor da remuneração fixa da equipa executiva foi determinado tendo em conta um estudo de *benchmarking* alargado com empresas cotadas nas principais praças financeiras, o qual abrangeu cerca de 140 empresas. No referido estudo, foram analisadas empresas pertencentes aos segmentos *Tier 1 Telecom* da Europa (que inclui a Deutsche Telekom, a France Telecom, a British Telecom, a Telecom Itália e a Telefónica) e *Tier 2 Telecom* da Europa (que inclui a KPN, a Belgacom, a Telenor e a Telecom Áustria) e também empresas que integram os segmentos USA Telecom Setor; TOP 5 UK, USA e Brasil; IBEX 35; CAC40 e DJ Eurostoxx 50.

O referido estudo permitiu concluir que a remuneração total fixada para os membros da Comissão Executiva no anterior mandato na comparação com o *Tier 2* do setor na Europa se encontrava genericamente em linha com o 2º quartil, situando-se a remuneração fixa do Presidente da Comissão Executiva abaixo desse quartil.

Na determinação desta componente fixa, foi também tido em conta que as remunerações do Presidente da Comissão Executiva e dos vogais da Comissão Executiva sofreram, no mandato que terminou em 31 de dezembro de 2011, por iniciativa do Presidente da Comissão Executiva, uma redução de 10% face à remuneração fixada para o mandato anterior. Deste modo, e tendo em conta a linha de continuidade seguida na definição da composição da Comissão Executiva tal como se encontra proposta, bem como a magnitude do desafio de execução operacional nos diversos mercados estratégicos em que o Grupo PT se encontra presente, entende-se dever ser mantido o mesmo nível de remuneração fixa definida no mandato 2009-2011.

#### b. Remuneração variável

Na fixação da componente variável da remuneração dos membros executivos do Conselho de Administração teve-se também em consideração que durante o exercício de 2011 se procedeu a uma alteração da política de remuneração até à data em vigor por forma a acolher as alterações no plano legislativo e recomendatório que haviam sido introduzidas recentemente e que se entendeu deverem continuar a ser adotadas.

No contexto de tais alterações, entendeu-se dever ser simplificado o modelo de remuneração variável (cujas componentes em 2011 passaram a designar-se por remuneração variável anual e remuneração variável de médio prazo) estabelecendo-se agora uma remuneração variável única atribuída anualmente mas com a manutenção da verificação dos níveis de sustentabilidade da Empresa implícita na opção pelo diferimento por um período de três anos do pagamento de 50% da remuneração variável, condicionado à manutenção do desempenho positivo da Sociedade nas condições definidas. Deste modo, mantém-se uma ligação entre a remuneração variável e a consecução das metas de médio e longo prazo da Sociedade de acordo com as melhores práticas seguidas a nível nacional e internacional.

A remuneração variável dos Administradores Executivos encontra-se dependente da consecução dos objetivos fixados e poderá ascender até 160% da remuneração fixa (sendo 50% diferido por um período de três anos conforme descrito abaixo) no caso de consecução de 100% dos objetivos definidos, em linha com os valores fixados na política de remunerações do mandato anterior.

A política de remuneração variável na PT SGPS rege-se pelos seguintes princípios orientadores destinados a assegurar um claro alinhamento entre os interesses dos Administradores Executivos e os interesses da Sociedade, em harmonia com a Recomendação da CMVM n.º II.1.5.1:

- A prossecução e realização de objetivos, através da qualidade, capacidade de trabalho, dedicação e *know-how* do negócio;
- Uma política de incentivo e de compensação da PT SGPS que permita a atração, a motivação e manutenção dos “melhores profissionais” existentes no mercado e, bem assim, a estabilidade da equipa executiva;
- A implementação de uma filosofia de gestão profissionalizada e consubstanciada na definição e controlo da realização de objetivos ambiciosos (mas atingíveis) e mensuráveis de curto e de médio-longo prazo, tendo assim em conta a evolução do desempenho da empresa e do Grupo;

# 02

## ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

- O desenvolvimento de uma cultura de orientação para o mercado e suas *best practices*, medida, sempre que possível, através da comparação da *performance* dos objetivos da empresa com um conjunto de empresas e/ou organizações no seu mercado de referência (nacional e internacional);
- A prossecução da excelência na gestão, através de um conjunto de práticas empresariais de referência, que possibilitem à empresa a obtenção do equilíbrio e da sustentabilidade empresarial. Para tal, tem vindo a ser implementada uma filosofia de gestão que desenvolve a sua atividade em três dimensões: económica, ambiental e social.

Não existem atualmente planos de atribuição de ações ou de opções de aquisição de ações em vigor na Sociedade.

A avaliação do desempenho dos Administradores Executivos do Grupo foi indexada à prossecução de objetivos ao nível do Grupo.

A determinação da remuneração variável a atribuir por conta do desempenho do exercício é determinada com base numa percentagem da remuneração fixa anual, calculada utilizando a média ponderada do grau de consecução de um conjunto de indicadores ligados ao desempenho e sustentabilidade da Sociedade, sendo que para cada um dos indicadores deverá atingir-se no mínimo 85% dos objetivos estabelecidos para esse indicador.

Em cada ano do mandato em curso, apenas 50% da remuneração variável fixada relativamente ao exercício em causa é paga em numerário pela Sociedade, sendo diferido o pagamento dos 50% remanescentes por um período de três anos, ficando o pagamento de tal remuneração variável a cada membro da Comissão Executiva condicionado a que o desempenho positivo da Sociedade como tal considerado pela Comissão de Avaliação no período de diferimento não seja comprovadamente afetado em consequência direta de conduta do administrador em causa. Na verificação do desempenho positivo da Sociedade no período considerado, a Comissão de Avaliação terá em conta os indicadores que venham a ser definidos, a conjuntura económica e financeira da Sociedade, do país e do contexto internacional, bem como do setor em que o mesmo se insere, para além de fatores excecionais e que não se encontrem sob o controlo da gestão e que possam afetar o desempenho da Sociedade.

Caso o Administrador Executivo cesse por qualquer motivo as suas funções, o pagamento dos montantes da remuneração variável determinados e que se encontrem diferidos será efetuado no momento da cessação da relação de administração, desde que até essa data o desempenho positivo da Sociedade como tal considerado pela Comissão de Avaliação não seja comprovadamente afetado em consequência direta de conduta de tal administrador.

Após a determinação da remuneração variável de acordo com esta metodologia, a Comissão de Vencimentos pode aumentar ou diminuir em até 10% a remuneração variável do Presidente da Comissão Executiva e dos seus demais membros, sob proposta, respetivamente, do Presidente do Conselho de Administração e do Presidente da Comissão Executiva. Em qualquer caso, e ainda que o grau de consecução dos objetivos pré-definidos seja superior a 100%, o montante de remuneração variável não superará em mais de 12,5% a remuneração variável correspondente à consecução de 100% dos objetivos acrescida da referida majoração.

### **Alinhamento dos interesses dos administradores com o interesse da Sociedade**

Conforme resulta do acima exposto, a remuneração variável dos Administradores Executivos da PT SGPS encontra-se dependente do seu desempenho, bem como da sustentabilidade e da capacidade de atingir determinados objetivos estratégicos do Grupo.

A atual política remuneratória permite ainda, tal como foi confirmado no estudo de *benchmarking* acima referido, um equilíbrio globalmente razoável entre as componentes fixa e variável e o diferimento de parte significativa da remuneração variável, ficando o seu pagamento condicionado à não afetação do desempenho positivo da Sociedade ao longo desse período nos termos acima descritos.

Desta forma, procura-se contribuir para: (i) a maximização do desempenho a longo prazo e o desincentivo da assunção excessiva de risco; (ii) a prossecução dos objetivos estratégicos do Grupo e o cumprimento das regras aplicáveis à sua atividade; e (iii) o alinhamento dos interesses da gestão com os interesses da Sociedade e dos seus Acionistas.

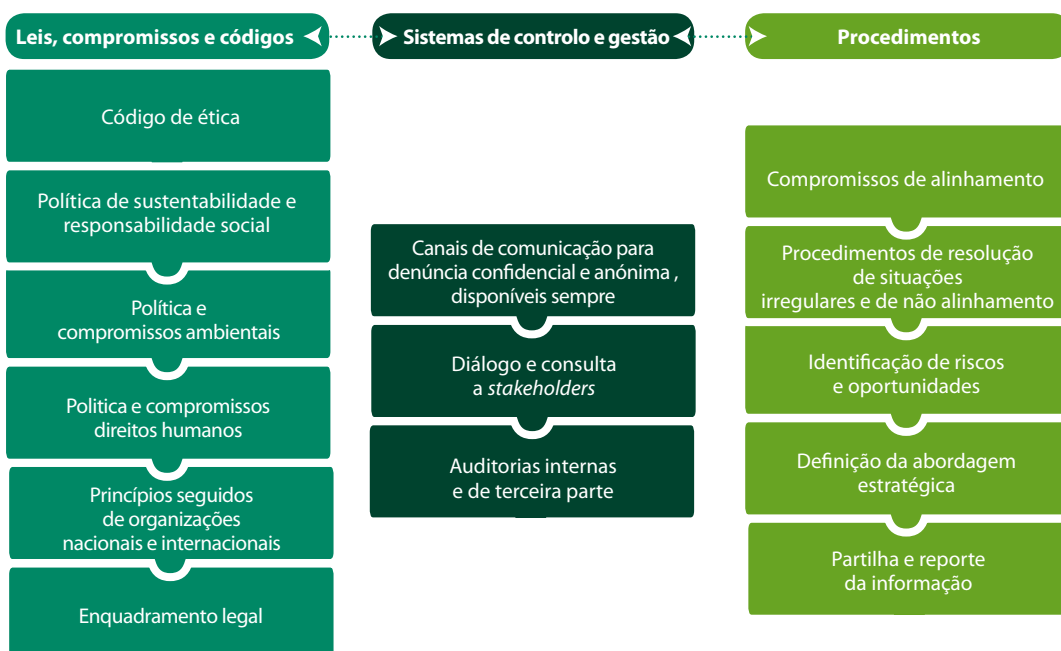
Ainda com vista a reforçar a componente de avaliação do desempenho dos administradores, salvo acordo ou deliberação da Comissão de Vencimentos em contrário, a Sociedade e os seus administradores devem atuar em conformidade com os seguintes princípios:

- 1) Os administradores não devem celebrar contratos, quer com a Sociedade quer com terceiros, que tenham por efeito mitigar o risco inerente à variabilidade da remuneração que lhes for fixada pela Sociedade;
- 2) O desadequado desempenho pode afetar o grau de cumprimento dos *supra* mencionados objetivos e, consequentemente, a remuneração variável em sede de avaliação individual e coletiva;
- 3) Em caso de destituição ou de cessação por acordo da relação de administração não será paga qualquer compensação aos administradores quando a mesma for devida comprovadamente ao seu desadequado desempenho.

## 4. Transparência e cumprimento na cadeia de valor

O alinhamento com a legislação vigente e com os Códigos de Conduta e políticas adotadas é no entender da PT condição essencial para a preservação da ética e da sustentabilidade empresarial.

O modelo de controle existente, contempla as áreas económica / financeira e as área do *triple bottom line*: ética, ambiente e sociedade.



# 02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

## Sistema de controlo interno

O Sistema de Controlo Interno implementado na PT foi baseado num modelo internacionalmente reconhecido - COSO (*Committee of Sponsorship Organizations of the Treadway Commission*) -, fazendo uso dos *layers* estabelecidos nesse modelo, nomeadamente: (i) Controlos de alto nível (*Entity Level Controls*); (ii) Controlos de Sistemas de Informação (*IT Level Controls*); e (iii) Controlos ao nível dos processos (*Process Level Controls*).

O Núcleo de Controlo Interno, que reporta hierarquicamente ao CFO e funcionalmente à Comissão de Auditoria, tem como responsabilidade promover uma visão do sistema de controlo interno estruturado, sustentável e orientado para a gestão dos riscos identificados pela organização, não exclusivamente vocacionado para a compliance com normativos aplicáveis.

A identificação das unidades de negócio e processos sobre os quais se procede ao desenho, implementação de controlos e melhoria de controlos já existentes, tem por base a identificação de riscos efetuada pelos principais responsáveis do Grupo, os resultados do processo de gestão, a respetiva materialidade e, por fim, os eventuais requisitos legais.

## 4.1. Identificação de irregularidades através de canais de comunicação disponibilizados e procedimentos de resolução

Para qualquer pessoa que disponha de evidências de algum tipo de irregularidade relativamente aos códigos e princípios definidos, a PT disponibiliza instrumentos de denúncia, que garantem confidencialidade do seu conteúdo e o anonimato do seu autor.

Reforçando a transparência de gestão, assegurada pelos vários sistemas de controlo interno – que, por sua vez, são auditados por empresas e organizações externas e independentes –, foi adotado um “Sistema de Participação Qualificada de Práticas Indevidas” (SPQPI), internacionalmente conhecido por *Whistleblowing*, cujas linhas mestras e procedimentos são os seguintes:

### Participação qualificada de práticas indevidas

Participar, por mensagem eletrónica, em canal encriptado, uma ocorrência ou suspeita fundada da verificação de factos, por parte de quem conheça ou tenha razões consistentes para supor que existam evidências das seguintes situações:

- violação de lei, regra ou regulamento;
- má gestão;
- abuso de autoridade;
- elevado desperdício de fundos.

É considerada, neste âmbito, “prática indevida” qualquer questão respeitante a contabilidade, relatórios financeiros ou auditoria, ou outras matérias conexas relevantes e pode ser comunicada por alguém – tanto exterior à PT (acionista, cliente ou fornecedor), como seu colaborador – que, direta ou indiretamente, dela tenha notícia.

Este canal está disponível na *intranet* e no *website* corporativo do grupo e a sua utilização tem assumido o seguinte perfil:

### Participação qualificada de práticas indevidas

	2009	2010	2011	2012
Participações recebidas	31	20	12	14
Participações já resolvidas	21	18	11	12
Participações em análise	10	2	1	2

As participações anónimas e confidenciais diminuíram ao longo dos últimos anos, o que traduz um equilíbrio relacional tendencialmente mais estável.

### Participação de ocorrências de responsabilidade social

Desde 2010, os colaboradores contam com outro canal de denúncia, igualmente confidencial e anónimo e mais adequado a questões do quotidiano laboral, relacionadas com ética no relacionamento, sustentabilidade ambiental e responsabilidade social.

#### Participação de ocorrências sobre relacionamento, ambiente e responsabilidade social

	2010	2011	2012
Condições ambientais	0	0	0
Saúde e Segurança no trabalho	1	0	0
Relações laborais, direitos humanos e discriminação	1	1	1

As denúncias são analisadas e sujeitas a planos corretivos de melhoria cujos resultados, por sua vez, são avaliados e monitorizados. Nos casos de manifesta violação aos códigos de conduta vigentes a abordagem é reforçada e obedece a procedimentos disciplinares com implicações legais.

Os procedimentos de resolução de ocorrências relacionadas com direitos humanos ou preservação ambiental, estão disponibilizados no *website* corporativo <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Sustentabilidade/DireitosHumanos/PrincipiosProcedimentos/>  
<http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Sustentabilidade/fornecedores/>

### Provedoria do Cliente

A Provedoria do Cliente, dispõe de um canal de comunicação *online* onde recebe e avalia as reclamações de clientes que se sentem insatisfeitos depois de esgotadas as soluções apresentadas por outras áreas da empresa.

#### Provedoria do Cliente

	2010	2011	2012
Participações	15.600	21.084	28.851

As participações recebidas na Provedoria do Cliente têm registado aumentos de ano para ano durante os últimos anos, sobretudo após o lançamento dos novos serviços de banda larga, nomeadamente os serviços de Televisão multiplataforma e suportados em IPTV, após o encerramento da rede de Televisão Digital Terrestre e, por último, a par do forte e crescente constrangimento económico que a Europa está a enfrentar.

O perfil das participações registadas e resolvidas em 2012, foi o seguinte:

#### Temas Provedoria do Cliente | 2012

	%
Faturação / Pagamentos	50
Relacionamento / Atendimento	5
Avarias Técnicas	28
Alterações contratuais	10
Outras situações dispersas	7



# 02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO

Todas as situações apresentadas e avaliadas na Provedoria do Cliente são resolvidas de acordo com as expectativas dos clientes e num espaço de tempo curto que, de acordo com a avaliação da urgência da situação, tem variado entre 4 e 24 horas.

## 4.2. Identificação de irregularidades através de auditorias e/ou consulta a *stakeholders*

As auditorias e a consulta a *stakeholders* permitem à empresa identificar os níveis de alinhamento dos seus *stakeholders* com os Códigos de Conduta, políticas e procedimentos definidos.

### Código de Ética

As situações registadas abaixo foram identificadas e confirmadas no âmbito da atividade diária da empresa e implicaram apuramento de responsabilidades dos infratores nos termos e normas legais aplicáveis à situação.

Violações ao Código de Ética	5 Colaboradores
Tolerância zero	5 Despedimentos

### Alinhamento da cadeia de fornecedores com a Política de Sustentabilidade e Responsabilidade Social

Os dados constantes do quadro abaixo referem os níveis de alinhamento entre as políticas e práticas da PT comparadas com as verificadas em cada fornecedor – que evidenciam melhorias gerais face ao ano anterior e uma melhoria significativa no que se relaciona com Saúde e Segurança no Trabalho na maioria das empresas adjudicadas.

#### Alinhamento da cadeia de fornecedores contratados\*

	2011	2012
<b>Fornecedores verificados</b>	<b>97%</b>	<b>89%</b>
Conduta e relações laborais	86%	89%
Trabalho infantil	0%	0%
Saúde e Segurança no Trabalho	84%	94%**
Preservação e gestão ambiental	71%	74%

Durante o ano de 2012:

\*Não se registaram denúncias sobre fornecedores através dos canais de comunicação confidenciais e anónimos;

\*\*Foi identificada, através dos sindicatos do setor, uma situação de condições laborais deficientes numa obra de construção civil a ser realizada por uma empresa subcontratada pela empresa contratada pela PT; Esta situação foi resolvida em 24 horas, de acordo com o plano de correção acordado entre a PT e a empresa contratada para o efeito, e a avaliação efetuada aos trabalhadores não registou qualquer situação de risco. Perante o registo desta situação, a PT está a considerar incorporar nos cadernos de encargos, o total comprometimento das empresas contratadas para que façam refletir os mesmos princípios de responsabilidade social corporativa nas empresas que venham a subcontratar.

## Entidades reguladoras e supervisoras da atividade do setor a nível nacional

A PT, além de assumir o compromisso de cumprir escrupulosamente o quadro legal vigente, mantém uma atitude de diálogo e de proactividade junto das entidades reguladoras, participando nas reuniões para que é convidada, colaborando com opiniões e sugestões devidamente fundamentadas e acatando as decisões tomadas.

A PT dispõe, a nível corporativo, de unidades orgânicas que têm por objetivo interpretar as recomendações e deliberações das entidades reguladoras, bem como, dinamizar o diálogo entre todos. A PT tem mantido uma atitude de diálogo e cooperação com estas entidades, participando de modo ativo nas suas diversas iniciativas: recomendações, escrutínios e partilha de informação.

ANACOM – Autoridade Nacional das Comunicações  
ERC – Autoridade Reguladora para a Comunicação Social  
AdC – Autoridade da Concorrência  
CNPD – Comissão Nacional para a Proteção de Dados  
Governo Português  
CE – Comissão Europeia  
BEREC – Body of European Regulators for Electronic Communications

Temas abordados e resultados de escrutínios / auditorias e consultas, disponíveis nos *websites* de cada entidade.

As decisões finais sobre os processos de conflito são integralmente acatadas pela empresa.

## Processos legais e contingências fiscais consolidadas

Em 31 de dezembro de 2012 e 2011, existem diversos processos judiciais, arbitrais e contingências fiscais intentados contra diversas empresas do Grupo, para os quais o risco de perda foi classificado como provável, de acordo com a IAS 37 “Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes”. Com base na opinião dos seus consultores jurídicos internos e externos, o Grupo registou provisões (Nota 42) para estes processos judiciais, arbitrais e contingências fiscais para fazer face à saída provável de recursos, como segue:

	(euros)	
	2012	2011
Responsabilidade cível	422.963.377	497.475.067
Responsabilidade laboral	186.174.481	252.874.349
Outras responsabilidades	4.752.468	4.274.712
<b>Sub-total</b>	<b>613.890.326</b>	<b>754.624.128</b>
Impostos	158.305.066	168.405.737
<b>Total</b>	<b>772.195.392</b>	<b>923.029.865</b>

Em 31 de dezembro de 2012 e 2011, o total das provisões inclui o efeito da consolidação proporcional de entidades controladas conjuntamente, nos montantes de 681 milhões de euros e 839 milhões de euros (Nota 49.3), respetivamente. Excluindo este efeito, as provisões ascenderam a 91 milhões de euros e 84 milhões de euros em 31 de dezembro de 2012 e 2011, respetivamente.

Em 2012, a redução no total das provisões consolidadas é essencialmente explicada por uma redução na Oi, refletindo o impacto da depreciação do Real brasileiro face ao Euro e, numa base de moeda constante, uma redução nas provisões para processos laborais e cíveis.

# 03

## INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32

## 03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68	1. INVESTIMENTO EM I&D E INOVAÇÃO	54
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88	2. MODELO DE I&D E INOVAÇÃO	56
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118	3. REDE DE PARCERIAS	59
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130	4. ÁREAS DE INTERVENÇÃO	61
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138	4.1. Estender a cultura de inovação a toda a cadeia de valor	62
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160	4.2. Oferta de mercado ambiental e socialmente responsável	63
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	4.3. Eficiência energética	66
NOTAS METODOLÓGICAS	190	4.4. Ética e segurança	67
ÍNDICE REMISSIVO	194		
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208		

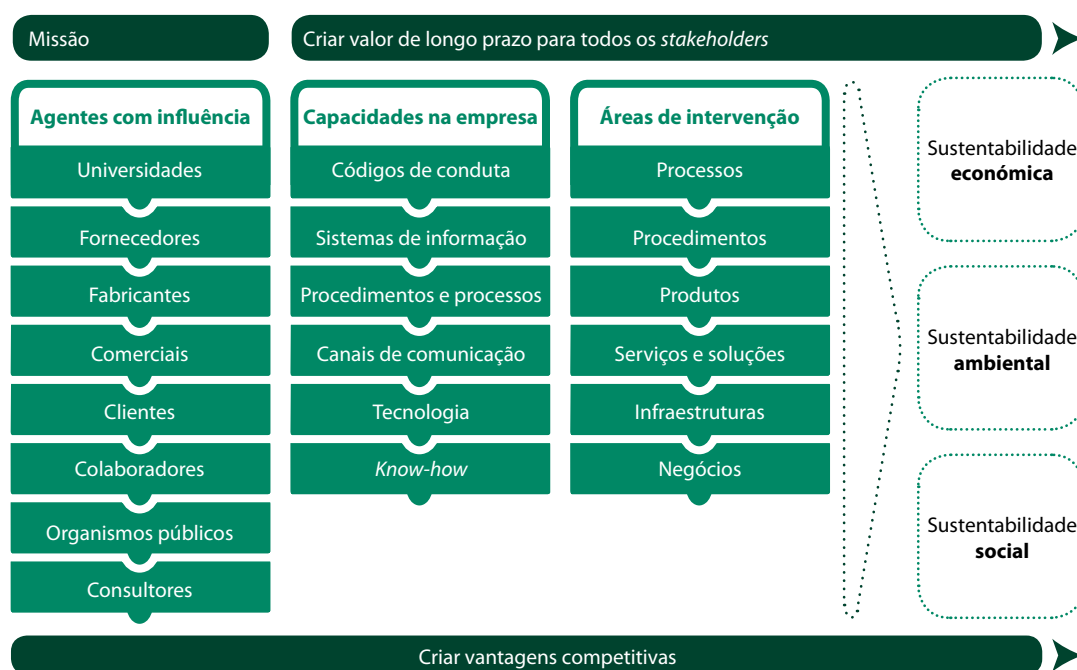
# 03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

A atividade das TIC não pode estar indiferente às transformações que a sociedade está a enfrentar aos níveis económicos, ético, social e ambiental. As alterações climáticas e os seus impactes na vida dos cidadãos e das empresas, as clivagens cada vez mais acentuadas entre ricos e pobres, a escassez de acesso a fontes de conhecimento credíveis, a globalização dos mercados e do acesso à informação, são alguns exemplos das tendências que se têm vindo a acentuar à escala global e que, direta e indiretamente, afetam os negócios das empresas.

Perante este cenário de mudança, não podemos continuar a fazer “Negócio como de costume”, uma vez que os métodos tradicionais já não são sinónimo de sustentabilidade das empresas nem da sociedade. É urgente refletir, repensar e reajustar os modelos de gestão e de negócios e adaptá-los à nova realidade.

Foi neste contexto que a área de Inovação na PT alargou as suas fronteiras, adicionando à tecnologia novos intervenientes e novas áreas de intervenção: processos, organização, ambiente, matérias-primas, reciclagem, processos de fabrico, processos de distribuição, entre outros, passaram a fazer parte do modelo de I&D e Inovação. Temos um novo ecossistema de investigação, desenvolvimento e inovação que nos permite acompanhar a evolução das transformações da sociedade e, ao mesmo tempo, alavancar vantagens competitivas em toda a cadeia de valor.

## ECOSSISTEMAS DE I&D E INOVAÇÃO



## 1. Investimento em I&DI

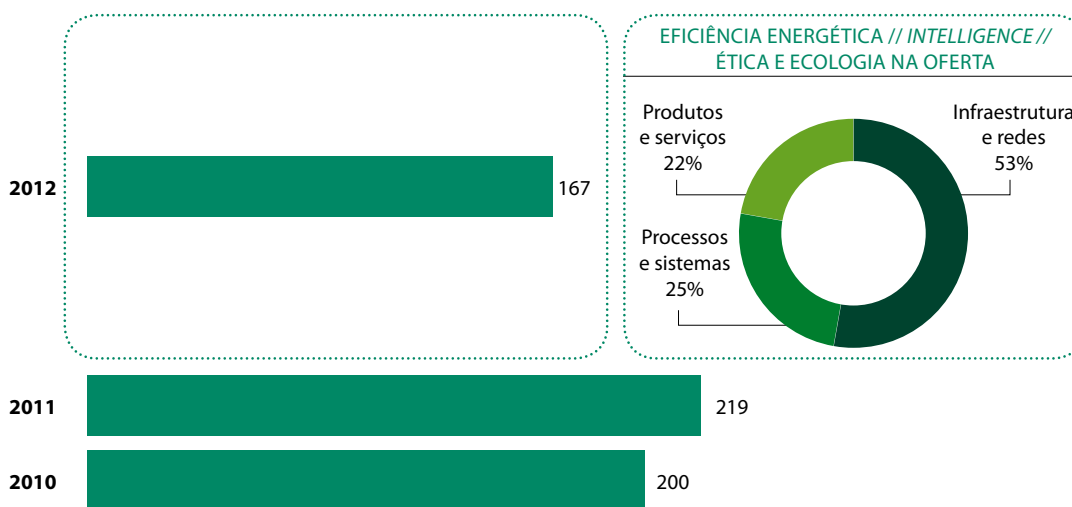
No contexto competitivo do universo das telecomunicações, e tendo em consideração o enquadramento económico e social que atravessamos na Europa, o investimento em Investigação & Desenvolvimento (I&D) e as subsequentes inovações implementadas, têm revelado ser fatores de criação de valor para as empresas do Grupo, criando impacto positivo nos acionistas, clientes, colaboradores, fornecedores e no ambiente e sociedade em geral.

A Investigação & Desenvolvimento a par das parcerias estabelecidas com entidades nacionais e internacionais ligadas à ciência e ao conhecimento são para a PT alicerces fundamentais na recriação de condições

económicas, sociais e ambientais capazes de garantir, a cada dia, um futuro equilibrado. O último triénio, revelou contribuir para enfrentar proactivamente a atual conjuntura socioeconómica, alavancando os níveis de competitividade na oferta de produtos e serviços ao mercado e uma maior eficiência e sustentabilidade nas infraestruturas, nos processos, na distribuição e utilização.

A PT é uma das empresas portuguesas que mais investe em I&D. Em 2012, investiu cerca de 167 milhões de euros e no último triénio já totalizou 586 milhões de euros.

MONTANTE INVESTIDO EM I&D (milhões de euros)



## PT é dos operadores que mais investe em I&D no mundo

De acordo com o estudo *The 2012 EU Industrial R&D Investment Scoreboard*, a PT é o 6.º operador de telecomunicações do mundo com maior investimento em investigação e desenvolvimento (I&D), em percentagem de receitas.

• **A nível mundial**

O estudo da Comissão Europeia, que contemplou as 1500 empresas que mais investem em I&D no mundo, coloca a PT no 6.º lugar no setor das telecomunicações com uma percentagem sobre as receitas de 3,6%. O valor é superior à média do setor que atinge os 2,4%.

• **A nível europeu**

De acordo com análise, a PT é ainda o 2.º operador de telecomunicações da Europa com maior investimento nesta área registando uma percentagem sobre as receitas de 3,6%, também acima da média do setor na Europa, que neste caso atinge 1,4%.

• **A nível nacional**

O estudo revela que, tal como no ano passado, a PT continua a ser empresa portuguesa que mais investe em I&D, com um valor absoluto de 219 milhões de euros, em 2011 e 167 milhões em 2012.

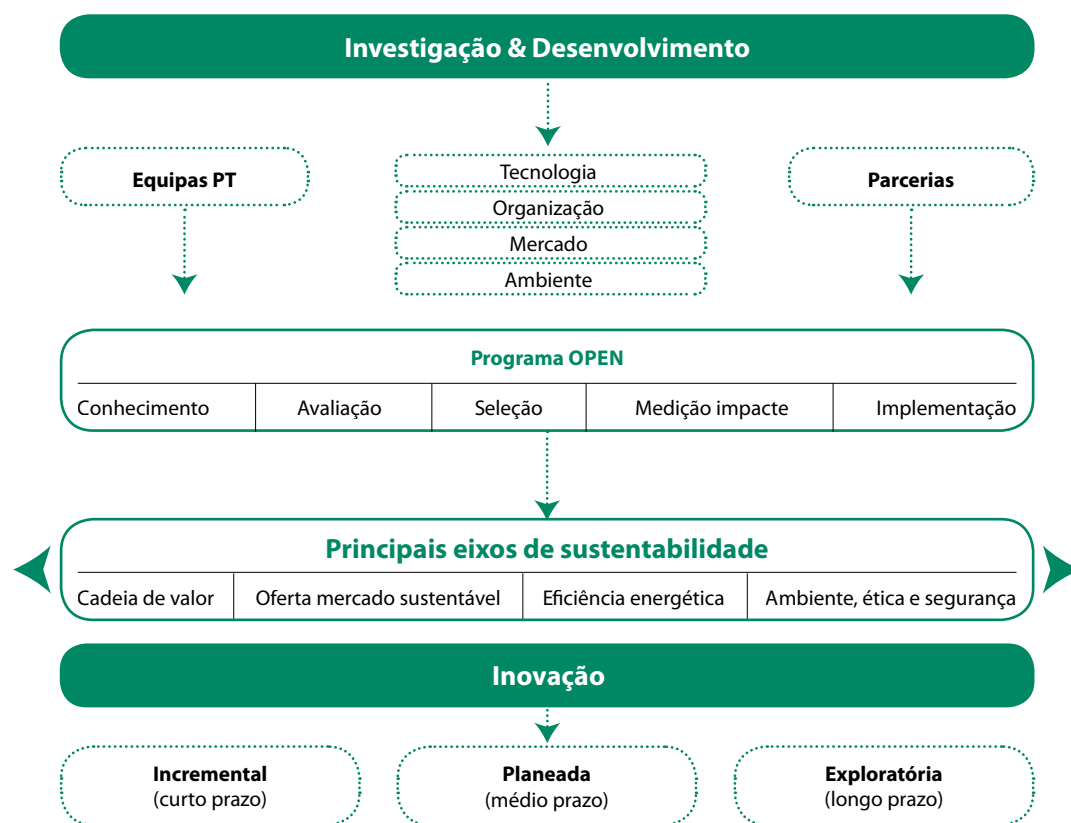
## Patentes provisórias e definitivas obtidas

Em termos de criação intelectual, a Portugal Telecom entregou, em 2012, dois pedidos provisórios de patentes, sendo um deles um pedido internacional de patente PCT (*Patent Cooperation Treaty*), e converteu uma patente provisória em patente definitiva.

# 03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

## 2. Modelo de I&D e Inovação

O modelo de I&DI utilizado na PT visa ser inovador e mobilizador de toda a organização. Para além das unidades organizativas dedicadas à Investigação & Desenvolvimento e das áreas de concretização dos projetos, a génese deste novo modelo motiva e integra a iniciativa e a participação de todos os colaboradores da empresa, entre outros intervenientes.



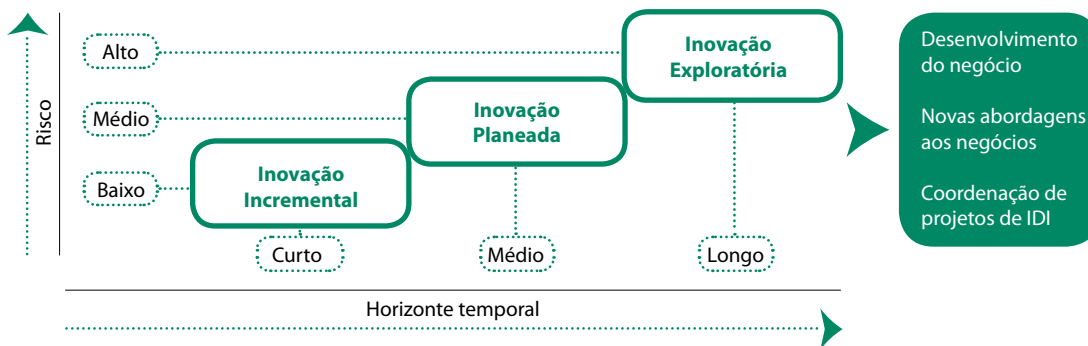
**Programa OPEN**  
 Através do Programa OPEN, iniciado em 2009, a Portugal Telecom promove uma cultura de inovação por toda a empresa. Com este programa, identificam-se sinergias nas várias iniciativas de inovação levadas a cabo pelas diversas áreas da empresa, garantindo a correta alocação de capital e monitorizando os resultados obtidos. Para além das unidades internas que se dedicam à investigação e desenvolvimento, a PT participa num ecossistema de inovação com um conjunto alargado de *stakeholders*, incluindo fornecedores, outros operadores, universidades e centro de investigação.

A gestão das iniciativas de I&DI é feita de acordo com os respetivos horizonte temporal e perfil de risco, por forma a garantir a coerência nas iniciativas de I&DI e alinhamento com a estratégia do negócio (ver figura).

- **Inovação Incremental** – medidas de curto prazo para melhoria contínua;
- **Inovação Planeada** – desenvolvimentos de oferta de produtos e serviços a médio prazo;
- **Inovação Exploratória** – análise das principais tendências a nível tecnológico, eco eficiente e comportamental, que configuram a evolução do setor a longo prazo.



ESTRATÉGIA // I&DI



## Inovação Incremental, Planeada e Exploratória

O setor das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) tem um ritmo muito acelerado de mudança. A Portugal Telecom criou um modelo de IDI que permite o acompanhamento simultâneo das mudanças previstas no curto-prazo (**Inovação Incremental**), no médio prazo (**Inovação Planeada**, num horizonte temporal máximo de 3 anos) e das tendências gerais do setor no longo-prazo (**Inovação Exploratória**). Desta forma, a Portugal Telecom assegura a sustentabilidade do processo de inovação.

### Inovação Incremental

Com uma perspetiva de curto prazo (até 1 ano), a Fábrica Incremental funciona numa lógica diária e desafia todos os colaboradores da PT a contribuir com ideias inovadoras que produzam melhorias contínuas operacionais e nos produtos e serviços da PT. Visa aprofundar uma cultura de inovação com reflexo no dia a dia de cada colaborador, potenciando a inovação como um dos principais *drivers* de crescimento, que não se esgota apenas em novos produtos e serviços, mas também considera novos modelos de negócio e segmentos de mercado, melhoria da experiência do cliente, maior eficiência operacional e uma nova cultura e comportamentos. A Fábrica Incremental gere o Mercado de Ideias, cujo principal objetivo é convidar os colaboradores a participar nos principais desafios da Gestão.

#### Inovação Incremental

Em 2012 mais de 2.500 colaboradores participaram ativamente, contribuindo com **2.437 ideias**. No total foram implementadas **53 ideias** nas seguintes áreas: melhoria do relacionamento com os clientes, novos produtos e serviços, nova cultura e comportamentos socialmente responsáveis, racionalização de consumos e redução de custos.

### Inovação Planeada

Para garantir que as principais tendências observadas no mercado são endereçadas pela Portugal Telecom, o Programa OPEN reforçou a sua colaboração junto das diferentes direções técnicas, operacionais e de negócio, assegurando que o *roadmap* de inovação de médio prazo se encontra totalmente alinhado com as necessidades evolutivas da comunidade em que se insere.

Com base num processo estruturado e periódico, num horizonte temporal de médio prazo, é promovida a identificação de áreas de atuação prioritárias para cada um dos diferentes segmentos de negócio com vista a aumentar a sustentabilidade da empresa. Suportados por metodologias de trabalho que facilitam a inovação, e potenciando a definição de uma visão diferenciadora sobre o futuro, são estruturadas abordagens para a implementação de novas soluções no mercado.

# 03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

## Inovação Planeada

Para cumprir o objetivo de estímulo à criatividade e inovação em toda a organização, a fábrica planeada atua também dinamizando “Laboratórios de Ideias” concebidos para dar resposta a necessidades específicas. Ao longo de 2012, foram realizados diferentes modelos de sessão, desafiando os colaboradores em diversas áreas:

- *Consumer labs* para ajustar a evolução de ofertas específicas;
- *Workshops* para a identificação de novas soluções;
- Sessões para promover a atuação diferenciada na área de responsabilidade social.

## Inovação Exploratória

Para atingir os elevados padrões de competitividade necessários para a sustentabilidade do negócio e a liderança futura, sobretudo num setor de investimento intensivo e evolução rápida como o setor das telecomunicações, a Portugal Telecom dedica um esforço considerável à inovação exploratória. Nesta área, a Portugal Telecom conta com equipas internas dedicadas exclusivamente ao tema, mas também com um ecossistema de inovação constituído por parceiros estratégicos, onde se contam fornecedores, outros operadores, universidades e instituições de investigação de renome, nacionais e internacionais.

### Unidades internas de Inovação Exploratória

A PT Inovação é a empresa do grupo Portugal Telecom que mais se dedica a projetos de Inovação Exploratória, tendo como principal foco a otimização da infraestrutura tecnológica, as plataformas OSS/BSS e as tecnologias para o desenvolvimento de aplicações e serviços.

O SAPO é a entidade dentro do grupo mais orientada para Inovação Exploratória ao nível da integração de *software* e aplicações multiplataforma.

Uma vez que se trata de Inovação Exploratória, o retorno do investimento é mais incerto, pois os projetos obrigam a um horizonte temporal mais alargado. Por forma a diminuir o risco associado, a Portugal Telecom recorre a vários programas nacionais e internacionais de financiamento à inovação. Neste âmbito, em 2012, foram vários os projetos enquadrados em programas como o QREN, o CIP e o FP7, da Comissão Europeia, num leque bastante alargado de áreas de investigação, como saúde, *cloud services* e *cloud networking*, *smart cities*, *machine-to-machine*, gestão de rede (e.x. mobilidade e *off-load*), eficiência energética e gestão de identidades, privacidade e segurança.

### PT Inovação

Em 2012, a PT Inovação desenvolveu vários projetos exploratórios, tanto recorrendo a financiamento interno como através da participação em consórcios no âmbito dos programas nacionais e internacionais de financiamento, sendo de destacar:

- Reforço da Infraestrutura e Avanços Tecnológicos: investigação em planeamento e otimização de redes rádio LTE; experimentação de técnicas de virtualização de rede e de “rede a pedido” (NaaS - *Network as a Service*); demonstração de soluções integradas de *Cloud Networking* (*Cloud* + Rede); criação de uma solução integrada para gestão de recursos e serviços de *Cloud Computing* em ambientes IaaS (*Infrastructure as a Service*) com os sistemas de suporte às operações (OSSs); implementação de um portal integrado de serviços *Cloud*, incluindo as componentes de IaaS, PaaS e NaaS; desenvolvimento de uma aplicação móvel de realidade aumentada baseada em *Computer Vision*; experimentação e prototipagem com tecnologias *web* emergentes: HTML5, NoSQL, *server side JavaScript*; iniciativas e projetos nas áreas da *future internet*, *Smart Cities* e M2M, privacidade e segurança;

- Sustentabilidade Ambiental: avaliação de desempenho de um algoritmo energeticamente eficiente para *handover* macro-femto de acesso híbrido em ambientes urbanos com grande densidade de *Access Points*; melhoria da eficiência energética em redes celulares através da cooperação entre RATs (Projeto C2POWER); *Green Terminals for Next Generation Wireless Systems* (Projeto GreenT);
- Sustentabilidade Social: melhoria do acesso a conteúdos e serviços em países em desenvolvimento. Pilotos em África na área de saúde, agricultura e reflorestação (Projeto VOICES); cuidados primários para serviços AAL (*Ambient Assisted Living*), no Projeto AAL4ALL; criação e aprovisionamento de serviços em ambiente "Internet das Coisas" na área da saúde;
- Segurança: desenho e teste de uma infraestrutura de segurança, autenticação, autorização, partilha e gestão de informação privada no espaço Europeu, envolvendo entidades públicas e privadas (Projeto SEMIRAMIS).

#### SAPO

Com mais de 200 colaboradores dedicados à Inovação Exploratória, o SAPO tem desempenhado um papel cada vez mais ativo no desenvolvimento de novas soluções e produtos *multi-device* e multiplataforma, na criação e partilha de conteúdos e no desenvolvimento das plataformas de publicidade *online*.

O SAPO está ainda presente em vários países onde a Portugal Telecom tem operações, nomeadamente Timor-Leste, Moçambique, Angola, Cabo Verde e São Tomé e Príncipe, levando a sua cultura de inovação a outras geografias.

## 3. Rede de parcerias

### Parcerias estratégicas

Além de desenvolver atividades de investigação e desenvolvimento internamente, a Portugal Telecom faz parte de um ecossistema de inovação, acedendo assim a tecnologia de vanguarda a nível internacional. Através desta rede de parcerias estratégicas – com outras empresas, operadores de referência, fornecedores, clientes, institutos de investigação, universidades – a Portugal Telecom contacta com e participa em projetos de vanguarda, trazendo para os mercados onde opera o que de mais inovador existe ao nível mundial.

A Portugal Telecom procura associar-se a parceiros que com ela partilhem os mesmos princípios de sustentabilidade. É exemplo disso a parceria estratégica que a Portugal Telecom mantém com a SAP, líder do setor de *software* no DJSI, com quem desenvolveu e lançou em 2012 ofertas comerciais com tecnologia de ponta (SAP HANA na plataforma SmartCloudPT).

Neste ecossistema multiplicam-se e complementam-se competências, alavancando-se e partilhando-se conhecimentos. Nele é possível distinguir:

- (a) Parcerias tecnológicas;
- (b) Parcerias estratégicas com operadores de telecomunicações;
- (c) Parcerias com universidades e com institutos de investigação.

### Parcerias tecnológicas

Tecnologia de ponta é essencial para a sustentabilidade do negócio da Portugal Telecom. Por esse motivo, a empresa tem vindo a celebrar parcerias com líderes mundiais nas suas áreas, de forma a conseguir as soluções mais inovadoras e adequadas às necessidades atuais e futuras do mercado de telecomunicações.

# 03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

Uma destas parcerias tecnológicas deu-se no âmbito da implementação das redes de nova geração (FTTH e LTE) em Portugal. Para este fim, a Portugal Telecom selecionou empresas como a Corning, a Cisco e a Huawei para desenvolver soluções adaptadas ao mercado português, preparando a rede da empresa para o futuro.

Na área dos equipamentos, em 2012 mantiveram-se parcerias com fornecedores de referência tais como a Samsung e a ZTE.

Para inovar na oferta comercial, a Portugal Telecom realizou uma parceria com a SAP e também com a Microsoft, lançando produtos e serviços ajustados às necessidades das PME e microempresas, alavancando a competitividade internacional do tecido empresarial nacional e, assim, contribuindo para a sustentabilidade destas empresas e para a economia do país.

## Parcerias com operadoras de telecomunicações

A Portugal Telecom procura realizar parcerias com outras operadoras de telecomunicações, por forma a desenvolver projetos tecnológicos e estabelecer melhores práticas e *standards* internacionais no setor.

Por exemplo, a Portugal Telecom e a Singtel, o operador líder de Singapura, realizaram várias iniciativas conjuntas para partilha de conhecimento, *benchmarks* e boas práticas operacionais e comerciais.

Ao nível do estabelecimento de melhores práticas no setor e *standards* internacionais para uma melhor utilização das TIC, a Portugal Telecom é ativa em vários fóruns internacionais, nomeadamente na ETNO (*European Telecommunications Network Operators' Association*); Broadband Fórum; CENELEC (*European Committee for Electrotechnical Standardization*); DVB (*Digital Video Broadcasting Project*); ETSI (*European Telecommunications Standards Institute*); FIINA (*Forum for International Irregular Network Access*).

## Parcerias com universidades e institutos de investigação

Do ecossistema de inovação fazem ainda parte universidades e institutos de investigação nacionais e internacionais de renome. Nesse âmbito, a Portugal Telecom mantém parcerias nacionais, com as Universidades de Aveiro, Porto, Coimbra, Beira Interior, Lisboa, INESC (Porto e Coimbra), Instituto das Telecomunicações e o Instituto Pedro Nunes; e parcerias internacionais, através do Programa Carnegie Mellon Portugal e com a Universidade Eduardo Mondlane, em Maputo, Moçambique.

Destas parcerias resultam projetos inovadores como os exemplos que se seguem:

- **Reforço da Infraestrutura e Avanços Tecnológicos:** desenvolver tecnologia de gestão de redes IPTV que permitirá melhorar o desempenho e a fiabilidade destas redes (Projeto NeTS - *Next Generation Network Operations and Management*); vídeos interativos que permitem manipular individualmente os objetos multimédia que os compõem, possibilitando a interação com esses objetos para definir diferentes fluxos de reprodução e interação, de forma a proporcionar uma comunicação personalizada (Projeto Vídeo Interativo de Comunicação);
- **Sustentabilidade Ambiental:** desenvolvimento de uma solução para a monitorização das condições ambientais de *data centre*, permitindo uma superior otimização dos custos de implementação e operação da plataforma (Projeto SENODS - *Cyber-Physical Systems Technologies for Energy-Optimized Data Centres*);
- **Sustentabilidade Social:** conceção de uma oferta comercial capaz de responder às necessidades de comunicação e processamento de informação inerentes à gestão corrente de uma PME no contexto africano (Projeto Business Box); ferramentas informáticas para ensinar às crianças como reconhecerem emoções através das expressões faciais (Projeto FaceExpress); identificar, definir e implementar cenários e serviços na área da tecnologia de gestão de identidade digital, tornando os equipamentos móveis em

“carteiras” ou “passes” digitais (Projeto Multipass v2); jornalismo computacional com o uso de tecnologia de recuperação, extração e agregação de informação para integração e organização de notícias mediante a análise de conteúdos disponíveis *online* (Projeto REACTION); ferramenta de comunicação social para ser utilizada em contexto de ensino e também em contexto empresarial, baseada na produção e agregação de conteúdos gerados pelo utilizador (SapoCampus);

- **Segurança:** desenvolvido o primeiro protótipo do *framework* de recolha de eventos tolerante a intrusões, que será implementado na rede PT para aumento da resiliência dos sistemas de segurança; primeiro modelo de deteção de falhas para ambientes virtuais que permite detetar em tempo real alterações no funcionamento dos sistemas, redes e serviços baseados em ambientes virtualizados (Projeto TRONE - *Trustworthy and Resilient Operations in a Network Environment*).

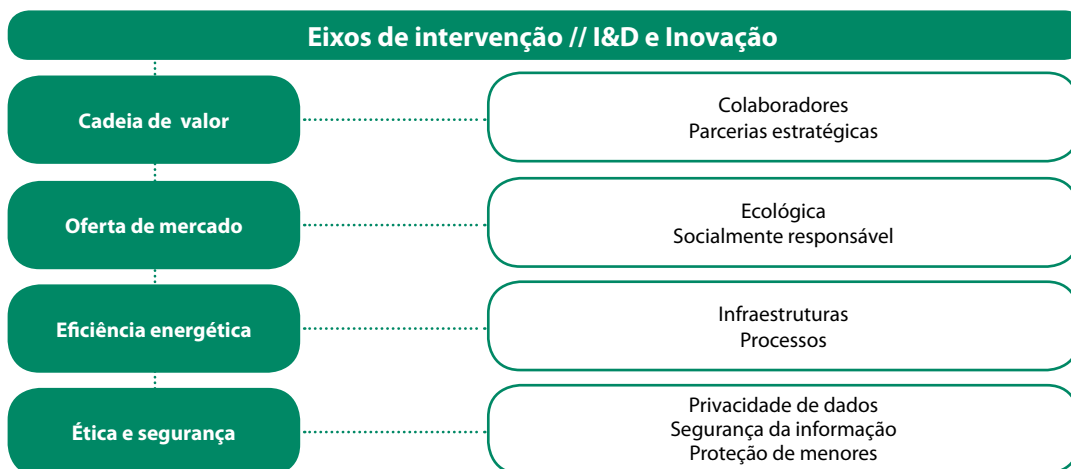
Para aproximar a inovação da solução comercial e autonomizar algumas soluções do seu ambiente laboratorial, a Portugal Telecom promove ainda o projeto **SAPO Labs**, em que num ambiente de incubação de *StartUps* se desenvolvem projetos tecnológicos para o mercado.

## 4. Áreas de intervenção

As Tecnologias de Informação e Comunicação permitem aos consumidores - indivíduos e empresas - realizarem várias poupanças (económicas e ambientais), participarem mais ativamente na sociedade, terem acesso a serviços educativos e/ou de saúde a partir de locais remotos, encontrar informação, etc.

A PT é uma operadora consciente deste seu contributo nos processos económicos e nas vidas das pessoas, por isso disponibiliza no mercado uma vasta oferta, respondendo aos diferentes desafios que a sociedade enfrenta. Estas soluções de mercado na área das TIC têm vindo a ser continuamente renovadas no sentido de se tornarem cada vez mais sustentáveis, ambiental e socialmente.

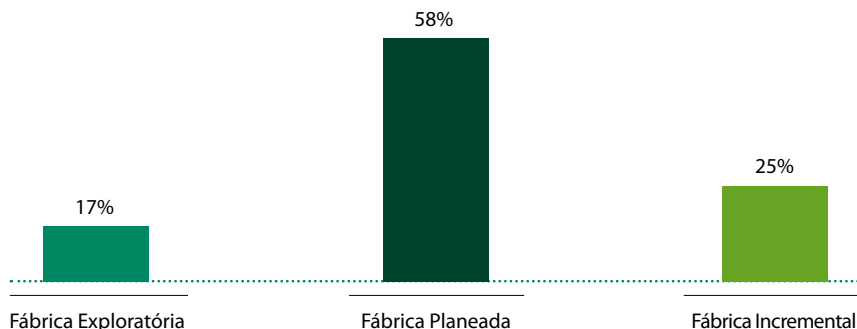
A PT mantém um compromisso com o futuro, investindo na inovação e desenvolvimento como forma de garantir um crescimento sustentado do negócio. Assim, acompanha tendências e realiza mudanças na sua organização e também na oferta ao mercado para se manter na vanguarda. Os principais eixos de investigação e inovação ao longo de 2012, foram:



As orientações estratégicas traduziram-se em vários projetos e iniciativas inovadoras. O investimento revela a clara perceção por parte da Portugal Telecom de que só é possível trazer valor para o mercado no futuro se houver um investimento em I&D e Inovação no presente.

# 03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

## INVESTIMENTO EM I&D E INOVAÇÃO



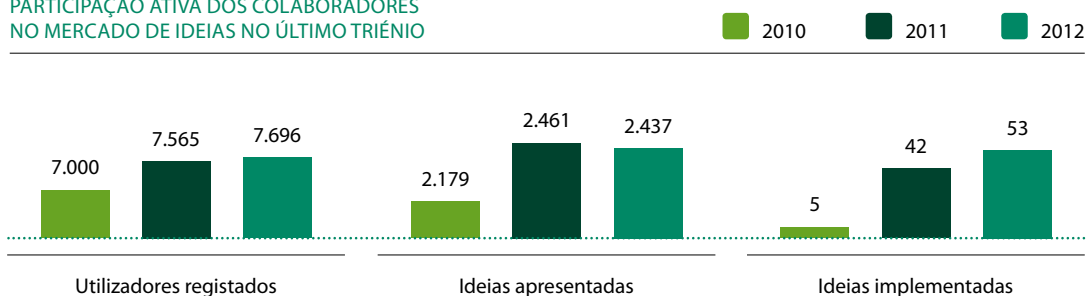
### 4.1. Estender a cultura de inovação a toda a cadeia de valor

Através da partilha de conhecimento e criação de sinergias com outras entidades, a Portugal Telecom avança as suas capacidades de inovar e acrescentar valor ao longo de toda a cadeia de valor de serviços e produtos, incluindo nos seus projetos fornecedores, colaboradores, clientes, institutos de investigação e universidades.

#### Mercado de Ideias // Os colaboradores como agentes ativos de inovação

A Portugal Telecom convida todos os **colaboradores** a participar no processo criativo e inovador, através do Mercado de Ideias. Em 2012 mais de 2.500 colaboradores participaram ativamente, contribuindo com **2.437 ideias**. Esta ferramenta de gestão de contributos inovadores funciona de forma simples: o colaborador submete ideias, que são discutidas abertamente por todos os restantes colaboradores, numa plataforma *online* através de um sistema de comentários e investimentos para aprovação ou reprovação da ideia. As ideias aprovadas e que sejam posteriormente consideradas como mais-valias para o funcionamento e atividade da empresa, seguem para implementação. Os autores das ideias são reconhecidos e as suas ideias anunciadas nos meios de comunicação interna da organização.

#### PARTICIPAÇÃO ATIVA DOS COLABORADORES NO MERCADO DE IDEIAS NO ÚLTIMO TRIÊNIO



Desde o início do Mercado de Ideias, mais de 7.000 ideias foram validadas resultando na concretização de vários novos projetos.

Os projetos concretizados relacionaram-se com os seguintes temas:

Melhoria do relacionamento com os clientes	22%
Novos produtos e serviços	20%
Nova cultura e comportamentos socialmente responsáveis	16%
Racionalização de consumos e redução de custos	11%

#### OPEN Awards

No final de cada ano, a equipa de inovação da Portugal Telecom reúne os projetos mais inovadores do ano, que de alguma forma se destacaram pelos seus resultados positivos. Estes projetos são apresentados e votados por toda a organização e aos projetos vencedores é atribuído pela Comissão Executiva um "OPEN Award", no maior evento corporativo do ano, como forma de reconhecimento público da excelência do trabalho realizado.

### A restante cadeia de valor como agentes ativos de I&D e Inovação

#### Parcerias

Parcerias tecnológicas  
Parcerias com fornecedores  
Parcerias estratégicas com Operadores de Telecomunicações  
Parcerias com universidades e com institutos de investigação

#### Estudos, consultas e surveys

Clientes  
Entidades públicas  
Consultores  
Comerciais  
ONG's

## 4.2. Oferta de mercado ambiental e socialmente responsável

Nos últimos anos, a Portugal Telecom tem vindo a reorientar a sua oferta comercial para a sustentabilidade, através do desenvolvimento de produtos e serviços mais amigos do ambiente (*green offer*).

### Produtos e serviços ambientalmente amigáveis

**MEO Energy:** permite ao consumidor monitorizar em tempo real o consumo energético da sua casa, ter acesso a recomendações sobre qual o tarifário que melhor se adequa ao perfil de consumo da família, bem como receber sugestões sobre como reduzir o seu consumo e atingir poupanças significativas e reduzir a sua pegada ambiental.

**Estima-se que cada família utilizadora possa reduzir os seus consumos até 30%.**

**MEO Auto StandBy:** sistema de controlo remoto das *set-top-boxes* (STB), que as desliga se não for registado nenhuma interação do utilizador. A Portugal Telecom tem distribuído mais de 850 mil STB, em milhares de casas portuguesas, pelo que esta funcionalidade tem alto impacto na sociedade, pois são induzidas poupanças na casa dos clientes sem ter de haver intervenção no local. Para além das poupanças na casa dos clientes, a Portugal Telecom conseguiu ainda ganhos de eficiência internos pois o MEO Auto StandBy permitiu baixar os custos operacionais pela via da diminuição nos consumos e recursos na rede de acesso, rede *core IP* e servidores.

**O consumo de energia de uma STB em *standby* é 37% inferior ao consumo do mesmo equipamento ligado, o que significa que, por ano, a diminuição de consumo de energia estimada deverá atingir os 3,6 GWh, equivalente a 480 mil euros de eletricidade poupada pelos clientes, 827 toneladas de CO<sub>2</sub> emitidas anualmente ou à queima de 1.267 toneladas de carvão.**

**Recuperação e reutilização de equipamentos:** a racionalização de consumo de materiais, entre os quais o de equipamentos, é um dos objetivos prosseguidos pela Portugal Telecom na busca de uma maior sustentabilidade ambiental. Nesse sentido foi criado, em parceria com a Cisco, um processo de recuperação e reutilização de *set-top-boxes* e equipamentos *Home Gateway*, que contribuiu para a diminuição de desperdícios, redução de custos para a empresa e clientes e redução da pegada ambiental.

**Cerca de 20% a 25% dos equipamentos recolhidos têm sido recuperados e recolocados no mercado.**

**Embalagens ecológicas:** a PT desenvolveu embalagens ecológicas, com vista a melhorar a sustentabilidade do ciclo de vida dos seus produtos. Estas embalagens são feitas de materiais reciclados e recicláveis, e contêm informação sobre o correto encaminhamento do equipamento (p. ex. telemóvel, bateria) no fim da sua vida útil.



# 03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

**Oferta cloud services:** a opção pelos serviços *cloud* da PT promove a sustentabilidade ambiental e económica, pois permite aos clientes que adquirirem estes serviços à medida das suas necessidades, realizar ganhos de eficiência, de redução do investimento em equipamentos informáticos, redução do consumo energético, de emissões de gases com efeitos de estufa, dos custos de manutenção e, por fim, redução dos impactes ambientais.

## Produtos e serviços socialmente responsáveis

**Serviços e soluções TI/SI para Empresas //** Em momento de difícil conjuntura económica, a PT tem vindo a disponibilizar soluções inovadoras para o mercado empresarial, que ajudam a alavancar a competitividade dos clientes e ainda o investimento efetuado na infraestrutura de rede. Esta oferta está bem presente nos produtos e serviços de *cloud computing* da PT, cujo portefólio tem vindo a ser progressivamente alargado com soluções realizadas internamente (exemplo: solução de servidores privados e *mail* corporativo) e em parceria com outros parceiros de negócio (exemplo GuestCentric, Microsoft Office 365).

**Os serviços de *cloud computing* oferecidos através da plataforma SmartCloudPT permitem maior eficiência e competitividade às empresas que os utilizem pois são totalmente customizados às necessidades de cada entidade, o que possibilita uma redução significativa dos custos totais com TIs (modelo *pay-as-you-grow*).**

Na oferta SmartCloudPT, destacou-se em 2012 a creditação da PT enquanto SAP *Cloud Partner*, que permitiu a disponibilização de soluções SAP a custos reduzidos e totalmente adaptados às necessidades dos clientes empresariais. Com o lançamento desta nova oferta, a plataforma SmartCloudPT tornou-se a primeira e única plataforma a obter esta creditação no mercado ibérico.

**O incremento às PME portuguesas,** em 2012 destacou-se pelo lançamento, em parceria com a Microsoft e com o Ministério da Economia e do Emprego, da iniciativa PME Digital, que visa incrementar a produtividade e competitividade das empresas portuguesas, por via da utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), com destaque para as soluções disponíveis na plataforma SmartCloudPT. Foram igualmente lançadas ofertas integradas que visam satisfazer as necessidades específicas de determinados setores económicos, nomeadamente a indústria do turismo, através da oferta OfficeBox **Hoteleria e Turismo**.

**Pagamento de produtos e serviços através das redes móveis** é um negócio em expansão, nomeadamente em países cuja rede bancária é deficitária. Apesar de existirem algumas tentativas de pagamentos móveis na Europa, a adesão por parte dos cidadãos e empresas em países desenvolvidos é moderada. Esta moderação deve-se, em parte, à existência de alternativas seguras e de fácil acesso como cartões crédito, rede MB e Internet. Quando focamos a atenção nos países em vias de desenvolvimento, o contexto muda radicalmente. O acesso à Internet não é tão fácil e as redes bancárias não servem eficazmente a população. **A PT, criou uma plataforma com interligação ao sistema bancário, que permite o pagamento de serviços e produtos através da rede de telecomunicações móvel. Este serviço permite efetuar a transferência de dinheiro entre os seus clientes, facilitando o pagamento de bens e serviços e estimulando a maior segurança a quem prefere não trazer dinheiro consigo.**

**Racionalização de consumos através de serviços *machine-to-machine* //** A quantidade de objetos ligados entre si tem vindo a aumentar exponencialmente, sendo inegável que de futuro essas relações terão de ser geridas. Assim, em 2012 a PT lançou uma gama de serviços M2M sob a marca SmartM2MPT.

Os serviços disponibilizados abrangem:

- Conectividade gerida (i.e. **gestão e supervisão em tempo real de todas as comunicações** com as máquinas e equipamentos);
- Serviços de **monitorização de equipamentos** (p.ex. **gestão de iluminação pública**);
- **Mediação em tempo real de consumos** (p. ex. **de água, de eletricidade**);
- Soluções de **georreferenciação** (p.ex. **gestão de frotas**).

## Serviços de saúde e bem-estar

No âmbito da gestão de doenças crónicas, a PT deu início ao processo de revisão do sistema existente, tendo-se trabalhado o desenvolvimento de um **Sistema Integrado de Gestão de Doença Crónica**, o SIGDC. O objetivo desta solução informática é alavancar a informação dos diferentes prestadores de cuidados de saúde, unidades de saúde e até dos próprios utentes, permitindo agir mais numa medicina preventiva (antecipação de situações de risco).

Destacam-se ainda os seguintes projetos na área de saúde e bem-estar:

- **AAL4ALL:** proporcionar uma melhor qualidade de vida à população sénior através da ajuda das tecnologias. Trata-se de um projeto mobilizador, financiado pelo Programa QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional). O objetivo do projeto é potenciar a criação de um mercado nacional orientado para o AAL (*Ambient Assisted Living*), capaz de responder positivamente à crescente procura de melhores cuidados de saúde e bem-estar por parte da população sénior;
- **SOCIETIES:** desenhar e desenvolver uma plataforma integradora, com uma vertente social – *Community Smart Spaces* - contribuindo decisivamente para tornar a visão de “ambiente inteligente” numa realidade. Esta plataforma deve basear-se em normas abertas e permitir que qualquer entidade possa comunicar com as restantes. Tem também de responder aos requisitos essenciais de privacidade e confiança de um paradigma em que os vários utilizadores tomam o papel tanto de consumidor como de fornecedor de serviços;
- **Bravehealth:** desenvolvimento de uma solução que permite a realização de diagnósticos e a prevenção de acidentes cardiovasculares, utilizando a rede de telecomunicações para interligação dos sensores com os sistemas de processamento da informação; integração de mecanismos de diagnóstico com algoritmos inovadores de suporte à decisão e de cálculo de índice de risco;
- **Tele-Reabilitação Cognitiva:** desenvolvimento de uma plataforma de reabilitação cognitiva assistida por computador, contemplando os *clusters* de reabilitação, reeducação e reintegração (Projeto PT SI).

## Soluções de Educação

A Plataforma **SAPO Campus**, desenvolvida em parceria com a Universidade de Aveiro, foi lançada em 2012 com o objetivo de promover a comunicação entre os vários *stakeholders* (escolas, estudantes, encarregados de educação). Esta plataforma foi disponibilizada em vários estabelecimentos de ensino (**14 entidades escolares, representando 49 escolas nacionais**) e permite aos estudantes terem **acesso a conteúdos escolares e também partilhar os seus próprios conteúdos com a restante comunidade educativa**.

O projeto **Story Learn**, atualmente em curso, pretende estudar, conceber, implementar e validar cenários para a criação de *Learning Objects* utilizando o *Digital Storytelling* como estratégia de comunicação de forma a completar, em termos de conteúdos e de funcionalidades, a oferta de serviços de *eLearning* atualmente disponibilizados pela plataforma Formare LMS e em particular pelo novo sistema PoLO (Portal de *Learning Objects*).

Foram também adequados conteúdos educativos através de canais interativos no MEO (IPTV) e de plataformas dedicadas ao ensino no SAPO.

## Soluções adequadas a serviços públicos

Para otimizar o estacionamento em espaços urbanos e, simultaneamente, facilitar a vida dos municípios, a PT desenvolveu uma solução de **Mobile Parking**, que permite a **cobrança, faturação e fiscalização de estacionamento na via pública por telemóvel** (SMS, Aplicação Móvel) e o **pagamento com recurso a múltiplos meios de pagamento**. Este serviço foi inicialmente implementado no Município de Sintra, estando a ser alargado a outros municípios.

## 4.3. Eficiência energética

Voluntariamente comprometida com o Código de Conduta de Eficiência Energética da EU para as TIC, a PT tem vindo a identificar áreas de melhoria do seu desempenho energético.

### Iniciativas de racionalização de consumo de energia e de emissões de CO<sub>2</sub>

- **Sistemas de *free cooling*:** Redução dos consumos energéticos em centrais de pequena e média dimensão, através de insuflação de ar frio exterior por ventilador de baixo consumo energético, evitando os atuais equipamentos de ar condicionado;
- **Aplicação de tintas frias em armários técnicos:** Aplicação de tintas frias, constituídas à base de partículas cerâmicas, impedindo a absorção de calor por exposição solar nos armários multisserviço exteriores, reduzindo o recurso a fontes externas de arrefecimento;
- **Sistemas de iluminação:** Substituição de luminárias equipadas com lâmpadas T5 e balastos eletrónicos com regulação de fluxo, com deteção de presença e ajuste do nível de luminosidade.

### Nas infraestruturas

**Data Centre** // Tendo em consideração o aumento do tráfego de dados, virtualização dos produtos consumidos, necessidade de armazenamento e processamento de dados cada vez maior, a PT em 2012 iniciou a construção de um *data centre* na cidade interior da Covilhã. O novo Data Centre PT ocupará mais de 75.500 m<sup>2</sup> e terá capacidade para mais de 50 mil servidores com 30 Pbytes, e estará ligada à rede *backbone* da PT (100 Gbps), possibilitando a exportação de capacidade de armazenamento de dados e de serviços tecnológicos para o estrangeiro. Este projeto representa um forte contributo da PT para o desenvolvimento económico de Portugal e vai permitir a criação de centenas de postos de trabalho diretos e indiretos e entrará em funcionamento no final do primeiro semestre de 2013.

**A eficiência energética do Data Centre PT será uma referência mundial. Além de se diferenciar pelos seus elevados níveis de eficiência, com poupanças de 144 mil toneladas de CO<sub>2</sub> e de 40% no consumo de energia, o Data Centre PT contempla a utilização de sistemas de refrigeração ambientalmente responsáveis (*free cooling*) e aproveitamento de energia solar.**

### Nos processos

A PT tem como objetivo a melhoria contínua dos seus processos por forma a torná-los mais verdes e atingir a excelência operacional. Para tal procura identificar e inovar ao nível dos processos de negócio, da gestão dos recursos da empresa e da relação com o cliente:

- **Click Software:** este projeto dotou a gestão operacional da *field force* de uma ferramenta que permite a distribuição de tarefas aos técnicos e a monitorização das atividades no terreno. Os técnicos conseguem efetuar testes à linha remotamente e em tempo real, tornando-os mais autónomos. A distribuição/roteamento automático implica uma menor intervenção humana e possibilita um agendamento mais preciso das atividades. Com recurso ao GPS é possível otimizar a rota efetuada pelos técnicos ao longo do dia. Os impactes estão visíveis a vários níveis, entre os quais uma **redução nos tempos de viagem dos técnicos, o melhor controlo dos compromissos, redução de custos, maior satisfação dos clientes e menor impacto ambiental;**
- **CopyPoint:** desenvolvimento de um serviço de impressão com autenticação de utilizadores para gerar comportamentos sustentáveis e com gestão ativa de consumo energético e de consumíveis (Projeto recentemente alargado à TMN);
- **Solução Gestão de Iluminação Pública:** é um serviço que permite gerir de forma inteligente e remota a iluminação das ruas, parques habitacionais e de instalações empresariais. A gestão pode ser realizada de duas formas – a) regulação ponto a ponto, b) regulação por grupo. Esta solução permite otimizar os consumos energéticos em espaços comunitários;

- **GREEN-T (*Green Terminals for Next Generation Wireless Systems*):** o problema da gestão da energia consiste em controlar de forma dinâmica um sistema para minimizar a energia média consumida mas sem restringir o desempenho. Muitas técnicas de conservação de energia foram já propostas para aumentar a vida útil da bateria. Pesquisas anteriores já investigaram mecanismos de conservação de energia em várias camadas da pilha protocolar. No entanto, a cooperação entre redes tendo em vista a eficiência energética não foi até hoje alvo de um estudo aprofundado. Pretende-se então no âmbito deste projeto, o desenvolvimento e avaliação de soluções de cooperação entre terminais, cooperação de redes de acesso e o desenho de *interfaces* rádio que permitam uma maior eficiência no consumo de energia e consequente autonomia do terminal móvel.

#### 4.4. Ética e segurança

A correta utilização das TIC é um tema central para a PT e como tal, em 2012, foram desenvolvidos projetos que asseguram a utilização ética e segura destas tecnologias:

- **Comunicar em Segurança:** Sensibilização e formação de jovens, na rede de escolas a nível nacional, sobre a utilização adequada das TIC, de modo a garantir uma maior privacidade de dados pessoais e de acesso a conteúdos adequados, evitando situações de abuso, *cyberbullying*, entre outras;
- **Projeto PANORAMA:** projeto que pretende coordenar e integrar o desenvolvimento de um Sistema de Telecomunicações composto por plataformas óticas e de rádio avançadas para redes de acesso, metro e *core* com gestão integrada, suscetíveis de competir no mercado internacional e que contribuam para a projeção definitiva da tecnologia de origem nacional. Abordar as questões relacionadas com várias vertentes de segurança (p. ex. privacidade, autenticidade, resistência a outros tipos de ataques) na arquitetura proposta, nomeadamente em redes *mesh* com acesso central GPON e acesso local;
- **Projeto “Confiabilidade na Segurança da Informação”:** Criar mecanismos de colaboração com investigadores especializados em criptografia e segurança da informação no sentido de dar suporte à especificação, implementação, e operação de componentes com tecnologia criptográfica, visando maximizar as garantias de confiança que é possível obter em aplicações *security-critical* que utilizam este tipo de tecnologia;
- **Projeto PRICE (*Privacy Reliability and Integrity in Cloud Environments*):** este projeto tem como objetivo criar soluções para otimizar a segurança dos dados armazenados em ambientes *cloud*;
- **Projeto SEMIRAMIS (*Secure Management of Information across multiple Stakeholders*):** Os conceitos associados à gestão de identidades, privacidade e segurança da informação dos clientes têm sido explorados em diversos projetos de investigação europeus e têm sido a base do desenvolvimento de diversos produtos. A existência de uma grande diversidade de tecnologias tem levado ao desenvolvimento de produtos e protótipos sem garantia de interoperabilidade. Com este projeto pretende-se colmatar estas falhas, através de:
  - Criação de um conjunto de regras e especificações para a troca e utilização de uma forma segura da informação privada dos cidadãos europeus;
  - Definição e teste, entre entidades públicas e privadas no espaço europeu, de uma arquitetura baseada num conjunto de tecnologias e protótipos já existentes para a correta utilização de informação privada dos cidadãos europeus;
  - Utilização dos diferentes protótipos de gestão de identidades em cenários reais no espaço europeu, tornando-os interoperáveis. Desta forma será possível definir uma estratégia europeia de conceitos para a gestão de identidades, privacidade e segurança;
  - Criação de um piloto europeu na área de segurança, privacidade e gestão de identidades.

# 04

## ENVOLVIMENTO COM *STAKEHOLDERS*

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52

## 04 ENVOLVIMENTO COM *STAKEHOLDERS*

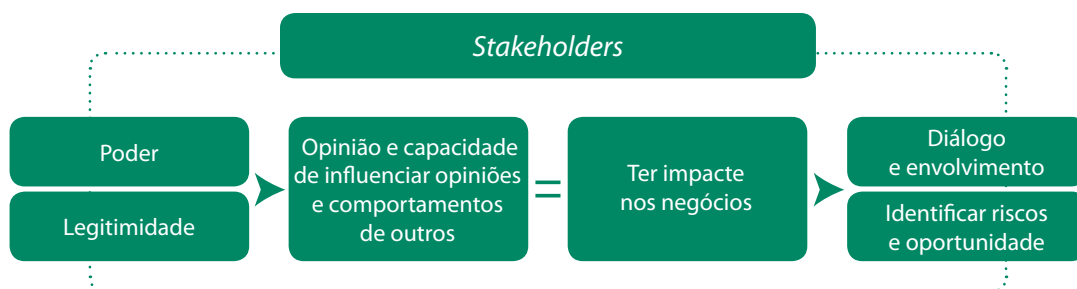
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88	1. MODELO DE RELACIONAMENTO	70
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118	2. IDENTIFICAÇÃO DE TEMAS NÃO FINANCEIROS COM MATERIALIDADE	72
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130	3. RELACIONAMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	76
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138	3.1. Acionistas e analistas	76
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160	3.2. Clientes	78
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	3.3. Colaboradores	79
NOTAS METODOLÓGICAS	190	3.4. Fornecedores	80
ÍNDICE REMISSIVO	194	3.5. Media	81
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208	3.6. Entidades reguladoras	82
		3.7. ONG's	82
		4. GESTÃO DE RISCOS E OPORTUNIDADES	83



# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

Consciente de que as opções dos *stakeholders* condicionam fortemente a *performance* do Grupo, a PT tem promovido mecanismos de diálogo com cada um, potenciando a troca de informação necessária para a adoção de métodos de gestão adequados às expectativas de todas as partes interessadas.

A identificação de *stakeholders* com potencial impacte na atividade da PT é feita tendo em conta o seguinte conjunto de pressupostos:



## 1. Modelo de relacionamento

O processo de envolvimento com *stakeholders* e de identificação dos temas relevantes, na relação destes com a PT, obedece à utilização de meios e abordagens complementares que visam incorporar perceções e tendências de mercado e o impacte provável destes na atividade da empresa.

Os canais de comunicação disponibilizados pela empresa são, e continuarão a ser, o meio privilegiado de diálogo e envolvimento com cada público. A relação de proximidade que a PT tem construído através destes canais tem permitido antecipar soluções, na medida em que contribui para, a cada momento, gerar ideias, identificar fragilidades e definir planos de melhoria que integram os interesses de todas as partes. Os canais de comunicação disponibilizados são os abaixo descritos e a maioria dos quais está disponível 24 horas por dia, 365 dias por ano.



Partes interessadas	Meios de relacionamento
Analistas / Acionistas	Assembleia Geral Relatórios trimestrais e anuais Reuniões <i>face-to-face</i> Participação em consultas
Clientes	Call Centres Portal do Cliente Rede de lojas e agentes e gestores comerciais Estudos de mercado Campanhas de <i>marketing</i> Fatura e fatura eletrónica
Colaboradores	Portal do colaborador Inquérito de clima organizacional Acordo de empresa Canais de denúncia confidencial Intranet corporativa Avaliação de desempenho e <i>feedback</i>
Fornecedores	Portal do fornecedor Reuniões de avaliação e <i>feedback</i> Equipa especializada para diálogo
Entidades reguladoras	Equipa especializada para diálogo Diretivas emitidas pelas entidades
Público em geral	Estudos de opinião Estatísticas e avaliação Participação em grupos de trabalho

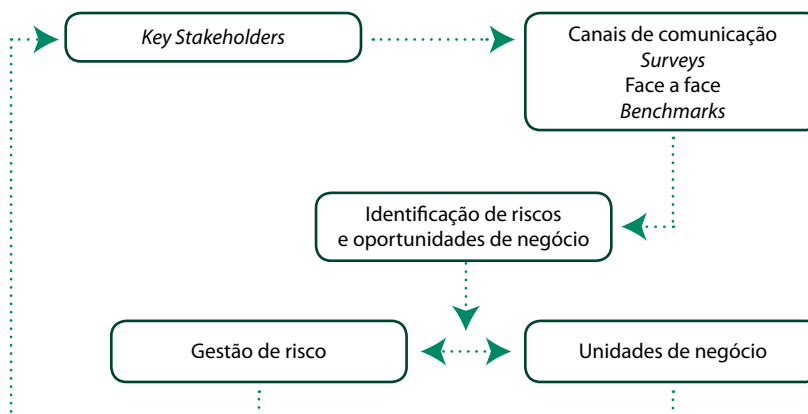
Website  
www.telecom.pt

Canais  
Denúncia  
Irregularidades

Consulta  
Específica

O relacionamento mantido ao longo do tempo com os vários grupos de *stakeholders* tem permitido registar as preocupações e expectativas de cada um, agregar as diferentes formas de exprimir cada tipo de preocupação e, por fim, sistematizar genericamente os temas não financeiros com relevo e impacte provável na atividade da empresa.

#### MODELO ESTRATÉGICO DE CONSULTA E INCORPORAÇÃO DE *FEEDBACK* NOS PROCESSOS GESTÃO

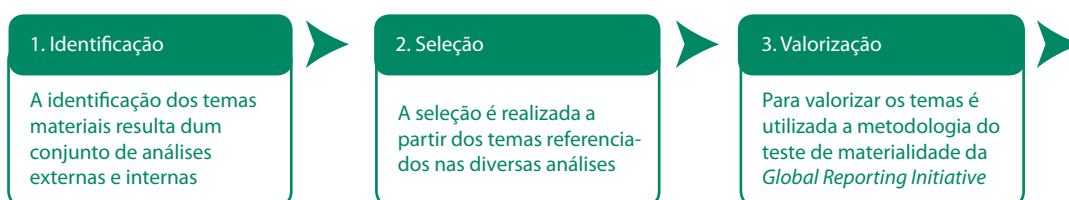


## 2. Identificação de temas não financeiros com materialidade

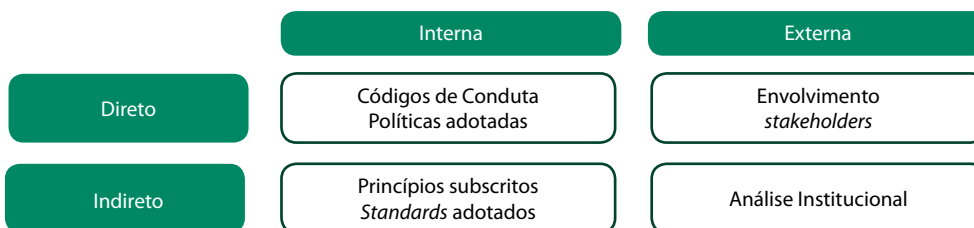
Sendo a sustentabilidade um dos cinco objetivos estratégicos da PT, é fundamental ajustar o alinhamento entre a empresa e as expectativas dos *stakeholders*. Para isso, é necessário conhecer a importância relativa que cada um atribui a cada tema identificado e, com base nisso, encontrar o nível de materialidade de cada assunto para definir as oportunidades de melhoria na atuação do grupo.

A análise de materialidade foi realizada com o objetivo de identificar os temas de sustentabilidade com maior relevância para o modelo de gestão sustentável, tendo em consideração a sua importância para a criação de valor para a organização no longo prazo e as expectativas dos seus principais *stakeholders*. Pretendeu-se ainda enquadrar esta análise com a estratégia de sustentabilidade estabelecida para o triénio 2012-2014. Por último, foi também objetivo desta análise verificar a existência de disparidade relativamente à análise de materialidade realizada no ano anterior.

A análise foi estruturada nas seguintes fases:



**1-A identificação** dos temas materiais foi estruturada com base num modelo que considera quatro análises distintas:



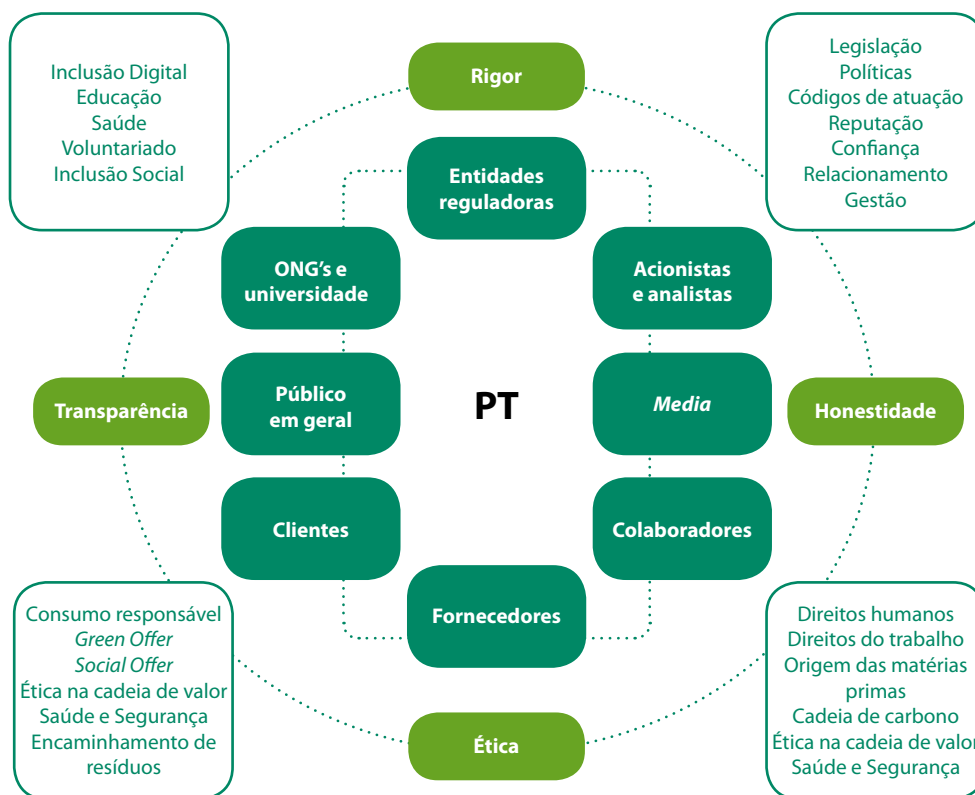
Análise Interna Direta	Foram considerados os temas presentes nos Códigos e Políticas da PT que modelam o modelo de gestão sustentável da empresa.
Análise Interna Indireta	Foram considerados os princípios e códigos de conduta desenvolvidos por instituições externas, e que são subscritos pela PT. Estão ainda integrados os <i>standards</i> e diretrizes de sustentabilidade adotados na empresa.
Análise Externa Direta	Integra a análise do diálogo com as suas principais partes interessadas.
Análise Externa Indireta	Combina a análise institucional à investigação produzida por instituições internacionais e ONGs com a análise às tendências de sustentabilidade no setor das telecomunicações evidenciadas em <i>benchmarks</i> .

**2-A seleção** de temas teve em consideração os temas de *governance*, sociais e ambientais referenciados nas diversas análises realizadas. Para além das temáticas consideradas pelos *standards* internacionais e nacionais subscritos/adotados pela PT, foram ainda consideradas as tendências de sustentabilidade no setor identificadas na análise *benchmark* realizada. Foram também consultados diversos relatórios produzidos por instituições internacionais e ONGs que desenvolvem investigação sobre impactes de sustentabilidade neste setor de atividade. A seleção teve ainda em consideração as preocupações das principais partes interessadas da empresa, bem como os compromissos expressos nos respetivos Códigos, Estratégia, Políticas e plano de atuação 2012-2014.

<b>Standards</b>	<b>Benchmark</b>	<b>Institucional</b>	<b>Stakeholders</b>	<b>Códigos / Políticas</b>
Guidelines OCDE	<i>DJSI Super sector leaders</i>	Transparency International	Clientes	Código de Ética da PT
OIT	DJSI - Membros do setor das telecomunicações	Greenpeace	Fornecedores	Código para <i>Financial Officers</i>
GRI		WWF	Colaboradores	Código de conduta para cadeia de valor
UNGG	FSTE4GOOD – Membros do setor das telecomunicações	UNEP	Acionistas e analistas	Código boas práticas comunicação comercial com menores
ETNO		GSI	Público em Geral	Código boas práticas para integração das mulheres nas TIC
CDP	<i>CDP – Carbon Disclosure Project</i>		ONG	Guia comunicação responsável
UNI Global			Media	Guia atuação para redes sociais
European Road Safety Charter			Reguladores	Política de sustentabilidade empresarial e responsabilidade social
Código eficiência energética da EU				Política integrada de Qualidade, Ambiente e Saúde e Segurança no Trabalho
Compromisso comunicação responsável da Associação Portuguesa de Anunciantes				Política de Segurança de Informação e de sistemas de TIC
				Política de Privacidade
				Código de Responsabilidade Social

# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

Os temas identificados assumem, resumidamente, o seguinte perfil:



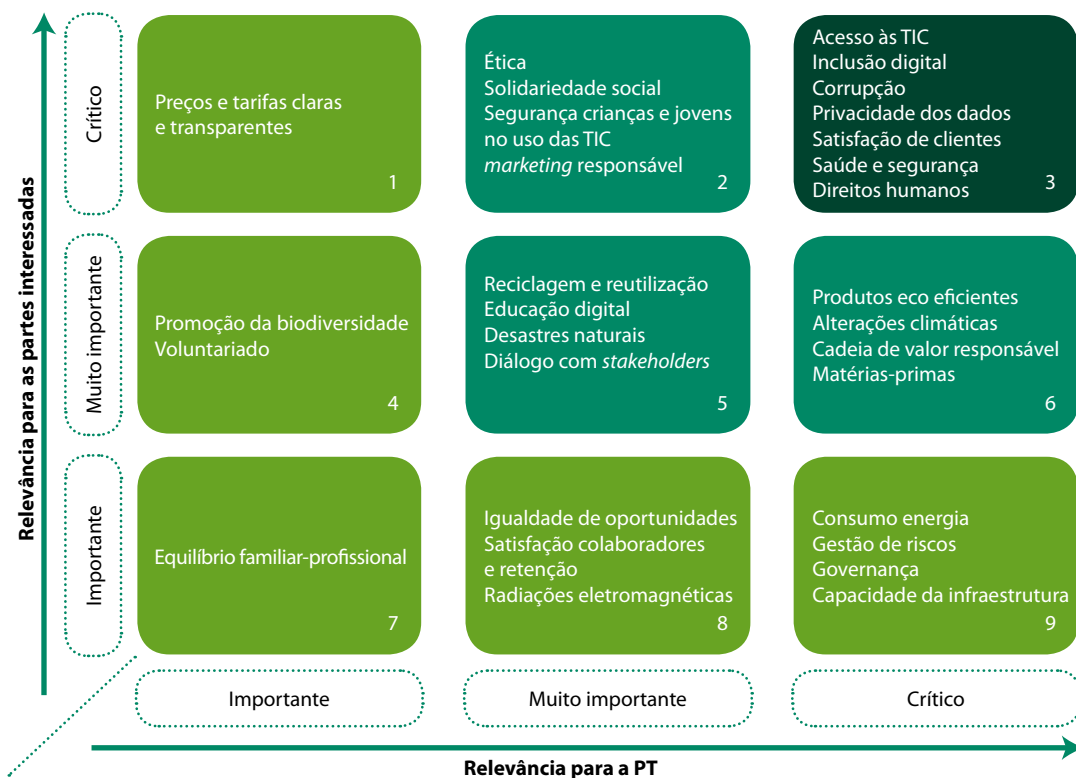
**3-A valorização** - A matriz de materialidade foi construída tendo em consideração o teste de materialidade da GRI. Cada um dos temas foi classificado segundo o impacto na organização e as expectativas das partes interessadas. O impacto na organização foi medido pelos seguintes fatores: risco para o negócio, pressão legislativa, oportunidade para o negócio e tendência do setor. A valorização dos temas pelos *stakeholders* é o resultado do diálogo com as partes interessadas efetuado através dos diversos canais.

Relativamente ao ano anterior registámos as seguintes alterações à matriz de materialidade:  
 Novos temas: Direitos humanos; Corrupção; Retenção de talento; Igualdade de oportunidades; Matérias-primas; Governança;

Alteração posicionamento de temas: Fiabilidade da rede; Satisfação dos clientes; Segurança de crianças e jovens no uso das TIC; Voluntariado; Alterações climáticas; Consumo energia; Cadeia de valor responsável; *marketing* responsável

Alterações na denominação dos temas: Igualdade de oportunidades (anteriormente não discriminação);

MATRIZ DE MATERIALIDADE DE TEMAS NÃO FINANCEIROS



Os temas que compõem a matriz evidenciam as principais preocupações mútuas e a avaliação do impacto provável em cada um dos eixos de avaliação.

# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

## 3. Relacionamento com *stakeholders*

### 3.1. Acionistas e analistas

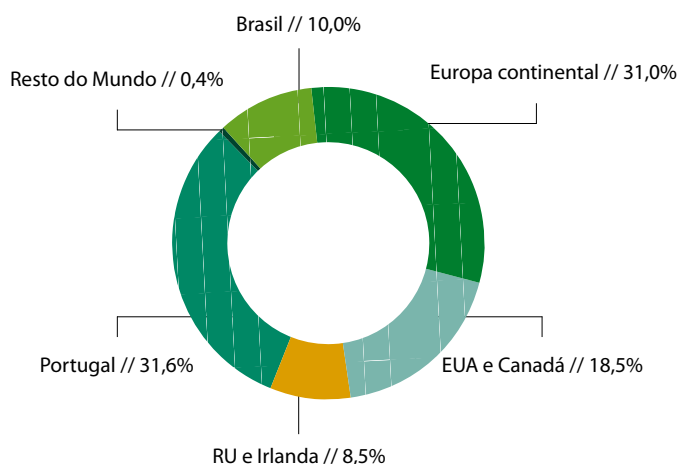
A PT assumiu com os Acionistas o compromisso de criar valor garantindo um bom desempenho económico e financeiro hoje e no futuro. A transparência, rigor da informação e os níveis de confiança na gestão das organizações são, cada vez mais, fatores determinantes nos processos de avaliação dos analistas e de decisão dos investidores relativamente às suas opções de afetação de capitais.

Ao longo de 2012, a PT prosseguiu as suas atividades de relação com investidores, realizando diversos eventos, nomeadamente *roadshows*, apresentações a investidores e analistas, reuniões e *conference-calls*, tendo ainda participado em conferências na Europa e nos Estados Unidos.

Pela primeira vez foi efetuado um evento de exibição da capacidade tecnológica e de inovação da empresa – Conferência e Inovação e tecnologia - onde foram convidados e participaram acionistas e analistas de todo o mundo. Ver indicações no último quadro deste tema.

A PT tem uma estrutura acionista diversificada, com cerca de dois terços do seu capital social detido por acionistas estrangeiros, essencialmente repartidos entre a Europa, os Estados Unidos, o Brasil e o Reino Unido, que representam aproximadamente 31%, 18,5%, 10,0% e 8,5, respetivamente da base acionista. O mercado português representa cerca de 31,6% da base acionista.

A composição acionista da PT pelo mundo assumia o seguinte perfil em dezembro de 2012:



As participações dos acionistas qualificados representavam mais de 50% do capital social da PT, conforme se segue:

## Acionistas com participações qualificadas

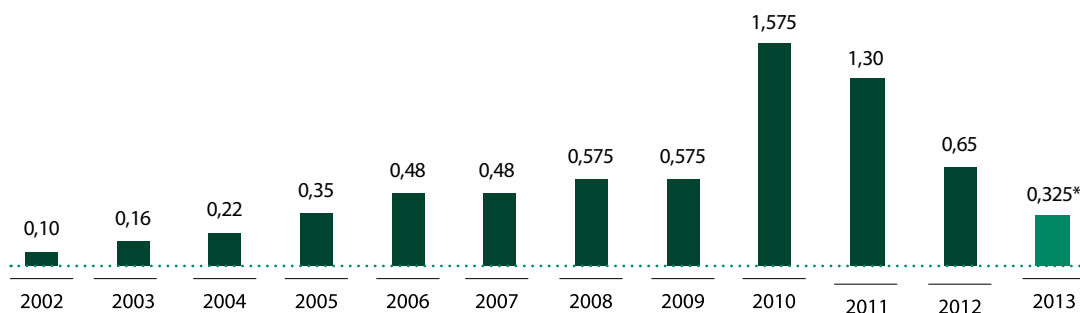
Data da informação	Entidades	Nº de Ações	% do capital	% dos direitos de voto
30 dez 12	Grupo Espírito Santo	90.268.306	10,07%	10,07%
10 jul 12	RS Holding, SGPS, S.A.	90.111.159	10,05%	10,05%
31 mar 12	Telemar Norte Leste, S.A.	89.651.205	10,00%	10,00%
31 dez 12	Grupo Caixa Geral de Depósitos	56.909.791	6,35%	6,35%
6 fev 12	Norges Bank	44.442.888	4,96%	4,96%
12 jan 12	UBS AG	42.024.498	4,69%	4,69%
31 dez 10	Grupo Visabeira	23.642.885	2,64%	2,64%
7 dez 09	BlackRock Inc.	21.025.118	2,35%	2,35%
3 fev 10	Controlinveste Comunicações	20.419.325	2,28%	2,28%
14 dez 12	Grupo Barclays <sup>(1)</sup>	19.525.168	2,18%	2,18%
17 out 12	Wellington Management Company	18.409.822	2,05%	2,05%
26 out 12	Ontario Teachers' Pension Plan Board	18.000.000	2,01%	2,01%

<sup>(1)</sup>A PT divulgou ainda, no dia 28 de janeiro de 2013, que o Barclays passou a deter uma participação e uma posição económica longa inferior a 2% do capital social da PT e dos correspondentes direitos de voto.

Em 2012, a PT distribuiu 557 milhões de euros aos seus Acionistas, repartidos da seguinte forma:

- Dividendo intercalar ordinário relativo ao ano fiscal de 2011 no montante de 21,5 cêntimos de euro por ação, anunciado em 15 dezembro de 2011 e pago em 4 de janeiro de 2012; e,
- Dividendo ordinário relativo ao ano fiscal de 2011 no montante de 43,5 cêntimos de euro por ação, pago em 25 de maio de 2012.

## REMUNERAÇÃO ACIONISTA (EUROS POR AÇÃO)



\*sujeito à aprovação da Assembleia Geral Anual de Acionistas

### Os principais temas de RSC debatidos com os analistas ao longo do ano relacionam-se com

### A informação sobre estes temas pode ser encontrada nos seguintes capítulos do relatório

Direitos humanos	Relações laborais e direitos humanos
Ética e anti corrupção	Ética e responsabilidade na gestão
Gestão da cadeia de valor dos pontos de vista social e ambiental	Cadeia de fornecedores
Eco eficiência nas infraestruturas	Preservação ambiental e combate às alterações climáticas
Matérias-primas	Cadeia de fornecedores
Comunicação responsável	Relações laborais e direitos humanos
	Comunicação e marketing
Capacidade tecnológica e de Inovação	I&D e INOVAÇÃO e online em
	<a href="http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Investidores/techday/conference/">http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Investidores/techday/conference/</a>



# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

## 3.2. Clientes

O reconhecimento dos clientes manifestado através dos contactos e da pontuação que atribuem à PT, constitui uma forte motivação para continuar a melhorar todos os dias a relação que estabelecemos com o mercado.

Além dos canais de comunicação disponibilizados, a PT faz auscultações regulares ao mercado no sentido de recolher as perceções e as expectativas deste relativamente à atuação do Grupo.

Estes estudos pretendem avaliar o nível de satisfação dos clientes e são efetuados a todos os segmentos de mercado, obedecendo genericamente aos seguintes critérios:

### Segmentos alvo de estudo

Clientes residenciais  
Clientes empresariais

### Temas incluídos nos surveys efetuados ao longo do ano

Satisfação global com a empresa  
Resolução de reclamações  
Resolução de avarias  
Responsabilidade social das marcas  
Comunicação responsável

### A informação sobre estes temas pode ser encontrada nos seguintes capítulos do relatório

Envolvimento com *stakeholders*  
Sustentabilidade na oferta comercial  
Sustentabilidade na oferta comercial  
*Marketing* e comunicação  
*Marketing* e comunicação

Estas consultas são realizadas por entidades externas especializadas em estudos de mercado, com o objetivo de obter informação rigorosa, neutra e imparcial e constituir uma base válida para os processos de tomada de decisão e de identificação de medidas corretivas. A metodologia adotada nestes estudos baseia-se em amostras estatisticamente significativas para cada um dos segmentos de mercado e os resultados globais apurados, apresentam o seguinte perfil:

	2010	2011	2012
Índice de satisfação do Cliente Residencial (1 a 10)	7,8	7,9	7,9
Índice de satisfação do Cliente Pessoal (1 a 10)	8,0	8,8	8,1
Índice de satisfação do Cliente Empresarial do serviço fixo (1 a 10)	7,9	7,6	7,7
Índice de satisfação do Cliente Empresarial do serviço móvel (1 a 10)	7,5	7,6	7,7

Fontes: Residencial // Pessoal: Markttest // Empresarial: DataE

De um modo geral, os patamares médios de satisfação manifestados pelos clientes ao longo do triénio foram elevados e, por isso, revelam a existência de uma relação positiva entre ambas as partes. O mercado empresarial apresenta níveis de satisfação, em média, inferiores aos de mercado residencial e, no triénio, estas avaliações situaram-se em patamares muito elevados e com melhorias de ano para ano.

### 3.3. Colaboradores

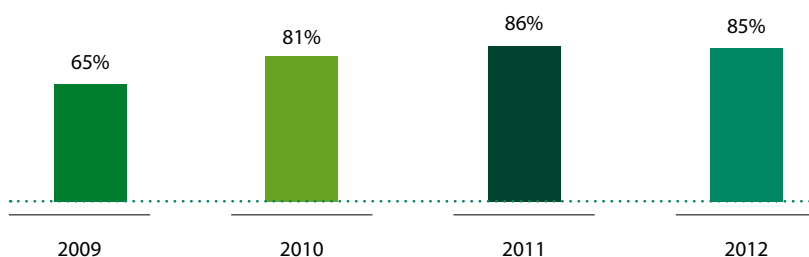
Perguntar para obter respostas, ouvir para compreender, analisar para melhorar. Estes têm sido os alicerces fundamentais da realização do Inquérito de Satisfação de Colaboradores que a PT tem anualmente disponibilizado ao seu universo.

Realizado em todas as empresas PT, este estudo tem permitido não só, dar a possibilidade aos colaboradores de manifestarem as suas opiniões de forma totalmente voluntária, anónima e confidencial como também para ajustar a gestão dos recursos humanos à estratégia do Grupo.

O Inquérito implementado em 2012 incluiu, mais uma vez, um vasto conjunto de temas relacionados com as preocupações e assuntos que envolvem o dia a dia de quem trabalha na PT.

A acessibilidade de todos os colaboradores e a confidencialidade das respostas foram garantidas, mediante o acesso direto ao *website* de uma empresa externa e independente.

#### COLABORADORES QUE PARTICIPARAM NO INQUÉRITO (%)\*



\*Dados da PT em Portugal

Ao longo dos últimos anos a percentagem de colaboradores que participou voluntariamente no Inquérito aumentou para patamares que se situam entre os 85 e os 90% o que indicia o reconhecimento na utilidade deste instrumento de consulta e da aplicação dos seus resultados nas políticas e práticas de recursos humanos adotadas na empresa.

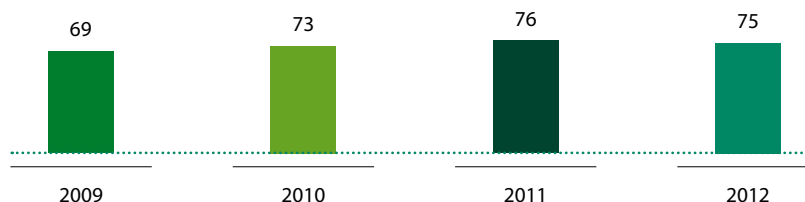
#### DIMENSÕES ANALISADAS NO INQUÉRITO DE CLIMA ORGANIZACIONAL



Em 2012 o Índice de Satisfação Global (ISG) atingiu os 75 pontos, numa escala de zero a cem, em linha com o patamar já atingido nos últimos 2 anos, que se tem situado acima no percentil de avaliação mais elevado. Esta avaliação traduz um nível de relacionamento equilibrado entre as estruturas do grupo.

# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

## ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DOS COLABORADORES (ISC)\*



\*Dados da PT em Portugal

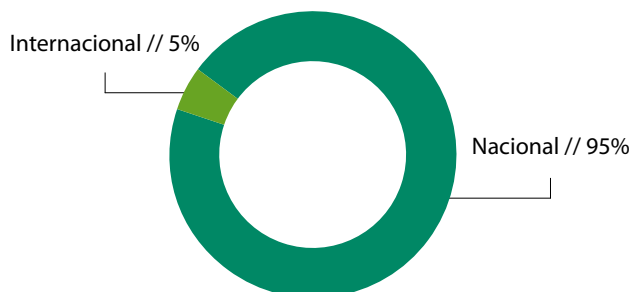
### 3.4. Fornecedores

A base de fornecedores pré-selecionados e registados no portal criado para o efeito, tem-se mantido estável ao longo dos últimos anos:

	2010	2011	2012
Fornecedores registados	1246	1217	1269
<b>Nacionais</b> <sup>(1)</sup>	<b>86%</b>	<b>87%</b>	<b>85%</b>
<b>Internacionais</b> <sup>(1)</sup>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>15%</b>

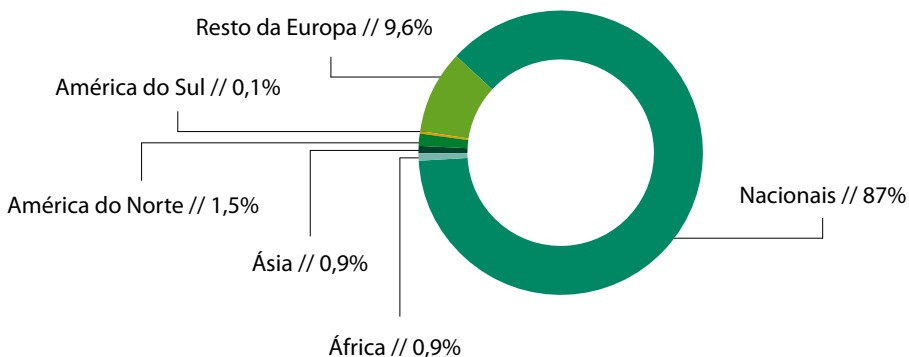
<sup>(1)</sup> De acordo com o registo de atividade e a respetiva identificação fiscal

#### DISTRIBUIÇÃO DAS COMPRAS EFETUADAS EM 2012



Das compras efetuadas em 2012, 95% foram para empresas nacionais e 5% para as empresas a nível internacional.

#### DISTRIBUIÇÃO DOS FORNECEDORES ADJUDICADOS EM 2012 POR ÁREA GEOGRÁFICA



A maioria dos fornecedores adjudicados ao longo do ano de 2012 – 96,6% -, detém atividade no nosso país e/ou num país europeu.

Principais temas debatidos entre a PT e os fornecedores e parceiros de negócio durante o ano	A informação sobre estes temas pode ser encontrada nos seguintes capítulos do relatório
Procedimentos	Cadeia de fornecedores
<i>Green Procurement</i>	Sustentabilidade na oferta comercial
Direitos humanos e laborais	Relações laborais e direitos humanos
Áreas de eficiência	
Minerais de conflito	Cadeia de fornecedores
Processos de fabrico	
Processos de distribuição	

### 3.5. Media

A PT é uma das empresas portuguesas com maior impacte na economia e na sociedade a nível nacional. Os negócios que a envolvem, o seu contributo para o PIB, o número de colaboradores que comporta, o número de clientes que a preferem, a capacidade de inovação que tem demonstrado ter, a responsabilidade social corporativa que a caracteriza, a estratégia de internacionalização que tem prosseguido e a sua exposição como empresa cotada na bolsa e em índices de sustentabilidade, continuam a suscitar elevado interesse dos meios de comunicação social que acompanham e publicam regularmente informação sobre a sua atividade e impactes.

Consciente que as mensagens veiculadas pelos *media* influenciam significativamente a reputação de qualquer entidade, a PT mantém com os órgãos de comunicação social, internacionais, nacionais e regionais, uma relação diária de proximidade, rigor, transparência e isenção, assegurando a recolha, processamento e difusão da informação sobre as atividades do Grupo – quer de forma pró-ativa, quer esclarecendo as questões que aqueles lhe dirigem.

#### O universo de meios com quem interagimos regularmente apresentou, o ano passado, o seguinte perfil

Nacionais	Internacionais
Meios de imprensa nacional, regional e especializada - 1.200	OCS Espanha - 10
Agências noticiosas - 7	OCS Brasil- 9
Canais de televisão - 14	OCS EUA - 4
Rádios - 6	OCS UK - 3
Meios <i>online</i> - 42	OCS África - 25

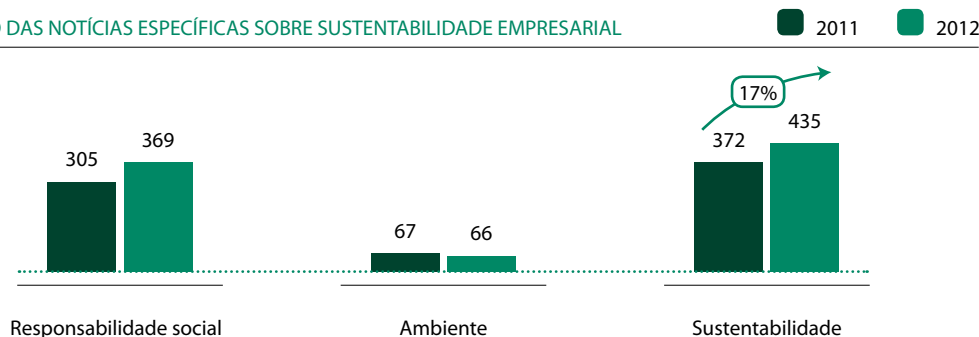
#### Comunicações feitas pela PT durante o ano

Comunicados de imprensa - 121
Conferências de imprensa - 30

O resultado desta interação conferiu o seguinte panorama noticioso sobre a PT:

**Total de notícias sobre a PT nos OCS – 23.959**

#### EVOLUÇÃO DAS NOTÍCIAS ESPECÍFICAS SOBRE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL



# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

O tema da sustentabilidade empresarial do grupo tem vindo a suscitar um interesse crescente nos órgãos de comunicação social, já que de ano para ano se têm registado aumentos de notícias sobre este tema na ordem dos 15% a 20%. A área da Responsabilidade Social Corporativa ocupa um lugar mais destacado face às questões relacionadas com ambiente e alterações climáticas.

## 3.6. Entidades reguladoras

A PT tem mantido uma atitude de diálogo e cooperação junto das entidades reguladoras, participando de modo ativo nas suas diversas iniciativas, recomendações e escrutínios, colaborando com opiniões e sugestões devidamente fundamentadas, partilhando informação e acatando as decisões tomadas.

Entidades reguladoras nacionais e internacionais com quem a PT interage ativamente	Temas tratados durante o ano
ANACOM – Autoridade Nacional das Comunicações	Temas abordados e resultados de escrutínios / auditorias e consultas, disponíveis nos <i>websites</i> de cada entidade.
ERC – Autoridade Reguladora para a Comunicação Social	
AdC – Autoridade da Concorrência	
CNPD – Comissão Nacional para a Proteção de Dados	
Governo Português	
CE – Comissão Europeia	
BEREC – Body of European Regulators for Electronic Communications	

## 3.7. ONG's

Os estudos, as recomendações e os alertas feitos por Organizações Não Governamentais relacionadas com temas ambientais, sociais e/ou éticos, são também considerados na gestão diária de *stakeholders*, sendo que a maioria conta com a participação ativa e empenhada da PT nos seus desígnios

As instituições com quem nos relacionamos neste âmbito, estão publicadas no *website* da empresa e durante o ano passado os temas que mais contribuíram para o diálogo e iniciativas levadas a efeito, foram:

Temas materiais para as ONG's	A informação sobre estes temas pode ser encontrada nos seguintes capítulos do relatório
Direitos humanos	Relações laborais e direitos humanos
Privacidade de dados e proteção de menores	Sustentabilidade na oferta comercial
Acesso a serviços de saúde	
Acesso à educação e literacia	
Acesso às TIC	
Alterações climáticas	Preservação ambiental e combate às alterações climáticas

Para melhor aferição do nível de satisfação do relacionamento mantido ao longo do ano, efetuámos um *survey*, cujos níveis de participação e de satisfação foram os seguintes:

Taxa de instituições que responderam – 75%	Resultados (numa escala de 1-Muito Insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Satisfeito; 4-Muito Satisfeito)
Importância da interação / apoio para a instituição e para a sua atividade	3,9
Correspondência às expectativas da instituição	3,8
Impacto nos beneficiários apoiados pela instituição	3,7
Avaliação global	3,9

## 4. Gestão de riscos e oportunidades

A PT definiu como compromisso prioritário a implementação de mecanismos de avaliação e gestão de riscos que possam afetar as suas operações, execução do plano e cumprimento dos objetivos estratégicos definidos pelo Conselho de Administração. Estes mecanismos assentam num modelo de gestão de risco integrado e transversal, que entre outros, procura assegurar a implementação de boas práticas de Governança Corporativa e a transparência na comunicação com todos os *stakeholders*.

Como abordagem estruturada e sistematizada, a gestão de risco está integrada com o processo de planeamento estratégico e gestão operacional da empresa, dependendo do compromisso de todos os colaboradores na adoção da gestão de risco como parte integrante das suas funções, designadamente na identificação, reporte e implementação de medidas e comportamentos de mitigação dos riscos.

### Objetivos da gestão de riscos e oportunidades

1. Implementação de um modelo corporativo de gestão de risco alinhado com os objetivos estratégicos do Grupo PT;
2. Identificação e análise dos principais riscos a que a PT e as suas subsidiárias se encontram expostas no âmbito do desenvolvimento e prossecução da sua atividade;
3. Identificação e análise dos principais fatores de risco e eventos que podem afetar de modo significativo o normal funcionamento da PT e das suas subsidiárias nas seguintes vertentes:
  - Impacte;
  - Probabilidade de ocorrência;
  - Nível de controlo associado e capacidade de reação em situações de crise;
  - Velocidade a que o risco ou evento se poderá materializar;
  - Identificação de melhorias no controlo e acompanhamento de planos de mitigação associados a fatores de riscos críticos;
4. Melhorar a qualidade da informação que suporta o processo de tomada de decisões;
5. Comunicação dos resultados do modelo de gestão de riscos e realização de alertas em caso de ocorrência ou identificação de novos riscos críticos.

### Processo de gestão de riscos

Considerando a necessidade da PT dispor de mecanismos claros de avaliação e gestão dos riscos que afetam os seus negócios, foram definidas as seguintes componentes na implementação do processo de gestão de riscos:

**Dicionário de Riscos** para assegurar a descrição, de modo claro e objetivo, de uma linguagem de risco comum, a utilizar não só internamente como também nas várias divulgações efetuadas ao mercado sobre esta matéria; Este dicionário não pretende ser determinístico, sendo atualizável de modo sistemático e sempre que justificável;

**Metodologia de Gestão de Riscos** que formaliza os processos e procedimentos de identificação, análise, mitigação e reporte de riscos relevantes;

**Repositório Centralizado** de toda a informação associada a cada risco relevante, simplificando a análise de correlação entre os vários fatores de riscos registados, bem como a hierarquização da resposta e a identificação de sinergias entre as várias ações de mitigação dos riscos.

De salientar que o modelo instituído se enquadra igualmente nos objetivos de sustentabilidade empresarial classificados como estratégicos para o Grupo PT.

# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

## Dicionário de Riscos

Esta componente do processo de gestão de riscos encontra-se estruturada em três grandes categorias de risco, consoante a sua natureza:

- **Riscos Estratégicos** - Correspondem aos riscos dependentes de forças externas ao Grupo PT e suas subsidiárias, e que podem afetar o seu desempenho, estratégia, operações e organização. Por natureza, a origem dos riscos da envolvente implicam que tenham que ser adequadamente antecipados os impactes associados, e atempadamente identificadas a materialização dos fatores de risco associados, assim como a estratégia de mitigação, em caso de crise;
- **Riscos Operacionais** - são resultantes e inerentes às atividades de negócio e processos internos, podendo a Gestão assegurar o controlo dos mesmos na sua origem, de forma preventiva;
- **Riscos Financeiros** associados ao desempenho financeiro do Grupo e a transparência na sua comunicação ao mercado.

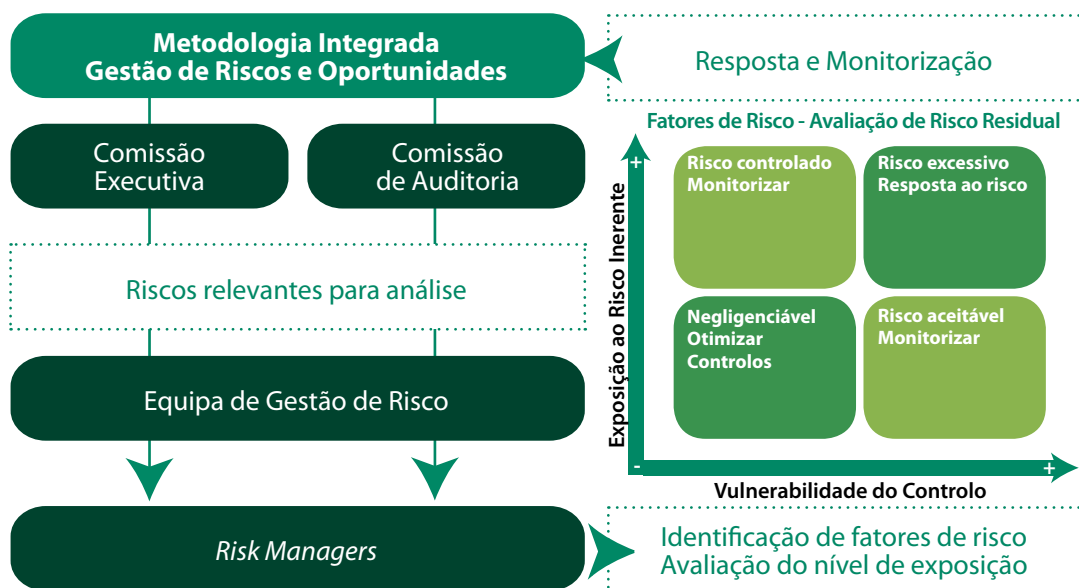
No quadro abaixo apresentam-se os riscos atualmente identificados ao nível do Modelo de Gestão de Riscos do Grupo PT e sobre os quais se desenvolve todo o processo de gestão de riscos.

## Dicionário de Riscos

<b>Riscos Estratégicos</b>	Concorrência Envolvente Económica Inovação Expetativas Acionistas Legal Fiscal Regulação Necessidades dos Clientes	Político / Soberania Setor de Atividade <i>Governance</i> Reputação e Imagem Gestão de Licenças / Concessões Carteira de negócios / Investimentos Envolvente Social e Relacionamento com <i>Stakeholders</i>
<b>Riscos Operacionais</b>	Ambiental Canal de venda e suporte a clientes Infraestrutura de Redes / Plataformas Infraestrutura de SI / TI Desenvolvimento de Produtos e Serviços Erosão da Marca Falhas de Serviço / Deficiência de Produto Logística Higiene e Segurança Ineficiência Interrupção do Negócio Obtenção / Desenvolvimento e retenção de talento	Qualidade de Serviço Compras Gestão de Parceiros / <i>Outsourcing</i> <i>Revenue Assurance / Billing</i> Autoridade / limites Comunicação Liderança Incentivos de Desempenho Segurança de Informação e Proteção de Ativos Fraude Estrutura Organizacional Avaliação de desempenho <i>Pricing</i> Compromissos contratuais / Gestão contratual
<b>Riscos Financeiros</b>	Crédito <i>Equity</i> Cambial Taxa de Juro <i>Cash Flow / Liquidez</i>	Instrumentos Financeiros Acesso a Financiamento <i>Reporting</i> Financeiro Evolução da Cotação da Empresa Garantias



METODOLOGIA INTEGRADA DE GESTÃO DE RISCOS E OPORTUNIDADES



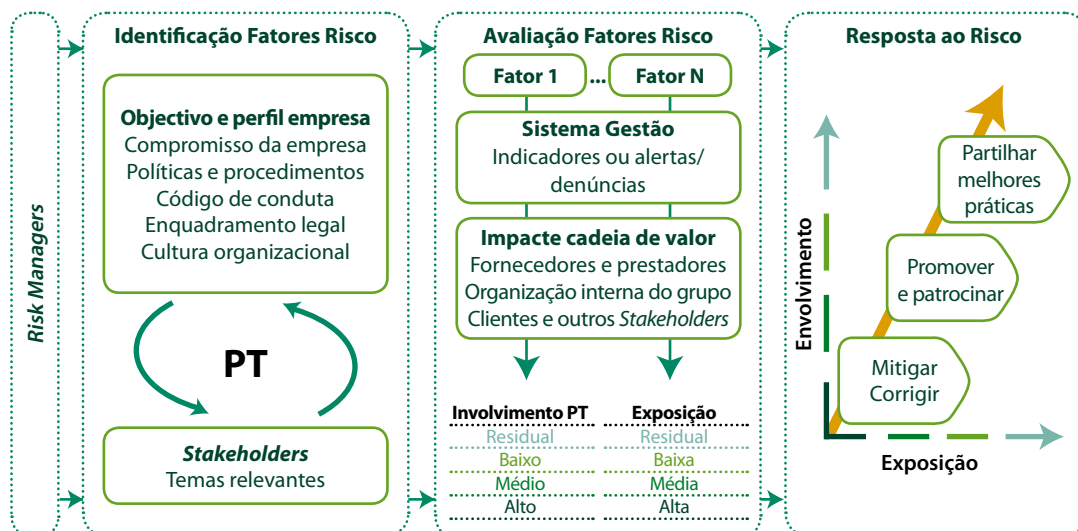
A operacionalização do modelo de Gestão de Riscos e Oportunidades na vertente da sustentabilidade é realizada em articulação com o Comité de Gestão de Sustentabilidade e tendo o suporte de um conjunto de subcomités que endereçam os principais temas críticos identificados nesta área. A abordagem seguida permite definir a estratégia de atuação, os procedimentos e os planos de ação adequados a uma melhoria continuada dos sistemas de gestão nas seguintes áreas:

- 1) Energia e Ambiente;
- 2) Relações Laborais, Direitos Humanos, Saúde e Segurança no Trabalho;
- 3) Relacionamento com *Stakeholders* e Fornecedores;
- 4) Comunicação, Marca e *Marketing* de Produtos e Serviços;
- 5) Inovação e Desenvolvimento de Serviços e Soluções;
- 6) Cidadania e Responsabilidade pessoal;
- 7) Partilha de Práticas de Sustentabilidade com Empresas Participadas a nível Internacional.

No âmbito do Comité de Sustentabilidade, é efetuada uma análise de risco, de forma transversal, de toda a cadeia de valor da empresa, em função dos principais temas identificados pela empresa e pelos vários *stakeholders*. De realçar, que na avaliação de impacte é considerada a evolução dos principais indicadores de sustentabilidade, bem como os alertas ou não conformidades comunicadas através dos vários canais de diálogo disponíveis. A resposta aos riscos identificados é definida em função do nível de exposição/impacte e do nível dos mecanismos de mitigação de risco detidos pela PT, conforme detalhado no diagrama abaixo:

# 04 ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS

## COMITÉ SUSTENTABILIDADE



ESTA PÁGINA FOI PROPOSITADAMENTE DEIXADA EM BRANCO.

# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

# 05

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68

## 05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

06 CADEIA DE FORNECEDORES	118	1. NA ORGANIZAÇÃO	92
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130	1.1. Perfil dos colaboradores	93
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138	1.2. Diversidade e igualdade	95
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160	1.3. Negociação coletiva e representação	99
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	1.4. Conciliação entre a vida profissional e familiar	101
NOTAS METODOLÓGICAS	190	1.5. Recrutamento e retenção de talento	103
ÍNDICE REMISSIVO	194	1.6. Segurança e Saúde no Trabalho	109
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208	2. NA CADEIA DE VALOR	112
		2.1. Avaliação de risco	112
		2.2. Proteção da privacidade de dados	113
		2.3. Proteção de menores	115

# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

A PT está comprometida com o desenvolvimento de uma cultura organizacional baseada em políticas que apoiam e promovem os direitos humanos, procurando evitar qualquer cumplicidade com quem de algum modo transgrida algum dos seus princípios.

Apoiamos os princípios contidos na Declaração Universal dos Direitos do Homem, as Diretrizes da OCDE para as empresas multinacionais e as convenções fundamentais da OIT sobre o trabalho.

O nosso apoio a esses princípios reflete-se nas políticas e ações para com os nossos colaboradores, fornecedores, clientes e os países onde operamos, a quem exigimos o mesmo padrão.

A PT encara os seus colaboradores com respeito e dignidade, garantindo que trabalham livremente, por vontade própria, e que são devidamente remunerados pelo seu esforço, em cumprimento do que foi contratualizado e de acordo com as leis e regulamentos dos países em que operamos.

A PT respeita a soberania dos governos em todo o mundo, considerando que cada nação deve proteger os direitos humanos de seus cidadãos. Contudo, sabendo que o enquadramento legal de alguns dos países onde operamos é pouco claro relativamente aos aspetos relacionados com direitos humanos, a PT, garante a conformidade com a legislação local e adiciona a forte promoção para que as empresas adiram aos princípios refletidos nas nossas políticas corporativas.

Os compromissos da PT para com o respeito pelos direitos humanos está incorporado nas políticas sociais e laborais Grupo e os seus critérios e resultados são partilhados nos relatórios anuais da empresa. Os direitos humanos são parte da avaliação do risco não-financeiro das operações.

### **Igualdade**

Proibir qualquer distinção no gozo dos direitos humanos por motivos de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento ou de qualquer outra situação.

### **Vida e Segurança**

O direito à vida, à liberdade e à segurança, bem como o direito de estar livre de escravidão, servidão tortura ou tratamento cruel, desumano ou degradante desenvolvendo a noção de dignidade pessoal e de segurança.

### **Liberdade Pessoal**

Direitos que protegem a privacidade de uma pessoa em assuntos relacionados com a família, em casa, correspondência, reputação, honra e liberdade de movimento.

O direito de asilo, a uma nacionalidade e o direito à propriedade. Liberdade de pensamento, de consciência e de religião e a liberdade de opinião e de expressão são definidas junto com o direito de reunião pacífica e de associação.

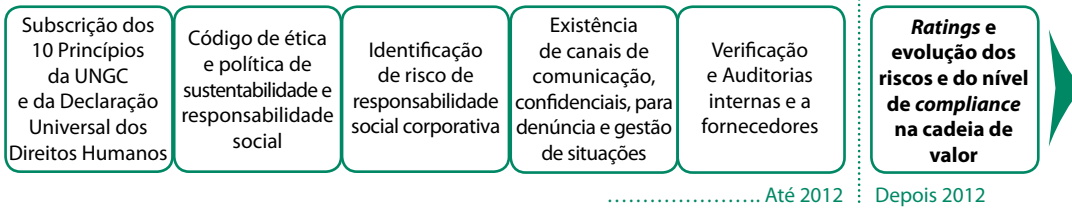
### **Liberdades Económicas, Sociais e Culturais**

O direito à dignidade humana e ao livre desenvolvimento da personalidade de cada indivíduo.

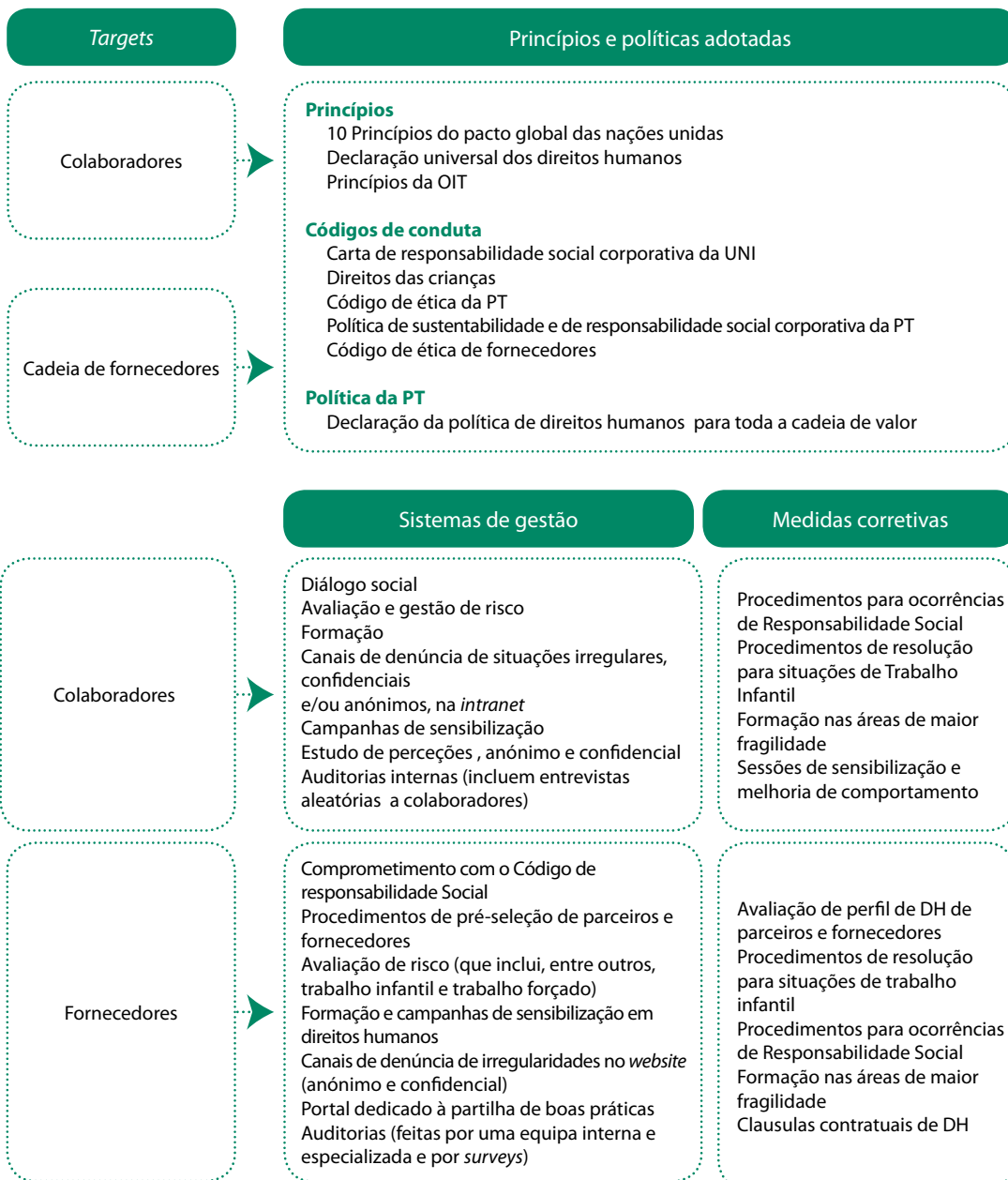
O direito ao trabalho e ao salário igual por trabalho igual, a uma remuneração justa que garanta para o trabalhador e sua família uma existência compatível com a dignidade humana.

Reconhece também o direito de formar e aderir a sindicatos, o direito a repouso e ao lazer, e às férias remuneradas periódicas.

**Gestão de Direitos Humanos e Laborais na cadeia de valor**



Os procedimentos agregados à gestão de direitos humanos, são os seguintes:





# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

### 1. Na organização

As pessoas que integram a organização assumem uma importância fundamental para a gestão, na medida em que a sua capacidade de adaptação às mudanças de mercado e de inovação no uso dos instrumentos de trabalho contribuem decisivamente para a diferenciação da nossa atividade e, por consequência, para o posicionamento da empresa no mercado.

Através do conhecimento profundo dos pontos fortes e pontos fracos do perfil de cada colaborador e da própria organização, é possível desenvolver metodologias de gestão tendentes a otimizar o alinhamento entre as valências pessoais e os objetivos empresariais e, deste modo, contribuir para agregar valor aos respetivos negócios.

#### Modelo integrado de gestão de recursos humanos

##### Códigos de princípios e acordos assumidos

- Código de Ética
- Código de Ética para *Financial Officers*
- Acordo coletivo de trabalho
- Princípios da United Nations Global Compact
- Código de Responsabilidade Social da Union
- Network International
- Carta de Sustentabilidade da ETNO
- Declaração Universal dos Direitos Humanos

##### Códigos de princípios e acordos assumidos

- Modelo de recrutamento
- Programas de acolhimento
- Programas de mobilidade
- Programas de formação
- Sistema de *Business Intelligence*
- Programas de retenção de talentos
- Programas de responsabilidade social interna
- *Intranet* corporativa
- Modelo de evolução profissional

##### Ferramentas de gestão e avaliação

- Inquérito de clima organizacional
- Sistema de avaliação de desempenho
- (objectivos / competências técnicas e de gestão)
- Portal do colaborador
- Reuniões de *feedback*
- Plano de desenvolvimento pessoal

##### Ferramentas de gestão e avaliação

- Flexibilidade de horários de trabalho
- Planos de saúde
- Espaços culturais, lazer e restauração
- Canais de comunicação
- Clube PT
- Plano de descontos em aquisição de serviços
- Associação de apoio social
- Apoio no final de carreira
- Responsabilidade social interna

\* O modelo de RH assegura a igualdade de oportunidades, a equidade de remunerações para funções idênticas, a proteção da saúde e da segurança e os períodos de tempo mínimos, estipulados legalmente, quer em AE quer na lei geral do trabalho, para aviso de qualquer alteração relacionada com o trabalho, a todos os colaboradores PT.

#### Cinco prioridades estratégicas

1. Aumentar a produtividade;
2. Concluir a implementação do Modelo de Carreiras;
3. Melhorar o processo de Avaliação de Desempenho;
4. Atrair e desenvolver talento;
5. Reforçar a Responsabilidade Social Interna.

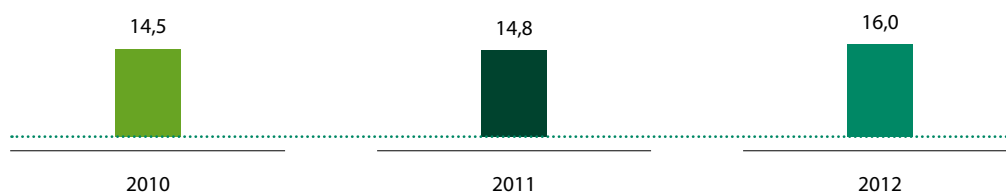
## 1.1. Perfil dos colaboradores

O perfil global dos colaboradores do grupo assume a seguinte configuração:

DISTRIBUIÇÃO DE COLABORADORES A NÍVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

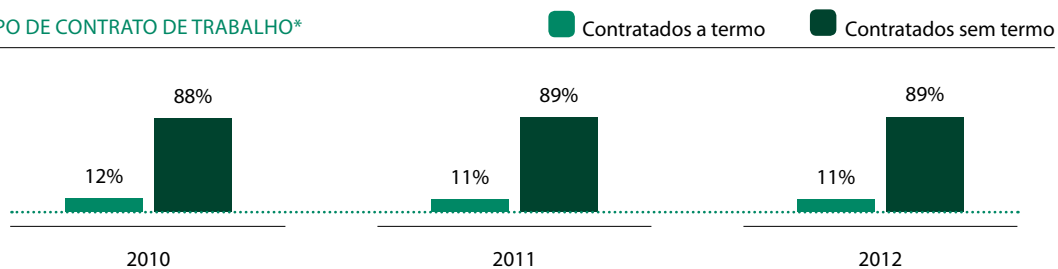


ANTIGUIDADE MÉDIA\* (ANOS DE TRABALHO AO SERVIÇO DA EMPRESA)



A antiguidade média dos colaboradores ao serviço da empresa aumentou ligeiramente no último ano, o que corrobora a estratégia de gestão de recursos humanos, de longo prazo.

TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO\*



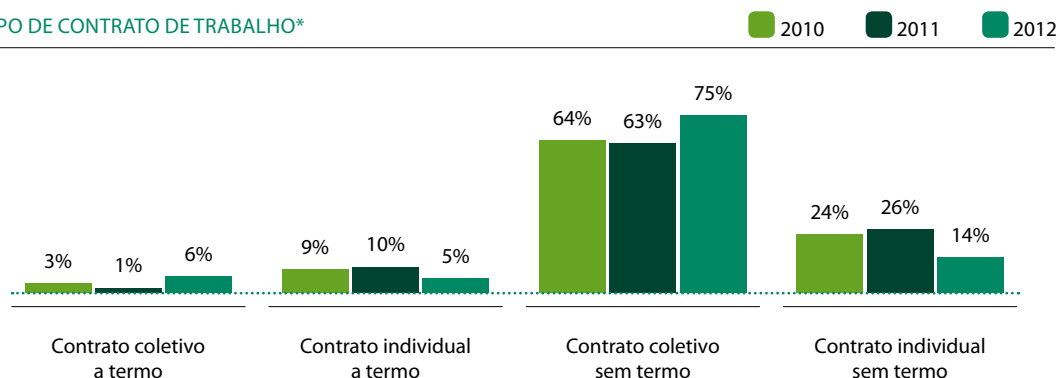
Ao longo do triénio, apenas um em cada dez colaboradores tem um contrato de trabalho a termo. Os restantes nove em cada dez, têm contratos de trabalho sem termo.

\*Dados da PT em Portugal

# 05

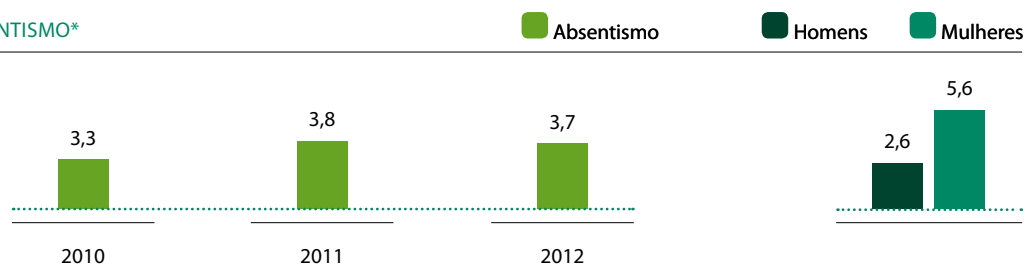
## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO\*



No último ano houve uma migração de aproximadamente de 15% de colaboradores com contratos individuais para contratos coletivos.

ABSENTISMO\*



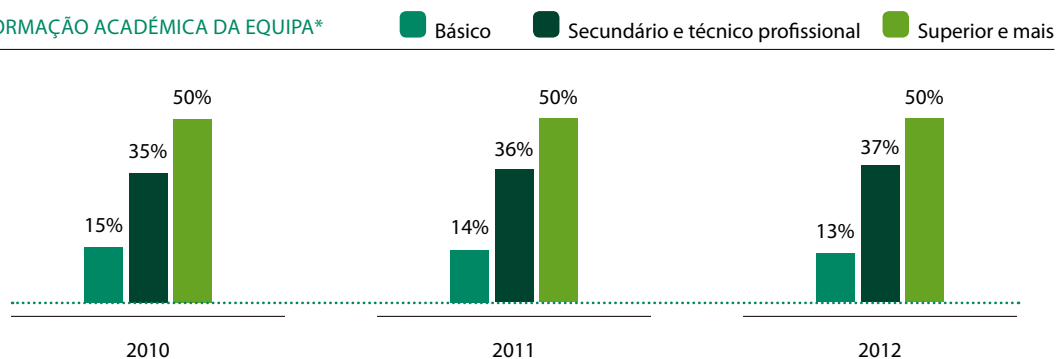
A taxa de absentismo na PT, calculada entre o potencial de horas a trabalhar e o número de horas de absentismo, manteve-se ao longo do triénio entre os 3 e os 4%, sendo que em 2012 além de ter globalmente diminuído ligeiramente, o absentismo feminino também diminuiu para os 5,6% (em 2011 foram 5,9%) e o masculino manteve-se nos 2,6%.

REMUNERAÇÃO MÍNIMA PAGA PELA PT / REMUNERAÇÃO MÍNIMA MENSAL GARANTIDA\* = 1

Na PT, em 2012, apenas 5 colaboradores receberam a remuneração mínima mensal paga pela PT

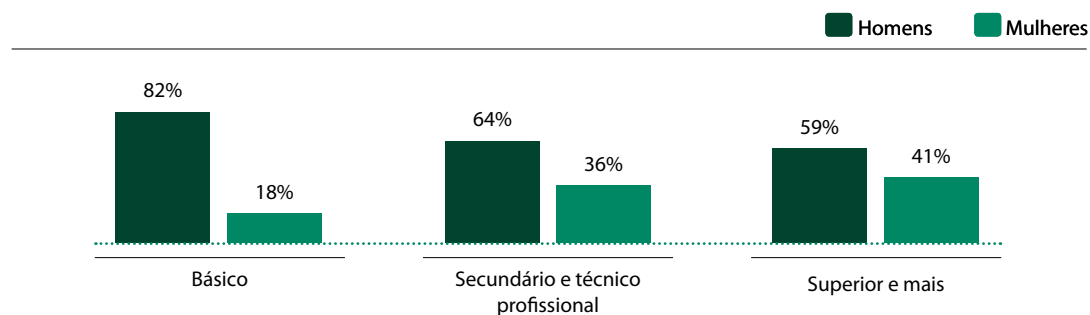
Homens – 2  
Mulheres – 3

FORMAÇÃO ACADÉMICA DA EQUIPA\*



\*Dados da PT em Portugal

Ao longo do triénio, a formação académica dos colaboradores tem evoluído para patamares de formação ligeiramente mais elevados.



Na PT, a proporção de mulheres cresce com o grau académico.

#### TAXA DE ROTATIVIDADE DE COLABORADORES\*

1,4 - Entre os colaboradores que entram e os que saem da empresa, sendo que este valor é de 1,3 para os homens e de 1,5 para as mulheres.

## 1.2. Diversidade e igualdade

A diversidade é uma prioridade estratégica na empresa. É uma consequência natural da sua globalização à escala mundial e do Código de Ética com que pauta a sua conduta.

A política adotada apela ao **respeito pelas diferenças, ao combate de qualquer forma de discriminação, e à promoção da igualdade de oportunidades**. Todas as políticas que norteiam a atuação da empresa defendem a igualdade de oportunidades no trabalho, independentemente do género, idade, raça, religião, deficiência e/ou orientação sexual de cada um.

A PT, para além de estar empenhada em cumprir a legislação laboral nacional, entende que deve garantir igualdade de oportunidades a todos os seus colaboradores e candidatos aos seus programas de recrutamento. Sabendo, que as áreas das TIC têm revelado ser menos atrativas para as mulheres, a PT tem procurado estimular o interesse desta faixa da população através de um programa de recrutamento junto das universidades e escolas de referência.

Para além de integrar especificamente este tema no seu Código de Ética é também signatária dos Princípios da *United Nations Global Compact*, da carta de Responsabilidade Social da UNI (*Union Network International*), é signatária Código Europeu de melhores práticas para mulheres nas TIC, e durante o ano de 2012 preparou-se para vir a ser signatária, em 2013, do Acordo de Adesão ao Fórum de Empresas para a Igualdade de Género, uma iniciativa da Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego.

### Códigos e princípios

Código de Ética da PT
10 Princípios do pacto Global das Nações Unidas
Carta de Responsabilidade Social da Union Network International Global
Código Europeu das Melhores Práticas para as Mulheres nas TIC
Fórum de Empresas para a Igualdade do Género

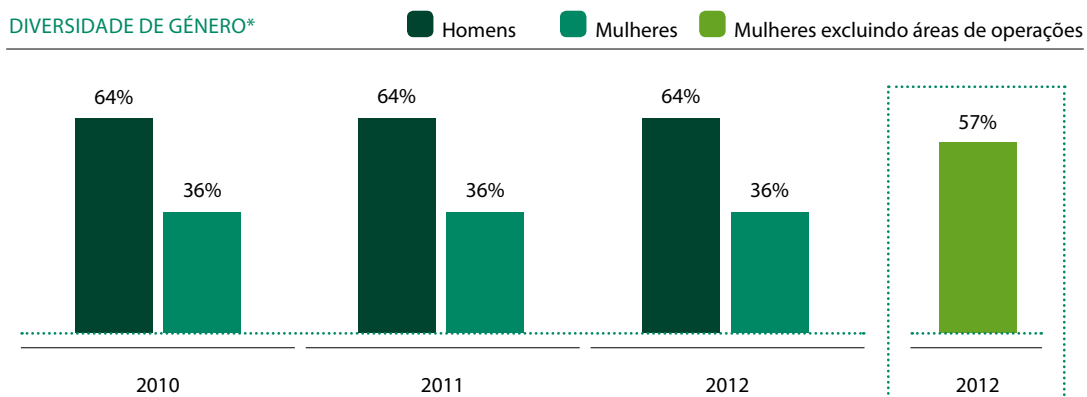
\*Dados da PT em Portugal

# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

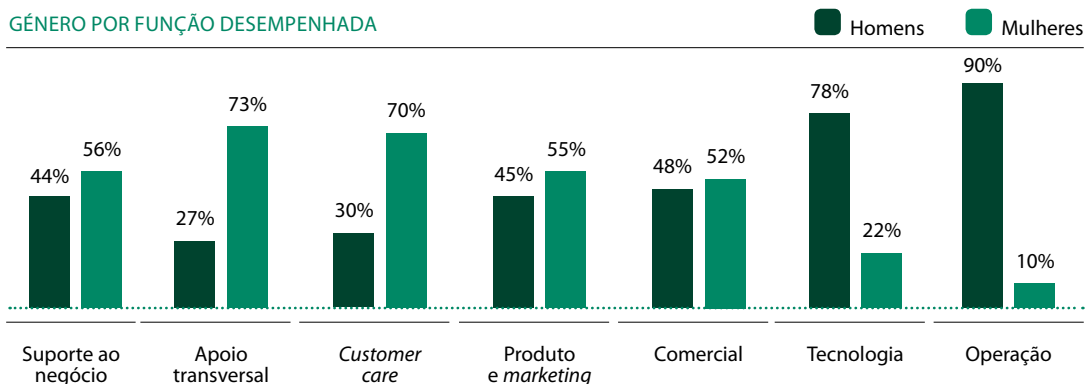
Os processos de identificação de um perfil adequado a qualquer função, por mobilidade interna ou por recrutamento de um candidato externo, baseiam-se nas respetivas capacidades técnicas e comportamentais e na adequação das qualificações e aptidões dos candidatos, para o desempenho da atividade.

### DIVERSIDADE DE GÉNERO\*



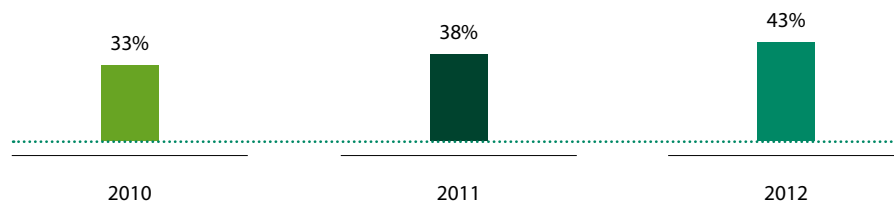
A distribuição entre homens e mulheres tem-se mantido estável ao longo do triénio – em média, em cada 10 colaboradores, cerca de 6 são homens e 4 são mulheres. Se desagregarmos da contagem as áreas das operações técnicas a proporção de mulheres cresce para 57%.

### GÉNERO POR FUNÇÃO DESEMPENHADA



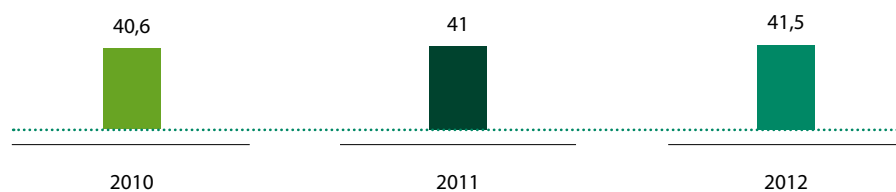
As mulheres estão mais representadas nas áreas de Apoio Transversal e *Customer Care* e, os homens estão mais representados nas áreas das Operações técnicas e na Tecnologia.

### MULHERES NO PROGRAMA DE ESTAGIÁRIOS

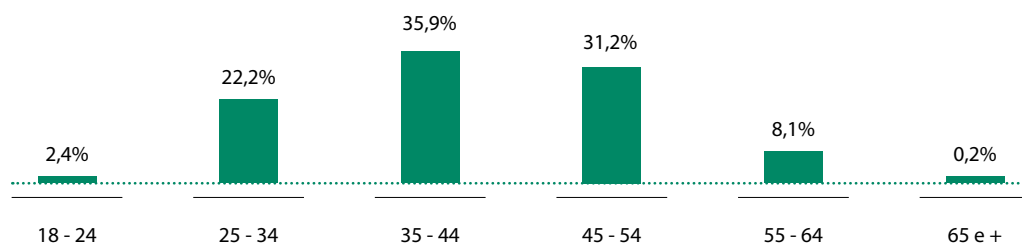


Os programas de estagiários têm vindo a incorporar crescentemente mais mulheres.

## MÉDIA ETÁRIA DOS COLABORADORES\* (ANOS DE IDADE)



## DISTRIBUIÇÃO DOS COLABORADORES POR GRUPO DE IDADE\*

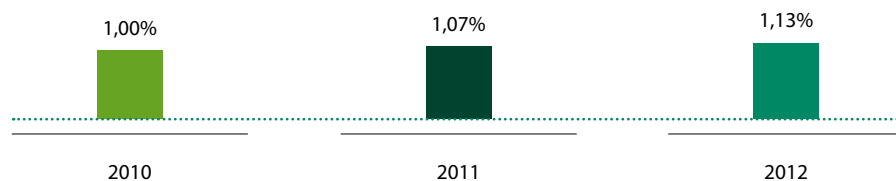


A distribuição dos colaboradores por grupo de idade apresenta uma distribuição equilibrada entre os mais jovens e os mais séniores.

## DIVERSIDADE DE NACIONALIDADE\*

Nacionalidades dos colaboradores PT **29 nacionalidades de 4 continentes**

## PORTADORES DE DEFICIÊNCIA\*

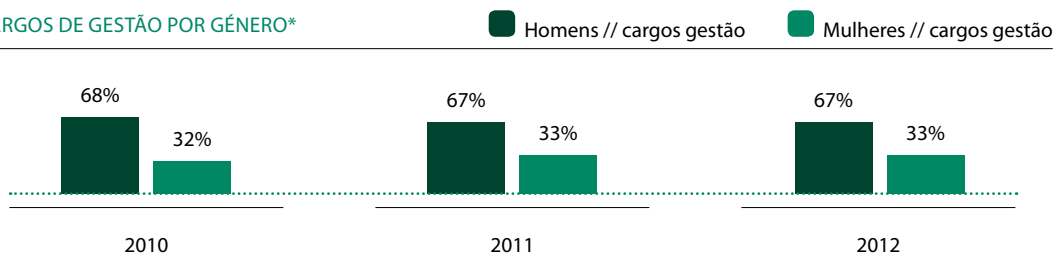


\*Dados da PT em Portugal

# 05

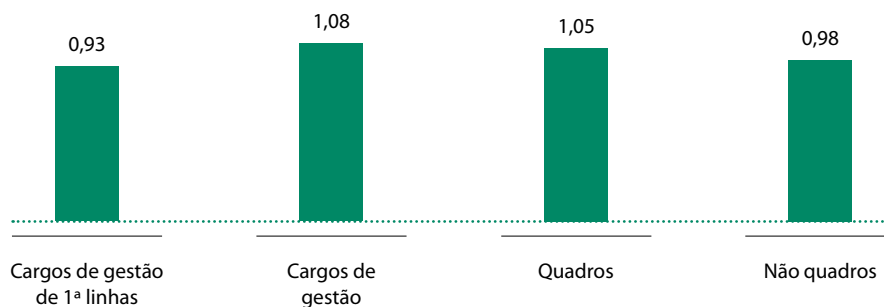
## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

### CARGOS DE GESTÃO POR GÉNERO\*



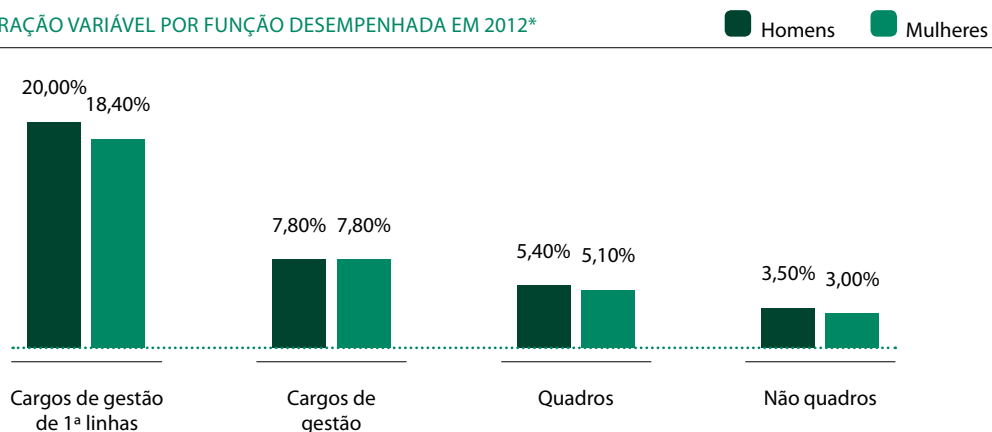
A percentagem de mulheres em cargos de gestão aumentou ligeiramente ao longo do último triénio, embora ainda não tenha atingido o patamar da proporção de mulheres existentes na empresa.

### PROPORÇÃO DE REMUNERAÇÃO ENTRE HOMENS / MULHERES\*



A remuneração média dos cargos de gestão de 1ª linha e a dos Não Quadros é ligeiramente superior entre os colaboradores do sexo feminino. A remuneração média dos restantes cargos de gestão e dos quadros técnicos em geral, é ligeiramente superior entre os colaboradores do sexo masculino.

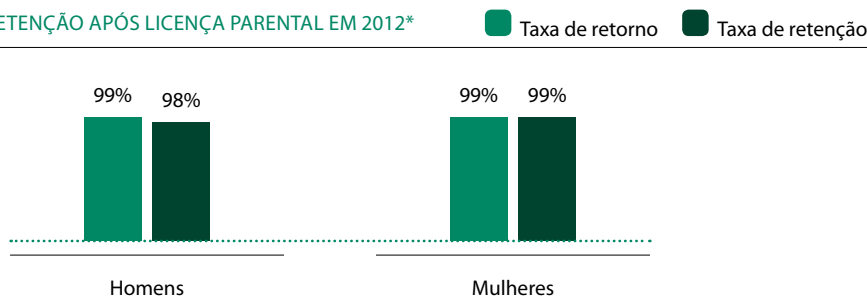
### REMUNERAÇÃO VARIÁVEL POR FUNÇÃO DESEMPENHADA EM 2012\*



A remuneração variável dos colaboradores da PT é tanto mais elevada, quanto mais elevado é o nível de responsabilidade. De um modo geral, os colaboradores do sexo masculino têm níveis de remuneração variável ligeiramente superiores aos colaboradores do sexo feminino.

\*Dados da PT em Portugal

TAXA DE RETORNO E RETENÇÃO APÓS LICENÇA PARENTAL EM 2012\*



Todos os colaboradores são abrangidos pelo direito à licença de parentalidade. Em 2012, a taxa de retorno após licença parental e a taxa de retenção ao final de um ano, são as referidas no gráfico acima.

### 1.3. Negociação coletiva e representação

As políticas e o modelo de gestão de colaboradores são resultado do diálogo existente entre os dirigentes da PT e os responsáveis das estruturas de representação coletiva de trabalhadores.

O modelo de gestão incorpora o diálogo entre as estruturas de representação da gestão e as estruturas de representação coletiva dos colaboradores, entre as quais sindicatos e Comissão de Trabalhadores.

#### Estruturas de representação coletiva de trabalhadores (ERCT)

Sindicatos	18
Comissão de Trabalhadores	1
Sub Comissões de Trabalhadores	38

A Comissão de Trabalhadores é eleita livremente, bem como as respetivas subcomissões.

#### Diálogo social com as estruturas de representação coletiva de trabalhadores (ERCT)

Nº de reuniões realizadas durante o ano	88
---	----

Foi realizada em média mais que uma reunião por semana, para debater as questões relacionadas com o Acordo Coletivo de Trabalho, entre outros temas relacionados com relações laborais e direitos humanos.

\*Dados da PT em Portugal



# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

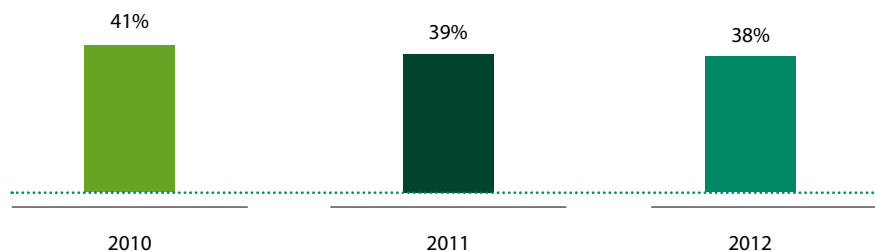
### Temas tratados na Negociação do Acordo Coletivo de Trabalho (ACT) dos Operadores de Telecomunicações - 2ª fase (ano 2012)

- a. Alargamento do âmbito;**
- b. Local de trabalho**
  - Deslocações em serviço (inclui-se na mobilidade geográfica)
- c. Duração do trabalho**
  - Adaptabilidade
  - Intervalo de descanso
  - Descanso Diário
  - Descanso Semanal
  - Regras gerais dos horários de trabalho
  - Isenção de horário de trabalho
  - Horários por turno
  - Prevenção
- d. Retribuição do trabalho**
  - Retribuição e subsídio de férias
  - Subsídio de Natal
  - Trabalho em grande altura
  - Subsídio de transporte próprio
  - Abono para falhas
  - Subsídio de refeição
  - Subsídio especial de refeição
  - Subsídio de pequeno almoço
  - Subsídio dominical
  - Abono pelo risco de condução
  - Subsídio por turnos
  - Prémio de reforma/aposentação
  - Retribuição complementar por anos de serviço Marconi
  - Prémio de antiguidade Marconi
- e. Modelo de Carreiras**
  - Evolução profissional (promoções)
- f. Matérias ressalvadas no âmbito do acordo de empresa da PT Comunicações**

### Temas em agenda

- a. Não discriminação**
  - Igualdade de género
- b. Saúde e Segurança no Trabalho**
- c. Formação em DH dos colaboradores e dos fornecedores**
- d. Atração e retenção de talento**
- e. Prevenção da violação de DH**
- f. Monitorização**
  - Survey
  - Auditorias
  - Canais de denúncia

### COLABORADORES SINDICALIZADOS\*



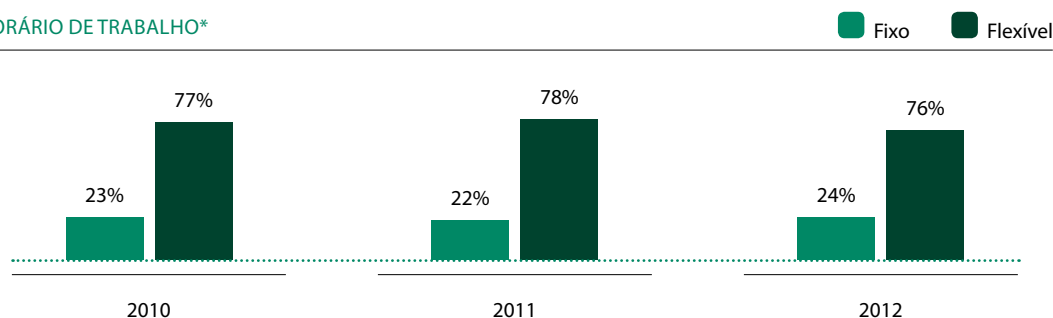
A percentagem de colaboradores sindicalizados tem registado uma ligeira redução ao longo do triénio embora o número de colaboradores abrangidos pelo acordo de trabalho – desenhado e aprovado por todas as entidades representantes dos colaboradores (incluindo sindicatos e comissão de trabalhadores) – abranja, em 2012, aproximadamente 80% da totalidade dos colaboradores.

\*Dados da PT em Portugal

## 1.4. Conciliação entre a vida profissional e familiar

Consciente de que muitos estudos europeus identificam que as famílias consideram ter grandes dificuldades em conciliar a vida profissional e a vida familiar, nomeadamente no que respeita ao desfasamento de horários de trabalho com os horários das escolas dos filhos e, sempre que necessário, no apoio à doença dos filhos e/ou de familiares ascendentes, a PT, tem implementado um conjunto de procedimentos e de iniciativas que visam equilibrar o convívio entre estas duas vertentes do dia a dia dos seus colaboradores e, deste modo, contribuir para que cada momento seja aproveitado na sua plenitude.

### HORÁRIO DE TRABALHO\*



Mais de  $\frac{3}{4}$  dos horários de trabalho na PT são flexíveis, permitindo, deste modo, uma melhor conciliação entre a vida profissional e a familiar.

### Responsabilidade social interna

A área de responsabilidade social interna da PT dinamiza um conjunto de iniciativas que visam apoiar os colaboradores e familiares, promovendo valores sociais, o bem-estar, a cultura, hábitos saudáveis e momentos especiais e apoiando o desenvolvimento de filhos de colaboradores através de apoios ao estudo para agregados com rendimentos *per capita* mais baixos e dinamizando atividades de tempos livres.

#### Programa de responsabilidade social interna destinados a colaboradores e familiares

#### Descrição do âmbito dos programas

Crescer	Iniciativas de inclusão digital, aquisição de competências escolares e ocupação de tempos livres
Apoiar	Iniciativas de apoio a colaboradores e familiares com necessidades particulares
Ação	Iniciativas desportivas e culturais que promovem o bem-estar, <i>antisstress</i> e reforçam o espírito de equipa e família
Celebrar	Iniciativas de comemoração de efemérides

### Saúde

Em termos de apoio à saúde, a PT dispõe de uma rede de prestação de cuidados de saúde aos colaboradores e, no caso de assim o entenderem, ao restante agregado familiar, em condições favoráveis relativamente a outros sistemas de saúde.

Paralelamente são efetuados programas de rastreio para melhor endereçar os riscos identificados e, deste modo, poder contribuir para a dinamização de hábitos de vida saudável – ver em SST.

\*Dados da PT em Portugal

# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

### Espaços de refeição

A PT disponibiliza aos seus colaboradores uma rede de espaços de refeição e espaços de *snack* que pretende associar a alimentação saudável a uma relação qualidade/preço equilibrada. Os responsáveis por estes espaços contam com o apoio de nutricionistas para a preparação das respetivas ementas.

### Apoio aos estudos dos filhos de colaboradores

A PT tem um programa de apoio aos estudos – subsídios e prémios de excelência – para filhos de colaboradores. Permite apoiar a educação escolar dos filhos dos agregados familiares com rendimentos *per capita* mais baixos e premiar a excelência académica dos jovens. Foram atribuídos – 2.989 apoios (+15% face a 2011)

### Celebrar a natalidade

A taxa de natalidade tem baixado na Europa e particularmente em Portugal. Por isso, a PT celebra a natalidade enviando aos colaboradores que recebem a bênção da maternidade ou paternidade, um *kit* presente com produtos para o bebé e uma mensagem de homenagem aos pais. Foram atribuídos – 366 *kits* (-12% face a 2011)

### Campos de férias para os filhos dos colaboradores

Em época de férias escolares, a PT organiza (por idades) programas em campos de férias para os filhos dos colaboradores. Estes programas contêm atividades didáticas, lúdicas e desportivas e a adesão que têm é sempre elevada, já que contribui para a ocupação de tempos livres das crianças e para a tranquilidade dos respetivos pais. Contou com 1.940 participantes (+21% face a 2011)

### Apoio social a colaboradores

Apoio a colaboradores e família em situação de dificuldade (saúde, económica, etc.)  
Foram recebidas 1.884 solicitações (+15% face a 2011)

### Voluntariado em família

A PT organiza programas de voluntariado, fora do horário de trabalho que permite aos colaboradores participarem individualmente ou conjuntamente com as suas famílias. Estes programas de voluntariado estão frequentemente relacionados com atividades de proteção ambiental, ao ar livre, e/ ou de apoio social (a jovens e/ou idosos carenciados). Os programas de voluntariado em família contaram com 943 participantes (+2% face a 2011)

### Bookpoint - Literacia

Os colaboradores da PT dispõem de uma rede de mediatecas internas onde podem requisitar para suas casas e por um período pré-determinado, diferentes suportes e diferentes conteúdos adequados a várias idades e interesses.

### Vantagens na aquisição de serviços e produtos

Os colaboradores da PT e suas famílias beneficiam também de descontos e condições especiais para a compra de bens e serviços em várias lojas, através de protocolos estabelecidos entre a PT e as respetivas marcas:

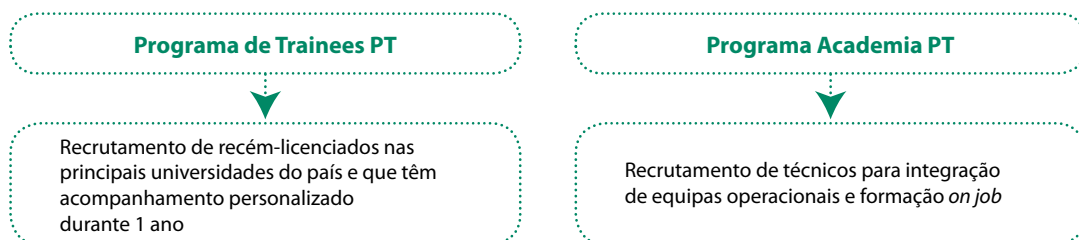
- Telecomunicações
- Equipamentos eletrónicos
- Saúde e bem-estar
- Restaurantes
- Viagens, turismo e lazer
- Desporto e atividade física
- Combustíveis

## 1.5. Recrutamento e retenção de talento

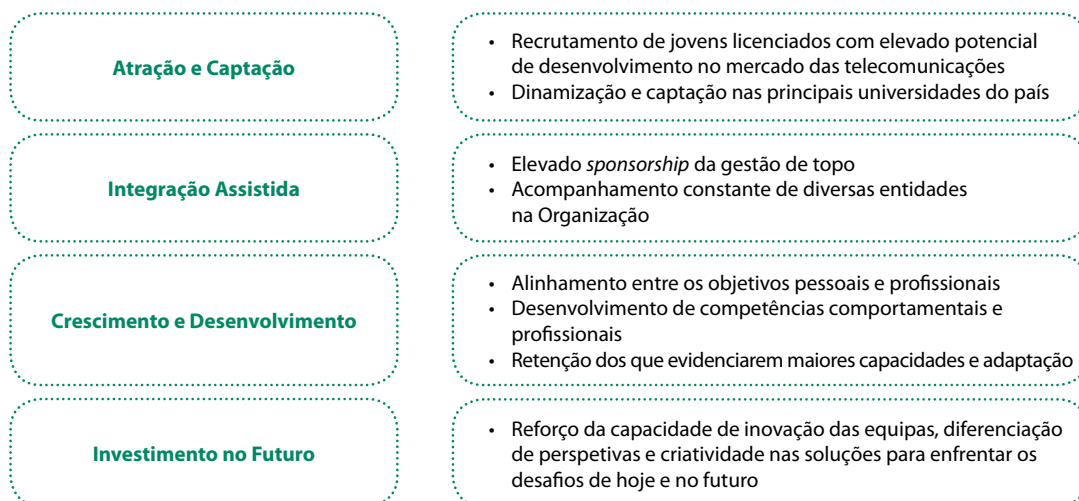
### Recrutamento

A estratégia de recrutamento da PT assenta essencialmente na atração, seleção e desenvolvimento de jovens a iniciar a sua atividade profissional.

O Programa Trainees e a Academia Portugal Telecom são programas estratégicos de atração, captação e integração de jovens na vida ativa, resultante de parcerias com a comunidade escolar, nomeadamente universidades e escolas técnico-profissionais de referência a nível nacional.



### Modelo de recrutamento – atração, captação e retenção



### Processo de recrutamento



### Recrutamento

2012

Programa de Trainees PT  
Academia PT

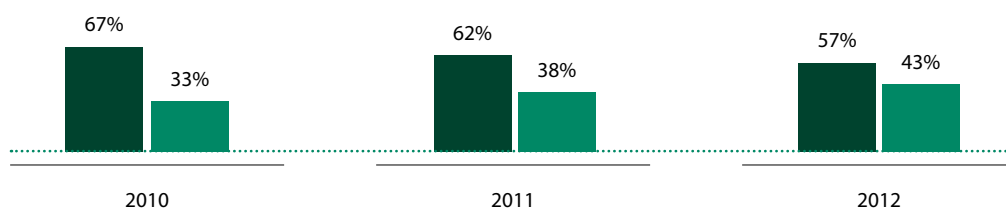
103 Novos Estagiários  
301 Novos Técnicos

# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

PERFIL DOS COLABORADORES RECRUTADOS POR GÉNERO (%)\*

■ Homens ■ Mulheres



A percentagem de mulheres recrutadas para os programas de estágio tem vindo a aumentar de ano para ano.

### Atração e retenção de Talento

#### Retenção de Talento

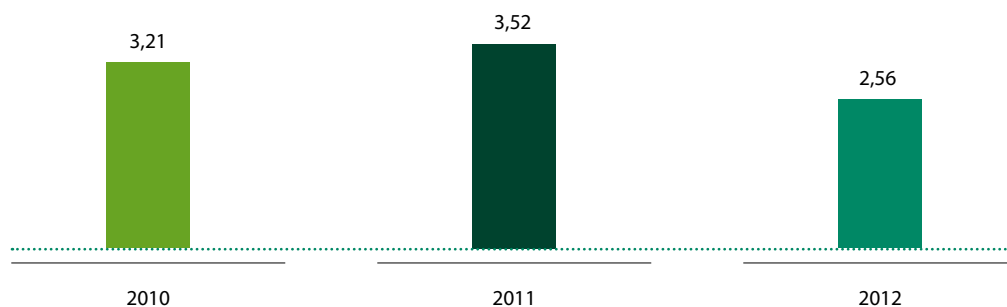
Formação e Desenvolvimento  
 Gestão e Avaliação de Desempenho  
 Modelo de Carreiras  
 Participação na Inovação  
 Canais de Comunicação para diálogo  
 Surveys de Avaliação de Satisfação

#### Formação

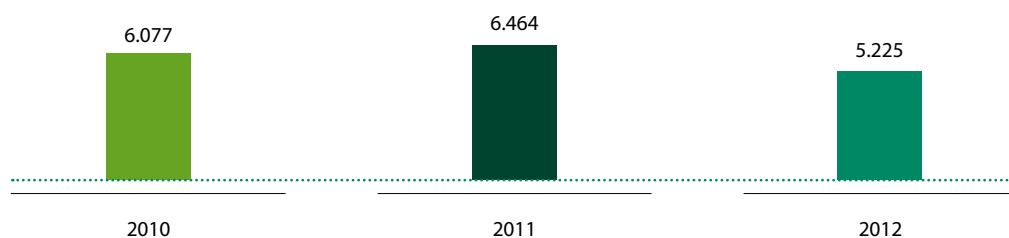
A formação dos colaboradores é considerada uma prioridade pela gestão da PT. Só através de um plano de formação adequado é possível antecipar soluções e agregar valor aos recursos humanos, aos negócios, ao ambiente e à sociedade. Ao longo do último triénio a PT investiu aproximadamente 10 milhões de euros em ações de formação da sua equipa, sendo que em 2011 o valor médio da hora da formação por participante registou um aumento considerado pouco compatível com o período de contração económica que envolve a sociedade europeia. Em 2012, o custo médio de hora de formação de cada colaborador participante voltou a descer para os patamares de 2010 garantindo uma melhor sustentabilidade do programa para o futuro.

INVESTIMENTO EM FORMAÇÃO

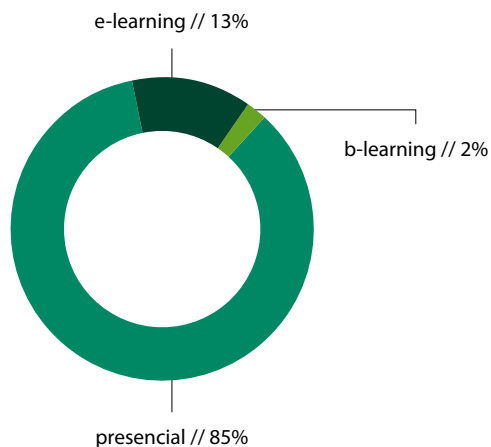
(milhões de euros)



NÚMERO DE AÇÕES DE FORMAÇÃO

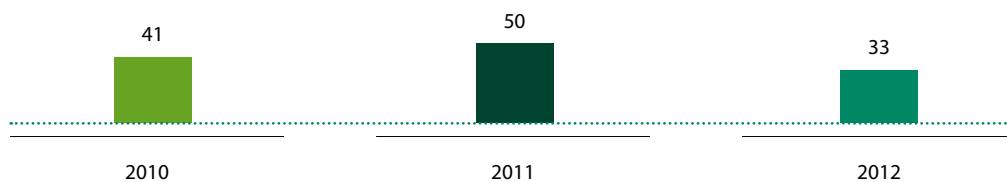


SUPORTE DA FORMAÇÃO (%)\*

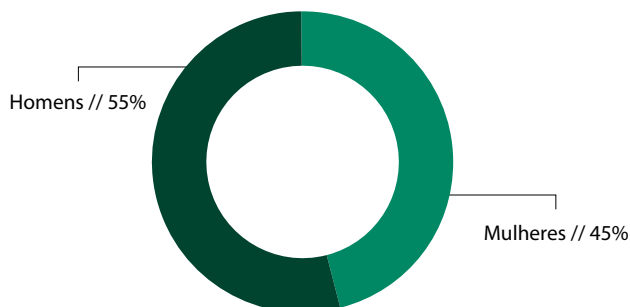


Participantes em ações de formação sobre o universo de colaboradores\* // 89%

TEMPO MÉDIO DE FORMAÇÃO POR PARTICIPANTE (EM HORAS)\*



DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO MÉDIO DE FORMAÇÃO POR PARTICIPANTE E POR GÉNERO\*



\*Dados da PT em Portugal

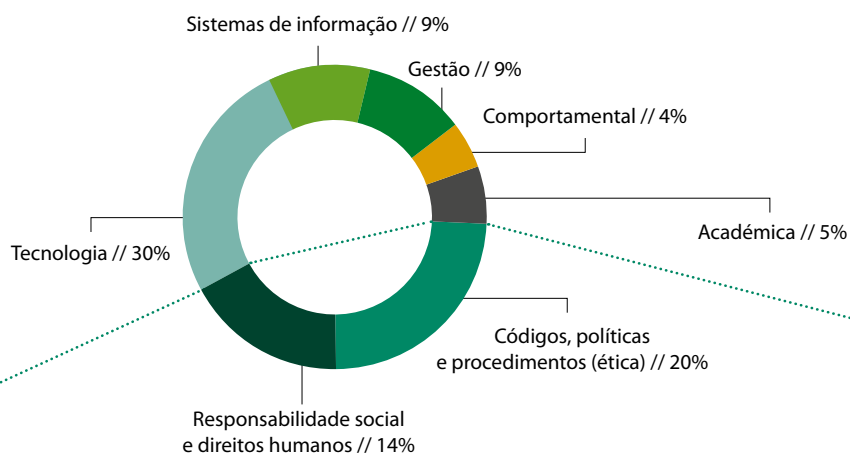
# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO MÉDIO DE FORMAÇÃO POR PARTICIPANTE E POR CATEGORIA PROFISSIONAL\*

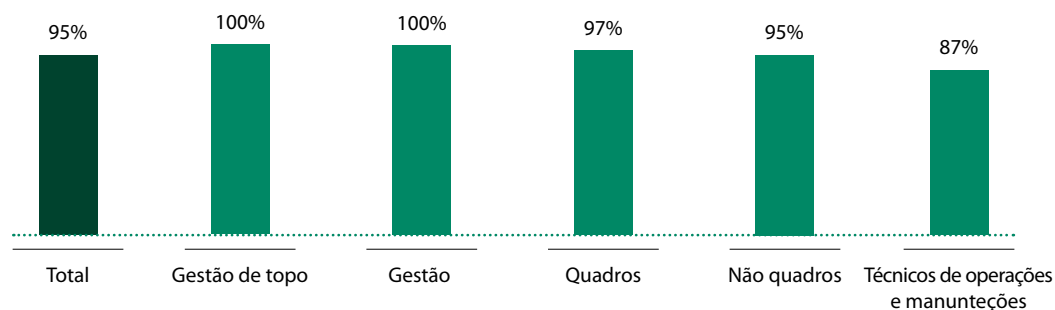


ÁREAS TEMÁTICAS DE FORMAÇÃO\*



Até ao final do ano de 2012, a formação de colaboradores nestes temas assumia o seguinte perfil:

**COLABORADORES COM FORMAÇÃO NAS ÁREAS DE ÉTICA, RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E DIREITOS HUMANOS**



Atendendo à importância crescente das questões relacionadas com Ética, Responsabilidade Social e Direitos Humanos, a PT estabeleceu um programa de formação dos seus colaboradores que se estende até ao final do ano de 2013.

E totalizou 160.739 horas de formação.

\*Dados da PT em Portugal

### Gestão e avaliação de desempenho

A avaliação de desempenho constitui um elemento chave do processo de gestão de recursos humanos tendo sido aperfeiçoado em 2011 e 2012 em linha com as atuais tendências de mercado, com a orientação estratégica da empresa e com as melhores práticas que se verificam a nível internacional.

#### Avaliação de desempenho // Principais objetivos

**Motivar** // Motivar as pessoas através do estabelecimento de critérios objetivos que permitem recompensar o seu contributo para a *performance* da organização.

**Desenvolver** // Acompanhar o desempenho dos colaboradores, proporcionando-lhes uma direção clara. Estabelecer compromissos futuros.

**Melhorar resultados** // Analisar o nível de concretização dos objetivos e o nível de proficiência e competência.

Foi definido e implementado um processo de avaliação de competências comportamentais e de avaliação da concretização de resultados, que envolve todos os colaboradores e que se encontra alicerçado num conjunto de competências transversais, sistematizadas numa escala comum, diferenciada por perfis de avaliação, de modo a permitir uma avaliação adaptada às funções e competências de cada um.

#### Áreas de avaliação

Conhecimento  
Atitude  
Iniciativa  
Rigor  
Trabalho em equipa  
Gestão de equipa  
Concretização de resultados

O modelo compreende a avaliação descendente, a autoavaliação e a existência de reuniões de *feedback* entre avaliador e avaliado, que resultam na elaboração conjunta de um Plano de Desenvolvimento Pessoal para cada colaborador, no qual é feita uma análise conjunta e construtiva para o desenvolvimento e maximização dos pontos fortes do colaborador bem como identificação de ações de desenvolvimento sobre as áreas a melhorar. A avaliação de desempenho está suportada numa aplicação residente no portal interno, tendo como principais características a facilidade de acesso por todos os colaboradores e de execução das ações associadas. Esta ferramenta de gestão permite:

#### À empresa

Aprofundar o conhecimento das competências dos colaboradores  
Aumentar o seu nível de alinhamento com a estratégia da empresa  
Reforçar a orientação para o cumprimento dos objetivos  
Incentivar a comunicação ascendente e descendente

#### Aos colaboradores

Maior conhecimento do que a gestão valoriza no seu trabalho  
Tomada de consciência dos seus pontos fortes e a das áreas de competências a aperfeiçoar  
Criação de oportunidades de comunicação direta com a chefia, com vista a encontrar as melhores soluções para o cumprimento dos objetivos definidos  
Identificação dos vetores para a melhoria do seu desempenho e desenvolvimento



# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

Com o objetivo de garantir transparência ao processo, uma vez estabilizada a conclusão das avaliações em sistema, são disponibilizadas na *intranet* as autoavaliações aos avaliadores bem como a avaliação e respetivo Plano de Desenvolvimento Pessoal aos avaliados. De seguida concretizam-se as reuniões de *feedback*, que fecham este ciclo, que contempla 100% dos colaboradores.

### Modelo de carreiras

Este modelo contempla cinco categorias profissionais e cinco níveis de desenvolvimento, nas várias áreas funcionais de atividade da empresa.

Dotado de regras simples e objetivas, o novo modelo de evolução profissional permite que todos os colaboradores:

1. Tenham uma perceção clara da evolução da sua carreira na empresa;
2. Saibam o que podem esperar da sua carreira;
3. Saibam que o desempenho importa para a sua evolução e que se sintam mais motivados para trabalhar.

Estão previstos dois movimentos de evolução profissional:

1. a progressão que certifica o movimento dos colaboradores para no nível de desenvolvimento seguinte da mesma categoria profissional, onde continua a desempenhar funções de complexidade similar;
2. a promoção que certifica o colaborador para a categoria profissional superior, uma vez que passa a desempenhar funções de maior complexidade.

### Canais de Comunicação

Portal do colaborador – plataforma eletrónica  
Reuniões de *feedback* de avaliação de desempenho  
*Intranet* corporativa  
“É Consigo” (*help line* – *e-mail* e linha de atendimento)  
Canal de denúncia de ocorrências de Responsabilidade Social  
Comissão de trabalhadores, Sindicatos e Comissão Paritária  
Revista e *newsletter* interna  
Inquérito de clima organizacional  
**Programa de acolhimento**

### Inovação

O modelo de Investigação & Desenvolvimento e Inovação da PT, está enquadrado num programa onde todos os colaboradores são agentes, que contribuem ativamente para a sua dinamização. A par da inovação tecnológica, os colaboradores têm sido chamados a participar, nas áreas organizacionais, processuais, ambientais e sociais, sobretudo no âmbito da inovação incremental.

A abordagem estruturada à gestão de I&DI trazida pelo Programa OPEN, desde o seu lançamento em 2009, tem sido decisiva para a promoção de uma cultura de inovação em todo o Grupo PT e para fomentar a motivação de toda a equipa.

Através do Mercado de Ideias, - plataforma *online* residente na *intranet* corporativa da empresa - os colaboradores respondem a desafios, submetendo, debatendo e votando em soluções.

Cerca de 2/3 dos colaboradores já participaram nos desafios lançados.

### Inquérito de Satisfação de Colaboradores – Clima organizacional

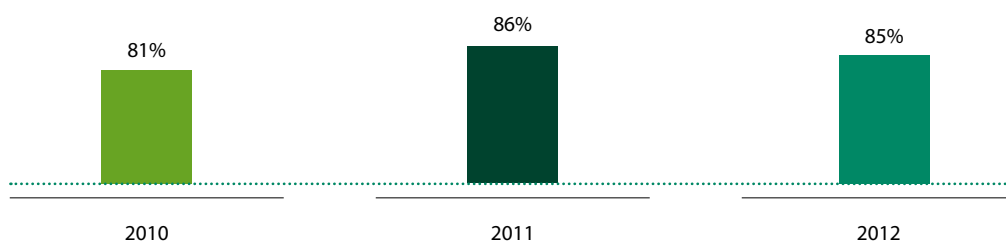
Perguntar, ouvir para compreender, analisar para melhorar: estes têm sido os alicerces fundamentais da realização do Inquérito de Satisfação de Colaboradores que a PT tem anualmente disponibilizado ao seu universo.

\*Dados da PT em Portugal

Realizado em todas as empresas PT, este estudo tem permitido não só, dar a possibilidade aos colaboradores de manifestarem as suas opiniões de forma totalmente voluntária, anónima e confidencial como também para ajustar a gestão dos recursos humanos à estratégia do Grupo.

A acessibilidade de todos os colaboradores e a confidencialidade das respostas foram garantidas, mediante o acesso direto ao *website* de uma empresa externa e independente.

COLABORADORES QUE PARTICIPARAM NO INQUÉRITO\*

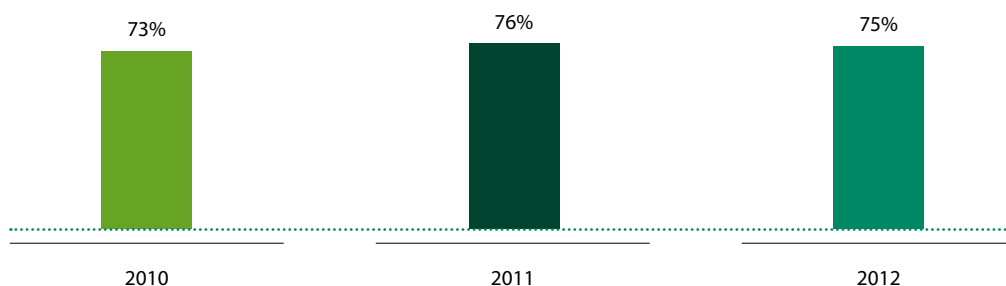


As dimensões analisadas neste inquérito, são as seguintes:

Ética	Envolvimento	Condições de Trabalho
Discriminação	Formação	Responsabilidade Social
Empresa	Avaliação	Função
Equipa	Remuneração	Imagem
Estratégia	Carreira	Liderança // Qualidade de Serviço

Ao longo do último triénio a percentagem de colaboradores que participou no Inquérito aumentou significativamente de ano para o ano o que indicia o reconhecimento na utilidade deste instrumento de consulta e da aplicação dos seus resultados nas políticas e práticas de recursos humanos adotadas na empresa.

ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DOS COLABORADORES (ISC)\*



## 1.6. Segurança e Saúde no Trabalho

A segurança, saúde e higiene no trabalho são asseguradas através de unidades organizacionais especializadas, pelos representantes dos trabalhadores para a Segurança e Saúde no Trabalho, bem como, por todos os colaboradores que são parte ativa no aperfeiçoamento contínuo da melhoria das suas condições de trabalho e da respetiva qualidade de vida.

Todos os colaboradores são responsáveis por zelar pela segurança e saúde nos locais de trabalho, mais concretamente através da participação na identificação de perigos, na avaliação de riscos e na definição e adoção de medidas de controlo adequadas a cada situação.

\*Dados da PT em Portugal

# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

Para melhor antecipar as tendências do setor nesta matéria a PT participa ativamente num grupo de trabalho no âmbito da ETNO designado por “Good Work Good Health”. Paralelamente os sistemas de informação e gestão das unidades de negócio da PT estão certificados de acordo com OHSAS 18001.

Em termos de apoio à saúde, a PT dispõe de uma rede de prestação de cuidados de saúde aos colaboradores e, no caso de assim o entenderem, ao restante agregado familiar, em condições favoráveis relativamente a outros sistemas de saúde.

Paralelamente são efetuados programas de rastreio para melhor endereçar os riscos identificados e, deste modo, poder contribuir para a dinamização de hábitos de vida saudável.

<b>Programas de rastreio nos locais de trabalho</b>	<b>46 Ações</b>	<b>15% - colaboradores participaram voluntariamente num ou mais rastreios</b>
Rastreio Cardiovascular	9	5%
Rastreio Cardiovascular + Massa Corporal	25	7%
Rastreio da Memória	4	1%
Rastreio Stress + Qualidade do Sono	8	2%

### Modelo de gestão da Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho

Segurança no trabalho	Minimizar os riscos profissionais, prevenindo os acidentes de trabalho e combater as doenças profissionais, de um ponto de vista não médico, através da identificação dos fatores que podem afetar o ambiente de trabalho e o trabalhador.
Saúde no trabalho	Vigiar a saúde do trabalhador, cuja responsabilidade técnica cabe ao médico do trabalho.

As comissões de SST representam mais de 75% dos colaboradores do grupo, sendo que como atuam em 99 % dos edifícios do grupo PT, na realidade faz com que a totalidade dos trabalhadores representados se possa considerar superior ao valor acima descrito.

#### Objetivos do modelo de SST

- Melhorar a qualidade de vida dos colaboradores
- Diminuir do número e a gravidade dos acidentes de trabalho
- Melhorar as relações humanas no local de trabalho
- Garantir os níveis de produtividade da empresa
- Racionalizar os custos

#### Operacionalização do Sistema de Segurança e Saúde no Trabalho

- Desenvolver planos de prevenção
- Identificar os perigos e avaliar os riscos dos locais de trabalho e das atividades
- Participar no controlo dos riscos profissionais, propondo as respetivas medidas de eliminação / mitigação
- Participar e acompanhar a implementação das medidas de controlo dos riscos profissionais
- Cooperar na conceção dos locais de trabalho
- Analisar as causas dos incidentes e definir as respetivas medidas de atuação
- Participar na definição do programa de informação, na execução e implementação das campanhas de informação aos trabalhadores, em matéria de SST
- Participar na conceção do programa de formação em matéria de SST e no desenvolvimento dos respetivos conteúdos e suportes formativos
- Participar nas atividades dos sistemas de gestão de SST certificados, designadamente nas auditorias internas e externas

Os programas de SST levados a efeito pela PT abrangem todos os colaboradores no ativo, e durante o ano de 2012 são de destacar as seguintes atividades e respetivos resultados:

Sinistralidade*	Total	Género	
		Masculino	Feminino
N.º de acidentes em serviço, com baixa médica	150	100	50
N.º de horas de trabalho	19.739.119,78	12.594.687,50	7.144.432,28
Taxa de sinistralidade	1,52	1,59	1,40
N.º de mortes por acidente de trabalho	0	-	-

Nota: A taxa de sinistralidade é referente aos acidentes de trabalho ocorridos em serviço, e é apresentada por género.

#### Tipologia dos acidentes de trabalho\*

Serviço	Trajeto	Desportivos	Outros
203	88	19	3

Nota: Este quadro engloba todos os acidentes de trabalho ocorridos no Grupo PT (com e sem baixa médica).

#### Práticas que garantem a Segurança e Saúde dos Trabalhadores

A existência de procedimentos de identificação contínua dos perigos e apreciação dos riscos para a SST associados aos locais de trabalho e às atividades desenvolvidas, permite à Organização desenvolver controlos para eliminar ou reduzir os perigos e afetar os recursos necessários para uma gestão efetiva do risco. As atividades desenvolvidas neste âmbito foram consubstanciadas, designadamente, no processo de avaliação das condições de trabalho.

#### Avaliação das condições de trabalho\*

N.º de avaliações de risco efetuadas (IPAR) / estabelecimento	156
N.º de estudos e pareceres emitidos	79

As avaliações das condições de trabalho efetuadas em espaços ocupados em permanência, incluem a análise de aspetos como ambiente Térmico (Temperatura e Humidade Relativa do Ar), Qualidade do Ar Interior (Monóxido de Carbono e Dióxido de Carbono) e Iluminação.

De forma a preparar a resposta a situações de emergência, prevenir ou mitigar as suas consequências adversas para a segurança e saúde dos trabalhadores são realizados regularmente exercícios de simulação de resposta situações de emergência.

#### Preparação e resposta a emergências\*

N.º de simulacros	43
N.º de exercícios de prática simulada em sala	6

#### Medidas preventivas adotadas\*

Plano global de melhoria dos Equipamentos de Proteção Individual (EPI's) utilizados nas empresas do Grupo PT  
Realização da Ação de Formação "STAP – Segurança em trabalhos em Altura – Postes de Madeira" destinada a colaboradores PT e alguns *service providers* que realizam atividade no exterior, nomeadamente em postes

Como forma de garantir os requisitos de competência, bem como para melhorar a sensibilização dos trabalhadores em matéria de SST, foi desenvolvido e implementado um programa de formação de forma a satisfazer as necessidades e objetivos identificados.

\*Dados da PT em Portugal

# 05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

## Formação

Formação efetuada a trabalhadores no âmbito da segurança no trabalho	398
N.º médio de horas de formação por trabalhador	6,5

Particularizando, no caso dos técnicos operacionais foram realizadas as seguintes ações de formação:

### Formação para técnicos operacionais\*

	Trabalhadores	Horas	N.º ações
Trabalhos em altura	1.354	10.636	152
Trabalhos em espaços confinados	414	3.414	53
<b>Total</b>	<b>1.768</b>	<b>14.050</b>	<b>205</b>
N.º médio de horas de formação por trabalhador	-	7,9	-

\*Dados da PT em Portugal

## 2. Na cadeia de valor

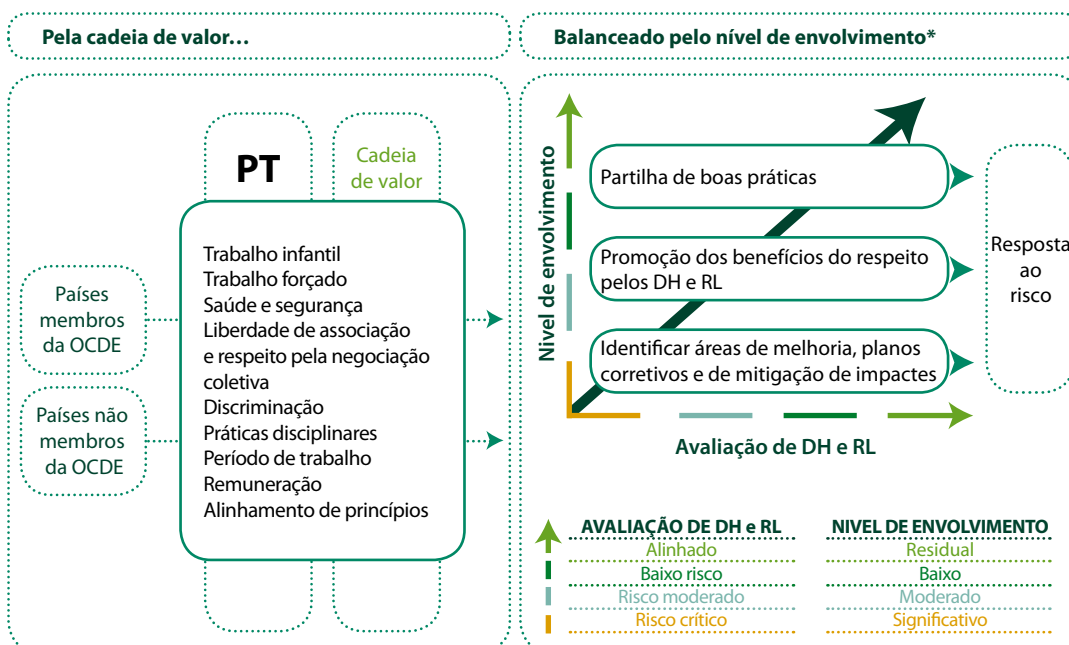
O sucesso dos negócios e de um bom relacionamento com a sociedade, estão fortemente relacionados com a capacidade de gerir a respetiva cadeia de valor, antecipando necessidades e alinhando expectativas no que respeita à ética e ao respeito pelos direitos humanos.

A PT está consciente de que este é um caminho longo, onde todos os intervenientes têm de estar esclarecidos e participar ativamente. A sua cadeia de valor estende-se a geografias onde o respeito pelos direitos humanos assume perfis de atuação distintos dos da Europa.

A PT tem também a consciência de que a globalização da economia e das TIC podem contribuir para a construção de um melhor alinhamento entre todos os intervenientes da cadeia de valor, procurando identificar riscos e soluções que tendam a generalizar o respeito pelos direitos humanos.

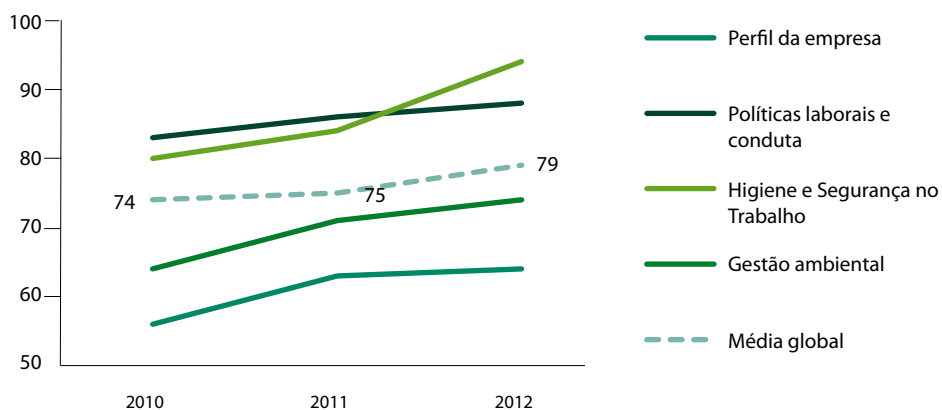
### 2.1. Avaliação de risco

#### GESTÃO DE RISCOS E OPORTUNIDADES RELACIONADAS COM DIREITOS HUMANOS



\*Considera a relevância do país, a unidade de negócio, o fornecedor ou cliente, o tipo de produto ou serviço

EVOLUÇÃO DOS NÍVEIS DE ALINHAMENTO DE CADA CRITÉRIO INCLUÍDO NA AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES



### Utilização de minerais oriundos de zonas de conflito em equipamentos eletrónicos

Ao longo do ano de 2012, a PT procurou dialogar com todos os seus fornecedores de equipamentos móveis, sendo diretamente fabricantes ou não, no sentido de os sensibilizar para a violação aos direitos humanos que esta prática incorpora e, sugeriu-lhes o forte controle sobre a proveniência dos minérios, designados 3TG utilizados no fabrico dos equipamentos e, finalmente a subscrição de um compromisso sobre a total rejeição da utilização destes minérios.

**Compromisso de rejeição da utilização de minerais de conflito** – subscrito por 100% dos fornecedores de equipamentos móveis.

### Trabalho infantil

Ao longo de 2012 foram efetuadas avaliações de risco e auditorias sobre a existência de trabalho infantil nos fornecedores a quem a PT adjudicou compras.

#### Identificação de casos de trabalho infantil em 2012 – 0

No caso de serem identificadas situações de trabalho infantil, a PT dispõe de um conjunto de procedimentos tendentes a avaliar as circunstâncias da ocorrência e a implementar um plano de mitigação e correção da situação. Estes procedimentos podem consultados *online* no *website* corporativo da empresa, <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Sustentabilidade/DireitosHumanos/PrincipiosProcedimentos/>

## 2.2. Proteção da privacidade de dados

A PT dispõe de:

1. Comité de Privacidade e Proteção de Dados;
2. Política de Segurança de Informação a nível dos Sistemas e Tecnologias de Informação e Comunicação; e,
3. Integra um grupo de trabalho a nível europeu que procura identificar e testar a robustez dos sistemas de segurança de computadores CSIRT (Computer Security Incident Response Team);
4. PT SI é certificada de acordo com a ISO 27001.

# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

A política de privacidade e proteção de dados foi preparada e adotada no triênio passado, a maioria dos colaboradores foi sujeita a formação específica e os respetivos conteúdos foram promovidos junto dos clientes e utilizadores.

A confidencialidade e a segurança dos dados dos clientes, a proteção do acesso e tráfego da informação das bases de dados, bem como, a confidencialidade dos conteúdos das comunicações, são áreas salvaguardadas pela PT de modo a garantir a liberdade e os direitos fundamentais de cada indivíduo.

A PT segue escrupulosamente a legislação nacional – que é muito detalhada e específica no que respeita a este tema, e também a legislação europeia e americana. Estando cotada em bolsas europeias e norte americanas, a PT é escrutinada por entidades de vários setores, para além das análises periódicas que efetua a todas as situações suscetíveis de fragilizar a proteção de dados pessoais conduzidas por juristas e por especialistas em segurança.

Quando nos referimos a dados pessoais referimo-nos a qualquer informação, de qualquer natureza e independentemente do respetivo suporte, incluindo som e imagem, relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável: é considerada a pessoa que possa ser identificada direta ou indiretamente, designadamente por referência a um número de identificação ou a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, económica, cultural ou social.

### Política de Segurança de Informação

Em 2010 a PT preparou e adotou a sua Política de Segurança de Informação a nível dos Sistemas e Tecnologias de Informação e Comunicação. Esta política encerra um vasto conjunto de procedimentos, para os quais a maioria dos colaboradores já teve formação específica.

Sabendo contudo que esta é uma área sensível e onde as evoluções são rápidas, tem vindo a participar em fóruns de discussão sobre este tema e a implementar as medidas consideradas como melhores práticas na salvaguarda da proteção de dados e privacidade dos clientes.

As regras previstas nesta Política de Privacidade complementam as disposições em matéria de dados pessoais, previstas nos contratos que os Clientes celebram com as Empresas do Grupo PT, assim como as regras previstas nos Termos e Condições que regulam a oferta dos diversos produtos e serviços e que se encontram devidamente publicitadas nos respetivos *websites*.

Exclusivamente a pedido das autoridades judiciais e nos termos definidos pela lei nacional, a PT disponibiliza a terceiros dados respeitantes a clientes.

### Conferência Internacional de Proteção de Dados e Privacidade – participação e resultados

- Na sequência da realização da **31ª Conferência Internacional de Proteção de Dados e Privacidade** que decorreu em Madrid, 50 países chegaram a acordo sobre novas medidas comuns de proteção de dados e privacidade, prevendo que algumas das medidas já desenvolvidas e aplicadas na EU se estendam para fora das suas fronteiras;
- A “Resolução de Madrid”, como ficou conhecido o documento, pretende estabelecer *standards* internacionais para garantir maior privacidade e reserva no acesso a dados pessoais e poderá dar lugar ao desenvolvimento de legislação nesta área em países onde esta ainda não exista;

- A PT integra o grupo de trabalho, onde participam representantes de cerca de 50 países e de empresas ligadas ao universo das novas tecnologias de comunicação e informação;
- O documento aprovado, **pode ser consultado online**, e define os princípios básicos para a utilização dos dados pessoais: lealdade, legalidade, proporcionalidade, qualidade, transparência e responsabilidade. Reconhece igualmente a necessidade da existência de autoridades de supervisão;
- Os princípios definidos nesta resolução já fazem parte da “norma” aplicada na União Europeia e em Portugal, mas as autoridades têm vindo a defender a importância da sua generalização a outros países já que as transações e serviços são cada vez mais globais, podendo fragilizar a proteção de dados dos cidadãos portugueses perante a falta de regras noutros Estados.

### Comité de Privacidade e Proteção e Dados

Foi criado um Comité responsável pela implementação e verificação da Política de Privacidade aplicável ao Grupo bem como, pela definição de regras claras de tratamento de dados pessoais, assegurando que todos os que nos confiam os seus dados pessoais, tenham conhecimento da forma como estes são tratados e quais os direitos que lhes assistem nesta matéria.

### Computer Security Incident Response Team – participação e resultados

A participação ativa no CSIRT (*Computer Security Incident Response Team*) que tem como missão contribuir para o esforço nacional de Cibersegurança - no âmbito da Rede Nacional de CSIRT - , nomeadamente na coordenação e tratamento de respostas a incidentes de segurança que envolvam as redes sob a responsabilidade direta da Portugal Telecom, tem permitido:

- Produzir alertas, com recomendações de mitigação associadas; e
  - Promover uma cultura de segurança na Internet em Portugal com particular ênfase nos setores empresariais.
- O csirtPT responde primariamente a incidentes de segurança informática no contexto das redes e serviços operados pela Portugal Telecom que sejam reportados por outros CSIRT nacionais ou estrangeiros, assim como entidades judiciais, operadores de telecomunicações ou organismos que se dediquem ou que prestem serviços relevantes no âmbito da Cibersegurança.

## 2.3. Proteção de menores

A facilidade com que hoje em dia se acede e se disponibilizam conteúdos é verdadeiramente estimulante e contribui inequivocamente para aproximar pessoas e estas de níveis de conhecimento mais diversificado. Contudo, sabemos que esta realidade suscita preocupações relacionadas com o uso indevido destas potencialidades por parte de camadas da população com menor capacidade crítica e/ou de seleção de conteúdos adequados aos seus interesses.

Consciente deste facto, a PT tem despoletado iniciativas que têm por objetivo sensibilizar a população para o consumo responsável de conteúdos, disponibiliza guiões de utilização de equipamentos e *software* de controlo parental, segue as recomendações de organismos internacionais sobre esta matéria e, em 2009, assinou um protocolo e colaboração com uma entidade científica de computação para monitorização de conteúdos e segurança de redes.

### Código de Conduta

A PT assinou – em 2008 – o Código de Conduta para as atividades de prestação de serviços de conteúdos que visa proteger os de menor idade à exposição de conteúdos nefastos aquando da utilização de serviços de comunicações eletrónicas móveis.



# 05

## RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS

### Protocolo de colaboração para segurança informática e utilização segura da Internet

Em 2009, a PT assinou um protocolo de colaboração com a Fundação para a Computação Científica Nacional (FCCN), que visa as áreas da segurança informática e da utilização segura da Internet.

Ao nível da segurança informática são acauteladas situações relacionadas com uma ação ou conjunto de ações desenvolvidas contra um computador ou rede de computadores que resulta, ou pode resultar na perda de confidencialidade, integridade, ou desempenho de uma rede de comunicação de dados ou sistema, designadamente o acesso não autorizado, a alteração ou remoção de informação, a interferência ou a negação do serviço em sistema informático.

Ao nível da utilização segura da Internet é acautelada a identificação e denúncia de conteúdos manifestamente ilegais, visando fundamentalmente remover e impossibilitar o acesso a conteúdos relacionados com pornografia infantil ou com violação dos direitos humanos, concretamente, violência e racismo.

### Carta de princípios para garantir maior segurança de crianças e jovens

A PT é também signatária e fundadora de um conjunto de princípios orientadores para garantir uma maior segurança das crianças e jovens na utilização das tecnologias de informação e comunicação publicados em janeiro 2012 - os "Principles for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU" - e membro da aliança de indústria que os desenvolveu e que reúne *players* representativos de toda a cadeia de valor das TIC: operadores, fabricantes, *social media*, *gaming* e fornecedores de conteúdos.

### Programa "Comunicar em Segurança"

Com vista a sensibilizar a comunidade escolar para a boa utilização dos conteúdos acessíveis através de equipamentos eletrónicos de comunicação, a PT, através dos seus programas de voluntariado empresarial, preparou uma iniciativa a levar a um conjunto alargado de escolas a nível nacional e que tem por objetivos, em ambiente de sala de aula:

1. Promover a utilização segura e responsável dos conteúdos e equipamentos eletrónicos;
2. Sensibilizar os educadores para as ferramentas de controlo parental atualmente disponíveis;
3. O programa foi preparado e testado em algumas escolas, e há três anos que está em curso nas escolas de todo o país.

### Guiões de boas práticas de utilização de serviços e de controlo parental

A interatividade dos novos meios de comunicação não só abre portas, como também, e tal como em outros aspetos da vida do dia a dia, requer cuidados que preservem a segurança de cada um, dos seus dados pessoais e das informações ou conteúdos a que quer aceder e partilhar com os outros.

É, por isso, fundamental conhecer as formas mais éticas e corretas de utilização destes serviços de modo a garantir que as experiências vividas no atual universo digital sejam mais enriquecedoras e responsáveis. A PT, consciente de que este caminho é o mais indicado para salvaguarda dos seus clientes, em particular dos mais jovens, disponibiliza a pais e jovens um conjunto de serviços e guiões que tendem a promover uma utilização segura das tecnologias de informação e comunicação, que podem ser encontrados *online* no respetivo *website*.

<http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/UK/Canais/SobreaPT/Security/Secure+Children/securechildrenhome.htm>

### **Help Line**

No sentido de garantir um melhor apoio aos menores na proteção e segurança ao utilizar as TIC, a PT iniciou o diálogo com Associações especializadas em apoio a crianças para que estas possam – conjuntamente com a PT – receber denúncias ou pedidos de esclarecimento e apoiar a resolução mitigando quaisquer impactes negativos. Este acordo deverá ser concretizado durante o atual triénio, em princípio ao longo do ano de 2013.

### **Equipamentos e *software* para controlo parental**

A PT tem procurado em conjunto com a indústria das TIC ter equipamentos com funcionalidades de controlo parental e, especificamente para equipamentos móveis, tem procurado disponibilizar serviços e aplicações que permitam gerir caso a caso o acesso a conteúdos e partilha de informações pessoais.

# 06

## CADEIA DE FORNECEDORES

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88

## 06 CADEIA DE FORNECEDORES

07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130	1. MODELO SUSTENTÁVEL DE SELEÇÃO E CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES	120
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138	2. TRANSPARÊNCIA E ANTI CORRUPÇÃO NO PROCESSO DE COMPRA	125
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160	3. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL E SOCIAL NAS COMPRAS	126
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	3.1. Direitos humanos	126
NOTAS METODOLÓGICAS	190	3.2. Matérias-primas e processos de fabrico	126
ÍNDICE REMISSIVO	194	3.3. Eficiência energética	126
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208	4. AVALIAÇÃO DE RISCO E ALINHAMENTO	127
		4.1. <i>Surveys</i> , auditorias e controlo	128

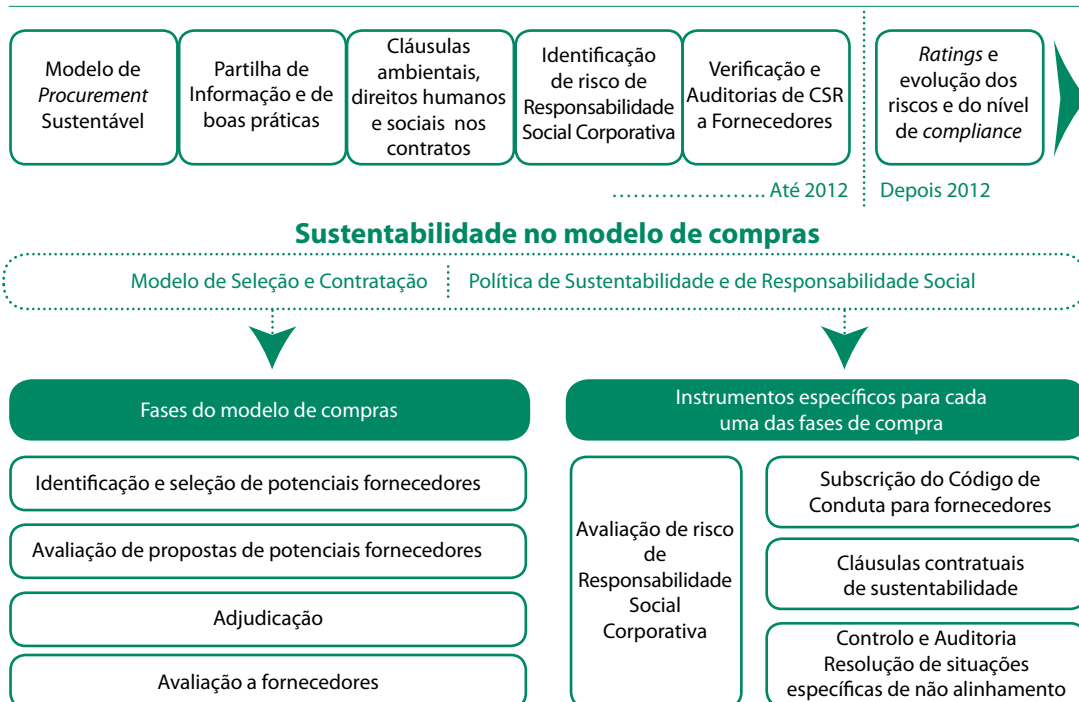
# 06 CADEIA DE FORNECEDORES

Os fornecedores são, para a PT, parceiros de negócios com quem é fundamental manter um relacionamento de proximidade e complementaridade de atuação aos níveis ético, social e ambiental.

A captação e gestão de fornecedores na PT, baseia-se nos seguintes pressupostos:

- Sustentabilidade como requisito obrigatório no processo de captação e seleção de fornecedores
- Compromisso de atuação de acordo com princípios socialmente responsáveis
- Diálogo e partilha de conhecimento
- Verificação e avaliação do cumprimento de compromissos subscritos e requisitos contratuais
- Procedimentos de resolução de ocorrências relacionadas com responsabilidade social

## GESTÃO DE FORNECEDORES



As informações podem ser visitadas em <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Sustentabilidade/fornecedores/>  
<http://clubefornecedores.telecom.pt/PT/Paginas/Homepage.aspx>

## 1. Modelo sustentável de seleção e contratação de fornecedores

O sucesso dos negócios e a satisfação dos clientes finais estão fortemente relacionados com a capacidade de selecionar fornecedores que respondam às necessidades da empresa e que simultaneamente estejam alinhados com a sua conduta e princípios éticos, ambientais e sociais, entre os quais os relacionados com direitos humanos e laborais.

Por isso, o modelo de seleção e contratação de fornecedores assenta em princípios rigorosos de transparência, honestidade, igualdade de oportunidades, lealdade e confidencialidade e é gerido por uma equipa especializada e especificamente treinada para o efeito.

O modelo de gestão de fornecedores é baseado em plataformas eletrónicas e presenciais que compreendem as seguintes vertentes e funcionalidades:



Os fornecedores que não preencham os requisitos incluídos na plataforma de seleção são automaticamente rejeitados.

### Captação, seleção e pré-registo

Nesse sentido, a PT tem procurado captar empresas fornecedoras que:

- 1) **Compartilhamos os mesmos valores** no que se refere aos **direitos humanos**, à **ética** e às **responsabilidades ambientais**;
- 2) Estejam disponíveis para **cooperar e inovar**, garantindo uma maior eficiência nos processos produtivos e de colocação de produtos e/ou serviços no mercado, e melhorando a racionalização de custos, a pegada ambiental das suas atividades e a valorização social dos colaboradores, dos clientes e da comunidade em geral.

# 06 CADEIA DE FORNECEDORES

Garantir uma base alargada de fornecedores, alinhada com os valores, princípios e procedimentos da PT, é um importante fator de competitividade e de sustentabilidade para os negócios de todos.

Na fase de captação, seleção e pré-registo de fornecedores, a integração da sustentabilidade segue os seguintes procedimentos:

- Todos os fornecedores registados da PT assinam o código de conduta de responsabilidade social. Este código procura garantir o alinhamento dos fornecedores em 3 grandes áreas: Direitos Humanos, Condições Laborais e Responsabilidade Ambiental. Poderá conhecer os parâmetros sociais e ambientais detalhados em <http://clubefornecedores.telecom.pt/PT/comprasnapt/CodigoConduta/Paginas/CodigodeCondutadeResponsabilidadeSocial.aspx>;
- Os fornecedores disponibilizam documentos que comprovam a sua capacidade de resposta e alinhamento com o código de conduta e valores da PT. O registo efetivo do fornecedor ocorre após validação da documentação submetida à PT. O fornecedor registado passa a integrar os processos de consulta. Fica ainda com acesso ao portal de diálogo e partilha de conhecimento.

A base de fornecedores pré-selecionados e registados no portal criado para o efeito, tem-se mantido estável ao longo dos últimos anos:

	2010	2011	2012
<b>Fornecedores registados</b>	<b>1.246</b>	<b>1.217</b>	<b>1.269</b>
Nacionais (1)	86%	87%	85%
Internacionais (1)	14%	13%	15%

(1) De acordo com o registo de atividade e a respetiva identificação fiscal

## Diálogo e partilha de conhecimento

O diálogo e a partilha de boas práticas entre a PT e os seus fornecedores tem como objetivo alavancar sinergias, potencialidades de mercado e maiores eficiências, englobando ainda a sensibilização e formação das empresas envolvidas.

Em 2012 alguns dos temas debatidos foram:

- Procedimentos
- *Green Procurement*
- Direitos humanos e laborais
- Áreas de eficiência
- Minerais de conflito
- Processos de fabrico
- Processos de distribuição

## Compras

O processo de compra da PT contempla as seguintes fases:

- Planeamento estratégico por categoria de compra e das consultas ao mercado;
- Consulta ao mercado, receção das propostas e planeamento em mesa de compras, composta por uma equipa pluridisciplinar;
- Seleção de fornecedor, adjudicação das condições acordadas e elaboração de contrato;
- Gestão do contrato estabelecido e receção das encomendas.



Todos os contratos estabelecidos incluem cláusulas referentes a temas ambientais, direitos humanos, condições laborais e saúde e segurança no trabalho.

A PT instituiu procedimentos para alavancar a transparência e a anti-corrupção nos processos de compra, nomeadamente com a subscrição do código de ética e de um plano formativo em ética e responsabilidade social corporativa.

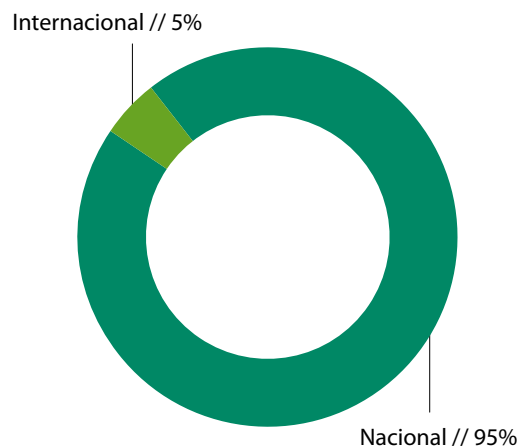
- 100% dos colaboradores que desempenham funções de compras subscreveram o Código de Ética;
- 100% dos colaboradores que desempenham funções de compras tiveram formação em Ética e Responsabilidade Social Corporativa;
- Mesa de Compras - por negociação e acordo - composta por equipas pluridisciplinares das partes interessadas (inclui equipas internas e fornecedores) – 100%.

**O volume de compras efetuado, assumiu os seguintes contornos:**

Volume compras para empresas nacionais / subsidiárias internacionais

843 milhões de euros

Das compras efetuadas em 2012, 95% foram para empresas nacionais e 5% para as empresas a nível internacional.

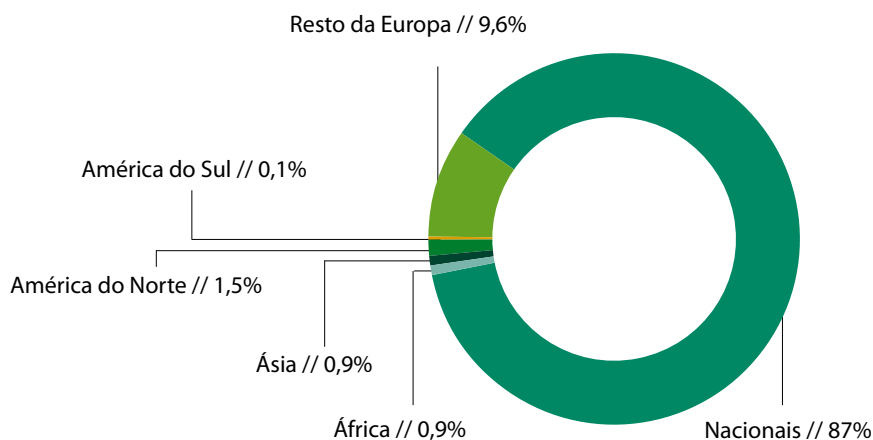


<b>Número de Fornecedores com Adjudicações em Processos Corporativos durante o ano</b>		<b>578</b>
Nacionais		87%
Internacionais:		
Europa – 9,6%		
África – 0,9%		
Ásia- 0,9%		13%
América Norte – 1,5%		
América do Sul – 0,1%		



# 06 CADEIA DE FORNECEDORES

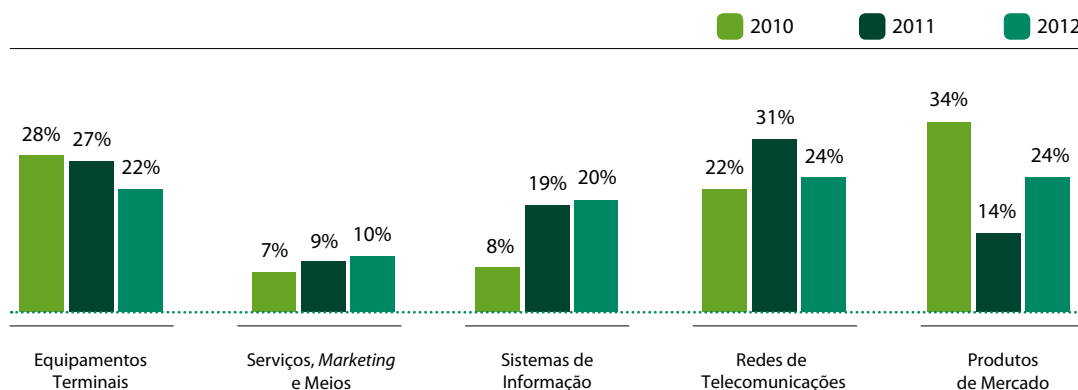
## DISTRIBUIÇÃO DOS FORNECEDORES POR ÁREA GEOGRÁFICA



A maioria dos fornecedores adjudicados ao longo do ano de 2012 – 96,6% –, detêm atividade no nosso país e/ou num país europeu.

### Compras por categoria de serviço e/ou produto

As aquisições efetuadas para as empresas PT, focaram-se sobretudo na área da construção do maior *Data Centre* do mundo, na área de redes de telecomunicações e em equipamentos terminais.



## 2. Transparência e anti-corrupção no processo de compra

Além de estar norteadada pelo Código de Ética e pela Política de Sustentabilidade e Responsabilidade Social, a aplicação do Modelo de Compras da PT às relações negociais com os fornecedores traduz-se nas seguintes práticas divulgadas e verificadas junto de todas as partes interessadas:

### **Transparência**

Toda a informação é formalmente disponibilizada aos potenciais fornecedores no decorrer de um Processo de Compra, garantindo a transparência no acesso à informação.

### **Igualdade de Oportunidades**

Durante o processo de negociação é garantida a igualdade de oportunidades a todos os fornecedores que reúnam condições equiparáveis.

### **Acesso à Informação**

Os fornecedores podem aceder a todas as informações e esclarecimentos que necessitem sobre qualquer matéria das negociações em curso, de forma clara, completa, e cordial.

### **Reciprocidade e Rigor**

São definidas de forma pormenorizada, por ambas as partes, todas as condições relativas a prazos de entrega, preços, pagamentos, condições de aquisição e atribuição de responsabilidades.

### **Lealdade**

Os intervenientes na negociação devem ter em conta os objetivos da empresa, procurando responder às suas necessidades da forma mais vantajosa e credível.

### **Compras Recíprocas**

As compras recíprocas não deverão condicionar ou interferir o resultado de qualquer processo de negociação.

### **Confidencialidade**

A Portugal Telecom e os fornecedores devem guardar sigilo sobre toda a informação trocada no decorrer de um Processo de Compra.

Ver detalhes complementares em: <http://clubefornecedores.telecom.pt/PT/comprasnapt/CodigoConduta/Paginas/CodigodeCondutadeResponsabilidadeSocial.aspx>

## Procedimentos que contribuem para alavancar a transparência e a anti-corrupção nos processos de compra

### **Do lado da PT**

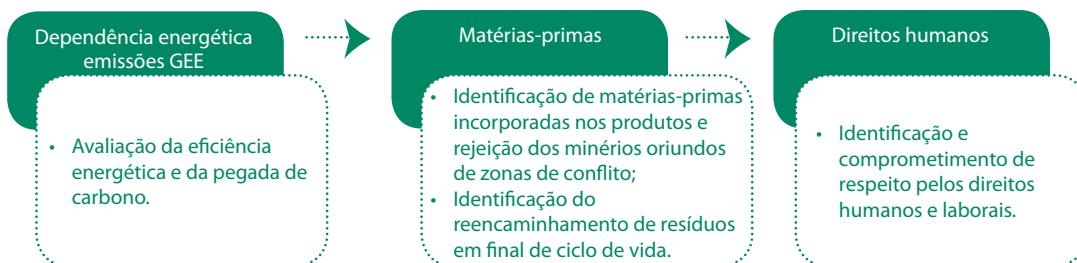
- Colaboradores que desempenham funções de compras e que subscreveram o Código de Ética – 100%;
- Colaboradores que desempenham funções de compras foram sujeitos a formação sobre Ética e Responsabilidade Social Corporativa – 100%
- Mesa de Compras - por negociação e acordo - composta por equipas pluridisciplinares das partes interessadas – 100%

### **Do lado dos fornecedores em 2012**

- Subscreveram o Código de Conduta de Responsabilidade Social – 100%
- Foram sujeitos a *surveys* de verificação de práticas de responsabilidade social – 89%
- Foram selecionados aleatoriamente e sujeitos a auditorias presenciais para verificação de práticas de responsabilidade social – 1%

## 3. Sustentabilidade ambiental e social nas compras

A promoção da sustentabilidade em toda a cadeia de valor tem levado a PT a interagir com os seus fornecedores em dois tabuleiros de atuação, que tendem a ser complementares e a incrementar a responsabilidade social no setor e nos equipamentos, serviços e soluções comercializadas.



### 3.1. Direitos humanos

A PT está consciente de que a sua cadeia de valor se estende a geografias onde o respeito pelos direitos humanos assume perfis de atuação distintos dos da Europa. Tem também a consciência de que a globalização da economia e das TIC podem contribuir para a construção de um melhor alinhamento entre todos os intervenientes da cadeia de valor, procurando identificar riscos e soluções que tendam a generalizar o respeito pelos direitos humanos.

Por isso, todos fornecedores da PT são convidados a comprometerem-se e a respeitarem os seguintes aspetos relacionados com direitos humanos:

- Liberdade de emprego
- Não discriminação
- Proibição de trabalho infantil
- Remuneração condigna do trabalho
- Jornada laboral
- Formação
- Segurança e saúde
- Direito à comunicação

Caso se verifiquem situações de violação a estes princípios, a PT, tem definido um conjunto de procedimentos que têm por objetivo, abordar o fornecedor e com ele definir um plano de atuação que garanta a correção da situação identificada.

### 3.2. Matérias-primas e processos de fabrico

A identificação das matérias-primas que compõem os equipamentos e produtos a adquirir tem vindo a assumir uma importância crescente quer pelo facto de ser de rejeitar a incorporação de minérios oriundos de zonas de conflito – vulgarmente designados por minerais de conflito 3 TG – nos equipamentos, quer pelo facto de ser necessário conhecer o encaminhamento mais adequado a dar aos equipamentos no final do ciclo de vida.

Este tema tem assumido uma importância crescente na sociedade e a PT, passou a endereçar a questão e a trabalhar sobre ela com os seus fornecedores de equipamentos eletrónicos.

### 3.3. Eficiência energética

De acordo com o conhecimento atual – estudo SMART 2020 – o setor das TIC irá induzir aos seus clientes/utilizadores cerca de 15% de redução das emissões de carbono até 2020. Por outro lado, todas as estimativas sobre armazenamento

e gestão da informação em *data centres*, apontam para o seu crescimento exponencial de ano para ano o que irá requerer maiores níveis de consumo de energia e de emissões de carbono para os prestadores deste tipo de serviços.

Genericamente, os custos da energia têm revelado afetar a sustentabilidade do setor e da respetiva oferta comercial.

É neste contexto desafiante que a PT se propõe inovar, procurando soluções que ao mesmo tempo permitam reduzir o consumo de energia e a pegada de carbono dos seus clientes e, racionalizar os seus próprios consumos de energia e as respetivas emissões de CO<sub>2</sub>.

As áreas de intervenção, são as seguintes:

**Equipamentos:** Identificação de equipamentos com menor dependência energética e de elevada eficiência;

**Energias Verdes:** Identificação de energias alternativas para alimentação e climatização das suas redes e *data centres*;

**Fornecedores:** identificação de fornecedores que incorporem objetivos de racionalização de consumo de energia na sua atividade e nos produtos e/ou serviços que comercializam;

**SI:** Desenvolvimento de *software* e aplicações que permitam a monitorização do consumo de energia, pelos clientes, como é o caso das *Smart Grids*, entre outros.

## 4. Avaliação de risco e alinhamento

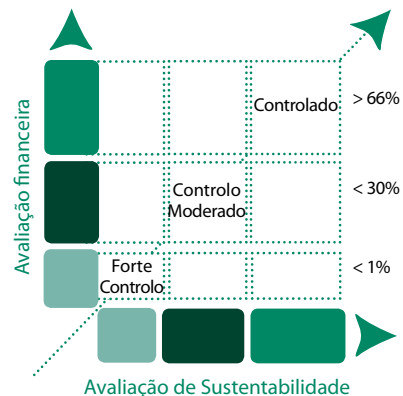
Para a PT é fundamental criar condições para fomentar o alinhamento entre os seus princípios e os dos seus fornecedores, acreditando que só deste modo se podem criar parcerias duradouras com vantagens mútuas e com resultados benéficos para a sociedade e para o ambiente.

A seleção e gestão de fornecedores obedecem à avaliação de risco de Responsabilidade Social Corporativa de cada um, baseando-se no seguinte modelo:

### DIMENSÕES DE AVALIAÇÃO



### MATRIZ DE GESTÃO DE RISCO



Os instrumentos utilizados para garantir o sucessivo alinhamento, são os descritos abaixo e podem ser consultados no link: <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Sustentabilidade/fornecedores/> :

- Política de sustentabilidade empresarial e de responsabilidade social
- Compromisso de adoção do Código de Conduta
- Relacionamento
- Modelo de seleção e contratação
- Avaliação de risco de Responsabilidade Social Corporativa
- Controlo e auditoria
- Resolução de situações específicas de não alinhamento

# 06 CADEIA DE FORNECEDORES

É fundamental fazer avaliações periódicas para aferir o nível de alinhamento entre os procedimentos e políticas de sustentabilidade da PT e a dos seus fornecedores para que face às conclusões seja possível identificar o caminho que garanta uma maior e sucessiva aproximação daqueles que apresentem um perfil menos adequado.

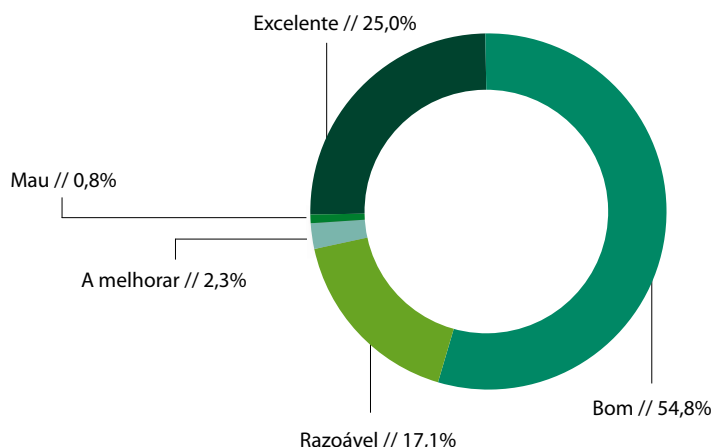
## 4.1. Surveys, auditorias e controlo

Dando continuidade à verificação das práticas sustentáveis dos fornecedores, a PT efetuou em 2012 uma nova vaga do inquérito de sustentabilidade.

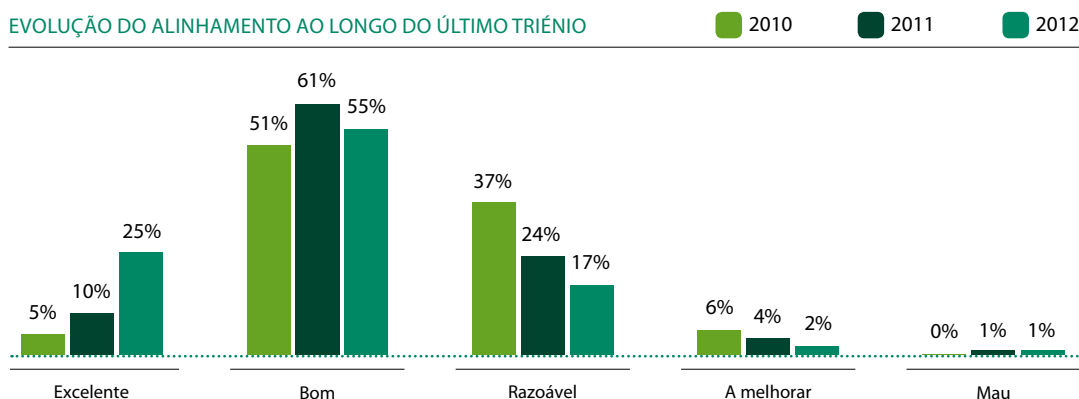
A adesão ao inquérito foi novamente elevada, já que participaram voluntariamente 516 dos seus fornecedores, como também se verificou uma evolução positiva do *scoring* médio de avaliação que cresceu mais de 4% face a 2011, para os 79,6 em 100.

O desempenho destacado no quadro abaixo indicia um nível elevado de sintonia na maioria dos fornecedores.

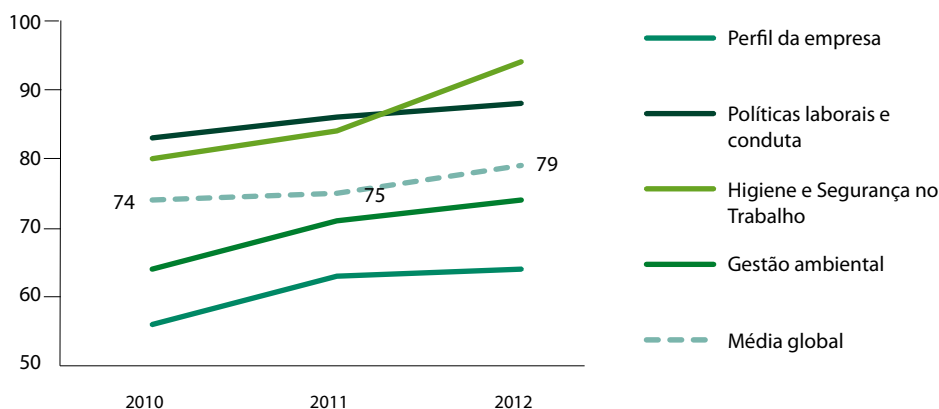
### AValiação de Alinhamento entre Fornecedores e a PT (%)



### EVOLUÇÃO DO ALINHAMENTO AO LONGO DO ÚLTIMO TRIÉNIO



EVOLUÇÃO DOS NÍVEIS DE ALINHAMENTO DE CADA CRITÉRIO INCLUÍDO NA AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES



**Auditorias presenciais**

No âmbito da verificação de fornecedores, foram adicionalmente efetuadas cinco auditorias presenciais conduzidas por uma equipa auditora interna, com o objetivo de monitorizar o alinhamento ambiental e dos direitos humanos e do trabalho, nomeadamente ao nível de Saúde e Segurança, Política Laboral e Condições de Trabalho.

**Cinco auditorias presenciais a fornecedores selecionados aleatoriamente**

**Temas:** Ambiente, Saúde e Segurança, Política Laboral e Condições de Trabalho

**Iniciativas de controlo e relacionamento com fornecedores**

	2012	Iniciativas de controlo	
Fornecedores alinhados	80%	Troca de experiências e boas práticas	Auditorias presenciais aleatórias
Fornecedores a melhorar	19%	Feedback e identificação de áreas de melhoria	
Fornecedores de risco a controlar	1%	Controle e sugestão de áreas de melhoria	

Da base de fornecedores da PT, apenas cerca de 1% revelam ter patamares de alinhamento considerados de risco a controlar.

De um modo geral, a média de avaliação melhorou ao longo do triénio, sendo que a PT acredita que isso se deve à abordagem adotada: sucessiva aproximação e identificação de áreas de aperfeiçoamento com vantagens para todos. Até agora a PT não identificou necessidade de rejeitar fornecedores depois de pré-selecionados e aceites através dos procedimentos de registo definidos e requeridos na plataforma eletrónica existente para o efeito.

Contudo, e na sequência da ação de *feedback* individual a empreender, a PT irá sensibilizar as entidades avaliadas no sentido de consolidarem a sua posição ou, conforme os casos, de evoluírem para patamares de maior alinhamento indo de encontro aos objetivos preconizados pela empresa e requeridos por muitos dos seus *stakeholders*.

# 07

COMUNICAÇÃO, *MARKETING* E REPUTAÇÃO

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118

## 07 COMUNICAÇÃO, MARKETING E REPUTAÇÃO

08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138	1. GESTÃO DE MARCA E REPUTAÇÃO	132
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160	1.1. Identidade corporativa, imagem e reputação	133
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	1.2. Comunicação responsável	135
NOTAS METODOLÓGICAS	190	1.3. Valor da marca	136
ÍNDICE REMISSIVO	194	2. EIXOS DE RSC A REFORÇAR NA COMUNICAÇÃO NO TRIÊNIO	137
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208		



# 07 COMUNICAÇÃO, MARKETING E REPUTAÇÃO

Hoje em dia, a reputação empresarial é fundamental para a sustentabilidade dos negócios, para a confiança que os *stakeholders* depositam na relação com cada marca e, conseqüentemente, para a valorização das marcas no mercado.

A PT está concentrada em construir laços fortes estabelecendo relações duradouras de proximidade, respeito, rigor, transparência e confiança com cada “parte interessada” para, deste modo, atingir uma crescente ligação entre as suas marcas e a responsabilidade social corporativa.

Para isso, disponibiliza canais de comunicação 24 horas por dia, equipas especializadas para dialogar com cada público e suportes de comunicação com as informações adaptadas a cada um.

No triénio anterior foi iniciado um novo modelo de gestão da reputação corporativa que pretende conseguir despertar os vários públicos para o caminho de aproximação sucessiva das suas marcas à sustentabilidade dos negócios e dos serviços.

Foi criado um Guião de Comunicação Responsável e a comunicação de produtos, equipamentos e serviços têm vindo a integrar novos atributos relacionados com proteção de menores, privacidade de dados pessoais, segurança de informação, bons hábitos de utilização, radiações eletromagnéticas, reutilização de embalagens, reencaminhamento de resíduos, entre outros aspetos que podem contribuir para a aquisição, subscrição e/ou utilização mais esclarecida e responsável de produtos e serviços.

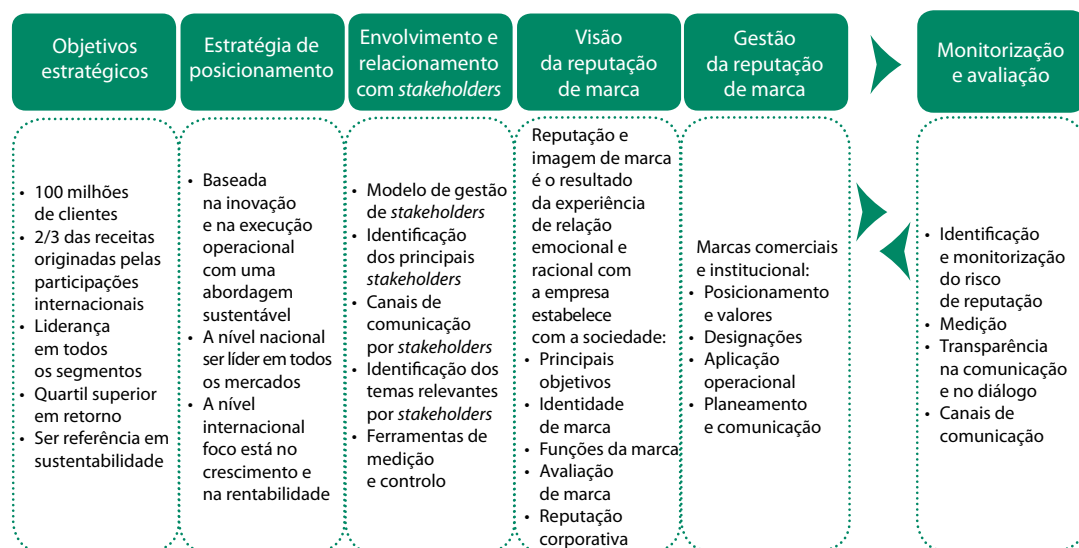
Adicionalmente, as marcas da empresa estão comprometidas em dar ao mercado uma resposta eficaz, adequando toda a oferta de serviços e soluções da PT, às necessidades manifestadas por cada utilizador, garantindo em simultâneo a prestação continuada dos serviços subscritos e a satisfação dos seus clientes.

## 1. Gestão de marca e reputação

A PT é um dos maiores grupos empresariais portugueses, cotado em bolsa a nível nacional e internacional, e a sua atividade tem repercussões diretas e indiretas na economia do país. Por isso, a gestão da imagem empresarial do Grupo é efetuada através da identificação e segmentação dos públicos mais críticos para o desenvolvimento da sua atividade: comunidade financeira, clientes, colaboradores, fornecedores, *media*, entidades reguladoras e comunidade em geral.

A interação com cada um destes públicos requer disponibilidade, planeamento, regras e canais de comunicação adequados. Só deste modo, acreditamos ser possível respeitar as expectativas de cada um garantindo, em simultâneo, a continuada valorização da empresa e das suas marcas institucional e comerciais.

## Da visão e objetivos corporativos à gestão de marca e da reputação

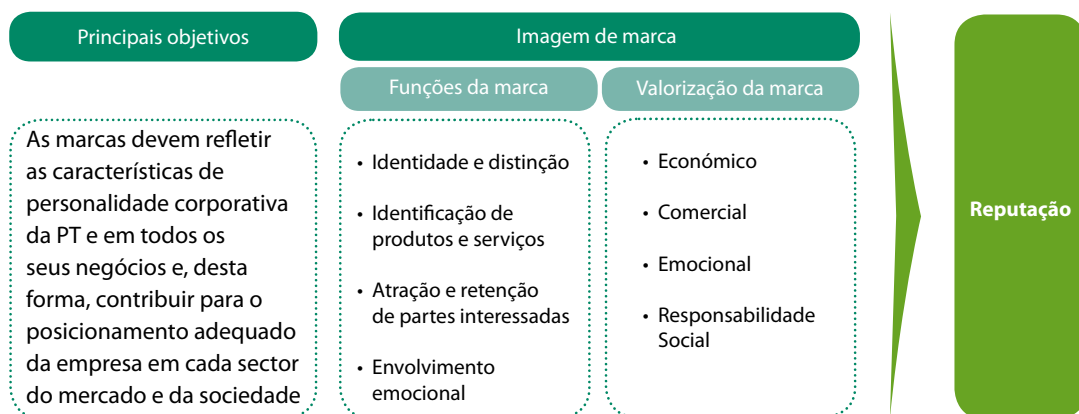


### 1.1. Identidade corporativa, imagem e reputação

PT vê a marca como uma assinatura, que está associada à personalidade de seu grupo empresarial. É um ativo intangível da empresa que deve ser gerido para projetar os objetivos estratégicos da empresa, valores, atitudes e compromissos para com as empresas e a sociedade em geral.

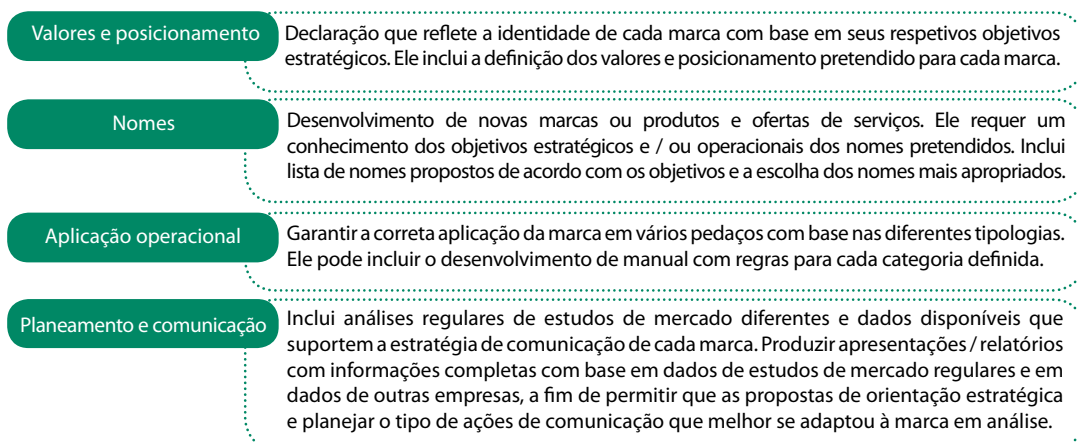
O Código de Ética da PT e a atitude que orienta as suas relações institucionais e comerciais são fortes aliados na construção e constante valorização das marcas e, conseqüentemente, na consolidação de sua identidade e imagem.

Na ótica da PT, a marca deve refletir as características da sua personalidade corporativa e transversalmente a de todos os seus negócios contribuindo, deste modo, para o posicionamento adequado da empresa em cada setor do mercado e da sociedade.



A imagem de marca é para a PT o espelho do relacionamento afetivo e racional que a empresa estabelece com a sociedade nas suas múltiplas trocas de experiências. E, por isso, para cada marca existe um manual com as seguintes áreas:

# 07 COMUNICAÇÃO, MARKETING E REPUTAÇÃO



A gestão de cada marca e da sua respetiva reputação, tem em consideração os seguintes aspetos:



As marcas da empresa obedecem a regras rígidas de segmentação e aplicação, de acordo com a seguinte estrutura:



## 1.2. Comunicação responsável

Cientes da influência da comunicação em todos os *stakeholders* e da publicidade na satisfação dos clientes e nas atitudes e modos de vida, a PT aceitou o desafio de ter práticas de comunicação coerentes com os seus compromissos para com a sustentabilidade empresarial.

A comunicação responsável adotada na empresa passou a integrar os seguintes princípios:

- Cumprimento da lei
- Conformidade com os códigos de *marketing* e publicidade
- *Media* e telecomunicações
- Respeito pelo ambiente e pelas pessoas
- Clareza e veracidade como pontos de partida
- Liderar as tendências na comunicação responsável

Complementarmente a comunicação responsável baseia-se na avaliação dos seus impactes a vários níveis, nomeadamente, nos riscos e nas oportunidades ambientais e sociais dos meios que utiliza e das mensagens que veicula. E, por isso, tem vindo a ser reorientada no sentido de:

- Privilegiar os meios eco concebidos e utilizar argumentos ecológicos apenas quando se justifica e é verdade;
- Recusar a promoção de comportamentos que impactem negativamente na qualidade do ambiente e das relações sociais;
- Promover a evolução positiva dos modos de pensar e de vida da sociedade e a mudança de comportamentos e atitudes.

Para apoiar o caminho para a comunicação responsável aos seus diversos níveis foram criados dois guiões de orientação, de carácter voluntário e auto regulatório que agregam um conjunto de boas práticas e recomendações a serem adotadas por toda a cadeia de valor quer a nível interno quer externo, junto de fornecedores e parceiros. Estes guias são dinâmicos e estão sujeitos a revisões que reflitam o desenvolvimento do mercado e de novos serviços.

### Guião de comunicação responsável

Dos seus conteúdos são de destacar a abordagem aos seguintes temas:

#### **Desafios Transversais**

- Ambiente
- Dignidade Humana
- Proteção das Crianças

#### **Desafios do Setor**

- Segurança da Informação e Garantia de Privacidade
- Info-Inclusão

#### **Desafios da Comunicação**

- Repensar
- Reduzir
- Reutilizar
- Reciclar
- Comunicar

# 07 COMUNICAÇÃO, MARKETING E REPUTAÇÃO

## Guia para atuação nas redes sociais

Dos seus conteúdos são de destacar os seguintes temas:

- Rejeitar mensagens e/ou material relacionadas com sexo e/ou pornografia,
- Rejeitar mensagens que fomentem o ódio ou a violência física ou psicológica,
- Rejeitar mensagens racistas ou que fomentem a discriminação contra qualquer grupo em particular,
- Rejeitar mensagens maliciosas, subversivas ou que conscientemente se destinem a denegrir algo ou alguém em particular,
- Respeitar os direitos de autor,
- Publicar apenas atualizada e verdadeira.

Conscientes de que o caminho para atingir os objetivos e os desígnios definidos nos guiões de comunicação responsável, foi efetuado ao longo do ano um primeiro ensaio e controlo de aplicação dos princípios e recomendações dos guiões e os primeiros resultados apresentam o seguinte perfil:

<b>Campanhas avaliadas</b>	<b>60%</b>
Campanhas que cumprem a totalidade do guião	34%
Campanhas que cumprem parte do guião	66%

## 1.3. O valor da marca

### A nível internacional

A PT está entre as 100 marcas mais valiosas do setor das Telecom a nível mundial em 2012, de acordo com o estudo da *Brand Finance*.

**Marca PT em 100ª posição entre as 500 mais valiosas do setor a nível mundial e a 1ª a nível nacional: Valorizada com AA+ e no montante de 896 USD \$ milhões.**

A metodologia do estudo e as suas conclusões gerais podem ser encontradas no *website* [http://brandirectory.com/league\\_tables/table/top-500-telecom-brands-2012](http://brandirectory.com/league_tables/table/top-500-telecom-brands-2012)

### A nível nacional

De acordo com o estudo “Marcas de confiança na Europa 2012”, realizado pelas Seleções Reader’s Digest, as marcas da PT, TMN e Sapo encontram-se entre as 10 marcas nacionais que suscitaram maior confiança nos consumidores portugueses. **Marcas de Confiança 2012 - Seleções do Reader’s Digest:**

- Sapo vence na categoria Empresas de Serviço de Internet
- TMN vence na categoria Redes de Telemóvel

**TMN e Sapo** encontram-se entre as marcas portuguesas em que os consumidores nacionais depositam mais confiança

A metodologia do estudo e as suas conclusões gerais podem ser encontradas no *website* <http://www.rdrustedbrands.com/tables/Winners%2520by%2520country.country.Portugal.shtml>

## 2. Eixos de responsabilidade social corporativa a reforçar na comunicação e *marketing* durante o triénio

### Ética na comunicação com as partes interessadas

As relações de confiança deverão ser incentivadas através da permanente disponibilidade para interagir e respeitar as expectativas de todos:

- (i) Rigor e transparência em todas as interações;
- (ii) Respeitar e fazer respeitar a privacidade dos dados pessoais.

### Infraestruturas para os próximos 100 anos

Estamos a construir os alicerces que irão sustentar a evolução das formas de trabalhar, viver e comunicar nos próximos 100 anos:

- (i) Investir nas redes de nova geração e garantir a cobertura global do país - FTTH (*Fiber to the Home*) e 4G/ LTE (*Long Term Evolution*) – em banda larga de elevada capacidade;
- (ii) Criar forte convergência e interação entre conteúdos, comunicações e equipamentos eletrónicos.

### Ter e incentivar o comportamento responsável nas TIC

O conhecimento e a ética são os principais influenciadores da atitude de cada um:

- (i) Estimular o consumo/utilização responsável dos equipamentos e serviços;
- (ii) Disponibilizar informação para a Proteção de Menores na Utilização das TIC;
- (iii) Respeitar e fazer respeitar os Direitos Humanos;
- (iv) Alinhar a cadeia de valor;
- (v) Inclusão digital: acesso e literacia.

### Alterações climáticas e eficiência energética

A sistemática procura de soluções que minorem os impactes da atividade das TIC na sociedade a par dos contributos que a sua utilização pode induzir no mercado, serão certamente a garantia de um melhor equilíbrio ambiental no futuro:

- (i) Estimular a Eficiência Energética;
- (ii) Racionalizar as emissões de carbono;
- (iii) Racionalizar e reencaminhar resíduos para destinos adequados;
- (iv) Preservar a biodiversidade e o equilíbrio paisagístico.

### Desenvolvimento de serviços e soluções ecológicas e inclusivas

Diversificar a oferta comercial incorporando sustentabilidade ambiental e social nos equipamentos, nos serviços e nas soluções que desenvolva e comercializa:

- (i) *Cloud Computing*;
- (ii) Georreferenciação;
- (iii) Segurança;
- (iv) Saúde;
- (v) Educação;
- (vi) Assistência a pessoas com necessidades especiais;
- (vii) Pagamentos eletrónicos (porta moedas eletrónico móvel).

# 08

## SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL



NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130

## 08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

09 CIDADANIA CORPORATIVA	160	1. PRODUTOS E SERVIÇOS AMBIENTALMENTE RESPONSÁVEIS	140
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	1.1. Eficiência energética	141
NOTAS METODOLÓGICAS	190	1.2. Matérias-primas e minerais de conflito	143
ÍNDICE REMISSIVO	194	1.3. Reutilização e reciclagem	144
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208	2. PRODUTOS E SERVIÇOS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS	145
		2.1. Acesso e serviços para todos	145
		2.2. Proteção da privacidade dos dados	148
		2.3. Segurança de conteúdos	150
		2.4. Continuidade das comunicações em situações adversas	151
		2.5. Radiações eletromagnéticas	152
		2.6. Promoção do consumo responsável	153
		3. RELACIONAMENTO COM CLIENTES	155
		3.1. Modelo organizativo	156
		3.2. Provedor de cliente	158
		3.3. Desempenho no atendimento	158



# 08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

A oferta comercial da PT procura incorporar produtos e soluções adaptadas às expectativas do mercado, que estejam na vanguarda da inovação, a preços ajustados a cada segmento de mercado e que, ao mesmo tempo, integrem características social e ambientalmente amigáveis - que contribuam para a dinamização de uma cidadania moderna, informada, consciente e responsável.

Ao longo dos últimos anos, os equipamentos, os produtos, os serviços, as soluções e as funcionalidades disponibilizadas ao mercado têm sido adicionadas de atributos que visam melhorar a sustentabilidade da oferta comercial. Para isso, tem sido fundamental o sucessivo envolvimento de toda a cadeia de valor, nomeadamente, fornecedores e parceiros de negócio, a montante da atividade e os clientes a jusante do processo e na sua qualidade de subscritores e utilizadores.

## 1. Produtos e serviços ambientalmente responsáveis

Sustentabilidade Ambiental na oferta comercial, pode induzir uma forte redução da pegada de carbono dos clientes, além de constituir uma nova oportunidade de mercado para todos os que se relacionam com o setor das TIC. A agenda que a PT tem trabalhado neste domínio está resumida no quadro abaixo:

### Green Intelligence na oferta comercial - Temas ambientais em agenda

#### Energia – consumo, fontes e emissões de gases



#### Água – consumo, origem e destino



#### Materiais – consumo, origem e reencaminhamento adequado



#### Cadeia de valor – dos fornecedores aos clientes



#### Impactes da atividade – diretas e indiretas (fornecedores, clientes e comunidade em geral)



## 1.1. Eficiência energética e pegada de carbono

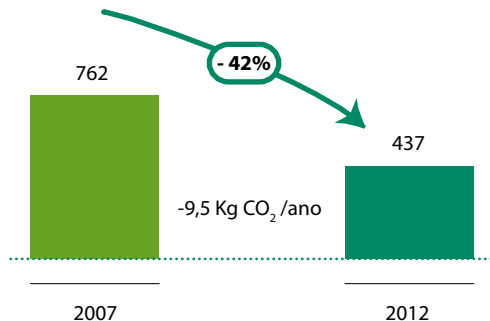
A menor dependência energética dos equipamentos a par da sua eficiência, reduz não só a pegada de carbono dos clientes bem como permite reduzir os respetivos custos de utilização.

Nesse sentido, a PT tem procurado disponibilizar ao mercado equipamentos com menor dependência energética e tem disponibilizado serviços e funcionalidades que permitem a cada cliente monitorizar e beneficiar de uma melhor gestão dos seus consumos de energia e dos seus gastos.

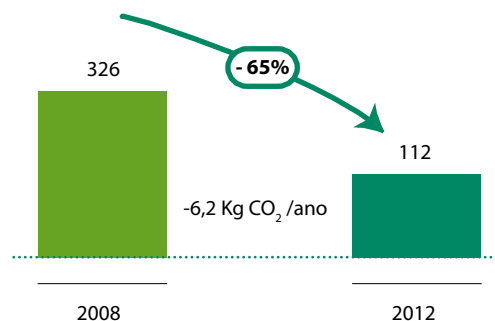
### Equipamentos de receção, descodificação e processamento de sinais de serviços de televisão

#### EQUIPAMENTOS

##### CONSUMO ANUAL KWh | IPTV



##### CONSUMO ANUAL KWh | SATÉLITE



Os equipamentos de receção, descodificação e processamento de sinais de serviço de televisão (IPTV), beneficiaram de uma redução global de 42% no consumo de energia entre o ano de 2007 e de 2012, a que corresponde uma redução média global de 9,5 Kg de CO<sub>2</sub>/ano. E, os equipamentos para satélite, beneficiaram de uma redução de 65% no consumo de energia, no mesmo período de tempo e a que correspondeu uma redução média global de 6,5 Kg de CO<sub>2</sub>/ano.

Este estudo está publicado no *website* corporativo da empresa, e pode ser consultado em <http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/7CF0B123-AFBD-4118-A751-6D3CA9567065/1463445/CLIENTESREDUOPEGADADECARBONOEEFICIENCIAENERGICA.pdf>

### Serviços que permitem fazer controlo remoto dos consumos de energia no lar

O MEO Energy é um serviço, suportado num equipamento que se liga ao quadro elétrico e que permite visualizar na TV - MEO Interativa – ou no PC, através de Internet, o consumo de eletricidade de casa, fornecendo informações sobre:

- Consumos de energia em diferentes períodos de tempo
- Previsão de custos, em função do consumo realizado
- Qual o melhor plano tarifário, para o perfil de consumo de eletricidade do seu lar

Com o MEO Energy o consumidor pode adotar boas práticas de poupança energética no lar:

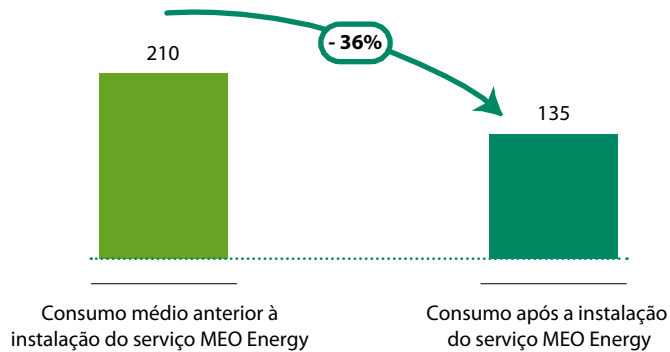
- Poupança nos consumos e reduzindo desperdícios
- Conhecendo e controlando os consumos de eletricidade, sem prejuízo do conforto
- Escolhendo a potência elétrica e o preçário mais adequados ao seu lar
- Seguindo conselhos e recomendações sobre poupança energética

# 08

## SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

### Utilização do serviço de monitorização de consumos de energia no lar

CONSUMO MENSAL KWh\*



\* Consumos médios em Portugal, numa zona urbana e num agregado familiar de 3 elementos.

Os testes efetuados levam a concluir que a redução de consumos nos lares que adotem este serviço pode variar entre 20% e 40%, sendo que no tipo de família testada a redução obtida foi de 36%.

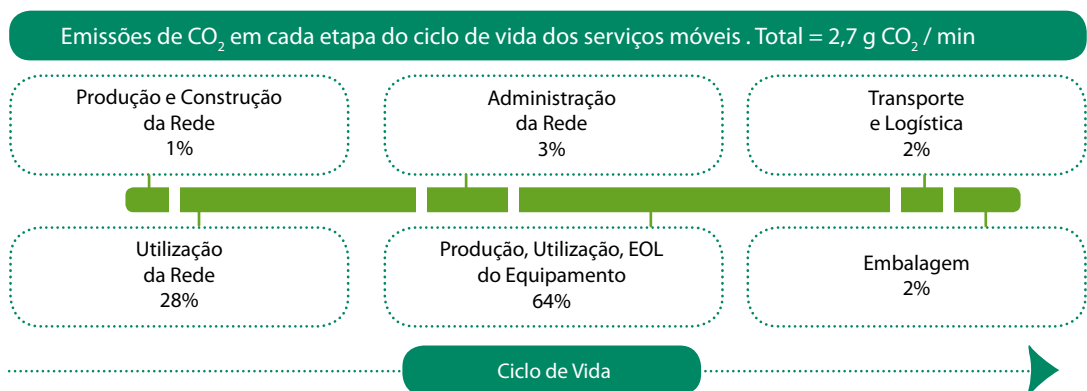
Este estudo publicado no *website* corporativo da empresa e pode ser consultado em <http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/7CF0B123-AFBD-4118-A751-6D3CA9567065/1459385/MeoEnergyReduodapegadadeCarbono dosClientes.pdf>

### Pegada de carbono de um minuto de conversação entre telemóveis em Portugal

No sentido de permitir que os seus clientes possam fazer opções baseadas em informação rigorosa, a PT monitorizou a pegada de carbono do ciclo de vida do serviço móvel, e apresentou os valores relacionados com a média de emissões de carbono por cada minuto de conversação.

Simultaneamente também disponibiliza valores de emissões médios, de meios de transporte (carro, comboio e avião), para que os clientes possam aferir os impactes das suas opções.

### PEGADA DE CARBONO DOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES MÓVEIS



A oferta comercial da PT disponibiliza vários outros serviços que poupam custos, poupam tempo, deslocações desnecessárias, gastos de combustível e de materiais, a saber:

- Soluções *machine-to-machine* // Foram dados igualmente passos importantes na consolidação de uma oferta *machine-to-machine* (M2M), através da disponibilização de um conjunto de soluções que possibilitam a interação, sem intervenção humana, entre ativos/equipamentos/máquinas e os sistemas de informação que suportam a gestão desses ativos.

**Soluções:**

Gestão remota de frotas  
Georeferenciação  
Controlo remoto de eficiência energética  
Telesegurança  
Teleassistência

- Soluções TI/SI // A PT tem vindo a disponibilizar serviços que são uma referência no pioneirismo nacional traduzindo-se em vantagens competitivas para os clientes ao potenciar reduções de custo TI, aumento de produtividade, mobilidade e redução de consumo de energia (elétrica e combustível).

**Serviços e soluções:**

*Smart cloud* – Armazenamento virtual e gestão de informação  
Videovigilância  
*E-learning*  
Telemedicina  
*E-procurement*  
Teleconferência

## 1.2. Matérias-primas e minerais de conflito

A PT não é fabricante de equipamentos. Sempre que necessita, seja para utilização própria ou para os seus clientes, consulta o mercado e procura identificar os equipamentos mais ajustados às necessidades em termos de eficiência, preço, pegada ambiental e ética no seu fabrico.

Além da racionalização do consumo de materiais, a PT tem procurado obter cada vez mais informação e cada vez mais rigorosa sobre as matérias-primas incorporadas nos equipamentos adquiridos para utilização própria ou para comercialização, no sentido de progressivamente garantir duas situações consideradas fundamentais:

- Que os fabricantes dos equipamentos rejeitam e se comprometem a não utilizar minerais oriundos de zonas de conflito, nomeadamente o Tântalo, o Tungsténio e o Coltan (habitualmente designados por 3TG);
- Que a informação existente permite dar indicações corretas sobre o encaminhamento mais adequado a cada componente do equipamento no final do respetivo ciclo de vida.

A cadeia de fornecedores da PT é composta por entidades que se sujeitaram a um processo de pré-seleção muito rigoroso e que depois de selecionados, os fornecedores, não só se disponibilizam para receberem e participarem em auditorias presenciais aleatórias e/ou em *surveys* de validação documental da respetiva *performance* ambiental.

A iniciativa *Global e-Sustainability Initiative* (GeSI) em parceria com a *Electronic Industry Citizenship Coalition* (EICC) estão a desenvolver esforços para o rastreio de fontes de minérios usados pela indústria de telecomunicações. O programa *Conflict-Free Smelter* (CFS) tem-nos permitido realizar uma autoavaliação sobre a utilização de fontes de conflito na cadeia de valor [www.conflictfreesmelter.org](http://www.conflictfreesmelter.org).

# 08

## SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

Os resultados gerais da validação efetuada, são os seguintes:



O alinhamento das práticas ambientais dos fornecedores com o Código de Responsabilidade Social da PT e com as respetivas práticas ambientais, tem vindo a melhorar de ano para ano, estando a atingir um patamar considerado satisfatório. A avaliação deste alinhamento foi adicionada de novos critérios em 2012: os relacionados com matérias-primas e a sua importância no que respeita quer à sua origem quer ao seu nível de tratamento que devem ter no final do ciclo de vida.

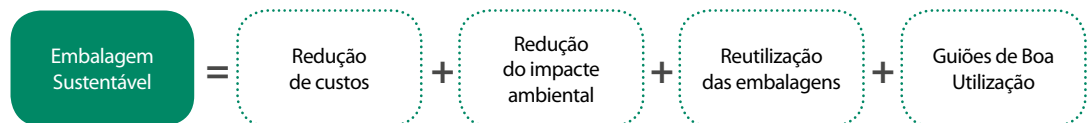
### 1.3. Reutilização e Reciclagem

A reutilização e a reciclagem de materiais tem merecido uma atenção especial da PT quer no que diz respeito diretamente à atividade da empresa quer no que diz respeito às informações e programas disponibilizados aos clientes.

#### Embalagens

Preocupada com o ambiente e concretizando um dos seus objetivos estratégicos, a PT iniciou o processo de criação e produção de embalagens ecológicas, com vista a melhorar a sustentabilidade do ciclo de vida dos produtos. Além dos materiais e da forma que as caracterizam, as embalagens contêm informação sobre o encaminhamento dos materiais quando chegarem ao fim da sua vida útil.

- Embalagens ecológicas: criação de embalagens recicláveis e reutilizáveis com guiões de utilização de encaminhamento de materiais disponibilizados *online*;



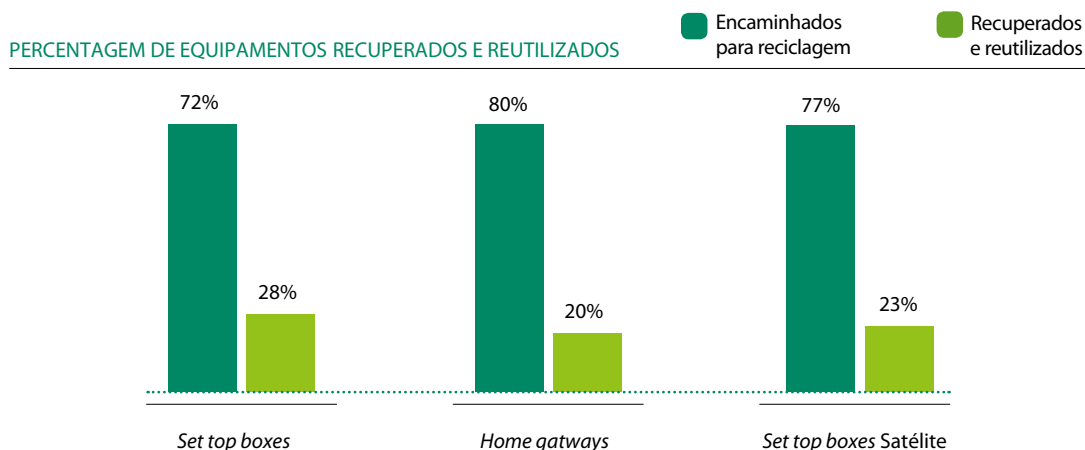
A PT prevê alargar progressivamente este conceito de embalagem sustentável a toda a linha de produtos que comercializa:



#### Recuperação, reaproveitamento e reutilização de equipamentos:

A reutilização de equipamentos evita o consumo de materiais, poupa custos e reduz a produção de resíduos. Por isso, a PT procedeu à avaliação, recuperação e reutilização de equipamentos devolvidos pelos clientes por

migração para outras soluções ou serviços. Ao longo do último triénio foram reutilizados cerca de 25% dos equipamentos da oferta *triple-play* – MEO.



## 2. Produtos e serviços socialmente responsáveis

Na ótica da PT, a responsabilidade social da sua oferta comercial reside na disponibilização de um portefólio que compreende as necessidades de comunicação de toda a população, os perfis orçamentais de todos os agregados familiares, os materiais, serviços funcionalidades que respeitem os direitos humanos, a proteção de menores e de camadas de população com características de maior vulnerabilidade, e acima de todas estas características que sejam baseados em infraestruturas que garantam comunicações de qualidade, em banda larga e com sustentabilidade durante os próximos 100 anos.

### 2.1. Acesso e serviços para todos

Como maior operador de telecomunicações em Portugal, uma das preocupações centrais da PT consiste em garantir o acesso a serviços de telecomunicações ao maior número de pessoas possível, independente das suas capacidades motoras, localização geográfica, ou condição social. Neste sentido, a PT tem garantido a disponibilização de serviços e planos de preços ajustados a todos os perfis de clientes.

#### Postos Públicos

A nível nacional a PT disponibilizou os seguintes postos públicos com serviço telefónico e/ou de Internet:

- Postos públicos – 23.390
- Postos públicos com acesso à Internet – 46 (32 dos quais em lojas de postos públicos)
- Postos públicos na via pública acessíveis a utilizadores com necessidades especiais de mobilidade – 363
- Postos públicos em locais considerados de especial interesse social pelo regulador (hospitais e centros de saúde, estabelecimentos de ensino, aeroportos, estabelecimentos prisionais, terminais ferroviários e rodoviários, estações de metropolitano, tribunais e palácios de justiça, hotéis pensões e residenciais, lojas do cidadão) – 2.079
- Postos públicos explorados em parceria com o comércio local, coletividades e outras instituições – 14.382
- Postos públicos instalados em localidade com menos de 1.000 habitantes – 8.600
- Teve início no final de 2012, a utilização experimental da infraestrutura associada a alguns postos públicos como suporte para *HotSpots* WiFi

# 08

## SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

### Serviço Universal

No âmbito da prestação do serviço universal, a PT continuou a garantir o acesso aos serviços de telecomunicações a comunidades de menor poder aquisitivo e/ou geograficamente mais afastadas dos grandes centros, garantindo que todos os cidadãos podem aceder a um conjunto básico de serviços de interesse geral independentemente da sua localização e/ou perfil de consumo.

### Plano de contingência para garantia da continuidade de prestação de serviços

Para situações de falta de serviço por via de atos de vandalismo, catástrofes naturais (inundações, incêndios) ou outras situações, a PT dispõe de um conjunto de planos de contingência que poderão ser acionados, garantindo no mais curto espaço de tempo a reposição do serviço em condições aceitáveis.

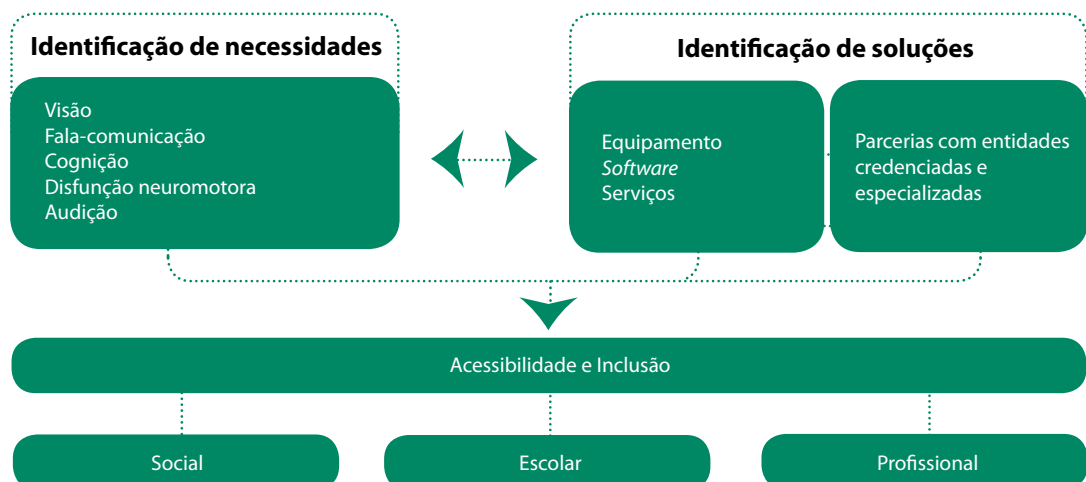
### Soluções especiais para cidadãos com necessidades especiais

Nos programas visando a acessibilidade às tecnologias de informação e comunicação por instituições e organismos que estatutariamente trabalham na área da deficiência, ou por cidadãos com necessidades especiais, a PT dá continuidade ao desenvolvimento e disponibilização de uma variedade de produtos e serviços (soluções especiais fixo e móvel) dirigidos a pessoas com deficiência e incapacidade, com doença severa ou idosos em risco, considerando as especificidades inerentes às seguintes áreas de deficiência:

- Visão;
- Fala-comunicação;
- Cognição;
- Disfunção neuromotora;
- Audição.

A composição destas soluções requer adaptações orientadas de acordo com cada necessidade identificada e poderá ser encontrada em [http://www.lojapt.pt/PT/Pages/SolucoesEspeciaisPT\\_Visual.aspx](http://www.lojapt.pt/PT/Pages/SolucoesEspeciaisPT_Visual.aspx)

O acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação e as competências para a sua utilização são fatores diferenciadores nas oportunidades sociais e, conseqüentemente da maior importância na atualidade. São um instrumento poderoso de inclusão social e profissional que abre novos horizontes à economia e ao ambiente. A PT tem desenvolvido e disponibilizado a pessoas com necessidades especiais, caso a caso, uma solução - equipamento, *software* e serviços (soluções especiais) – adaptada à deficiência, incapacidade ou limitação de cada pessoa.



### No âmbito da inovação ao serviço da população com necessidades especiais, destacamos as seguintes soluções

- Teleaula – destinada a crianças ou jovens impossibilitados da frequência física das aulas por se encontrarem em situação de doença internadas em hospital, em convalescença ou em tratamento prolongado;
- *Call centre* para surdos – serviço de atendimento para pessoas com surdez onde o atendimento é efetuado em língua gestual portuguesa;
- Equipamentos adaptados a comunicação aumentativa – destinado a pessoas com doenças do foro neurológico ou deficiência degenerativa.

### Soluções dirigidas a pessoas séniores em situações de isolamento e/ou de doença prolongada

- Gestão Remota de Domicílios: sistema centralizado para organizações de apoio a séniores, com programação integrada de visitas domiciliárias e de voluntários, ficha clínica de saúde dos utentes, calendarização de tratamentos, entre outros, permitindo por um lado a eficiência dos recursos alocados aos domicílios, e por outro garantindo a qualidade de serviço prestada aos utentes;
- Teleassistência: com o objetivo de combater o isolamento e proporcionar maior segurança aos séniores, foi criada uma solução de teleassistência – serviço de apoio médico telefónico permanente suportado por um telefone que permite, em caso de urgência, entrar em contacto direto com os serviços de assistência 24h por dia durante os 365 dias do ano;
- Portal Idade Maior: desenvolvimento de um portal SAPO com conteúdos e serviços dedicados e direcionados para a vida ativa do segmento sénior. Apresenta resultados bastante positivos, contando já com mais de 856 pessoas registadas e cerca de 1.032 mil visitantes.

### E-saúde // Soluções dirigidas à população em geral na área da saúde

- Teleconsulta: plataforma eletrónica que permite efetuar consultas à distância com som e imagem, evitando deslocações dos doentes e que naturalmente aproxima os doentes dos seus médicos. Esta solução, já foi adotada por exemplo entre hospitais em Portugal e hospitais de Cabo Verde e S. Tomé e Príncipe;
- *Baby Care*: É um serviço pioneiro a nível mundial, desenvolvido pela PT, que permite aos pais dos bebés que se encontram nas salas dos cuidados intermédios ou intensivos dos hospitais, equipados com este sistema, um contacto permanente com os seus filhos a partir de qualquer local, ou país, em que disponham de acesso fixo ou móvel à Internet.

### Soluções dirigidas a assegurar comunicações seguras às crianças e jovens

- TMN Kids: novo serviço que implica que os pais das crianças definam os números de telefone que podem contactar com os seus filhos. Direcionado para a crescente apetência deste segmento por comunicações móveis, centrando o seu serviço nas preocupações em termos de segurança e controlo de custos dos pais e professores;
- MEO Kids e Sapo Kids: Canais de conteúdos especificamente dirigidos a crianças e com guiões de boas práticas de utilização dos meios *online*;
- Comunicar em Segurança: programa de sensibilização dos jovens e encarregados de educação para o uso seguro dos meios de comunicação *online* em termos de proteção dos equipamentos, privacidade dos dados pessoais e da utilização adequada de conteúdos. Este programa está a ser efetuado nas escolas básicas e secundárias ao longo de todo o país e conta com o voluntariado da PT e do Programa Escola Segura da Guarda Nacional Republicana;
- *Parental Control*: Identificação e divulgação (*online*) de guiões de boas práticas de utilização de cada um dos equipamentos e/ou serviços disponibilizados pela PT.



### Soluções de segurança para a população em geral

- TMN Drive: aplicação de navegação para *smartphones*, que transforma o telemóvel num verdadeiro navegador. O TMN Drive proporciona o acesso a milhares de pontos de interesse, com mapas de Portugal (inclui ilhas) gratuitos;
- Localizz: Permite partilhar a localização de uma pessoa e saber em tempo real através do telemóvel ou PC onde se encontram os filhos, amigos ou outras pessoas com quem queira interagir;
- *Car control*: Permite localizar e bloquear o seu carro à distância, receber alarmes, acionar o botão de alarme e acesso a uma linha telefónica de emergência (acidente e roubo).

### Soluções de Marketing

- SPOTYAD: serviço inovador que coloca à disposição dos anunciantes a possibilidade de promoverem junto dos clientes do serviço móvel da PT, de uma forma fácil e rápida, os seus produtos, através do envio de SMS de várias promoções e descontos das suas marcas preferidas.

## 2.2. Proteção da privacidade dos dados

Política de Segurança de Informação a nível dos Sistemas e Tecnologias de Informação e Comunicação, foi preparada, adotada este triénio, a maioria dos colaboradores foi sujeita a formação específica e os respetivos conteúdos foram promovidos junto dos clientes e utilizadores.

### Direitos humanos e liberdade de expressão

A confidencialidade e a segurança dos dados dos clientes, a proteção do acesso e tráfego da informação das bases de dados, bem como, a confidencialidade dos conteúdos das comunicações, são áreas salvaguardadas pela PT de modo a garantir a liberdade e os direitos fundamentais de cada indivíduo.

### Transparência e cumprimento

A PT segue escrupulosamente a legislação nacional – que é muito detalhada e específica no que respeita a este tema, e também a legislação europeia e americana. Estando cotada em bolsas europeias e norte americanas, a PT é escrutinada por entidades de vários setores, para além das análises periódicas que efetua a todas as situações suscetíveis de fragilizar a proteção de dados pessoais conduzidas por juristas e por especialistas em segurança.

Quando nos referimos a dados pessoais referimo-nos a qualquer informação, de qualquer natureza e independentemente do respetivo suporte, incluindo som e imagem, relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável: é considerada a pessoa que possa ser identificada direta ou indiretamente, designadamente por referência a um número de identificação ou a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, económica, cultural ou social.

Modelo de gestão

**Governança e Políticas de Segurança da Informação**

- Comité de Segurança
- Política de Segurança da Informação
- Normas e Guiões

**Gestão Operacional da Segurança da Informação**

- Gestão de incidentes de segurança

**Responsabilidades dos utilizadores**

- Cuidados a seguir
- Formação obrigatória
- Teste a robustez de *password*

Interação com outros operadores e organismos nacionais e internacionais, ligados à identificação e mitigação do impacto dos incidentes de segurança informática

**Política de Segurança de Informação**

Em 2010 a PT preparou e adotou a sua Política de Segurança de Informação a nível dos Sistemas e Tecnologias de Informação e Comunicação. Esta política encerra um vasto conjunto de procedimentos, para os quais a maioria dos colaboradores já teve formação específica.

Sabendo contudo que esta é uma área sensível e onde as evoluções são rápidas, tem vindo a participar em fóruns de discussão sobre este tema e a implementar as medidas consideradas como melhores práticas na salvaguarda da proteção de dados e privacidade dos clientes.

As regras previstas nesta Política de Privacidade complementam as disposições em matéria de dados pessoais, previstas nos contratos que os clientes celebram com as Empresas do Grupo PT, assim como as regras previstas nos Termos e Condições que regulam a oferta dos diversos produtos e serviços e que se encontram devidamente publicitadas nos respetivos *websites*.

**Exclusivamente a pedido das autoridades judiciais e nos termos definidos pela lei nacional, a PT disponibiliza a terceiros dados respeitantes a clientes.**

Gestão operacional da segurança de informação na PT, no país e na Europa

**A nível Internacional:**

A PT integra a Rede Nacional de CSIRTS – *Computer Emergency Response Team* –, que por sua vez integra a Rede Europeia de CSIRTS, nome que designa as equipas que fazem a gestão de incidentes de segurança.

**A nível nacional:**

A participação na rede nacional é feita através da equipa de segurança de informação da PT, por analogia, designada por *csirtPT*, que está validada pelo *Trusted Introducer*, e que assegura:

- Tratamento de incidentes de segurança informática;
- Coordenação de incidentes de segurança;
- Disseminação de alertas.

**Participação na 31ª Conferência Internacional de Proteção de Dados e Privacidade**

- Na sequência da realização da **31ª Conferência Internacional de Proteção de Dados e Privacidade** que decorreu em Madrid, 50 países chegaram a acordo sobre novas medidas comuns de proteção de dados e privacidade, prevendo que algumas das medidas já desenvolvidas e aplicadas na EU se estendam para fora das suas fronteiras;

- A “Resolução de Madrid”, como ficou conhecido o documento, pretende estabelecer *standards* internacionais para garantir maior privacidade e reserva no acesso a dados pessoais e poderá dar lugar ao desenvolvimento de legislação nesta área em países onde esta ainda não exista;
- A PT integra o grupo de trabalho, onde participam representantes de cerca de 50 países e de empresas ligadas ao universo das novas tecnologias de comunicação e informação;
- O documento aprovado, **pode ser consultado online**, e define os princípios básicos para a utilização dos dados pessoais: lealdade, legalidade, proporcionalidade, qualidade, transparência e responsabilidade. Reconhece igualmente a necessidade da existência de autoridades de supervisão;
- Os princípios definidos nesta resolução já fazem parte da “norma” aplicada na União Europeia e em Portugal, mas as autoridades têm vindo a defender a importância da sua generalização a outros países já que as transações e serviços são cada vez mais globais, podendo fragilizar a proteção de dados dos cidadãos portugueses perante a falta de regras noutros Estados.

Foi criado um Comité responsável pela implementação e verificação da Política de Privacidade aplicável ao Grupo bem como, pela definição de regras claras de tratamento de dados pessoais, assegurando que todos os que nos confiam os seus dados pessoais, tenham conhecimento da forma como estes são tratados e quais os direitos que lhes assistem nesta matéria.

### 2.3. Segurança de conteúdos

A facilidade com que hoje em dia se acede e se disponibilizam conteúdos é verdadeiramente estimulante e contribui inequivocamente para aproximar pessoas e estas de níveis de conhecimento mais diversificado. Contudo, sabemos que esta realidade suscita preocupações relacionadas com o uso indevido destas potencialidades por parte de camadas da população com menor capacidade crítica e/ou de seleção de conteúdos adequados aos seus interesses.

Consciente deste facto, a PT tem despoletado iniciativas que têm por objetivo sensibilizar a população para o consumo responsável de conteúdos, disponibiliza guiões de utilização de equipamentos e *software* de controlo parental, segue as recomendações de organismos internacionais sobre esta matéria e, em 2009, assinou um protocolo e colaboração com uma entidade científica de computação para monitorização de conteúdos e segurança de redes.

#### Código de Conduta

Em 2008, a PT assinou o Código de Conduta para as atividades de prestação de serviços de conteúdos que visa proteger os de menor idade à exposição de conteúdos nefastos aquando da utilização de serviços de comunicações eletrónicas móveis.

#### Protocolo de colaboração para segurança informática e utilização segura da Internet

Em 2009, a PT assinou um protocolo de colaboração com a Fundação para a Computação Científica Nacional (FCCN), que visa as áreas da segurança informática e da utilização segura da Internet.

Ao nível da segurança informática são acauteladas situações relacionadas com uma ação ou conjunto de ações desenvolvidas contra um computador ou rede de computadores que resulta, ou pode resultar na perda de confidencialidade, integridade, ou desempenho de uma rede de comunicação de dados ou sistema, designadamente o acesso não autorizado, a alteração ou remoção de informação, a interferência ou a negação do serviço em sistema informático.

Ao nível da utilização segura da Internet é acautelada a identificação e denúncia de conteúdos manifestamente ilegais, visando fundamentalmente remover e impossibilitar o acesso a conteúdos relacionados com pornografia infantil ou com violação dos direitos humanos, concretamente, violência e racismo.

## Carta de princípios para garantir maior segurança de crianças e jovens

A PT é também signatária e fundadora de um conjunto de Princípios orientadores para garantir uma maior segurança das crianças e jovens na utilização das tecnologias de informação e comunicação publicados em janeiro 2012 - os "Principles for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU" - e membro da aliança de indústria que os desenvolveu e que reúne *players* representativos de toda a cadeia de valor das TIC: operadores, fabricantes, *social media*, *gaming* e fornecedores de conteúdos.

### Programa "Comunicar em Segurança"

Com vista a sensibilizar a comunidade escolar para a boa utilização dos conteúdos acessíveis através de equipamentos eletrónicos de comunicação, a PT, através dos seus programas de voluntariado empresarial, preparou uma iniciativa a levar a um conjunto alargado de escolas a nível nacional e que tem por objetivos, em ambiente de sala de aula:

- Promover a utilização segura e responsável dos conteúdos e equipamentos eletrónicos;
- Sensibilizar os educadores para as ferramentas de controlo parental atualmente disponíveis;

O programa foi preparado e testado em algumas escolas em 2009, e está em curso nas escolas de todo o país.

### Guiões de boas práticas de utilização de serviços e de controlo parental

A interatividade dos novos meios de comunicação não só abre portas, como também, e tal como em outros aspetos da vida do dia a dia, requer cuidados que preservem a segurança de cada um, dos seus dados pessoais e das informações ou conteúdos a que quer aceder e partilhar com os outros.

É, por isso, fundamental conhecer as formas mais éticas e corretas de utilização destes serviços de modo a garantir que as experiências vividas no atual universo digital sejam mais enriquecedoras e responsáveis. A PT, consciente de que este caminho é o mais indicado para salvaguarda dos seus clientes, em particular dos mais jovens, disponibiliza a pais e jovens um conjunto de serviços e guiões que tendem a promover uma utilização segura das tecnologias de informação e comunicação, que podem ser encontrados *online* no respetivo *website*.

- Aplicações que "bloqueiam" conteúdos para adultos
- Campanha de prevenção de comportamentos aditivos na utilização de serviços móveis

## 2.4. Continuidade das comunicações em situações adversas

A Portugal Telecom consciente da máxima importância do seu contributo nos processos económicos e nas vidas das pessoas possui como objetivo fundamental que as suas redes e serviços satisfaçam todos os requisitos de proteção, de modo a poderem ser utilizados mesmo em situações adversas.

Em situações de emergência ou desastre, a Portugal Telecom assume os seguintes objetivos:

- **Assegurar o bem-estar e a segurança das pessoas**

Assegurar a salvaguarda da vida humana e da saúde a colaboradores e outras pessoas que estão nas suas instalações;

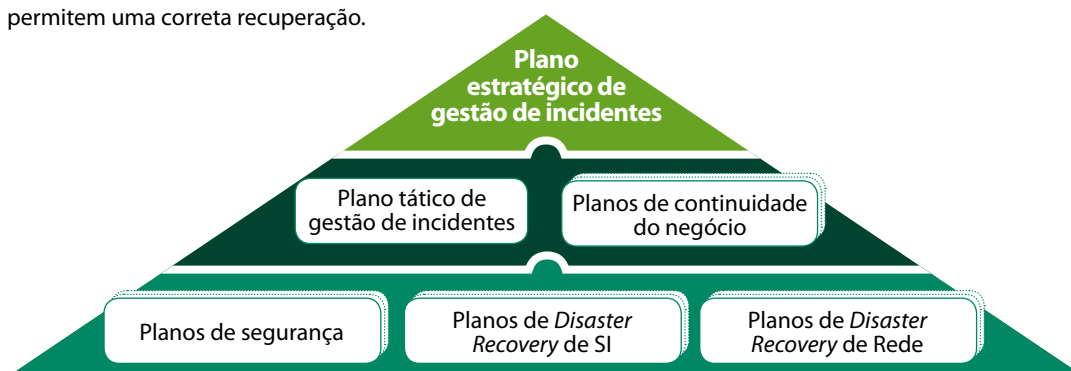
- **Assegurar a continuidade do funcionamento dos serviços e processos críticos**

Serviços e processos críticos são identificados, são resilientes e encontram-se permanentemente monitorizados de modo a impedir acessos abusivos, maliciosos e fraudulentos;

# 08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

- **Minimizar as perdas e os impactes para os clientes**  
Assegurar que as soluções de recuperação implementadas minimizem os impactes sobre os clientes, permitindo uma recuperação rápida e eficaz;
- **Assegurar o cumprimento dos requisitos legais e regulamentares**  
Assegurar a ligação com o regulador para adotar as melhores práticas em conformidade com os requisitos legais e regulamentares a que está sujeita.

A Gestão da Continuidade de Negócio está suportada numa estrutura de três níveis, que em caso da ocorrência de um incidente grave ou muito grave que afete os colaboradores, as instalações, a infraestrutura de rede ou os sistemas de informação, isoladamente ou no seu todo, estabelecem os princípios orientadores de uma resposta adequada, a abordagem à gestão da crise e disponibiliza um conjunto de ferramentas que permitem uma correta recuperação.



## 2.5. Radiações eletromagnéticas

### Equipamentos móveis

O aumento da utilização de telemóveis tem suscitado preocupações na opinião pública relativamente aos efeitos que os campos eletromagnéticos das telecomunicações móveis possam vir a causar na saúde da população.

A PT, ao longo do tempo, tem procurado acompanhar e divulgar a evolução do conhecimento existente sobre esta matéria, quer no que respeita à pesquisa científica sobre os efeitos da emissão de radiações não ionizantes na saúde humana, quer no que respeita às conclusões e recomendações europeias e nacionais sobre os limites de segurança para os níveis de radiação.

A Comissão Europeia, OMS (Organização Mundial de Saúde) e o ICNIRP (*International Commission for Non-Ionizing Radiation Protection*) bem como, outros organismos nacionais e internacionais, têm trabalhado para aprofundar o conhecimento sobre as possíveis consequências para a saúde, causadas pela exposição a campos de radiofrequências emitidos pelos telemóveis e pelas suas estações de rede e, naturalmente, para identificarem as melhores práticas a aplicar neste tema.

A União Europeia estabeleceu limites para o nível de radiação, através da recomendação 1999 / 519/ CE.

Trata-se de identificar o patamar máximo de energia a absorver pela cabeça do utilizador do telemóvel, a qual é definida através do SAR (*Specific Absorption Rate*). O SAR é o ritmo a que a energia é absorvida por unidade de massa de tecido do corpo e é expressa em *watt* por quilograma – valor máximo de 2,0 W/kg sobre 10 gramas de tecido.

100%	100%	25%
Terminais comercializados pela PT que cumprem o valor de radiações recomendado pela CE – abaixo de 2,0 W/ Kg	Equipamentos comercializados pela PT com informação sobre o respetivo SAR – no manual e <i>online</i>	Antenas partilhadas com outros operadores

## Estações de radiocomunicações

A Autoridade Nacional de Comunicações adotou os níveis de referência fixados pela União Europeia através da Recomendação do Conselho 1999/519/CE. Estes níveis de referência são aplicáveis a todas as estações de radiocomunicações, a instalar ao abrigo de uma licença de rede ou de estação.

Acresce que de acordo com a legislação nacional, todos os operadores de telecomunicações móveis têm de entregar, em todas as Câmaras Municipais do País, uma série de documentos para obter a autorização municipal inerente à instalação e funcionamento das infraestruturas de suporte de radiocomunicações e respetivos acessórios. Este diploma adotou também mecanismos para a fixação dos níveis de referência relativos à exposição da população a campos eletromagnéticos.

A fiscalização é rigorosa, comprometendo-se a entidade reguladora nacional a proceder a verificações e ensaios que verifiquem a cumprimento das determinações.

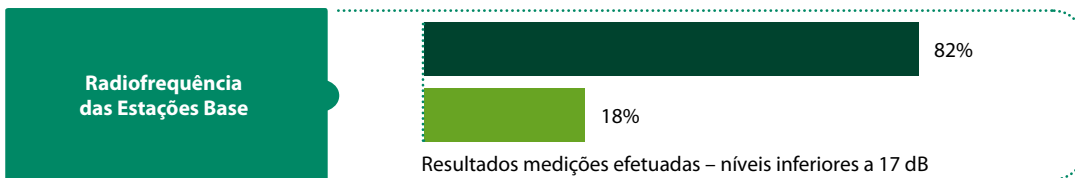
A PT, além de acompanhar a evolução do conhecimento produzido sobre este tema e de partilhar a utilização de antenas com outros operadores a nível nacional, monitoriza regularmente e aleatoriamente a sua rede, além de realizar as medições e de esclarecer as dúvidas solicitadas por entidades competentes ou diretamente por utilizadores.

Registe-se que, até à data, as medições efetuadas à rede evidenciaram níveis inferiores aos recomendados pela EU. No entanto, na eventualidade de se vir a verificar algum caso com valores superiores aos convencionados, a PT despoletará um plano de correção definido para o efeito.

### CAMPOS ELETROMAGNÉTICOS MEDIÇÕES EFETUADAS

■ TFE (Topo ou fachada de edifícios)

■ I (interior de Edifícios)



## 2.6. Promoção do consumo responsável

Para a PT é fundamental dotar os clientes do conhecimento necessário para que estes possam tomar as suas opções de aquisição, subscrição e/ou utilização de forma consciente e responsável.

A maior convergência entre equipamentos e conteúdos, entre a rede fixa e a rede móvel e as novas funcionalidades proporcionadas pela rede de fibra ótica (FTTH – *Fiber to the Home*) e pela rede 4G/ LTE (*Long Time Evolution*), a par da consolidação das plataformas de gestão e interação com clientes, dos programas de aperfeiçoamento da qualidade de atendimento e da agregação de atributos de maior sustentabilidade à oferta comercial, constituíram alguns dos principais temas da agenda de gestão das unidades de negócio das empresas do grupo ao longo dos últimos 2 anos.

### Iniciativas que contribuem para um consumo mais responsável

No sentido de assegurar a clareza das tarifas associadas à aquisição, subscrição e utilização dos serviços, a PT já tinha lançado em 2009 uma nova fatura que passou a apresentar aos clientes uma maior clarificação de cada um dos seus itens e manteve a divulgação *online* dos respetivos preços e simuladores, para que cada cliente tenha total controlo e possa selecionar as soluções mais convenientes às suas necessidades e características específicas.

# 08

## SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

### COMUNICAÇÃO E ENVOLVIMENTO DOS CLIENTES COM OS PREÇOS E OS SERVIÇOS

#### Comunicação de Preços e Tarifas associadas à aquisição, subscrição e utilização de serviços

##### Online

Disponível e atualizado 365 dias por ano

Planos de preços  
Preços dos pacotes de serviços  
Simuladores de serviços / preços  
Portal de cliente

##### Fatura

Em papel e *online*

Descrição do detalhe  
de cada item cobrado

### Guiões de utilização que promovem a utilização saudável e ambientalmente amigável dos produtos e serviços

- Todos os produtos e serviços comercializados pela PT são sujeitos a testes rigorosos no sentido de garantir a saúde e segurança dos seus utilizadores e, para cada um, é disponibilizado um manual de procedimentos e/ou rótulos com as especificações sobre a sua utilização adequada e o encaminhamento a dar sempre que estes sejam substituídos ou descontinuados pelos seus utilizadores;
- Adicionalmente a PT desenvolveu e promoveu um mini *site*, que com um conteúdo lúdico, elucida os clientes sobre oportunidades e riscos a ter em consideração na seleção e utilização de equipamentos e serviços relacionados com o TIC: <http://sustentabilidade.telecom.pt/> ;
- As embalagens dos produtos comercializados contêm etiquetas que assinalam o encaminhamento adequado do respetivo resíduo, além de identificarem o nível de radiação eletromagnética do equipamento sempre que aplicável.

No ano de 2012 não se registaram quaisquer controvérsias relacionadas com os produtos e serviços comercializados pela PT.

### Guiões de proteção de menores e de controlo parental

- No *website* da empresa os clientes também encontram guiões de boa utilização que incluem, não só indicações de *parental control*, como também, indicações para proteger a identidade de cada utilizador e o acesso a conteúdos perniciosos. Em breve, disponibilizaremos também indicações sobre formas saudáveis de utilizar os equipamentos e os serviços de telecomunicações.

<http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/SobreaPT/Seguranca/Crian%c3%a7as+Seguras/criancasseguras.htm>

### Impactes dos serviços e produtos

- Através de casos de estudo, publicados *online* no seu *website*, a PT dá a conhecer aos seus clientes o impacto de alguns dos seus serviços: é destacar o estudo efetuado sobre a pegada de carbono do serviço móvel e sua comparação com a pegada de carbono de outros serviços - <http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/0EF3D6DB-B23C-4288-86C3-046832F85D95/1458006/MobileCarbonFootprint.pdf>.

### Produtos e serviços que minoram a pegada ambiental dos clientes

- A comercialização de serviços e soluções baseadas nas novas tecnologias de informação e comunicação contribui decisivamente para que os nossos clientes minorem a sua dependência energética e, por consequência, reduzam as emissões de dióxido de carbono para a atmosfera. As áreas da saúde, da educação e da domótica já começaram a constituir a base deste novo paradigma e já são uma nova janela de oportunidade de preservação ambiental.

### Produtos e serviços adequados a pessoas com necessidades especiais e minorias

- A oferta comercial disponível contempla produtos, serviços e soluções para pessoas com necessidades especiais e dispõe de *packages* adaptados a pessoas residentes no país oriundas de outras nacionalidades.

### Marketing responsável

- As campanhas promocionais efetuadas pela empresa procuram respeitar as crenças e os valores dos públicos-alvo além de prestar informação rigorosa sobre as características e formas de utilização dos serviços / produtos anunciados;
- Todas as campanhas são veiculadas contendo uma mais formas de contacto - um endereço eletrónico, um *site* e/ou um número de telefone - através dos quais o cliente ou potencial cliente poderá esclarecer dúvidas, dar sugestões, solicitar informações detalhadas ou subscrever o produto / serviço promovido;
- As mensagens utilizadas nas campanhas são construídas de forma consciente e responsável, apelando aos benefícios da marca, do produto e/ou serviço. São evitadas mensagens que estabeleçam comparações com a concorrência ou que evidenciem situações suscetíveis de fragilizar os valores e crenças vigentes na sociedade portuguesa.

O ano passado, a PT não foi alvo de qualquer controvérsia relacionada com as campanhas de comunicação que desenvolveu.

## 3. Relacionamento com clientes

A PT está empenhada em construir uma relação duradoura de proximidade, respeito e confiança com cada cliente.

Para isso, as marcas da empresa estão comprometidas em dar ao mercado uma resposta eficaz, adequando toda a oferta de serviços e soluções da PT às necessidades manifestadas por cada utilizador, garantindo simultaneamente a prestação continuada dos serviços subscritos e a satisfação dos clientes.

Os últimos anos foram marcados por significativas melhorias nas áreas do atendimento, disponibilização / instalação de serviços e avarias, identificação e resolução antecipada de problemas, em linha com as sugestões e o posterior sucessivo reconhecimento por parte do mercado.

A crescente sofisticação dos serviços e o alargamento da oferta comercial do grupo, despoletaram um aumento da quantidade de contactos para adesão a serviços, esclarecimentos, reclamações e/ou participação de avarias. Por isso, a PT implementou um conjunto de processos e plataformas que permitiram aprofundar o conhecimento sobre cada cliente, ajustando a oferta de serviços à capacidade de resposta de cada necessidade.



### 3.1. Modelo organizativo

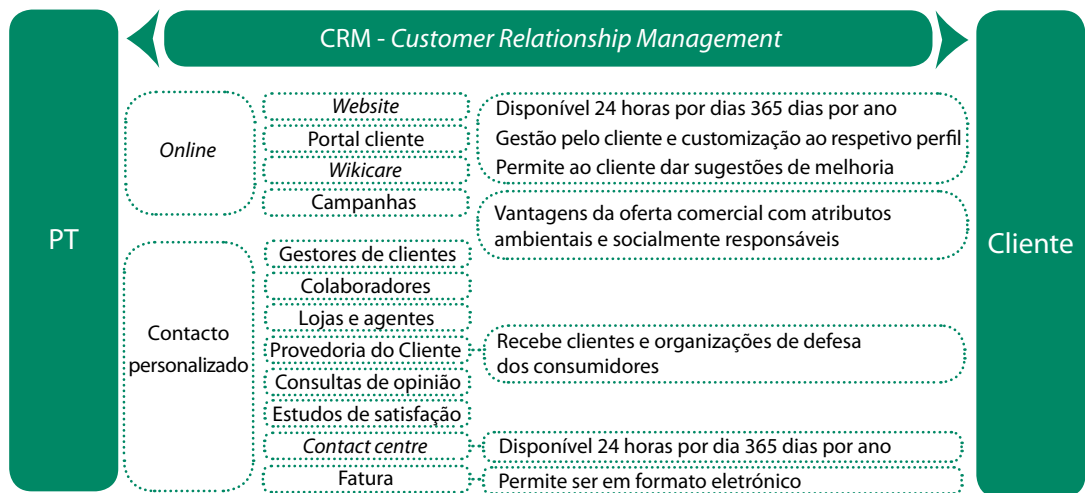
O relacionamento com clientes é uma responsabilidade de todos os colaboradores do Grupo, independentemente das funções e/ou responsabilidades que desempenhem na organização.

#### Áreas de focalização no cliente

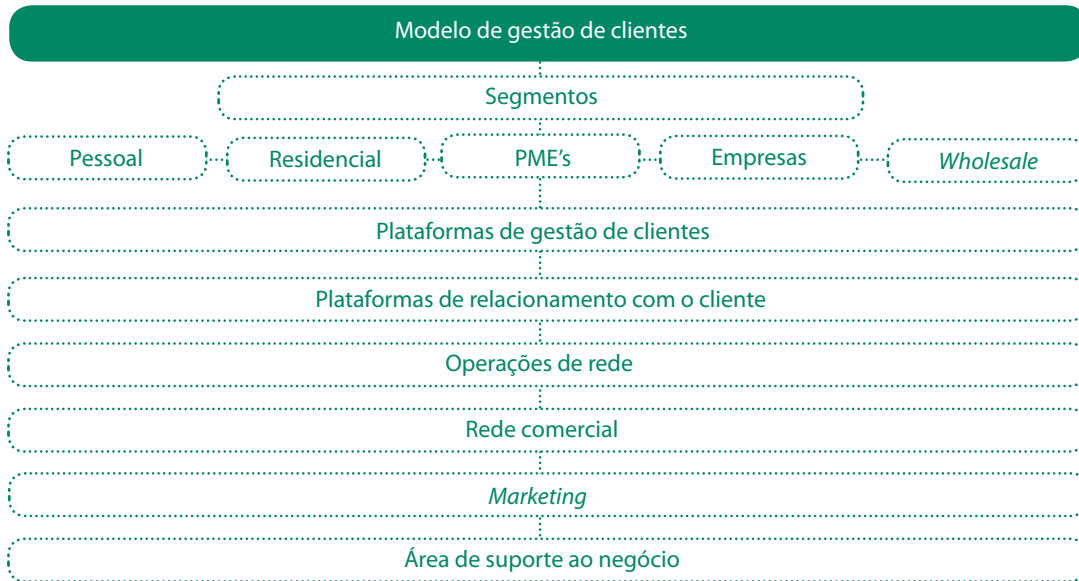
- Ouvir os clientes
- Personalizar a relação com cada cliente
- Inovar na oferta de mercado
- Oferecer serviços de qualidade
- Garantir a continuidade na prestação de serviços
- Ética na relação comercial
- Promoção de hábitos corretos de utilização dos serviços

Dentro deste contexto, a PT, continuou a querer ser reconhecida como a empresa nacional que melhor se relaciona com os clientes, e tem sucessivamente recebido esse reconhecimento de várias entidades.

Com esta responsabilidade acrescida, continuámos a procurar o caminho da excelência nesta matéria e a reforçar os canais de comunicação com os clientes, com o propósito de corresponder às expectativas que identificámos nas consultas que fizemos ao mercado.



O caminho da excelência na relação com o cliente baseia-se num modelo de gestão transversal a toda a empresa.



### CRM (Customer Relationship Management)

A plataforma de CRM (*Customer Relationship Management*) contempla um conjunto de funcionalidades que permite conhecer os perfis de clientes de acordo com as suas preferências e estilos de vida. Estas informações são fundamentais para uma melhor adequação do portefólio de serviços ao mercado.

Até à data, o segmento de clientes que valoriza atributos ambientalmente e socialmente sustentáveis é pouco expressivo do ponto de vista estatístico.

### Centro Tático // Identificar problemas e antecipar soluções para minorar impactes negativos em clientes

Com cerca de 100.000 contactos diários a par do lançamento de novos serviços e atualizações na rede, a PT debate-se com o problema de registar situações / reclamações de clientes para as quais não dispõe de soluções adequadas, rápidas e eficientes.

Por isso, criou um observatório onde são monitorizados todos os casos expostos no âmbito do atendimento a clientes e onde são identificados novos problemas e definidas as soluções adequadas. Este observatório, designado por Centro Tático, contribuiu fortemente para acelerar a resposta a clientes e para melhorar a taxa de sucesso no atendimento efetuado nos *contact centre*.

#### Objetivos do Centro Tático

**Foco no impacte no cliente** – minimizar o número de clientes afetados por anomalias; Articulação das várias intervenções:

- Articular a intensidade das intervenções com as previsões meteorológicas (estimativa de avarias);
- Medir o impacte das intervenções na rede na qualidade de serviço ao cliente;
- Promover a comunicação, envolvimento e participação transversal da organização: suporte cliente, técnico, operações, negócio;
- Controlo de impacto no cliente – quantificação analítica e objetiva;
- Monitorização continuada – reduzir análises com base em perceções ;
- *Service assurance* - proporcionada pela equipa técnica dedicada ao *tunning* dos processos de *upgrade*.

# 08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL

Em 2012 foram identificadas 484 novas situações distribuídas pelas seguintes áreas:

*Wireline* – 199

*Wireless* – 264

Comuns – 21

Das situações identificadas ao longo do ano, a prioridade de resolução vai para as que possam afetar:

- maior número de clientes;
- a proteção civil;
- hospitais e serviços de saúde;
- entidades ligadas à segurança.

O ano passado, cerca de 80% beneficiaram de correção imediata minorando o impacto junto de mais clientes e junto dos serviços de proteção, saúde e segurança pública.

Exemplo de uma situação tipicamente identificada e resolvida em âmbito de Centro Tático:

Comum: a qualidade dos serviços de telecomunicações é afetada pelas condições atmosféricas, assim, na sequência do alerta de mau tempo emitido pela Autoridade Nacional de Proteção Civil (ANPC), em âmbito de Centro Tático foram definidas um conjunto de ações preventivas, em conjunto com as áreas técnicas, de modo a minimizar possíveis impactos negativos do mau tempo esperado para os dias identificados no mês de outubro. Esta operação, minorou o impacto negativo que as condições atmosféricas habitualmente têm nas comunicações.

## 3.2. Provedoria do Cliente // Minimizar situações de insatisfação

A Provedoria do Cliente avalia as reclamações de clientes que se sentem insatisfeitos depois de esgotadas as soluções apresentadas por outras áreas da empresa.

Qualquer cliente dispõe de canais de comunicação (incluindo *online*) para apresentar ocorrências e pedir apoio à Provedoria do Cliente.

Durante o ano de 2012, foram avaliadas e resolvidas cerca de 73.111 reclamações.

Origem das situações apresentadas	N.º de situações
Clientes	61.667
Organizações de Defesa do Consumidor e demais entidades externas	11.444
<b>Total</b>	<b>73.111</b>

Todas as situações apresentadas e avaliadas na Provedoria, são resolvidas de acordo com as expectativas dos clientes e num espaço de tempo curto que, de acordo com a avaliação da urgência da situação, tem variado entre 4 e 24 horas.

## 3.3. Desempenho no atendimento

Para a PT é fundamental que os clientes se sintam satisfeitos com os serviços de atendimento.

Conscientes de que o número de contactos tinha necessariamente que aumentar devido à crescente sofisticação e diversificação dos serviços, a monitorização da *performance* atingida evidencia que as medidas de melhoria introduzidas contribuíram para melhorar a capacidade de atendimento por parte da PT em tempo e qualidade de resposta.

<b>Atendimento</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Total de contactos recebidos/1.000 clientes (média mensal)	182	160	129
Contactos atendidos (média mensal)	91,3%	95,4%	95,3

<b>Reclamações</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Total de reclamações recebidas/1.000 clientes (média mensal)	26,6	30,7	26,5
Tempo Gasto no Tratamento de cada uma - dias (média mensal)	4,1	2,2	1,8

<b>Instalação de Serviços</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Total de pedidos de instalação (média mensal)	67.455	63.865	61.906
Tempo Gasto na instalação de cada uma - dias (média mensal)	8,3	9,2	6,9

<b>Avarias</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Total de avarias participadas/1.000 clientes (média mensal)	29,4	24,7	19,4
Tempo Gasto na reparação de cada uma - dias (média mensal)	1,7	2,1	1,1

O triénio evidenciou uma capacidade invulgar da PT se adaptar ao mercado porquanto, não só inovou significativamente a sua oferta comercial – com os serviços multiplataforma e expansão da rede de fibra ótica e do 4G ao país – como adaptou eficazmente os serviços de atendimento e apoio aos seus clientes que legitimamente reforçaram as solicitações de apoio para obterem esclarecimentos, resolverem avarias ou terem novos serviços instalados. Durante o ano foi lançada a fatura única e foi descontinuada a rede analógica de televisão, factos que paralelamente contribuíram para acrescer os pedidos de esclarecimento que ocorreram ao longo do ano.

Em linha com os objetivos definidos, o tempo de resolução das solicitações melhorou em termos médios e, este ano, o tempo médio de resolução de reclamações foi significativamente reduzido (17%), face ao ano anterior e o tempo médio de resolução de avarias foi reduzido em aproximadamente 48%.

# 09

CIDADANIA CORPORATIVA

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138

## 09 CIDADANIA CORPORATIVA

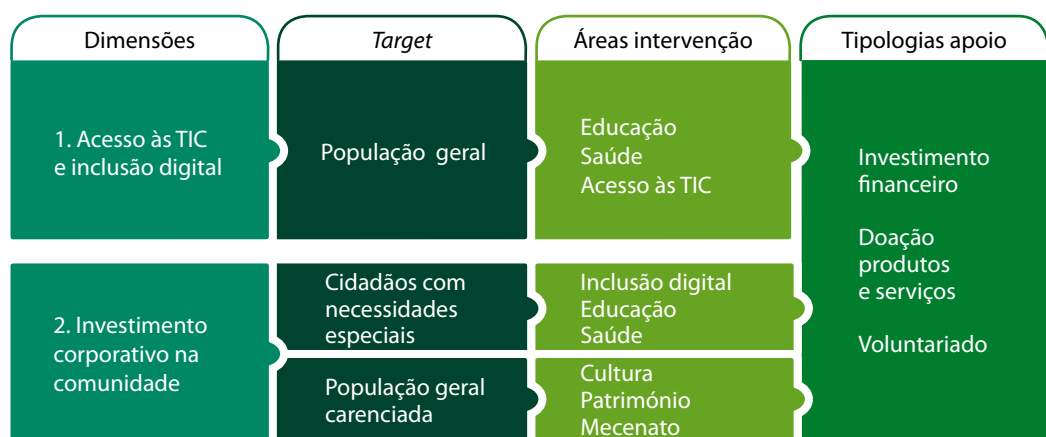
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172	1. ACESSO ÀS TIC E INCLUSÃO DIGITAL	162
NOTAS METODOLÓGICAS	190	2. INVESTIMENTO CORPORATIVO NA COMUNIDADE	166
ÍNDICE REMISSIVO	194	2.1. Fundação PT	166
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208	2.2. Áreas de intervenção	168
		2.2.1. Projetos de inclusão, educação e saúde	169
		2.2.2. Voluntariado	169

A PT tem assumido o compromisso de contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população em geral, sobretudo através de programas onde as TIC possam fazer a diferença, nomeadamente nas áreas da integração social, escolar e profissional e concretamente na promoção do conhecimento, da saúde, da segurança dos cidadãos, de bens e do ambiente

A estratégia de cidadania empresarial da PT procura dar acesso às comunicações a toda a população e desenvolver produtos e serviços de telecomunicações que contribuam para o bem-estar de pessoas, em particular para os portadores de deficiências ou dos que têm necessidades especiais, e para aumentar a inclusão e o nível de literacia digital de toda a população.

A segunda dimensão da estratégia de cidadania empresarial da PT está focada na oferta de soluções e serviços a cidadãos com necessidades especiais, bem como no apoio à cultura e ao património.

## MODELO DE INTERVENÇÃO ESTRATÉGICO



Facilitar o acesso ao conhecimento é fundamental para a PT como valor ético, cultural, social e económico.

A generalização do uso das tecnologias de informação e comunicação, a crescente oferta de soluções e serviços em banda larga, bem como os programas de apoio à comunidade e a grupos de cidadãos com necessidades especiais, constituem exemplos do envolvimento da PT na construção da Sociedade da Informação e do Conhecimento.

A aplicação das novas tecnologias e, em concreto da nova rede de fibra ótica, ao universo da educação, da saúde e da inclusão digital, possibilita a criação e utilização de soluções que promovem a sustentabilidade social.

## 1. Acesso às TIC e inclusão digital

Portugal é um dos países europeus com melhores infraestruturas de acesso à banda larga, fixa e móvel, à Internet e a serviços de televisão, acessíveis a partir de vários equipamentos: telemóvel, televisão, PC, tablet, etc.

A PT tem contribuído fortemente para esta realidade, já que, sendo líder nas várias plataformas de acesso à Internet em banda larga, tem mantido um elevado nível de investimentos no *upgrade* da rede e no lançamento de serviços adaptados aos vários perfis de consumidores. E isso, por sua vez, tem contribuído para o crescimento acelerado dos utilizadores e da utilização que cada um faz destas novas tecnologias de informação e comunicação.

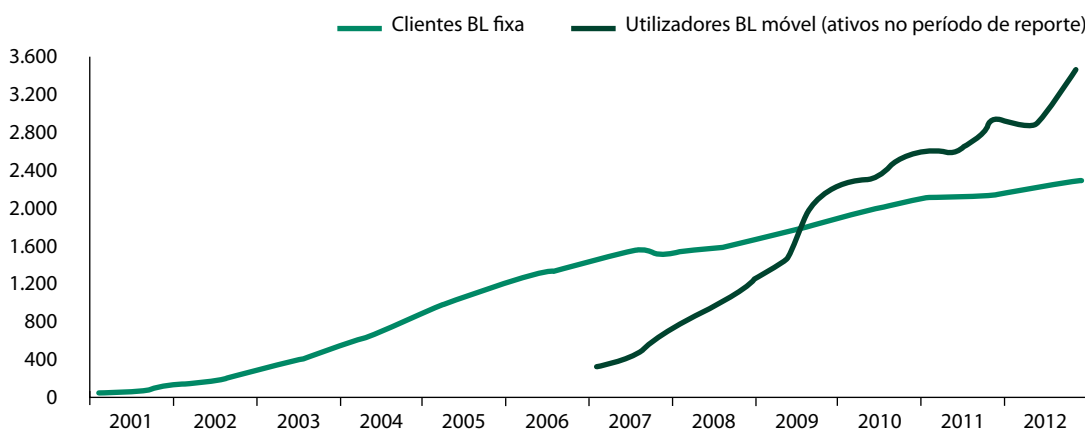


## Clientes do serviço de acesso à Internet

No final do 4T12 existiam em Portugal cerca de 2,3 milhões de clientes com acessos à Internet fixos e cerca de 3,5 milhões de utilizadores que efetivamente utilizaram Internet em banda larga móvel, dos quais 978 mil através de placas/modem.

### EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE CLIENTES DE BANDA LARGA

(milhares de clientes)



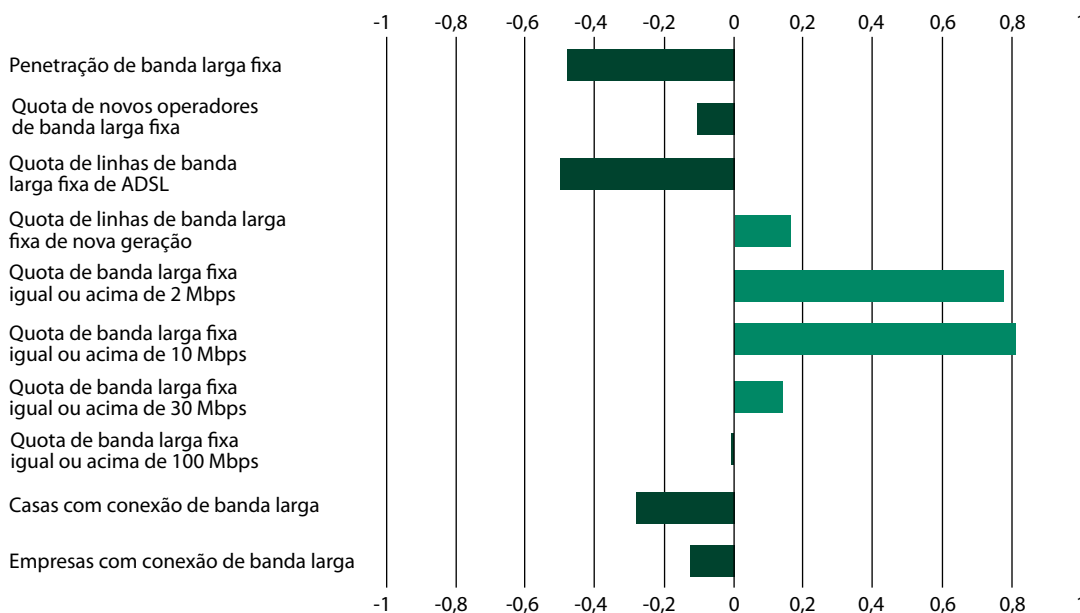
Fonte: ICP-ANACOM <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1154140#n8>

De acordo com as estatísticas disponíveis a nível europeu, atualmente, Portugal é o segundo país da UE 27 com uma maior taxa de penetração da banda larga acima de 10 Mbps na população – 77,5%, estando acima da média europeia – 48,4%. Está também muito acima da média da EU 27- 8,5% - na penetração da banda larga acima dos 30Mbps, que já está nos 13,6%.

### PORTUGAL // BANDA LARGA

■ Abaixo da média dos 27 da EU

■ Acima da média dos 27 da EU

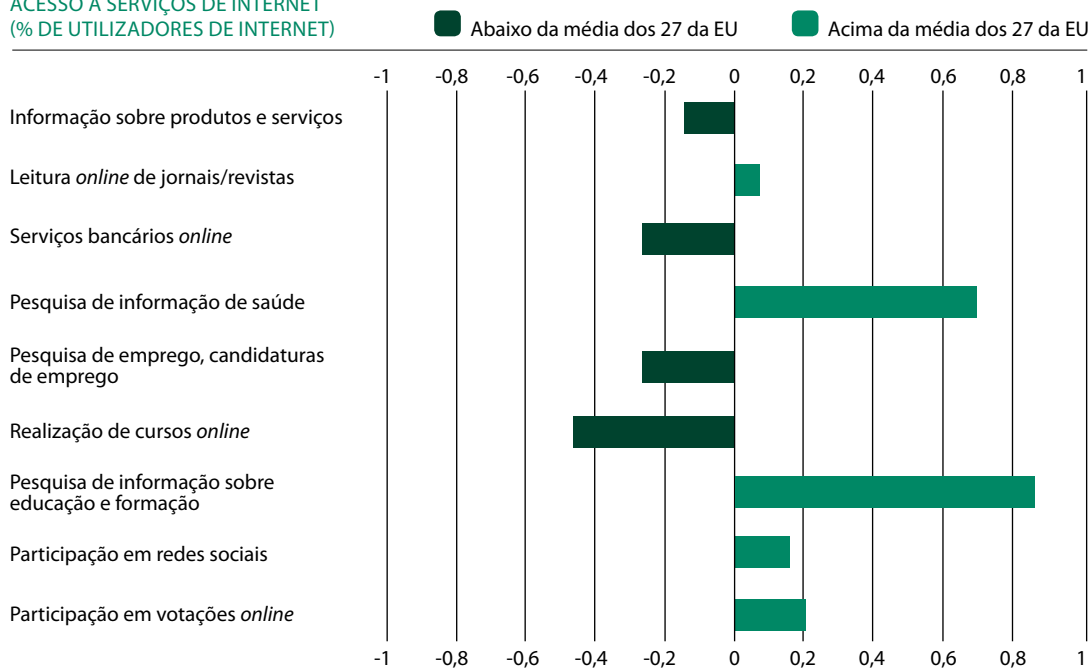


Fonte: European Commission, Digital Agenda Scoreboard



# 09 CIDADANIA CORPORATIVA

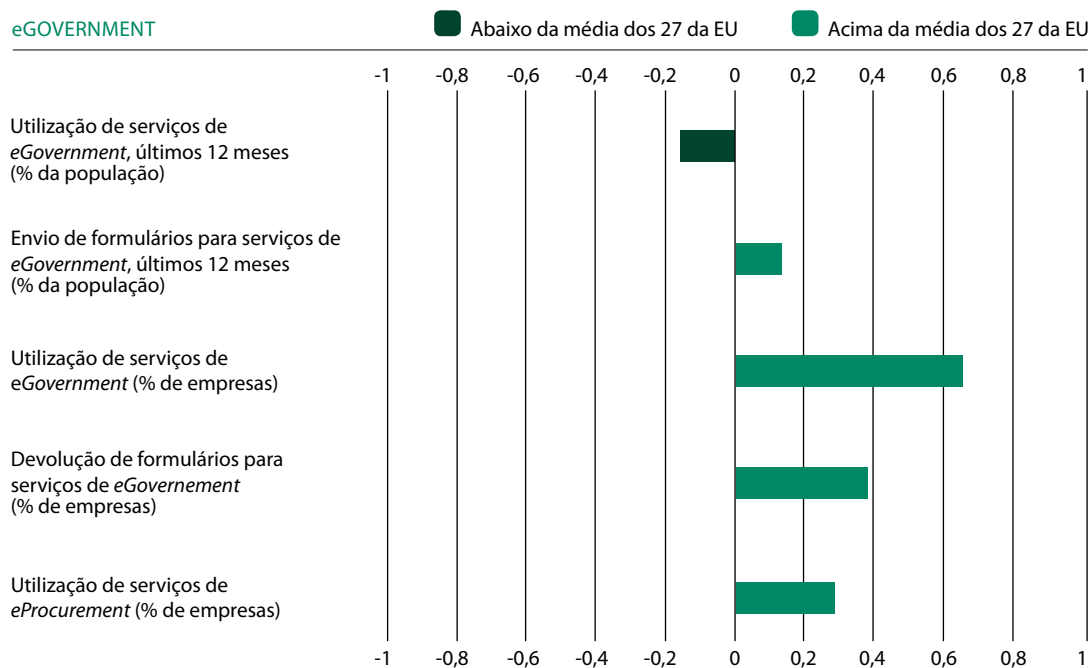
## ACESSO A SERVIÇOS DE INTERNET (% DE UTILIZADORES DE INTERNET)



Fonte: European Commission, Digital Agenda Scoreboard

Tem-se igualmente verificado um aumento da taxa de penetração na utilização de serviços em comparação com a média dos países membros da EU.

## eGOVERNMENT



Fonte: European Commission, Digital Agenda Scoreboard

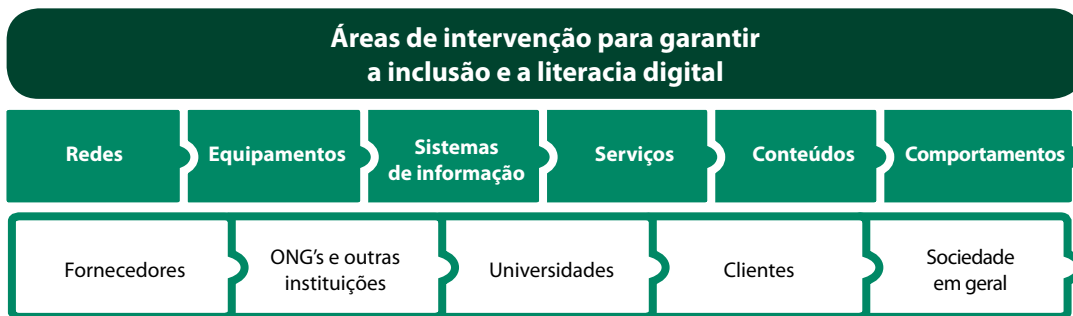
[http://scoreboard.lod2.eu/index.php?scenario=4&indicators\[\]=Broadband&year=2011&countries\[\]=PT#chart](http://scoreboard.lod2.eu/index.php?scenario=4&indicators[]=Broadband&year=2011&countries[]=PT#chart)

A ambição da PT consiste em continuar a ter um papel ativo nesta mudança para uma sociedade e economia desmaterializada, com repercussões no nosso dia a dia: em casa, na escola, na saúde e nos estilos de vida. Este nosso papel continuará a ser realizado através da promoção da literacia digital e do acesso ao conhecimento, já que consideramos serem pilares complementares e fundamentais para uma sociedade mais sustentável.

Em suma, vivemos num ponto de viragem num conjunto alargado de áreas da nossa vida. Somos contemporâneos de um mundo cada vez mais desmaterializado onde podemos multiplicar tempo e recursos. Transferir informação a uma velocidade de 400 Mbps não é apenas mais uma evolução na indústria – é uma alteração de paradigma com repercussões no nosso dia a dia: em casa, na escola, na saúde e nos estilos de vida.

### Modelo de intervenção

Para a efetiva implementação da estratégia adotada, a PT conta com as sinergias desenvolvidas através da colaboração de entidades especializadas. O modelo de intervenção que tem seguido, obedece à atuação nas seguintes vertentes:



No âmbito da promoção da literacia digital e do acesso ao conhecimento, a PT tem focado a sua atuação em três áreas fundamentais: Educação, Saúde e Acesso à TIC.

**Educação //** a PT está envolvida num conjunto alargado de iniciativas em todas as geografias onde atua, que visam promover o acesso à educação, à infoinclusão e à geração de talento, utilizando as tecnologias de comunicação como alavanca de mudança e de progresso.

Redes	Rede nacional de banda larga Ligação de escolas em banda larga
Equipamentos e plataformas	Teleaula adaptada a pessoas com doenças de longa duração Programas educacionais adaptado ao desenvolvimento de novos projetos
Formação	Sensibilização e dinamização de boas práticas no uso de computadores e conteúdos <i>online</i> Segurança no uso das TIC Usar computador e Internet Empreendedorismo Música para integração social de inadaptados

**Saúde //** somos pioneiros na introdução de soluções-piloto que estreitam a relação entre médico e paciente, que eliminam o fator geográfico como elemento de discriminação social no acesso aos cuidados de saúde e que introduzem novas valências de diagnóstico, acompanhamento clínico e de simplificação de processos.

Telemedicina	Gestão de consultas e doentes <i>online</i>
Teleconsulta	Consulta remota com voz e imagem
Teleassistência	Assistência a idosos em situação de isolamento
Acompanhamento neonatal	Acompanhamento remoto de recém-nascidos prematuros
Portal de saúde	Conteúdos sobre saúde

**Acesso às TIC //** garantir a igualdade de acesso às TIC tem sido uma prioridade da PT. As iniciativas que a empresa tem vindo a desenvolver são tão variadas que vão desde disponibilizar uma rede a nível nacional, garantir serviço a qualquer cidadão independentemente da área geográfica em que este se localiza, até aos produtos e serviços dedicados a cidadãos com necessidades especiais.

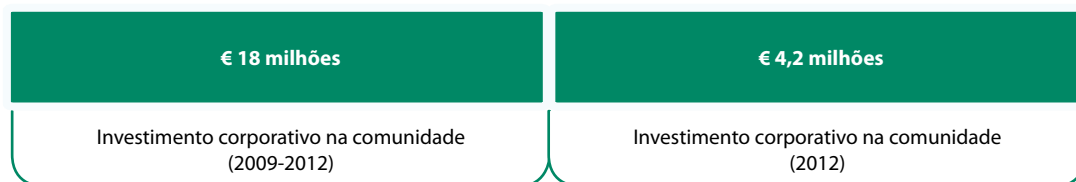
Serviço Universal	Acesso a comunicações para todos
Rede	Rede nacional de Banda Larga
<i>Disaster Recovery</i>	Plano de emergência para recuperação de catástrofes
Planos de preços	Adaptados a todos os perfis da população
Serviços	Adaptados a todos incluindo a pessoas com necessidades especiais
Equipamentos	<i>Design</i> inclusivo
<i>Fundraising</i>	Melhorar a saúde de crianças doentes e carenciadas

## 2. Investimento corporativo na comunidade

O investimento corporativo na comunidade da PT tem como premissa fundamental o respeito pelos valores das sociedades onde está inserida e baseia a sua atuação no compromisso de contribuir para a melhoria das condições de vida de todos, nomeadamente através de programas de sensibilização para inclusão social, escolar e profissional e à inerente promoção do conhecimento, da saúde, da segurança de pessoas e bens e do ambiente.

A resposta ao compromisso de **intervenção social e de apoio corporativo à comunidade** por parte do Grupo é concretizada, através da Fundação PT, que ao longo dos últimos quatro anos fez um investimento na sociedade de 17,9 milhões de euros e o ano passado foi de 4,2 milhões.

Esta atuação é fundamentalmente dirigida para as faixas da população mais carenciada, e, entre estes, para as crianças, jovens e séniores. No ano de 2012, com um investimento idêntico ao de anos anteriores foi possível beneficiar um maior número de instituições e de cidadãos carenciados.



### 2.1. Fundação PT

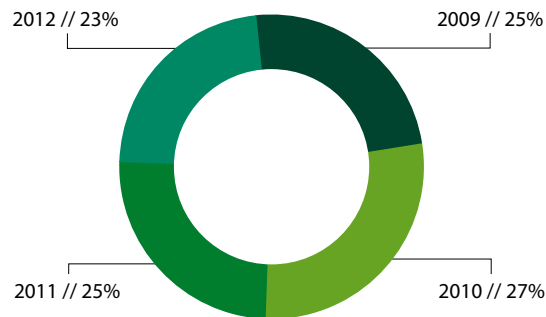
Detalhes em <http://fundacao.telecom.pt>

A Fundação PT, é uma instituição sem fins lucrativos de utilidade pública e cuja missão é contribuir para o desenvolvimento da sociedade apoiando pessoas e ou instituições. Seguindo a estratégia do grupo de empresas suas instituidoras, as iniciativas de intervenção na comunidade da Fundação PT, em 2012, envolveram **4,2 milhões de euros**, distribuídos pelas seguintes áreas de intervenção, desenvolvimento de soluções de apoio e respetivos destinatários e beneficiários:

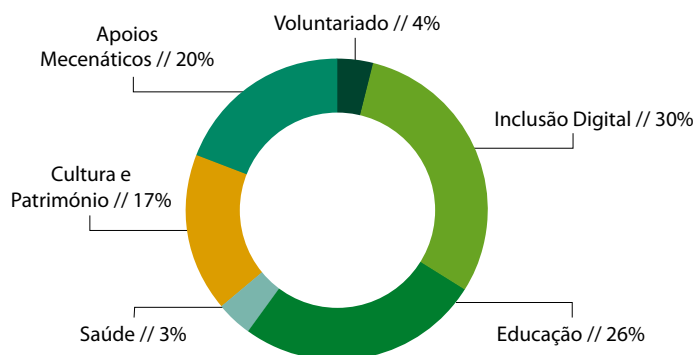
Área de Intervenção	Investimento	Beneficiários Individuais	Beneficiários Instituições
Educação	26%	152.210	218
Saúde	3%	3.204	19
Inclusão Digital	30%	4.691	3.869
Cultura	17%	11.829	8
Voluntariado	4%	261.684	72
Mecenato	20%	-	34

Globalmente foram apoiadas aproximadamente 0,433 milhões de cidadãos e 4.219 instituições de solidariedade vocacionadas para a inclusão social através da educação, da saúde e/ou da cultura. Atendendo à atual conjuntura socio económica na Europa e, em particular no país, durante o ano passado a Fundação PT deu especial atenção ao combate à fome e aos sem-abrigo através dos seus programas de voluntariado.

#### REPARTIÇÃO DO INVESTIMENTO TOTAL POR ANO

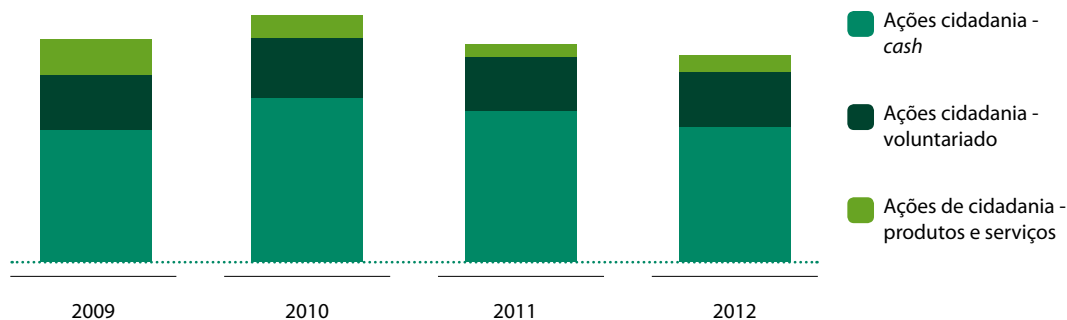


#### REPARTIÇÃO DO INVESTIMENTO POR ÁREA DE ATUAÇÃO



# 09 CIDADANIA CORPORATIVA

REPARTIÇÃO DO INVESTIMENTO POR TIPO DE APOIO EM CADA UM DOS ANOS\* (%)



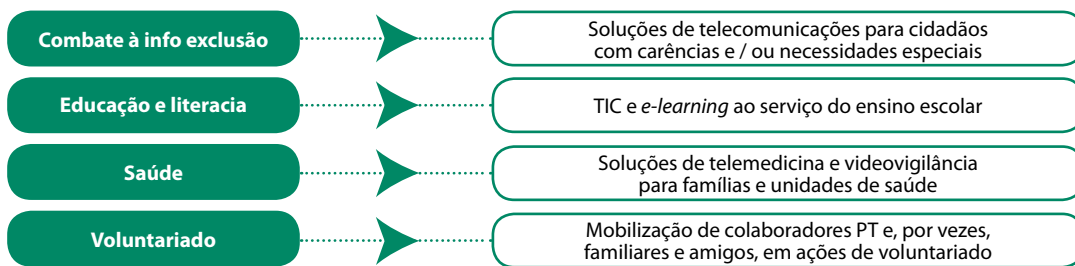
\*A metodologia adotada para medir os investimentos na Comunidade é a definida pelo London Benchmarking Group (LBG).

O acesso às TIC e a salvaguarda da cultura e património nacional têm ocupado os maiores níveis de investimento na comunidade.

A saúde e a educação são as áreas que têm merecido cada vez mais atenção, já que são alavancas fundamentais para uma melhor inserção social e profissional dos cidadãos carenciados e/ou com necessidades especiais.

## 2.2. Áreas de intervenção

Os campos de atuação em que a PT se concentra relacionam-se fundamentalmente com as áreas onde tem competências. Acredita que através delas contribui para valorizar a sociedade em geral, valorizando o acesso aos serviços de telecomunicações, o conhecimento e a cultura de cidadãos ou organizações, que os representem e assistam, e que se encontrem em situação de carência ou que sejam portadores de deficiência.



A PT acredita ser importante estabelecer parcerias estratégicas com outros atores do setor e trabalhar lado a lado com organizações sem fins lucrativos de forma a compreender de forma clara as necessidades existentes.

Parceiros tecnológicos – a PT e Qualcomm têm trabalhado em conjunto para melhorar e aumentar a mobilidade do portefólio dedicado a cidadãos com necessidades especiais. Em conjunto com hospitais portugueses e clínicas de reabilitação, esta parceria concentrou-se essencialmente nos utilizadores com paralisia e paralisia cerebral.

ONG's – Durante mais de 20 anos a PT tem trabalhado lado a lado com organizações ligadas a pessoas carenciadas, com necessidades especiais e/ou portadoras de deficiência, para identificar as melhores soluções no sentido de garantir serviços adequados a todos.

## 2.2.1. Projetos de inclusão, educação e saúde

### Acesso à educação para todos

Projeto	Destinatários	Apoiado prestado
Núcleos de ensino - Astro	Alunos com necessidades educativas	Demonstração, experimentação e treino das tecnologias de apoio à deficiência: neuromotora, visual, intelectual, e de utilizadores de comunicação aumentativa
Teleaula	Alunos com deficiência ou doenças severas prolongadas	Instalação de uma solução específica de videotelefonia, que possibilita a participação ativa na sala de aula, em tempo real

### Formação para a inclusão

Projeto	Destinatários	Apoiado prestado
Núcleos Fundação PT e Federação Nacional da Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral (FAPPC)	Alunos com paralisia cerebral	Soluções Especiais PT adequadas às situações concretas a que se destinam. Incluem adaptação de equipamentos e acesso a banda larga
Núcleos Fundação PT e parceria com a Qualcomm	Pessoas com necessidades especiais	Colocar as tecnologias 3G e BLM ao serviço do ensino adaptado
Humanitas - Federação Portuguesa para a Deficiência Mental	Alunos com deficiência intelectual	Soluções Especiais PT adequadas a apoiar o desenvolvimento de competências
Um computador, uma oportunidade	Entidades que desenvolvam projetos educativos destinados a estimular a utilização das tecnologias da informação	Doação de equipamentos informáticos (computadores, monitores, impressoras) e <i>software</i> adequado

### Segurança nas comunicações

Projeto	Destinatários	Apoiado prestado
Comunicar em Segurança – Proteção de menores no uso das TIC	Alunos e professores diferentes graus do ensino básico e secundário	Formação e literacia na área das TI, e em particular da utilização segura das TIC, da Internet e dos telemóveis

### Saúde

Projeto	Destinatários	Apoiado prestado
Soluções de teleassistência e emergência para séniores em situação de doença e/ou isolamento	Séniores e organizações que apoiam idosos em situação de risco	Voluntários prestam o serviço de assistência
Protocolos com universidades e instituições de investigação científica na área da saúde	População carenciada ou em locais remotos com dificuldades de aceder a serviços de saúde	Investigadores e prestadores de serviços de apoio na área da saúde

## 2.2.2. Voluntariado

A PT dispõe de vários programas de voluntariado que têm por objetivo não só apoiar projetos de áreas carenciadas da comunidade ou do ambiente, mas também, motivar os colaboradores e respetivas famílias a participarem em atividades de cidadania.

### FOCOS DE INTERVENÇÃO DO VOLUNTARIADO

<b>Partilha</b>	Recolha de roupa e distribuição de comida aos sem-abrigo
<b>Cultura</b>	Proporcionar experiências lúdicas a crianças carenciadas
<b>Formação</b>	Formação em micro-informática e construção de <i>websites</i>
<b>Ambiente</b>	Ações de formação cívica e ambiental
<b>Colaboradores podem participar até 6 dias por ano em ações de voluntariado, sem afetar a assiduidade</b>	

# 09 CIDADANIA CORPORATIVA

Atendendo à atual situação de forte constrangimento socioeconómico, o voluntariado da PT, em 2012, empenhou-se em garantir condições de saúde à população carenciada tendo aumentado significativamente a sua participação na recolha e distribuição de alimentos, artigos de higiene e de roupas – ver detalhes à frente.

Os programas de voluntariado dividem-se de acordo com os horários em que se executam:

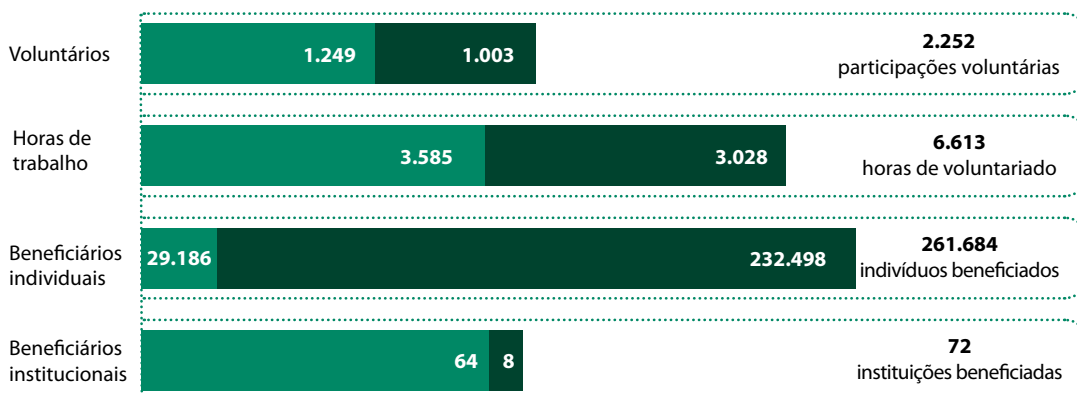
**Voluntariado empresarial** // oferece a possibilidade de cada colaborador doar 6 dias de trabalho voluntário, durante o período de horário normal de trabalho, sem que isso afete a respetiva retribuição e/ou assiduidade;

**Voluntariado em família** // organizado em horários de tempos livres conta com a participação de colaboradores e seus familiares.

Globalmente em 2012, contribuímos com 958 voluntários e 6.613 horas de voluntariado que beneficiaram 261.684 indivíduos e 72 instituições.

## CARACTERIZAÇÃO DO VOLUNTARIADO DURANTE O ANO

Empresarial Familiar



### Programas de voluntariado empresarial

#### Ajude Quem Ajuda

Em 2012, o envolvimento da empresa e mobilização dos colaboradores manifestaram-se através do desafio solidário Ajude quem Ajuda. Na primeira edição, a iniciativa beneficiou 12 instituições, de diversos pontos do país, através da doação de bens, recuperação de espaços e instalação de cablagem para acesso a Internet e serviços MEO.

Esta iniciativa promove o apoio a quem atua nas áreas de saúde, educação e emergência social, selecionadas pelos colaboradores.

Mês de intervenção	Instituição apoiada	Apoio prestado
Janeiro	Instituto de Apoio à criança	Livros, jogos, filmes
Fevereiro	Caso do Gaiato	Alimentos e produtos de higiene
Março	Acreditar	Formação <i>e-Learning</i> e reabilitação de jardim da casa
Abril	Aldeias SOS	Angariação de mobiliário e instalação de cablagem para Internet
Maio	Refúgio Aboim Ascensão	Angariação de produtos de bebé e criança
Junho	Cáritas Diocesana Setúbal	Reabilitação de várias salas e refeitório do centro S. Francisco Xavier
Julho	Associação Seara de Trigo	Requalificação de salas de atividades na instituição
Agosto	Abrigo Nossa Sra. de Fátima	Reabilitação do campo de atividades e parque infantil
Setembro	Comunidade Vida e Paz	Reabilitação do centro e angariação de produtos de higiene e leite
Outubro	Associação Sócio-Cultural dos Deficientes de Trás-os-Montes	Reabilitação de espaços da Instituição
Novembro	Ajuda de Mãe	Festa de Natal no circo do Coliseu dos Recreios
Dezembro	CERCI Lisboa	Doação de carrinha de transporte de passageiros adaptada

### Preparar o futuro (emprego futuro)

Instituição apoiada	Instituição apoiada
Associação VITAE em Alcântara	Atividades socioculturais para os utentes: TIC ( <i>Word, PowerPoint, Internet</i> ) e <i>workshop</i> de finanças pessoais, dança, pintura de peças em escultura, poesia, gestão de tempo, cabeleireiro, etc.

### Assistência a séniores em situação de solidão

Instituição apoiada	Instituição apoiada
Projeto "Mais Proximidade Melhor Vida"	Voluntários PT, a partir dos seus locais de trabalho estabelecem um contacto telefónico com os idosos em situação de isolamento social, e prestam o apoio necessário

### Aprender a empreender

Instituição apoiada	Apoio prestado
Programa da <i>Junior Achievement</i> Portugal	Voluntários PT, em sala de aula, partilham e exemplificam experiência profissional e pessoal

### Programas de voluntariado em família

Instituição ou projeto apoiado	Apoio prestado
Volta Solidária	Distribuição de refeições aos sem-abrigo em Lisboa, sob coordenação de uma equipa da Legião da Boa Vontade
Casa Solidária	Apoio no centro de abrigo na receção dos utentes do centro, distribuição de refeições no refeitório, entrega de roupas e produtos de higiene para os banhos, apoio na biblioteca e dinamização de sessões de cinema
Ronda Solidária	Distribuição de refeições aos sem-abrigo em Lisboa, sob coordenação de uma equipa da Comunidade Vida e Paz
Dar as Mãos sem Idade	Promove atividades socioculturais com a população idosa
Banco Alimentar	Recolha de alimentos realizado por voluntários em superfícies identificadas pelo BA



# 10

## PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160

## 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

NOTAS METODOLÓGICAS	190	1. ABORDAGEM ESTRATÉGICA	174
ÍNDICE REMISSIVO	194	2. EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E ECOLÓGICA	178
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208	2.1. Nos edifícios administrativos e técnicos	178
		2.2. Na infraestrutura de rede	179
		2.3. Nos <i>data centres</i>	180
		2.4. Na oferta comercial	181
		3. DESEMPENHO AMBIENTAL	182
		3.1. Consumo de materiais	182
		3.2. Consumo direto de energia	183
		3.3. Consumo indireto de energia	184
		3.4. Consumo de água	184
		3.5. Biodiversidade	184
		3.6. Estratégias e programas de gestão de impactes na biodiversidade	185
		3.7. Emissões de GEE	186
		3.8. Descarga de água	186
		3.9. Resíduos	187
		3.10. Investimentos e gastos em proteção ambiental	189

# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

As alterações climáticas são consideradas pelos especialistas internacionais a maior ameaça ambiental do século XXI, prevendo-se que, se nada se fizer, venham a ter consequências profundas nas várias áreas da sociedade, aos níveis económico, social e ambiental.

Muitos estudos apontam no sentido de que todos seremos afetados por esta questão: empresas, economias cidadãos comuns, e, mais importante de todos, a natureza. As catástrofes naturais são um exemplo das consequências frequentemente devastadoras para as empresas, economia e para as famílias, quer pelos períodos de seca extrema quer pelas tempestades: incêndios, inundações e furacões, têm acontecido cada vez mais vezes e com maiores níveis de impacte.

No cerne destas mudanças estão os chamados gases de efeito estufa, cujas emissões têm sofrido um aumento acentuado. O CO<sub>2</sub> (dióxido de carbono) é o principal gás negativo desses designados de efeito estufa, e são consequência direta do uso/queima de combustíveis fósseis como o carbono, o petróleo e o gás com fins de produção energética.

A PT está consciente de que a sua atividade se desenvolve num país, que de acordo com os resultados do CCPI (*Climate Change Performance Index*) anunciados na Conferência das Nações Unidas sobre Alterações Climáticas, subiu oito lugares no índice, passando a ocupar o 3.º lugar entre 58 países.

De acordo com a Quercus, Portugal ficou classificado em 6.º lugar (os 3 primeiros lugares não foram atribuídos) em termos de melhor desempenho relativamente às políticas na área das alterações climáticas numa classificação a comparar 58 países que, no total, são responsáveis por mais de 90% das emissões de dióxido de carbono associadas à energia.

## Índice de desempenho das alterações climáticas para os países membros da UE

Classificação	País	Score	Classificação	País	Score	Classificação	País	Score
4	Dinamarca	72,61	15	França	64,74	28	República Checa	59,13
5	Suécia	69,37	16	Eslováquia	64,64	30	Letónia	58,63
6	Portugal	67,81	18	Roménia	62,67	34	Áustria	58,09
8	Alemanha	67,54	21	Itália	61,26	38	Finlândia	56,58
9	Irlanda	67,48	22	Eslovénia	60,98	42	Bulgária	54,27
10	Reino Unido	67,33	23	Chipre	60,94	44	Polónia	52,47
11	Malta	67,07	25	Lituânia	60,23	45	Estónia	52,45
12	Hungria	66,41	26	Luxemburgo	59,56	48	Grécia	52,04
13	Bélgica	65,20	27	Espanha	59,18	49	Holanda	50,28

Neste enquadramento a PT estabeleceu as suas prioridades e definiu uma estratégia de intervenção que tenderá a racionalizar a pegada ambiental da sua cadeia de valor e a criar uma maior eficiência energética no desenvolvimento da sua atividade.

## 1. Abordagem estratégica

As alterações climáticas têm repercussões nos negócios das empresas e as suas potenciais implicações financeiras estão na agenda da comunidade e dos investidores. Por isso, a PT tem esta questão identificada na gestão diária da empresa, antecipando impactes e iniciativas que contribuem para preservar o equilíbrio entre a sua atividade, o meio ambiente e a sociedade em geral.

Sabemos que a sistemática procura de soluções que minorem os impactes da nossa atividade na sociedade a par dos contributos que as novas tecnologias de informação e comunicação podem diretamente induzir nos nossos clientes, estarão na génese de uma melhor qualidade ambiental no futuro.

Ao longo dos últimos anos a PT dedicou-se a dinamizar a implementação de boas práticas ambientais junto da sua organização, fornecedores e clientes, tendo definido uma política e sistema de gestão ambiental que mereceu o reconhecimento e a progressiva certificação de cada uma das suas áreas de negócio segundo o normativo internacional ISO 14 001.

Este triénio está a ser marcado por uma mudança de paradigma onde queremos posicionar as TIC ao serviço do ambiente. Será um caminho longo, cujos efeitos se sentirão ao longo dos próximos anos: contribuir para a redução das emissões de CO<sub>2</sub> e dos consumos de energia dos nossos clientes, procurar fazer mais com menos recursos e aferir os impactes de cada iniciativa, produto ou serviço, são os principais desígnios da estratégia que perseguimos.

Até 2011	... de 2012 para a frente...
REDUÇÃO, RACIONALIZAÇÃO, GESTÃO...	<p><b>MUDANÇA DE PARADIGMA: AS TIC AO SERVIÇO DO AMBIENTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Política ambiental</li> <li>Sistemas de gestão certificados</li> <li>Envolvimento da cadeia de valor</li> <li>Inovação – redes, SI, iluminação, equipamentos e oferta comercial</li> <li>Sistemas inteligentes de monitorização e otimização da eficiência energética</li> <li>Soluções para mitigar os efeitos das alterações climáticas</li> <li>Agregação de atributos ecológicos à oferta comercial</li> <li>Aferição de impactes na cadeia de valor</li> <li>Envolvimento das entidades externas especializadas</li> </ul>

A evolução tecnológica, a menor dependência energética dos novos equipamentos, a progressiva introdução e disponibilização de energias renováveis, o controlo remoto por domótica, a segmentação e recolha de resíduos e o seu encaminhamento mais adequado para reutilização e/ou reciclagem, tem permitido à PT otimizar a relação entre os seus impactes ambientais e a prestação de serviços cada vez mais sofisticado ao mercado, ao longo dos últimos anos.

Por outro lado, as novas tecnologias de informação e comunicação e as redes e nova geração, já nos permitem prestar serviços aos clientes que contribuem para minorar os seus impactes ambientais, nomeadamente as emissões de dióxido de carbono e, deste modo, contribuir indiretamente para o equilíbrio do ecossistema.

Contudo, este equilíbrio, não se conquista de um dia para o outro. É um caminho cujos resultados não são lineares nem imediatos. O setor das telecomunicações está em profunda mudança e, nem todos os operadores estão a oferecer o mesmo tipo de serviços: a PT, além de oferecer os serviços *triple play* – TV, Internet e voz – por IPTV (que exige grandes quantidades de armazenamento de informação), oferece também serviços de *smart cloud* que, por sua vez, necessitam de *data centres* e redes de nova geração, cada vez mais, com maior capacidade e consequentemente com maiores necessidades de energia para alimentação e climatização adequada dos respetivos equipamentos.

# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

Neste contexto, os temas inventariados pela PT para a gestão ambiental estão resumidos no quadro abaixo:

## TEMAS AMBIENTAIS EM AGENDA

### Energia - consumo, fontes e emissões de gases



### Água - consumo, origem e destino



### Materiais - consumo, origem e reencaminhamento adequado



### Cadeia de valor - dos fornecedores aos clientes



### Impactes da atividade - diretas e indiretas (fornecedores, clientes e comunidade em geral)



A intervenção da empresa verifica-se a vários níveis: redes, *data centres*, equipamentos, sistemas de informação, climatização, edifícios e nos novos serviços a comercializar, sendo fundamental o total envolvimento de toda a cadeia de valor: fornecedores, parceiros, colaboradores, clientes e ONG's.

ÁREAS DE INTERVENÇÃO EM CURSO



A iniciativa *Green Touch*, apresentada em Inglaterra, constituída por um consórcio de parceiros líderes da indústria, instituições de investigação e organizações não-governamentais, de que a PT faz parte integrante, tem por objetivo desenvolver soluções para reduzir, em 1000 vezes, o consumo de energia das TIC e a respetiva pegada de carbono.

O setor das telecomunicações tem uma contribuição marginal (cerca de 1%) no total das emissões atuais de CO<sub>2</sub>, no entanto pode ter um papel fundamental na redução global das emissões nacionais. De acordo com o estudo “SMART Portugal 2020”<sup>1</sup>, o impacto indireto previsto deste setor permitirá cumprir, por si só, os objetivos definidos pela União Europeia, sendo que este impacto representa cerca de dez vezes a pegada de carbono direto do setor.

Os estudos efetuados indicam que a adoção de serviços baseados nas novas funcionalidades das redes de nova geração, potenciam a redução do total de emissões de CO<sub>2</sub>, em cerca de 15%. As áreas da saúde, da educação e da domótica já começaram a constituir a base deste novo paradigma e, embora ainda pouco expressivos, já são uma nova janela de oportunidade de preservação ambiental.

Para servir as gerações atuais e futuras, a empresa, com esta estratégia considera estar a lançar os alicerces para novas formas de viver, trabalhar e comunicar nos próximos 100 anos.

<sup>1</sup>SMART Portugal 2020 - Increasing Energy Efficiency through ICT - Estudo elaborado pela BCG e no qual o Grupo PT participou

# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

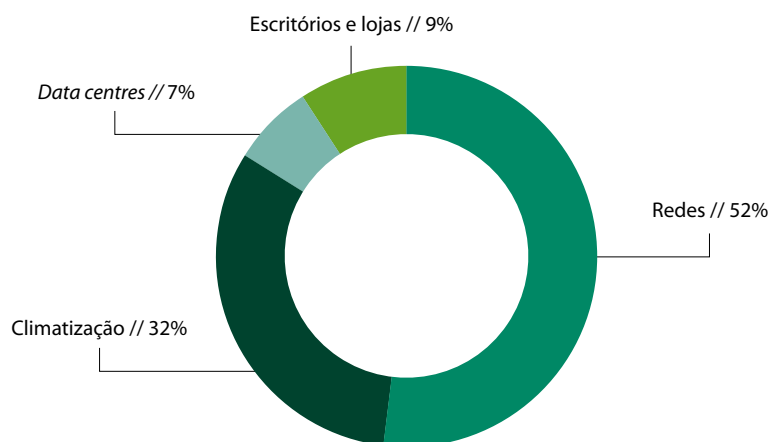
## 2. Eficiência energética e ecológica

Ao longo do ano de 2012, os consumos globais de consumo de energia beneficiaram de uma redução de 8% face ao ano de 2011 e de uma redução de 22% nas emissões de CO<sub>2</sub>.

Esta redução relaciona-se fundamentalmente com o desligamento da rede analógica de televisão – que, em 2011, esteve ativa em simultâneo com a rede de Televisão Digital Terrestre (TDT) – e com as melhorias introduzidas nos sistemas de climatização.

Deste modo, a eficiência energética e as respetivas emissões de CO<sub>2</sub> para atmosfera foram significativamente beneficiadas em relação a 2011: 58% face ao consumo de energia e 85% face às emissões de CO<sub>2</sub>.

A DISTRIBUIÇÃO DOS CONSUMOS DE ENERGIA ASSUMIU O SEGUINTE PERFIL AO LONGO DO ANO



As principais reduções verificaram-se ao nível das redes e da climatização, embora as medidas de eficiência implementadas em todas as vertentes tenham evitado aumentar os respetivos consumos.

### 2.1. Nos edifícios administrativos e técnicos

Todos os projetos estruturantes da PT são planeados no sentido de minimizar o impacto ambiental da empresa:

Área de Intervenção	Projeto	Resultados esperados
Iluminação	Instalação de lâmpadas de LED	Substituição das lâmpadas fluorescentes existentes nos edifícios PT por lâmpadas com tecnologia LED, permitindo assim uma redução no consumo na ordem dos 94% e um aumento da vida útil das mesmas
	Sensores de presença para uso eficiente da iluminação, nos edifícios	A iluminação dos corredores dos edifícios durante a noite, os fins de semana e feriados está desligada
	Solução autónoma fotovoltaica	Utilização de uma solução autónoma fotovoltaica inovadora para superar a ineficiência energética dos edifícios em que foi possível ser colocada



Área de Intervenção	Projeto	Resultados esperados
Climatização	<i>Freecooling</i>	Substituição de máquinas de ar condicionado mais antigas, por outras com potência frigorífica adequada às cargas existentes, sendo por isso <b>mais eficientes em termos energéticos</b>
Gestão remota e inteligente	<i>Green IT – Through Virtualization</i>	Aumentar os índices de virtualização interna, através da aposta do uso massificado de armazenamento virtual de informação, soluções <i>cloud</i> , por forma a atingir ganhos significativos em termos de eficiência energética
	Monitorização e análise detalhada de consumos de energia <i>Copy Point</i>	Apresentação detalhada dos dados de consumo de energia em tempo real Parque de equipamentos de impressão e <i>fax</i> com gestão centralizada. Este projeto permitiu, no primeiro semestre, após a sua implementação, uma redução no consumo de papel em 12,5%, nos consumíveis em 49% e, no consumo energético dos equipamentos em 66%
Rega	Jardins eficientes	Processo de reencaminhamento de águas utilizadas nos lavatórios e das águas das chuvas, para a rega de jardins e que também contribui para a redução do consumo de água

## 2.2. Nas infraestruturas de rede

Tipo de Infraestrutura	Projeto	Resultados esperados
Rede fixa	Cobertura de fibra ótica (FTTH)	1,6 milhões de casas passadas, a que correspondem 46% dos lares e a cerca de 74% do PIB  A rede foi robustecida com funcionalidades de ONT ( <i>Optical Network Terminal</i> ), equipamento de monitoria da infraestrutura de fibra ótica
Rede móvel	Cobertura 4G / LTE ( <i>Long Term Evolution</i> )	90% da população com cobertura desta nova rede que previsivelmente reduzirá o consumo energético em cerca de 30%  Otimização da infraestrutura de rede móvel ao desenvolver soluções para passagem <i>seamless</i> de tráfego da rede móvel para redes WiFi

### Resultados obtidos

Ao longo do ano de 2012 verificou-se uma elevada eficiência energética relativamente ao tráfego originado nas redes PT, como se pode verificar pelo gráfico abaixo:

Ano	Volume de tráfego anual por serviço (GBytes)			Consumo de energia anual (GJ)			bit/Joule
	Wireline	Wireless	Total	Elétrico	Outros	Total	
2008	357.148.133	6.409.088	363.557.221	1.368.324	207.252	1.575.576	1.982
2009	571.369.458	9.065.600	580.435.058	1.464.065	223.684	1.687.749	2.954
2010	912.182.758	13.079.680	925.262.438	1.581.726	234.538	1.816.264	4.376
2011	1.142.470.798	15.673.344	1.158.144.142	1.550.573	229.225	1.779.798	5.590
2012	1.664.588.934	17.988.608	1.682.577.542	1.396.632	240.035	1.636.667	8.831



# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

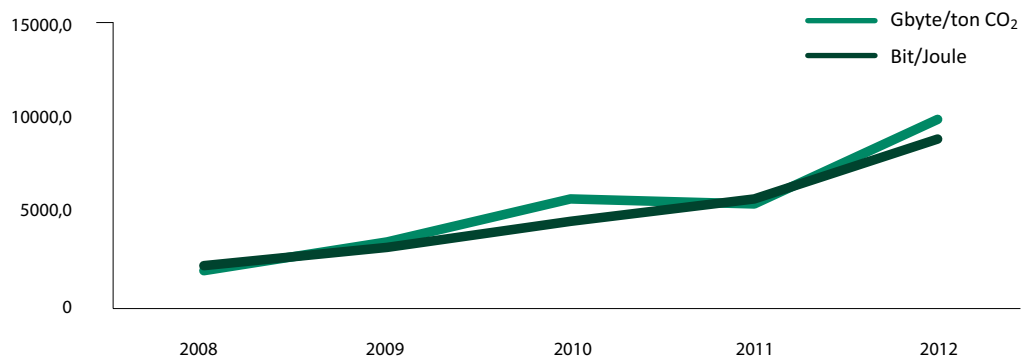
A redução do consumo de energia em 2012 a par do aumento expressivo do tráfego nas redes PT alavancou de forma muito significativa a eficiência energética do tráfego de rede – 58% face a 2011. Estes valores excederam as expectativas, que se situavam no patamar dos 10%.

Esta redução de consumo de energia pelo tráfego originado, impactou também positivamente a pegada de carbono por unidade de tráfego, como se pode constatar no quadro abaixo:

Ano	Volume de tráfego anual por serviço (GBytes)			Emissões de GEE (Ton)				GByte/Ton
	Wireline	Wireless	Total	Scope 1	Scope 2	Scope 3	Total	
2008	357.148.133	6.409.088	363.557.221	13.570	184.250	16.845	214.665	1.694
2009	571.369.458	9.065.600	580.435.058	17.487	138.306	22.407	178.200	3.257
2010	912.182.758	13.079.680	925.262.438	17.233	122.144	26.243	165.620	5.587
2011	1.142.470.798	15.673.344	1.158.144.142	16.850	151.403	49.232	217.485	5.325
2012	1.664.588.934	17.988.608	1.682.577.542	17.635	124.215	28.551	170.401	9.874

Comparados os dados de 2011 com 2012, melhorámos em 85% a eficiência do tráfego de rede por unidade de CO<sub>2</sub> emitido para a atmosfera. Esta melhoria tão significativa deve-se em parte ao facto, da energia consumida ao longo do ano ter incorporado uma percentagem considerável de energias alternativas renováveis – hidroelétricas e eólicas – já que beneficiámos de um ano chuvoso e ventoso bem como, aos factos de ter sido descontinuada a rede analógica de televisão e das melhorias introduzidas nos sistemas de climatização.

## EFICIÊNCIA DO TRÁFEGO DA REDE



### 2.3. Nos data centres

Em 2011, a PT deu início à construção na Covilhã de um dos maiores *data centres* do mundo, que entrará em funcionamento em 2013 e será suportado por uma rede de comunicações de fibra de alto débito que o ligará às principais redes mundiais de comunicações.

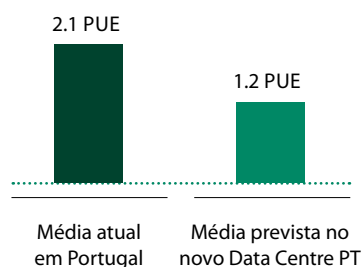
O novo Data Centre PT ocupará mais de 75.500 m<sup>2</sup> e terá capacidade para mais de 50 mil servidores com 30 Pbytes, possibilitando a exportação de capacidade de armazenamento de dados de empresas europeias e de serviços tecnológicos. O projeto permitirá ainda a criação de mais de 1.400 postos de trabalho diretos e indiretos, qualificados e especializados, colocando a Covilhã como uma das cidades que mais contribuirá para o desenvolvimento económico do país.

O novo Data Centre PT irá diferenciar-se também pelos elevados níveis de sustentabilidade e eficiência energética, com poupanças de 144 mil toneladas de CO<sub>2</sub> e de 40% no consumo de energia.

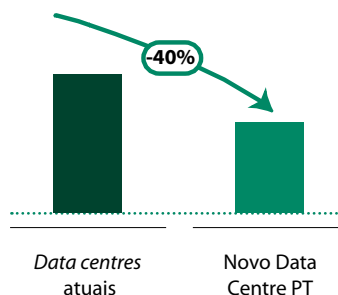
O compromisso com a Covilhã passa também pela criação de parcerias com várias entidades locais, nomeadamente com associações empresariais (ANIL e NERBAC) e académicas (Universidade da Beira Interior e Associação de Estudantes da Universidade da Beira Interior).

## Resultados esperados

### EFICIÊNCIA ENERGÉTICA - PUE (UTILIZAÇÃO EFETIVA DE ENERGIA)



### DECRÉSCIMO NO CONSUMO DE ENERGIA



## 2.4. Na oferta comercial

A oferta comercial da PT contém serviços que poupam tempo, deslocações desnecessárias, gastos de combustível e de materiais.

Os estudos efetuados – Smart 2020 - indicam que a adoção de serviços baseados nas novas funcionalidades das redes de nova geração, potenciam a redução do total de emissões de CO<sub>2</sub>, em cerca de 15%. As áreas da saúde, da educação e da domótica já começaram a constituir a base deste novo paradigma e, embora ainda pouco expressivos, já são uma nova janela de oportunidade de preservação ambiental.

De facto, a redução da pegada ambiental dos clientes passa pela melhor eficiência das redes de tráfego, pela dependência energética dos equipamentos, pelos materiais utilizados e pelos *softwares* de gestão e controlo remoto de que possam beneficiar.

Área de Intervenção	Solução	Resultados esperados
Reciclagem e reutilização	Reaproveitamento de equipamentos	Avaliação, recuperação e reutilização de equipamentos devolvidos pelos clientes por migração para outras soluções ou serviços. Já foram reutilizados cerca de 25% dos equipamentos da oferta <i>triple-play</i> – MEO
	Embalagens ecológicas	Embalagens recicláveis e reutilizáveis com guíões de utilização de encaminhamento de materiais
	Material utilizado nas embalagens	Redução do volume e utilização de materiais reciclados nas embalagens de produtos de acesso a banda larga móvel e telemóveis

# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

Área de Intervenção	Solução	Resultados esperados
Dependência energética de equipamentos Soluções TI/SI	Minorar a dependência energética dos equipamentos terminais	As caixas de acesso ao IPTV, Internet e telefone, entre 2008 e 2012, reduziram o consumo de energia entre 40% e 65%
Soluções <i>machine-to-machine</i>	Novos serviços para potenciar reduções de custo TI, aumento de produtividade, mobilidade e redução de consumo de energia (elétrica e combustível)	SmartCloudPT Vídeo vigilância <i>E-learning</i> Telemedicina <i>E-procurement</i> Teleassistência
Pegada de carbono dos serviços	Disponibilização de um conjunto de soluções que possibilitam a interação, sem intervenção humana, entre ativos / equipamentos / máquinas e os sistemas de informação que suportam a gestão desses ativos	Gestão de frotas Georreferenciação Eficiência energética Telesegurança Teleassistência
	Divulgação aos clientes da pegada de carbono dos serviços que utilizam	Pegada de carbono do serviço móvel da PT, efetuado por empresa externa e independente, e que incluiu toda a avaliação a todo processo que permite que um indivíduo comunique com outro, identificou que esta pegada é de 2,7 g de CO <sub>2</sub> / minuto

## 3. Desempenho Ambiental

### 3.1. Consumo de materiais

Consumo de materiais (t)	2010	2011	2012
Baterias (rede de distribuição)	41	70	74
Baterias (infraestruturas de rede)	138	198	133
Equipamentos elétricos e eletrónicos	1.958	2.750	2.540
Infraestruturas de suporte à atividade*	18.703	17.402	15.613
Papel / cartão	4.741	1.629	1.540
Plásticos	1.551	1.998	1.699
Toners e tinteiros	4	3	1
Madeira	11	16	0,04
<b>Total</b>	<b>27.147</b>	<b>24.066</b>	<b>21.600</b>

\* Inclui cabo de cobre com chumbo, cabo de cobre autossuportado, cabo de cobre com plástico, cabo de cobre armado, cabo de fibra ótica, cabo TEDS, TE1SE, postes telefónicos e metais (ferro, ligas de cobre, zinco e alumínio).

O consumo de materiais registou um decréscimo em 2012, em todas as áreas.

#### Materiais usados provenientes da reciclagem

A PT tem vindo a substituir a utilização de papel reciclado por papel com certificação FSC (papel que promove uma gestão sustentável das florestas de onde são extraídas as suas matérias-primas), por ser uma opção economicamente mais vantajosa e ter ao mesmo tempo benefícios para o ambiente. No entanto, e para além desta prática generalizada nas empresas PT, na PT Inovação a compra de papel reciclado ainda é significativa, tendo representado durante o ano de 2012, 84% do consumo de papel total dessa empresa.

### 3.2. Consumo direto de energia, segmentado por fonte primária

Consumo de energia (GJ)	2010	2011	2012
Consumo energia (elétrica)	1.581.726	1.550.573	1.396.632
Consumo energia elétrica (wireline)	1.193.081	1.184.673	1.112.616
Consumo energia elétrica (wireless)	362.935	340.749	256.981
Consumo energia (suporte ao negócio)	25.710	25.151	27.035
Consumo de gás natural	1	0	1
Consumo de combustíveis (gasolina)	12.356	10.524	13.396
Consumo de combustíveis (gasóleo)	222.182	218.671	226.697
<b>Total</b>	<b>1.816.264</b>	<b>1.779.798</b>	<b>1.636.725</b>

Globalmente, o consumo de energia registou um decréscimo de 8% relativamente ao ano de 2011. Este ano, e devido às condições climáticas registadas, cerca de 1/3 da energia elétrica consumida teve origem em fontes de energia renovável, como se pode verificar num quadro abaixo.

#### Iniciativas conducentes à racionalização do consumo de energia

Climatização	Substituição progressiva do parque de equipamentos de climatização por equipamentos de nova geração – <i>free cooling</i>
Redes	Desligamento de equipamentos de rede, à medida que as redes de nova geração são adotadas pelos clientes e todos os serviços se encontrem migrados
Iluminação	Substituição da iluminação dos edifícios (administrativos, lojas e técnicos) por sistemas de iluminação inteligentes
Smart apps	Aplicações de monitorização de consumos
Equipamentos	Seleção de equipamentos de elevada eficiência e com menor dependência energética

Em 2012 foram **certificados energeticamente** seis edifícios PT. Com a certificação energética dos edifícios, otimizam-se as *performances* energéticas e da qualidade do ar interior dos mesmos.

NIC	Edifício
490	Santarém
815	Covilhã
3108	Central Lumiar
3123	Padre Aparício
480	Refeitório PT Inovação
480	Edifício 0 PT Inovação

Relativamente à energia produzida através de fontes renováveis, o quadro abaixo diferencia a utilização de energia por tipologia de fonte:

Energia renovável utilizada (GJ)	2010	2011	2012
Energia produzida, pela PT, a partir de fontes renováveis	139	127	318
Energia fornecida à PT pelos comercializadores obtida a partir de fontes renováveis*	666.707	402.663	512.436

\*Fonte: EDP, Iberdrola e Endesa

# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

Este ano, não só a PT aumentou em 251% a produção de energias renováveis como também beneficiou do aumento do consumo de energia renovável pela composição do *mix* energético<sup>2</sup> das fontes de energia primária da rede nacional.

O aumento da produção de energias renováveis pela PT deveu-se à instalação de mais 13 estações fotovoltaicas em edifícios da empresa e que entraram em produção entre o final de fevereiro e início de maio de 2012.

## 3.3. Consumo indireto de energia

Consumo de energia (GJ)	2010	2011	2012
Energia (eletricidade e combustíveis) consumida por fornecedores no desenvolvimento de atividades da empresa	355.919	665.817	388.042

Relativamente ao consumo indireto de energia, não é possível fazer análise comparativa 2011 e 2012 uma vez que em 2012 foram considerados novos elementos não contabilizados nos anos anteriores.

## 3.4. Consumo total de água

O consumo de água na PT cumpre essencialmente dois objetivos: climatização de áreas técnicas e higiene e conforto dos colaboradores nas áreas administrativas.

Consumo de água (m <sup>3</sup> )*	2010	2011	2012
Consumo total	285.942	295.950	284.509

\* A água consumida é totalmente proveniente da rede pública.

Em 2012, o consumo de água na PT, sofreu um decréscimo de 3,9%.

## 3.5. Localização e áreas das terras pertencentes à organização, arrendadas ou por ela geridas em *habitats* ricos em biodiversidade

A atividade da PT estende-se por todo o território nacional, sendo que a área utilizada em *habitats* ricos em biodiversidade é pouco expressiva.

Área utilizada em <i>habitats</i> ricos em biodiversidade (m <sup>2</sup> )	2010	2011	2012
Área total*	11.300	11.450	11.850

\*Reporta os *websites* PT que se encontram dentro de áreas protegidas e de alto índice de biodiversidade.

Verificou-se em 2012 um aumento de 3,5% de área utilizada em *habitats* ricos em biodiversidade. Este aumento deve-se à instalação de 10 novos *sites* da TMN.

<sup>2</sup>Mix energético - distribuição percentual das fontes de energia primária na produção da energia elétrica da rede nacional. Este valor é variável anualmente, nomeadamente, em função da hidraulicidade. (in: RCCTE – DL 80/2006)

### 3.6. Estratégias e programas, atuais e futuros, de gestão de impactes na biodiversidade

#### Radiações Eletromagnéticas

Ao abrigo do Regulamento 96-A/2007 foi cumprido o planeado e foram monitorizadas 44 estações, topo ou fachada de edifícios, e 11 estações no interior de edifícios. Foram ainda efetuadas monitorizações extra plano em 4 estações (Torre + Contentor/Armário) e 3 Estações I (projetos *indoor* / antenas no interior de edifícios). Não se verificaram valores fora dos parâmetros estabelecidos por lei.

Todas as medições foram enviadas trimestralmente para a ANACOM, Ministério da Saúde e Câmaras Municipais.

Os níveis de radiação eletromagnética estão disponíveis através de um *website* de uma entidade independente à qual a PT se associou e cujo endereço é <http://monit.it.pt/>. Todas as estações evidenciaram estar abaixo dos níveis estabelecidos pelas recomendações europeias e nacionais.

Terminais comercializados pela PT que cumprem o valor de radiações recomendado pela CE – abaixo de 2,0 W/ Kg	100%
Equipamentos comercializados pela PT com informação sobre o respetivo SAR – no manual e <i>online</i>	100%
Antenas partilhadas com outros operadores	25%

#### Ruído

As fontes de ruído suscetíveis de causar incomodidade são de natureza e intensidade variadas. De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a exposição regular a níveis elevados de ruído pode ter impactes negativos na saúde pública.

Conscientes de que as estações de telecomunicações causam ruído e que podem ter impacte na qualidade de vida das comunidades circundantes, a PT efetua aleatoriamente a monitorização do ruído emitido. No decorrer de 2012, a PT monitorizou o ruído de 27 estações da TMN e 48 *sites* da PT Comunicações.

Sempre que se verificam níveis de incomodidade e reclamações, com origem em valores superiores aos legalmente definidos, a PT prepara planos de intervenção para mitigação do respetivo impacte.

#### Impacte paisagístico

A PT procura, no âmbito das atividades de construção da rede móvel, alinhar os seus processos com a conservação da biodiversidade.

Como medida para minimização do impacte paisagístico, em 2012 a PT realizou 11 dissimulações de antenas da TMN e 42 novas partilhas com outros operadores.

# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

## 3.7. Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso

Emissões de CO <sub>2</sub> (t)	2010	2011	2012
<i>Scope 1</i>			
Diretas (gasolina)	852	728	918
Diretas (gasóleo)	16.381	16.122	16.610
<i>Scope 2</i>			
Indiretas (eletricidade)	122.144	151.403	124.215
<i>Scope 3</i>			
Indiretas (consumido por fornecedores)	26.243	49.232	28.372
<b>Total</b>	<b>165.620</b>	<b>217.486</b>	<b>170.115</b>

As emissões de gases com efeitos de estufa assumem frequentemente um comportamento irregular, porquanto dependem mais fortemente das condições climáticas do país do que da eficiência energética da atividade da empresa. De facto, em anos de maior quantidade de vento e pluviosidade o *mix* da energia consumida (eólica e hídrica) apresenta-se mais favorável e conseqüentemente com menores níveis de emissões; Foi o caso em 2012, que quer por via da redução do consumo de energia quer por via do seu melhor *mix* energético, quer por via da alteração legal dos fatores de conversão, fez com que as emissões de CO<sub>2</sub> beneficiassem de uma redução de 22% face a 2011.

No âmbito dos compromissos comunitários e internacionais assumidos, Portugal submete anualmente, através da Agência Portuguesa do Ambiente, o inventário dos gases com efeito de estufa (GEEs) e outros poluentes atmosféricos. Com base nesta informação é verificado o cumprimento das metas acordadas no âmbito do Acordo de Partilha de Responsabilidades e do Protocolo de Quioto.

Os relatórios submetidos em 2011, apresentaram fatores de emissão nacionais para o cálculo das emissões de NO<sub>2</sub> e SO<sub>2</sub>. Pelo que, na tabela que se segue, são reportados os valores das emissões de NO<sub>2</sub> e SO<sub>2</sub> da PT, calculados com base nesses mesmos fatores.

Emissões de NO <sub>x</sub> e SO <sub>x</sub> (t)	2010	2011	2012
NO <sub>2</sub>	-	70	73
SO <sub>2</sub>	-	0,46	0,48

A tabela abaixo identifica as emissões atmosféricas provenientes de fugas dos equipamentos de refrigeração, ar condicionado, bombas de calor e sistemas de proteção contra incêndios.

Outras emissões atmosféricas significativas	2010	2011	2012
Gases de efeito de estufa (tCO <sub>2</sub> eq)*	-	1.450	1.701
Gases depletors da camada de ozono (tR22)	-	0,4	0,30

\*Inclui os dados relativos a emissões de CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O

## 3.8. Descarga total de água por qualidade e destino

Em 2012 foram contabilizadas as descargas de água efetuadas nos coletores domésticos pela PT.

Descarga de água doméstica (m <sup>3</sup> )	2010	2011	2012
Descarga de água doméstica*	228.754	236.760	223.312

\*Valor estimado de acordo com o estabelecido no Decreto Regulamentar n.º 23/95 de 23 de agosto

### 3.9. Quantidade total de resíduos por tipo e destino

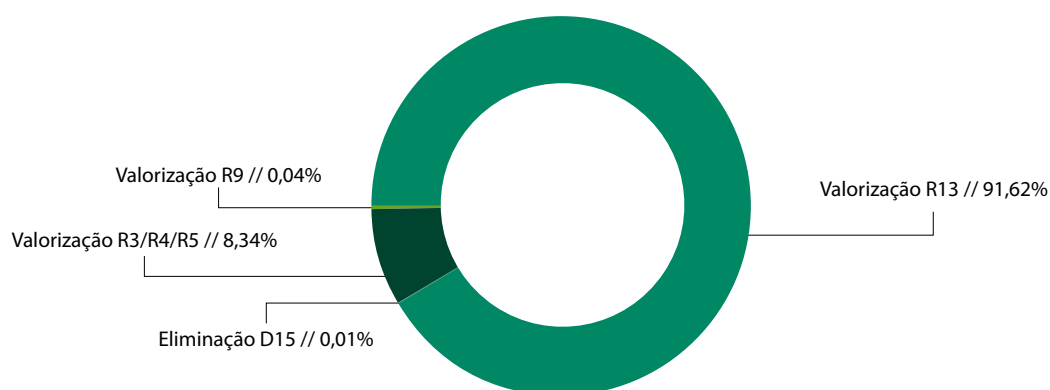
A execução das atividades da PT requer a incorporação de materiais e/ou equipamentos (M&E) novos ou reutilizados e conseqüentemente, também requer a sua posterior retirada.

Assim sendo, a PT tem de garantir que os resíduos gerados são devidamente identificados, registados e controlados quanto ao seu destino final. Sempre que um M&E é retirado de serviço, é classificado pela empresa como para “Reutilização” ou “Resíduo”.

Os M&E dados como “Resíduo” são entregues a entidades camarárias ou a operadores de gestão de resíduos licenciados e encaminhados para destino final adequado.

DESTINO FINAL DE RESÍDUOS 2012

(%)



Em 2012, dos resíduos encaminhados para destino final adequado, 99,96% destinaram-se a operações de valorização, ficando apenas 0,04% destinado a operações de eliminação. Dos 99,96% dos resíduos encaminhados para valorização, 91,62% são acumulados para posterior valorização e 8,34% são alvo de operações de reciclagem/recuperação.

Produção de resíduos perigosos (t)	2010	2011	2012
Resíduos Baterias (outras)	71	96	107
Resíduos Lâmpadas Fluorescentes	1	1	1
Resíduos Óleos Usados	2	0	3
Resíduos de Higiene	11	9	9
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>106</b>	<b>120</b>

Produção de resíduos não perigosos (t)	2010	2011	2012
Resíduos Papel / Cartão	393	364	308
Resíduos Vidro	2	9	0
Resíduos Plásticos	66	84	110
RSU (indiferenciados)	139	99	107
REEE (telemóveis)	27	0	0
REEE (outras)	241	482	584
Resíduos de Infraestruturas de Suporte à Atividade(*)	1.940	1.632	1.900
Resíduos Toners e Tinteiros	10	8	17
Resíduos Madeira	372	196	171
<b>Total</b>	<b>3.190</b>	<b>2.874</b>	<b>3.197</b>

(\*) Inclui cabo de cobre com chumbo, cabo de cobre autossuportado, cabo de cobre com plástico, cabo de cobre armado, cabo de fibra ótica, cabo TEDS, TE1SE e metais (ferro, ligas de cobre, zinco e alumínio).

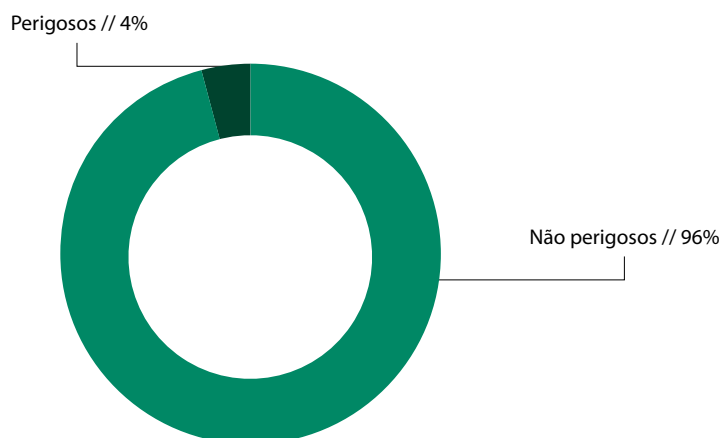


# 10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

Os resíduos produzidos na PT são na sua maioria classificados como não perigosos:

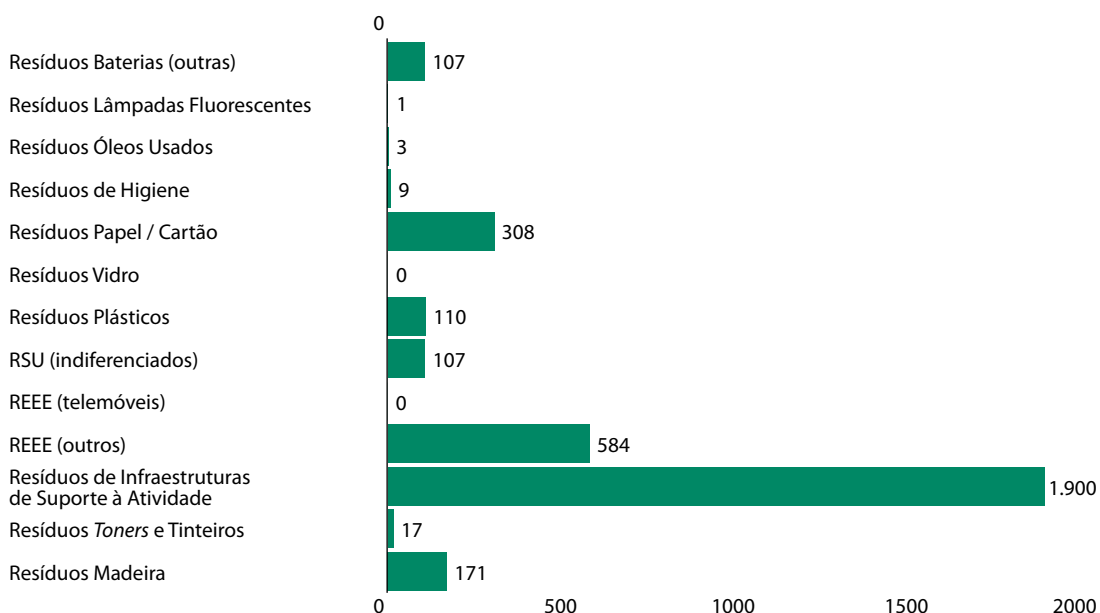
## PRODUÇÃO DE RESÍDUOS PERIGOSO E NÃO PERIGOSOS

(%)



Relativamente à tipologia de resíduos existente na PT e conforme refletido no gráfico abaixo, a maioria corresponde a resíduos de infraestruturas de suporte à atividade:

## RESÍDUOS PRODUZIDOS POR TIPO (t)



### 3.10. Investimentos e gastos em proteção ambiental

<b>Custos com multas resultantes de incumprimentos legais ambientais (euros)</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Custos com multas resultantes de incumprimentos legais ambientais	11.250	-	-

Não houve pagamento de quaisquer coimas associadas a incumprimentos legais ambientais por parte da PT em 2012.

A PT tem vindo a assumir, cada vez mais, a sua responsabilidade ambiental através do contínuo investimento no Sistema de Gestão Ambiental, o que permite o acompanhamento de diversos indicadores de impacte ambiental gerado pelas suas atividades.

A partir de 2009, e na sequência da uniformização de dados, foi possível apurar os custos e benefícios associados ao ambiente das diversas empresas PT.

<b>Total de investimentos e gastos em proteção ambiental</b>	<b>2010</b>	<b>2011(*)</b>	<b>2012</b>
Mão de obra interna(**)	6.657	7.359	10.844
Custos internos	256.583	405.199	547.557
Custos externos	958.433	2.384.100	2.246.372
<b>Total</b>	<b>1.215.016</b>	<b>2.789.298</b>	<b>2.793.929</b>

(\*) Incorporados os dados da PT Inovação. Os custos da PT Inovação incorporados, são referentes ao Sistema de Gestão Integrado da PT Inovação. O Sistema de Gestão da PT Inovação é um Sistema de Gestão integrado que engloba Qualidade, Ambiente, Higiene e Segurança no Trabalho, Inovação e CMMI. Não é possível identificar os custos ambientais específicos pois até as auditorias ao Sistema são integradas pelo que os custos são gerais. (\*\*) Custo horas/homem.

No entanto, no balanço global de custos e proveitos, a gestão ambiental apresentou um resultado positivo, conforme se pode verificar no quadro abaixo.

<b>Benefícios associados ao SGA (euros)</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Proveitos totais	5.640.367	5.842.094	7.270.762
<b>Resultado final</b>	<b>4.425.351</b>	<b>3.052.795</b>	<b>4.476.833</b>

Este resultado deve-se sobretudo à faturação proveniente da valorização de resíduos.

# NOTAS METODOLÓGICAS

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172

## NOTAS METODOLÓGICAS

ÍNDICE REMISSIVO	194
VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208

## NOTAS METODOLÓGICAS

### Nota relativa ao processo de elaboração do relatório

Os conteúdos deste relatório resultam de um processo de identificação dos temas de sustentabilidade mais relevantes para a atividade da empresa e para as suas partes interessadas. Este processo envolve anualmente um conjunto de análises, nomeadamente: análise interna dos temas mais relevantes para a empresa, análise de temas e práticas de sustentabilidade ao *peer group*, informação resultante de mecanismos de diálogo e consulta a *stakeholders* estratégicos, tendências evidenciadas pelas análises realizadas no âmbito de índices de sustentabilidade e outros *standards* que a empresa segue (DJSI e FTSE4GOOD, e outros).

Em 2012, pretendeu-se ainda enquadrar a análise com a estratégia de sustentabilidade estabelecida para o triénio 2012-2014. A informação detalhada sobre o processo de identificação da materialidade, em 2012, encontra-se no capítulo IV – Envolvimento com *stakeholders*.

### Nota relativa ao âmbito

Este relatório é parte integrante do Relatório Anual da PT, composto por mais dois cadernos, relacionados com contas e demonstrações financeiras e com o governo societário, que complementam a informação aqui apresentada. Sempre que relevante é feita referência a estas fontes de informação.

A informação disponibilizada neste documento refere-se predominantemente à atuação da PT em Portugal, e onde o Grupo detém participações inferiores a 60% a informação pode encontrar-se nos respetivos *websites* corporativos.

Durante o ano 2012 a PT passou a ter uma participação de 25,6% na Telemar Participações, acionista controlador do Grupo Oi, pelo que os dados incluídos neste relatório re fletem esta alteração ao âmbito e aos limites tal como definidos pela GRI.

As alterações relativas à estrutura organizacional são apresentadas no relatório de Governo da Sociedade de 2012 da PT.

A estrutura organizativa da Sustentabilidade da PT também sofreu alterações, que se encontram descritas no capítulo II – Ética e Responsabilidade na Gestão/3.1 Estrutura Organizativa da Sustentabilidade deste relatório.

### Nota relativa aos indicadores de desempenho

Para o cálculo dos indicadores apresentados foi utilizada informação com origem nos sistemas de informação do Grupo que têm por base as Normas Internacionais de Contabilidade – IFRS, o sistema fiscal, a legislação do direito do trabalho e do ambiente, os princípios de conduta adotados pelo Grupo, os 10 princípios do Pacto Global das Nações Unidas, as diretrizes e indicadores da GRI, os princípios da definidos pela norma AA 1000 e a aplicação da metodologia do London Benchmarking Group.

Este relatório é sujeito a um processo de verificação da totalidade da informação nela incluída, em linha com as diretrizes da GRI, no que respeita à credibilidade e qualidade do conteúdo e à orientação da auditoria por parte de uma entidade externa e independente. Para além disso, os dados relativos ao desempenho económico-financeiro da Portugal Telecom apresentados baseiam-se no caderno de contas e demonstrações financeira, que é previamente auditado.

## Cálculo de indicadores económicos

No cálculo do indicador EC6. Políticas, práticas e proporção de custos com fornecedores locais, em unidades operacionais importantes, um “fornecedor local” é considerado um fornecedor nacional.

## Cálculo de indicadores ambientais

Para o cálculo dos consumos de energia e emissões de GEE foram utilizados os seguintes fatores de conversão:

	Fatores de conversão	Fonte
Eletricidade	1KWh= 0,0036GJ	Agência Internacional de Energia
Gás natural	PCI = 0,03846 GJ/m <sup>3</sup> Fator emissão 56,10 KgCO <sub>2</sub> /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente Agência Portuguesa do Ambiente
Gasolina	PCI = 45 GJ/t Fator emissão 69,2 KgCO <sub>2</sub> /GJ Fator emissão 0,12Kg NO <sub>x</sub> /GJ Fator emissão 0,002 Kg SO <sub>2</sub> /GJ	Despacho 17313/2008 Despacho 17313/2008 Agência Portuguesa do Ambiente Agência Portuguesa do Ambiente
Gasóleo	PCI = 43,3 GJ/t Fator emissão 74,0 KgCO <sub>2</sub> /GJ Fator emissão 0,313Kg NO <sub>x</sub> /GJ Fator emissão 0,002 Kg SO <sub>2</sub> /GJ	Despacho 17313/2008 Despacho 17313/2008 Agência Portuguesa do Ambiente Agência Portuguesa do Ambiente

# ÍNDICE REMISSIVO



NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172
NOTAS METODOLÓGICAS	190

## ÍNDICE REMISSIVO

VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS	208
--	-----



## Tabela de Indicadores GRI

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>1. Estratégia e Análise</b>					
-	1.1 Declaração da pessoa com maior poder de decisão na organização sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e a sua estratégia.	T	11-13	1, 7, 9	6.2
-	1.2 Descrição dos principais impactes, riscos e oportunidades, relacionados com a atividade da empresa.	T	26-31, 56-67		6.2
<b>2. Perfil Organizacional</b>					
-	2.1 Denominação da organização relatora.	T	2		
-	2.2 Principais marcas, produtos e/ou serviços.	T	7		
-	2.3 Estrutura operacional da organização, incluindo principais departamentos, empresas em funcionamento, empresas participadas e <i>joint ventures</i>	T	7, 39		6.2
-	2.4 Localização da sede social da empresa	T	2		
-	2.5 Países em que está presente e nome daqueles com operações significativamente relevantes para as questões de sustentabilidade abordadas no relatório.	T	7		
-	2.6 Tipo e natureza jurídico-legal de propriedade.	T	2		
-	2.7 Mercados abrangidos.	T	7		
-	2.8 Dimensão da organização relatora, incluindo número de colaboradores, vendas líquidas e quantidade de produtos disponibilizados e serviços prestados.	T	7-9, 19-21		
-	2.9 Principais alterações que tenham ocorrido, durante o período abrangido pelo relatório, referentes à dimensão, à estrutura organizacional ou à estrutura acionista.	T	192		
-	2.10 Prémios recebidos durante o período a que se refere o relatório.	T	21-23		
<b>3. Parâmetros do Relatório</b>					
-	3.1 Período abrangido para as informações apresentadas no relatório.	T	5		
-	3.2 Data do último relatório publicado.	T	5		
-	3.3 Ciclo de publicação de relatórios.	T	5		
-	3.4 Pessoa(s) a ser(em) contactada(s) para esclarecimentos referentes ao relatório ou ao seu conteúdo, incluindo o endereço eletrónico e o site da internet.	T	5		
-	3.5 Processo para a definição do conteúdo do relatório, incluindo: o processo para determinar a relevância, a definição de questões prioritárias no âmbito do relatório e a identificação das partes interessadas que sejam potenciais utilizadoras do relatório.	T	70-75		
-	3.6 Limites do relatório (países ou regiões, produtos ou serviços, departamentos, instalações, <i>joint ventures</i> ou empresas participadas, bem como outras limitações de âmbito específico).	T	192		
-	3.7 Limitações específicas relativas ao âmbito e ao limite do relatório.	T	192		
-	3.8 Base de elaboração do relatório no que se refere a <i>joint ventures</i> , empresas participadas, parcialmente controladas, instalações arrendadas, operações subcontratadas e outras situações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos distintos ou com relatórios de outras organizações.	T	192		
-	3.9 Técnicas de medição de dados e as bases de cálculo, incluindo hipóteses e técnicas subjacentes às estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e de outras informações contidas no relatório.	T	192-193		
-	3.10 Explicação do efeito de quaisquer reformulações de informações existentes em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (por ex., fusões/aquisições, mudança do período ou ano base, natureza do negócio, métodos de medição).	T	192-193		
-	3.11 Alterações significativas, em relação a relatórios anteriores, no âmbito, limite ou métodos de medição aplicados.	T	192-193		
-	3.12 Tabela que identifica o local das informações padrão no relatório.	T	196 - 205		
-	3.13 Política e prática corrente relativa à procura de um processo independente de garantia de fiabilidade para o relatório.	T	208 - 210		7.5.3

## Tabela de Indicadores GRI

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>4. Governance, Compromissos e Envolvimento</b>					
-	4.1 Estrutura de <i>governance</i> da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado e com responsabilidade por tarefas específicas, tais como a definição da estratégia ou a supervisão da organização.	T	37-39		
-	4.2 Indicar se o presidente do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado é, simultaneamente, um diretor executivo (e, nesse caso, quais as suas funções no âmbito da gestão da organização e as razões para esta composição).	T	41		
-	4.3 Indicar, no caso de organizações com uma estrutura de administração unitária, o número de membros do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado que são independentes e/ou os membros não executivos.	T	41		
-	4.4 Mecanismos que permitem a acionistas e colaboradores transmitir recomendações ou orientações ao órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado.	T	48-51		
-	4.5 Relação entre a remuneração dos membros do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado, dos diretores de topo e dos executivos (incluindo acordos de tomada de decisão) e o desempenho da organização (incluindo o desempenho social e ambiental).	T	36-37		
-	4.6 Processos ao dispor do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado para evitar a ocorrência de conflitos de interesse.	T	34-37		
-	4.7 Processo para a determinação das qualificações e competências exigidas aos membros do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado para definir a estratégia da organização relativamente às questões ligadas ao desempenho económico, ambiental e social.	T	41-42		
-	4.8 Declarações de princípios ou de missão, códigos de conduta e princípios considerados relevantes para o desempenho económico, ambiental e social, assim como a fase de implementação.	T	34-37	1 a 10	
-	4.9 Processos do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado para supervisionar a forma como a organização efetua a identificação e a gestão do desempenho económico, ambiental e social, a identificação e a gestão de riscos e oportunidades relevantes, bem como a adesão ou conformidade com as normas internacionalmente aceites, códigos de conduta e princípios.	T	34-39		
-	4.10 Processos para a avaliação do desempenho do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado, especialmente em relação ao desempenho económico, ambiental e social.	T	41-42		
-	4.11 Explicação sobre se o princípio da precaução é abordado pela organização e de que forma.	T	47-48	7	
-	4.12 Cartas, princípios ou outras iniciativas, desenvolvidas externamente, de carácter económico, ambiental e social, que a organização subscreve ou defende.	T	83-86	1 a 10	
-	4.13 Participação significativa em associações e/ou organizações de defesa nacionais/internacionais.	T	35		
-	4.14 Relação dos grupos que constituem as partes interessadas envolvidas pela organização.	T	70-71		
-	4.15 Base para a identificação e seleção das partes interessadas a serem envolvidas.	T	70-71		
-	4.16 Abordagens utilizadas para envolver as partes interessadas, incluindo a frequência do envolvimento, por tipo e por grupos, das partes interessadas.	T	70-71, 76-82		
-	4.17 Principais questões e preocupações identificadas através do envolvimento das partes interessadas e as medidas adotadas pela organização no tratamento das mesmas, nomeadamente através dos relatórios.	T	48-51, 74, 76-82		

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>Abordagens de Gestão</b>					
	Abordagem de Gestão Económica	T	7, 16-21, 27-31		6.2; 6.8
	Abordagem de Gestão Ambiental	T	30, 47, 49, 140, 176-188	7, 8, 9	6.2; 6.5
	Abordagem de Gestão Social - Práticas Laborais e Trabalho Condigno	T	47, 49, 50, 90-112	2, 3, 4	6.2; 6.4; 6.3.10
	Abordagem de Gestão Social - Direitos Humanos	T	29, 47, 49-50, 90-91, 95, 100-101, 109, 120, 126-127	1	6.2; 6.3
	Abordagem de Gestão Social - Sociedade	T	31, 35, 152-153, 162, 168		6.2; 6.6; 6.8
	Abordagem de Gestão Social - Responsabilidade do Produto	T	29, 31, 67, 113-117, 133-137, 152-153		6.2; 6.6; 6.7

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>Indicadores de Desempenho Económico</b>					
E	EC1. Valor económico direto gerado, distribuído e acumulado.	T	16-21, 54		6.8 6.8.3 6.8.7 6.8.9
E	EC2. Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização, devido às alterações climáticas.	T	54-55, 61, 63, 174-177		6.5.5
E	EC3. Cobertura das obrigações referentes ao plano de benefícios definidos pela organização.	T	Pág. 47-49 do R&C2012		
E	EC4. Apoio financeiro significativo recebido do governo.	T	Não recebeu apoio		
<b>Aspeto - Presença no Mercado</b>					
C	EC5. Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, nas unidades operacionais importantes.	T	94	1	6.4.4 6.8
E	EC6. Políticas, práticas e proporção de custos com fornecedores locais, em unidades operacionais importantes.	T	122-123		6.6.6 6.8 6.8.5 6.8.7
E	EC7. Procedimentos para a contratação local e proporção de cargos de gestão de topo ocupado por indivíduos provenientes da comunidade local.	T	A PT não tem uma política que assuma como princípios de recrutamento a contratação local e a existência um número mínimo de expatriados.		6.8 6.8.5 6.8.7
<b>Aspeto - Impactes Económicos Indiretos</b>					
E	EC8. Desenvolvimento e impacto dos investimentos em infraestruturas e serviços que visam essencialmente o benefício público através de envolvimento comercial, em géneros ou pro bono.	T	162, 165-171		6.3.9 6.8 6.8.3 6.8.4 6.8.5 6.8.6 6.8.7 6.8.9
C	EC9. Descrição e análise dos impactes económicos indiretos mais significativos, incluindo a sua extensão.	T	16-21, 162-166		6.3.9 6.6.6 6.6.7 6.7.8 6.8 6.8.5 6.8.6 6.8.7 6.8.9

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>Indicadores de Desempenho Ambiental</b>					
<b>Aspeto - Matérias-Primas</b>					
E	EN1. Matérias-primas utilizadas, por peso ou por volume.	T	181	7, 8, 9	6.5 6.5.4
E	EN2. Percentagem das matérias-primas utilizadas que são provenientes de reciclagem ou reutilização.	T	144, 181	7, 8, 9	6.5 6.5.4
<b>Aspeto - Energia</b>					
E	EN3. Consumo direto de energia, por fonte de energia primária.	T	182	7, 8, 9	6.5 6.5.4
E	EN4. Consumo indireto de energia, por fonte de energia primária.	T	182	7, 8, 9	6.5 6.5.4
C	EN5. Poupança de energia devido a melhorias na conservação e na eficiência.	T	141-143, 178-181	7, 8, 9	6.5 6.5.4
C	EN6. Iniciativas para fornecer produtos e serviços baseados na eficiência energética ou nas energias renováveis, e reduções de consumo obtidas.	T	56, 59, 61, 63, 66, 126-127, 178-181	7, 8, 9	6.5 6.5.4
C	EN7. Iniciativas para reduzir o consumo indireto de energia e objetivos alcançados.	T	56, 59, 61, 63, 66, 126-127, 178-181	7, 8, 9	6.5 6.5.4
<b>Aspeto - Água</b>					
E	EN8. Consumo total de água, por fonte.	T	183	7, 8, 9	6.5 6.5.4
C	EN9. Fontes hídricas significativamente afetadas pelo consumo de água.	T	183	7, 8, 9	6.5 6.5.4
			O consumo de água da PT é pouco significativo em termos de volume e é totalmente proveniente da rede pública, pelo que o impacto causado nos recursos hídricos é mínimo.		
C	EN10. Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada.	T	178	7, 8, 9	6.5 6.5.4
			Apesar de ainda não ser possível contabilizar a quantidade de água reutilizada, existe um processo de reencaminhamento de águas utilizadas nos lavatórios e de águas das chuvas, para a rega de jardins, contribuindo para a redução do consumo de água..		
<b>Aspeto - Biodiversidade</b>					
E	EN11. Localização e dimensão dos terrenos pertencentes, arrendados ou administrados pela organização em áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade, ou adjacente às mesmas.	T	183	7, 8, 9	6.5 6.5.6
E	EN12. Descrição dos impactes significativos de atividades, produtos e serviços sobre áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade.	T	184	7, 8, 9	6.5 6.5.6
C	EN13. Habitats protegidos ou recuperados.	T	184	7, 8, 9	6.5 6.5.6
C	EN14. Estratégias e programas, atuais e futuros, de gestão de impactes na biodiversidade.	T	184	7, 8, 9	6.5 6.5.6
C	EN15. Número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afetadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção.	NR	Esta informação não está disponível.	7, 8, 9	6.5 6.5.6
<b>Aspeto - Emissões, Efluentes e Resíduos</b>					
E	EN16. Emissões de gases com efeito de estufa (GEE), por peso.	T	185	7, 8, 9	6.5 6.5.5
E	EN17. Outras emissões indiretas relevantes de GEE, por peso.	T	185	7, 8, 9	6.5 6.5.5
C	EN18. Iniciativas para reduzir as emissões de GEE e reduções alcançadas.	T	126-127, 178-181	7, 8, 9	6.5 6.5.5
E	EN19. Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso.	T	185	7, 8, 9	6.5 6.5.3

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
E	EN20. NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e por peso.	T	185	7, 8, 9	6.5 6.5.3
E	EN21. Descarga total de água, por qualidade e destino.	T	185	7, 8, 9	6.5 6.5.3
E	EN22. Quantidade total de resíduos, por tipo e método utilizado no fim de linha.	T	186-187	7, 8, 9	6.5 6.5.3
E	EN23. Número e volume total de derrames significativos.	T	Não ocorreram derrames significativos.	7, 8, 9	6.5 6.5.3
C	EN24. Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados, considerados perigosos nos termos da Convenção de Basileia – Anexos I, II, III e VIII, e percentagem de resíduos transportados por navio, a nível internacional.	T	186-187 Os resíduos perigosos produzidos pela PT, são encaminhados para entidades credenciadas para gerir este tipo de resíduos, que posteriormente lhes dão um destino final adequado.	7, 8, 9	6.5 6.5.3
C	EN25. Dimensão, estatuto de proteção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respetivos habitats afetados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento superficial.	T	As descargas de água realizadas pela empresa são do tipo doméstico, pouco significativas em termos de volume e realizadas nos termos legais para os coletores do sistema de saneamento público, pelo que o impacte causado é mínimo.	7, 8, 9	6.5 6.5.4 6.5.6
<b>Aspeto - Produtos e Serviços</b>					
E	EN26. Iniciativas para mitigar os impactes ambientais de produtos e serviços e o grau de redução do impacte.	T	56, 61-63, 66, 126-127, 178-181	7, 8, 9	6.5 6.5.4 6.6.6 6.7.5
E	EN27. Percentagem recuperada de produtos vendidos e respetivas embalagens, por categoria.	T	144, 181	7, 8, 9	6.5 6.5.4 6.7.5
<b>Aspeto - Conformidade</b>					
E	EN28. Montantes envolvidos no pagamento de coimas significativas e o número total de sanções não monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais.	T	188	7, 8, 9	6.5
<b>Aspeto - Transportes</b>					
C	EN29. Impactes ambientais significativos, resultantes do transporte de produtos e outros bens ou matérias-primas utilizados nas operações da organização, bem como o transporte de colaboradores.	NR	Esta informação não está disponível.	7, 8, 9	6.5 6.5.4 6.6.6
<b>Aspeto - Geral</b>					
C	EN30. Custos e investimentos com a proteção ambiental, por tipo.	T	188	7, 8, 9	6.5
<b>Indicadores de Desempenho Social - Práticas Laborais e Trabalho Condigno</b>					
<b>Aspeto – Emprego</b>					
E	LA1. Mão de obra total, por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por género e região.	T	93-94, 97, 101		6.4 6.4.3
E	LA2. Número e percentagem de colaboradores contratados e respetiva taxa de rotatividade, por faixa etária, por género e por região.	P	95 Tema não material para a empresa e para o setor		6.4 6.4.3
C	LA3. Benefícios assegurados aos colaboradores a tempo inteiro que não são concedidos a colaboradores temporários ou a tempo parcial.	T	92		6.4 6.4.3 6.4.4
E	LA15. Taxa de retorno e de retenção após licença parental, por género.	T	99		6.4

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>Aspeto - Relações entre Funcionários e Administração</b>					
E	LA4. Percentagem de colaboradores abrangidos por acordos de negociação coletiva.	T	99-100	3	6.4 6.4.3 6.4.4 6.4.5 6.3.10
E	LA5. Prazos mínimos para aviso prévio em relação a mudanças operacionais, incluindo se essa questão é mencionada nos acordos de negociação coletiva.	T	92		6.4 6.4.3 6.4.4 6.4.5
<b>Aspeto - Segurança e Saúde no Trabalho</b>					
E	LA6. Mão de obra representada em comissões formais de segurança e saúde, que ajudam no acompanhamento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.	T	110	1	6.4 6.4.6
E	LA7. Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região e por género.	T	94, 111	1	6.4 6.4.6
E	LA8. Programas de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controlo de risco, em curso, para garantir assistência aos colaboradores, às suas famílias ou aos membros da comunidade afetados por doenças graves.	T	110-112		6.4 6.4.6 6.8 6.8.3 6.8.4 6.8.8
E	LA9. Tópicos relativos a saúde e segurança, abrangidos por acordos formais com sindicatos.	T	100	1, 3	6.4 6.4.6
<b>Aspeto - Formação e Educação</b>					
E	LA10. Média de horas de formação, por categoria de colaborador e por género.	T	105-106	1	6.4 6.4.7
E	LA11. Programas para a gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos colaboradores e a gestão de carreira.	T	106	1	6.4 6.4.7 6.8.5
E	LA12. Percentagem de colaboradores que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira, por género.	T	107	1	6.4 6.4.7
<b>Aspeto - Diversidade e Igualdade de Oportunidades</b>					
E	LA13. Composição dos órgãos de governance e discriminação dos colaboradores por categoria, de acordo com o género, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade.	T	96-98	1	6.3.7 6.3.10 6.4 6.4.3
E	LA14. Rácio entre a remuneração total de homens e mulheres, por categoria profissional e por localização das operações.	T	98	1	6.3.7 6.3.10 6.4 6.4.3 6.4.4
<b>Indicadores de Desempenho Social - Direitos Humanos</b>					
<b>Aspeto - Práticas de Investimento e de Aquisições</b>					
E	HR1. Percentagem e número total de acordos e contratos de investimento significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos, ou que foram submetidos a avaliações referentes a esta temática.	T	Todas as <i>due diligences</i> são realizadas do ponto de vista financeiro, social e ambiental.		6.3 6.3 6.3.3 6.3.5 6.6.6
E	HR2. Percentagem dos principais fornecedores, empresas contratadas e outros parceiros de negócio que foram submetidos a avaliações relativas a direitos humanos e medidas tomadas.	T	123-124, 126-129	1 a 6	6.3 6.3.3 6.3.5 6.4.3 6.6.6

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
E	HR3. Número total de horas de formação em políticas e procedimentos relativos a aspetos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo a percentagem de colaboradores que beneficiaram de formação.	T	106	1 a 6	6.3 6.3.5
<b>Aspeto - Não Discriminação</b>					
E	HR4. Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas.	T	48-49	1, 2 e 6	6.3 6.3.6 6.3.7 6.3.10 6.4.3
<b>Aspeto - Liberdade de Associação e Acordo de Negociação Coletiva</b>					
E	HR5. Operações e fornecedores relevantes em que exista um risco significativo de violação dos direitos de liberdade de associação e realização de acordos de negociação coletiva, e medidas que contribuam para a concretização destes direitos.	T	Dada a natureza das atividades, não existe o risco de impedimento ao livre exercício da liberdade de associação e realização de acordos de negociação coletiva. Na sua cadeia de valor o risco é minimizado pela a atuação de controlo e alinhamento dos fornecedores às orientações da PT.		6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.8 6.3.10 6.4.3 6.4.5
<b>Aspeto - Trabalho Infantil</b>					
E	HR6. Operações e fornecedores relevantes em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e medidas que contribuam para a sua abolição.	T	126-129	1, 2, 5	6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.10
<b>Aspeto - Trabalho Forçado e Escravo</b>					
E	HR7. Operações e fornecedores relevantes em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou escravo e medidas que contribuam para a sua eliminação.	T	126-129	1, 2, 4	6.3 6.3.3 6.3.4 6.3.5 6.3.7 6.3.10
<b>Aspeto - Práticas de Segurança</b>					
C	HR8. Percentagem do pessoal de segurança submetido a formação nas políticas ou procedimentos da organização, relativos aos direitos humanos que são relevantes para as operações.	NR	Indicador não relevante para a actividade da PT.		6.3 6.3.5 6.4.3 6.6.6
<b>Aspeto - Direitos dos Povos Indígenas</b>					
C	HR9. Número total de incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e ações tomadas.	NA	Este indicador não é aplicável às operações da PT em Portugal.		6.3 6.3.6 6.3.7 6.3.8 6.6.7
<b>Aspeto - Avaliação</b>					
E	HR10. Percentagem e número total de operações sujeitas a revisões/ avaliações relativas a direitos humanos.	T	126-129		
<b>Aspeto - Remediação</b>					
E	HR11. Número de queixas relacionadas com a violação de direitos humanos arquivadas, abordadas e resolvidas através de mecanismos formais de gestão de reclamações.	T	48-49, 113		

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>Indicadores de Desempenho Social - Sociedade</b>					
<b>Aspeto - Comunidade</b>					
E	SO1. Percentagem e número total das operações que realizaram avaliações de impacte na comunidade local e que implementaram programas de envolvimento ou de desenvolvimento da comunidade local.	T	162, 165-169		6.3.9 6.8 6.8.5 6.8.7 6.6.7
E	SO9. Operações com potencial de efeitos negativos na comunidade local.	T	152-153		
E	SO10. Medidas de prevenção e mitigação dos efeitos negativos na comunidade local.	T	152-153		
<b>Aspeto - Corrupção</b>					
E	SO2. Percentagem e número total de unidades de negócio alvo de análise de riscos para prevenir a corrupção.	T	34-37, 47-49, 83-86, 124-125	10	6.6 6.6.3
E	SO3. Percentagem de colaboradores que tenham efetuado formação nas políticas e práticas de anticorrupção da organização.	T	35-36, 106	10	6.6 6.6.3
E	SO4. Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.	T	48-50	10	6.6 6.6.3
<b>Aspeto - Políticas Públicas</b>					
E	SO5. Participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.	T	Todas as participações da PT em grupos de trabalho que eventualmente tenham a capacidade de influenciar políticas públicas são concretizadas no domínio do relacionamento com <i>os stakeholders</i>		6.6 6.6.4 6.8.3
C	SO6. Valor total das contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país.	T	Não foram efectuadas doações financeiras pela PT		6.6 6.6.4 6.8.3
<b>Aspeto - Concorrência Desleal</b>					
C	SO7. Número total de ações judiciais por concorrência desleal, <i>antitrust</i> e práticas de monopólio, bem como os seus resultados.	T	Não existiram ações judiciais		6.6 6.6.5 6.6.7
<b>Aspeto - Conformidade</b>					
E	SO8. Número total de multas e sanções não monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos.	T	Não existiram multas e sanções não monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos..		6.6 6.6.7 6.8.7
<b>Indicadores de Desempenho Social - Responsabilidade do Produto</b>					
<b>Aspeto - Saúde e Segurança do Cliente</b>					
E	PR1. Ciclos de vida dos produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objetivo de efetuar melhorias, bem como a percentagem das principais categorias de produtos e serviços sujeitas a tais procedimentos.	T	60-61, 67, 152-153		6.3.9 6.6.6 6.7 6.7.4 6.7.5
C	PR2. Número total de incidentes resultantes da não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos aos impactes, na saúde e segurança, dos produtos e serviços durante o respetivo ciclo de vida, discriminado por tipo de resultado.	T	Não existiram incidentes resultantes da não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos aos impactes, na saúde e segurança dos produtos e serviços.		6.3.9 6.6.6 6.7 6.7.4 6.7.5



Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
<b>Indicadores de Desempenho Social - Responsabilidade do Produto</b>					
<b>Aspeto - Rotulagem de Produtos e Serviços</b>					
E	PR3. Procedimentos para informação e rotulagem dos produtos e serviços, bem como a percentagem dos principais produtos e serviços sujeitos a tais requisitos.	T	135-136		6.7 6.7.3 6.7.4 6.7.5 6.7.6 6.7.9
C	PR4. Número total de incidentes resultantes da não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos à informação e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado.	T	Não existiram incidentes		6.7 6.7.3 6.7.4 6.7.5 6.7.6 6.7.9
C	PR5. Procedimentos relacionados com a satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do cliente.	T	158-159		6.7 6.7.4 6.7.5 6.7.6 6.7.8 6.7.9
<b>Aspeto - Comunicações de Marketing</b>					
E	PR6. Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários relacionados com comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.	T	135-136		6.7 6.7.3 6.7.6 6.7.9
C	PR7. 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.	T	Não existiram incidentes		6.7 6.7.3 6.7.6 6.7.9
<b>Aspeto - Privacidade do Cliente</b>					
C	PR8. Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes.	T	Não existiram reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes.		6.7 6.7.7
<b>Aspeto - Conformidade</b>					
E	PR9. Valor monetário de multas relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos relativos a produtos e serviços.	T	Não existiram multas relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos relativos a produtos e serviços.		6.7 6.7.6
<b>Indicadores de Desempenho do Suplemento Setorial das Telecomunicações</b>					
<b>Aspeto - Operações Internas</b>					
C	IO1. Investimento em redes de infra estruturas de telecomunicações.	T	55		
C	IO2. Custos líquidos para fornecedores de serviços sob o serviço universal obrigatório, quando se trata de estender o serviço a locais geográficos e grupos economicamente desfavorecidos, que não são lucrativos. Descrever mecanismos relevantes, a nível legislativo e regulamentares.	T	As questões relacionadas com o serviço universal obrigatório são reguladas pela ANACOM, entidade com a qual a PT mantém contato regular. A PT tem mantido negociações com esta entidade que irão permitir reportar este indicador no futuro.		
C	IO3. Práticas que garantam a saúde e segurança dos colaboradores de campo, envolvidos na instalação, operação e manutenção de antenas, estações base, cabos e outras infra estruturas externas.	T	111-112, 152-153, 184		

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC	ISO26000
C	IO4. Cumprimento das diretrizes do ICNIRP ( <i>International Commission on Non-Ionising Radiation Protection</i> ) relativos às emissões de radiofrequência (RF) de aparelhos móveis.	T	152-153		
C	IO5. Cumprimento com as diretrizes do ICNIRP relativas à exposição a radiofrequência nas estações.	T	152-153		
C	IO6. Políticas e práticas à Taxa de Absorção Específica (SAR) de aparelhos móveis.	T	184		
C	IO7. Políticas e práticas de consulta aos stakeholders, sobre o local de instalação de sites.	T	184		
C	IO8. Número e percentagem de sites, sites partilhados e sites de estruturas existentes.	T	184		
<b>Aspeto - Acessibilidade das Telecomunicações</b>					
C	PA1. Políticas e práticas para a extensão da infraestrutura de telecomunicações e acesso a produtos e serviços de telecomunicações a locais de baixa densidade populacional.	T	145-146, 162-165		
C	PA2. Políticas e práticas para ultrapassar barreiras ao acesso e uso de produtos e serviços de telecomunicações, incluindo: linguagem, cultura, iliteracia, insuficiência de educação, rendimento, deficiências e idade. Incluir descrição do modelo de negócio aplicado.	T	61, 145-148, 162, 168-169		
C	PA3. Políticas e práticas que garantam a disponibilidade dos produtos e serviços de telecomunicações. Quantificar, sempre que possível, períodos específicos de tempo e locais.	T	145-148		
C	PA4. Quantificar o nível de disponibilidade dos produtos e serviços de telecomunicações nas áreas onde a organização opera. Os exemplos incluem: número de clientes / <i>market share</i> ; percentagem de população coberta, percentagem de território coberto.	T	7-9, 16-21, 163-165		
C	PA5. Número e tipo de produtos e serviços de telecomunicações fornecidos e utilizados por segmentos de população com rendimento reduzido e com nenhum rendimento. Fornecer definições selecionadas. Incluir descrição do abordagem e definição de preço, ilustrando com exemplos como preço por minuto de diálogo / bit de informação transferida nas áreas remotas, pobres ou com baixo rendimento.	T	145-148, 168-169 <a href="http://meo.pt/">http://meo.pt/</a> <a href="http://www.tmn.pt/portal/site/tmn">http://www.tmn.pt/portal/site/tmn</a>		
C	PA6. Programas para assegurar a continuidade de produtos e serviços de telecomunicações em situações de emergência.	T	145-146, 151-152		
C	PA7. Políticas e práticas para gerir questões de direitos humanos relacionadas com o acesso e o uso de produtos e serviços de telecomunicações.	T	113-117, 147-150		
C	PA8. Políticas e práticas de comunicação sobre o tema Campos Eletromagnéticos. Incluir informação dada nos pontos de venda dos materiais.	T	150-151		
C	PA9. Investimento em programas e atividades de investigação sobre campos eletromagnéticos. Incluir descrição de programas fundados pela organização relatora, bem como aquelas para os quais esta contribuiu.	N.R.	184		
C	PA10. Iniciativas para assegurar clareza das tarifas.	T	154-155		
C	PA11. Iniciativas para informar os clientes sobre características do produto, e aplicações que promovem uso responsável, eficiente, economicamente rentável, e ambientalmente preferível.	T	135-137, 148-151, 153-155		
<b>Aspeto - Acessibilidade das Telecomunicações</b>					
C	TA1. Exemplos da eficiência dos recursos utilizados em produtos e serviços de telecomunicações entregues.	T	140-145		
C	TA2. Exemplos de produtos, serviços e aplicações de telecomunicações com potencial para substituir objetos físicos.	T	143		
C	TA3. Medidas de transporte e ou mudanças de utilização de recursos decorrentes do uso de produtos e serviços de telecomunicações usados pelo cliente.	T	143		
C	TA4. Impactes indiretos decorrentes do consumo de produtos e serviços acima descritos, e aquisição de conhecimentos para desenvolvimentos futuros.	T	54-55, 140-155		
C	TA5. Práticas relacionadas com os direitos de propriedade intelectual e tecnologias de fonte aberta	T	55		

E - Indicador essencial // C - Indicador complementar // T - Indicador totalmente respondido  
P - Indicador parcialmente respondido // NR - Indicador não respondido // NA - Não aplicável

# VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS

NOTAS PRÉVIAS	04
MENSAGEM DO PRESIDENTE EXECUTIVO	10
DESTAQUES DO ANO	14
01 ESTRATÉGIA E COMPROMISSOS	24
02 ÉTICA E RESPONSABILIDADE NA GESTÃO	32
03 INVESTIGAÇÃO & DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO	52
04 ENVOLVIMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	68
05 RELAÇÕES LABORAIS E DIREITOS HUMANOS	88
06 CADEIA DE FORNECEDORES	118
07 COMUNICAÇÃO, <i>MARKETING</i> E REPUTAÇÃO	130
08 SUSTENTABILIDADE NA OFERTA COMERCIAL	138
09 CIDADANIA CORPORATIVA	160
10 PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS	172
NOTAS METODOLÓGICAS	190
ÍNDICE REMISSIVO	194

**VERIFICAÇÃO EXTERNA E INDEPENDENTE GRI E SGS**



## Declaração Exame do Nível de Aplicação pela GRI

A GRI neste ato declara que **Portugal Telecom** apresentou seu relatório “Relatório de Sustentabilidade 2012” para o setor de Serviços de Relatório da GRI, que concluiu que o relatório atende aos requisitos de Nível de Aplicação A+.

Os Níveis de Aplicação da GRI comunicam quanto do conteúdo das Diretrizes G3.1 foi aplicado no relatório de sustentabilidade enviado. O Exame confirma que o conjunto e número de itens de divulgação exigidos para aquele Nível de Aplicação foram cobertos pelo relatório e que o Sumário de Conteúdo da GRI é uma representação válida das informações exigidas, conforme descritas nas Diretrizes G3.1 da GRI. Para a metodologia, ver [www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Os Níveis de Aplicação não fornecem um parecer sobre o desempenho de sustentabilidade da organização relatora nem sobre a qualidade das informações contidas no relatório.

Amsterdã, 6 de maio de 2013

Nelmara Arbex  
Vice-Presidente  
Global Reporting Initiative



O “+” foi acrescentado a este Nível de Aplicação porque Portugal Telecom submeteu (parte de) seu relatório a verificação externa. A GRI aceita a soberania da própria organização na escolha da organização responsável pela verificação externa e na decisão do escopo da verificação.

*A Global Reporting Initiative (GRI) é uma organização baseada em redes pioneira no desenvolvimento da estrutura para elaboração de relatórios de sustentabilidade mais usada no mundo e está comprometida com sua melhoria contínua e aplicação em todo o mundo. As Diretrizes G3 da GRI estabeleceram os princípios e indicadores que as organizações podem usar para medir e relatar seu desempenho econômico, ambiental e social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Isenção de Responsabilidade:** No caso do relato de sustentabilidade incluir links externos para materiais audiovisuais, entre outros, esta declaração irá referir-se apenas ao material submetido à GRI no momento do Exame em 22 de abril de 2013. A GRI exclui expressamente a aplicação desta declaração a alterações posteriores aos referidos materiais.





## DECLARAÇÃO DE VERIFICAÇÃO

### DECLARAÇÃO DE VERIFICAÇÃO DA SGS ICS DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2012 DA PORTUGAL TELECOM, SGPS, SA

#### AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA PORTUGAL TELECOM, SGPS, SA

#### NATUREZA E ÂMBITO DA VERIFICAÇÃO

Por solicitação de V.Exas. a SGS ICS efetuou a verificação independente do Relatório de Sustentabilidade 2012. O âmbito da verificação, baseada na metodologia da SGS de Verificação de Relatórios de Sustentabilidade, incluiu o texto, dados, gráficos e declarações contidos no relatório supra citado.

#### RESPONSABILIDADE

O Conselho de Administração da Portugal Telecom (adiante designada PT) é responsável pela informação disponibilizada e seus critérios de avaliação, bem como, pelos sistemas de recolha, agregação, validação e relato da mesma. A SGS ICS não foi envolvida na preparação de qualquer informação constante no Relatório de Sustentabilidade 2012.

A responsabilidade da SGS ICS consiste na elaboração de um parecer sobre a adequação da informação, supra referida, baseado no protocolo de verificação independente que efetuámos, em relação ao âmbito e objetivo do compromisso da verificação, com a intenção de informar todos os *stakeholders* da PT.

#### METODOLOGIA E CRITÉRIOS DA VERIFICAÇÃO

O Grupo SGS desenvolveu um conjunto de protocolos para a verificação de relatórios de sustentabilidade (*Sustainability Report Assurance*) baseados nas melhores práticas providenciadas pelas Diretrizes para elaboração de Relatórios de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative (GRI)*, *AA1000 Assurance Standard (2008)* e *International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE 3000)*. Os protocolos referidos diferenciam-se em níveis de verificação dependentes do histórico de elaboração de relatórios e capacidade da organização reportante.

O Relatório de Sustentabilidade 2012 foi submetido a uma verificação com base na *AA1000 Assurance Standard (2008)*, Tipo 2, com um nível moderado de controlo para a:

- avaliação da veracidade do conteúdo;
- avaliação do conteúdo do relatório e sistemas de gestão de suporte segundo os Princípios da *AccountAbility AA1000 (2008)*;
- avaliação do relatório segundo as Diretrizes da GRI para elaboração de Relatórios de Sustentabilidade G3.1 (2011);
- avaliação segundo o Suplemento Setorial de Telecomunicações (2003).

A verificação é constituída por uma combinação de pesquisa prévia, entrevistas com colaboradores relevantes, análise de registos e documentação e validação com entidades externas e/ou *stakeholders*, quando relevante.

Dados diretamente provenientes de relatórios financeiros, objeto de certificação legal, não foram verificados à sua fonte no decurso da verificação.

#### DECLARAÇÃO DE INDEPENDÊNCIA E COMPETÊNCIA

O Grupo SGS é líder mundial em serviços de inspeção, testes e verificação, operando em mais de 140 países, disponibilizando serviços que incluem a certificação de serviços, de sistemas de gestão da qualidade, ambiente e social, e auditorias sobre aspetos éticos, bem como verificação de relatórios ambientais, sociais e de sustentabilidade. A SGS ICS afirma a sua independência face a favorecimentos, influências e conflitos de interesse relacionados com o Grupo Portugal Telecom, suas subsidiárias e partes interessadas.

A equipa de verificação foi constituída com base no seu conhecimento, experiência e qualificação para a verificação proposta, compreendendo auditores registados nos *Institute of Environmental Management and Assessment (IEMA)*, *International Register of Certified Auditors (IRCA)*, *Social AccountAbility International (SAI)* e Verificadores EMAS. Os verificadores envolvidos detêm qualificações de auditores coordenadores para realização de auditorias de certificação a sistemas de gestão da qualidade ISO 9001, gestão ambiental ISO 14001, gestão da segurança e saúde no trabalho OHSAS 18001 e gestão da responsabilidade social SA8000.

#### CONCLUSÕES DA VERIFICAÇÃO

Com base na metodologia descrita e no trabalho efetuado, é nosso parecer que a informação e os dados contidos no relatório verificado são exatos, abrangentes, fiáveis e providenciam uma representação apropriada das atividades da PT no decurso do período de doze meses findo em 31 de dezembro de 2012.

A equipa de verificação considera que o Relatório de Sustentabilidade 2012 pode ser utilizado pelos *stakeholders* da PT.

#### PRINCÍPIOS DA ACCOUNTABILITY AA1000 (2008) – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Na nossa opinião o Relatório de Sustentabilidade 2012 da PT demonstra um forte compromisso com os Princípios da *AccountAbility* AA1000, Inclusão, Materialidade e Resposta, conforme conclusões abaixo:

**Inclusão** - O Relatório de Sustentabilidade 2012 reflete a manutenção do compromisso da PT com o princípio da inclusão. Encontram-se definidas e implementadas as metodologias para identificação, envolvimento e participação dos *stakeholders*, e estão estabelecidos os canais de comunicação que permitem conhecer as suas preocupações e expectativas e identificar os temas relevantes.

**Materialidade** – Foi revista a matriz de materialidade, de forma a incluir os temas com maior relevância para o modelo de gestão sustentável da PT, considerando a importância destes para a criação de valor e para os principais *stakeholders*. A análise da relevância da materialidade foi enquadrada com a estratégia de sustentabilidade estabelecida pela PT para o triénio 2012-2014.

**Resposta** - A PT tem os mecanismos necessários para planear, desenvolver, avaliar e comunicar as suas respostas face às necessidades e expectativas dos seus *stakeholders*. Este compromisso foi reforçado através das orientações de gestão e objetivos de sustentabilidade assumidos pela PT para o novo triénio.

#### DIRETRIZES DA GLOBAL REPORTING INITIATIVE G3.1 (2011) – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

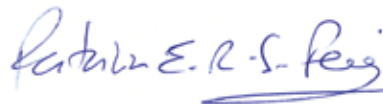
Na nossa opinião o Relatório de Sustentabilidade 2012 da PT, foi elaborado de acordo com as Diretrizes da GRI G3.1 (2011) e o Suplemento Setorial de Telecomunicações (2003), satisfazendo as condições de aplicação do Nível A+.

Com base na verificação realizada foram identificadas áreas de progresso, face a relatórios anteriores, bem como áreas de melhoria que possibilitam o reforço do contexto de sustentabilidade da PT. As observações identificadas foram incluídas no Relatório de Gestão Interno dirigido ao Conselho de Administração da PT.

#### Em representação da SGS ICS



Isabel Berger



Patricia Pereira

Direção de Certificação

Lisboa, 23 de abril de 2013

WWW.PT.SGS.COM



AA1000  
Licensed Assurance Provider  
000-8

# CONTACTOS

## **Comité de Sustentabilidade**

### **Teresa Salema**

E-mail: [m.teresa.c.salema@telecom.pt](mailto:m.teresa.c.salema@telecom.pt)

Telefone: + 351 217 914 621

### **Isabel Martinho**

E-mail: [isabel.m.martinho@telecom.pt](mailto:isabel.m.martinho@telecom.pt)

Telefone: + 351 217 920 391





[www.telecom.pt](http://www.telecom.pt)