

Filipa Neves de Oliveira

Responsabilidade Social Empresarial – um estudo às práticas das 100
maiores empresas portuguesas

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2010

Filipa Neves de Oliveira

Responsabilidade Social Empresarial – um estudo às práticas das 100
maiores empresas portuguesas

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2010

III

Filipa Neves de Oliveira

Responsabilidade Social Empresarial – um estudo às práticas das 100
maiores empresas portuguesas

Orientador: Prof. Doutor Miguel Trigo

Co-orientadora: Dra. Sofia Gaio

Trabalho apresentado à Universidade
Fernando Pessoa como parte dos requisitos
para obtenção do grau de Mestre em
Relações Públicas.

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2010

IV

Sumário

As organizações têm vindo progressivamente a integrar na sua gestão práticas de responsabilidade social devido à importância que esta temática assume num cenário actual. Nesse sentido, este estudo visa analisar a performance das 100 maiores empresas portuguesas em matéria de reporte das suas práticas de responsabilidade social.

Para tal recorreremos aos relatórios de sustentabilidade das respectivas empresas, referentes ao ano de 2007, cuja elaboração está de acordo com as directrizes estipuladas na Global Reporting Initiative, de forma a verificar qual o desempenho em matéria de resposta dada aos aspectos relacionados com ambiente, práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto.

Reconhecemos que de um modo geral as empresas já adoptam uma postura mais activa relativamente a este tema. No entanto face aos níveis de reporte que obtivemos constatamos que ainda é necessário evoluir muito neste campo.

Também mediante apresentação dos dados foi possível verificar que o sector da distribuição de produtos industriais é o que mais reporta em matéria de desempenho ambiental e sociedade, o sector da construção e obras públicas em matéria de práticas trabalhistas e direitos humanos e por último o sector dos transportes, em matéria de reporte referente à responsabilidade pelo produto.

Summary

Organizations have been progressively integrating in their management practices of social responsibility due to the importance that this issue has in the new scene. Accordingly, this study aims the analysis of the performance of the 100 biggest Portuguese companies on reporting their practices of social responsibility.

In order for that to happen, we used the sustainability reports concerning the year of 2007 from the companies mentioned, which elaboration agrees with the guidelines established in the Global Reporting Initiative, in order to check the performance in terms of answers given to aspects concerning environment, labor practices, human rights, society and product liability.

We recognize that, in general, companies have already adopted a more active posture concerning this issue. Meanwhile, given the levels of reporting we found that it is still necessary to evolve a lot in this field.

Also, upon the data presentation, it was possible to verify that the sector of industrial products distribution is the one that most reports in terms of society and environmental performance, the construction and public works sector, in terms of labor practices and human rights and at last the transport sector, in terms of reporting product liability.

Agradecimentos

Ao Professor Doutor Miguel Trigo por ter aceite a orientação deste trabalho.

À Dra. Sofia Gaio, minha co-orientadora, pelo profissionalismo, dedicação, disponibilidade e pela amizade que demonstrou desde o primeiro dia. A ela agradeço os preciosos ensinamentos ao longo destes 5 anos em matéria de Relações Públicas.

Aos meus pais pelo apoio, incentivo e por tudo o que me têm ensinado ao longo destes 24 anos.

À minha irmã pela força que me transmitiu todos os dias, ao longo da realização deste trabalho.

Ao Pedro pelo carinho e paciência.

À Catarina, à Sandra e à Rita pelos bons momentos que me proporcionaram durante este percurso académico e também pela preciosa ajuda na realização deste trabalho.

E porque na vida todos precisamos deles, agradeço a todos os meus amigos e toda a minha família.

Índice

INTRODUÇÃO.....	1
Capítulo I – Responsabilidade Social Empresarial e Sustentabilidade	5
1. Enquadramento conceptual	5
2. Valias organizacionais de investimento em Responsabilidade Social	11
Capítulo II – Directrizes para a Responsabilidade Social	15
1. Livro Verde	15
1.1. Dimensão Interna	15
1.1.1. Gestão dos Recursos Humanos	15
1.1.2. Saúde e Segurança no Trabalho	16
1.1.3. Adaptação à mudança	16
1.2. Dimensão Externa	17
1.2.1. Comunidades locais	17
1.2.2. Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores	18
1.2.3. Direitos Humanos	18
1.2.4. Gestão dos Recursos Naturais	19
2. <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	20
2.1. O que é o Relatório de Sustentabilidade	20
2.2. Conteúdo do relatório	21
2.2.1. Perfil	21
2.2.2. Forma de gestão e indicadores de desempenho	22
2.3. Princípios para a definição do conteúdo do relatório	27
2.4. Princípios para assegurar a qualidade do relatório	27
3. Guia Prático Grace	28
3.1. Como iniciar	29
3.2. Público interno	30
3.3. Ambiente	31
3.4. Sociedade	31
3.5. Mercado	31
3.6. Fornecedores	32
Capítulo III - RSE – A sua aplicação nas 100 maiores empresas portuguesas	34
1. Definição do Estudo e contextualização metodológica	34
2. Apresentação e Discussão dos Resultados	36
2.1. Desempenho Ambiental	38
2.2. Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente	41
2.3. Direitos Humanos	44
2.4. Sociedade	46
2.5. Responsabilidade pelo Produto	49

2.6. Apresentação das Empresas por sector de actividade	51
2.7. Análise de resposta dada aos indicadores por sector de actividade	55
2.7.1. Desempenho Ambiental por sector de actividade	55
2.7.2. Práticas trabalhistas e trabalho decente por sector de actividade	58
2.7.3. Direitos Humanos por sector de actividade	61
2.7.4. Desempenho referente à sociedade por sector de actividade	63
2.7.5. Desempenho referente à responsabilidade pelo produto por sector de actividade	67
2.8. Resposta por sector de actividade aos diferentes indicadores de desempenho	72
CONCLUSÃO	75
Bibliografia	77
Anexos	84

Índice de Tabelas

Tabela 1. Indicadores de Desempenho Económico	23
Tabela 2. Indicadores de Desempenho Ambiental	24
Tabela 3. Indicadores de Desempenho referentes a práticas trabalhistas e trabalho decente.....	25
Tabela 4. Indicadores de Desempenho referentes a direitos humanos	26
Tabela 5. Indicadores de Desempenho referentes à sociedade	26
Tabela 6. Indicadores de Desempenho referentes à responsabilidade pelo produto	27
Tabela 7 – Tipologias de reporte discriminadas por empresa	37
Tabela 8 - Resposta ao indicador de desempenho ambiental (EN) discriminado por empresas.....	39
Tabela 9 - Resposta ao indicador referente a práticas trabalhistas (LA) discriminado por empresas .	43
Tabela 10 - Resposta ao indicador referente a direitos humanos (HR) discriminado por empresas ...	45
Tabela 11 - Resposta ao indicador referente à sociedade (SO) discriminado por empresas	47
Tabela 12 - Resposta ao indicador referente à responsabilidade pelo produto (PR) discriminado por empresas	50

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Tipologias de reporte	36
Gráfico 2 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho ambiental (EN)	39
Gráfico 3 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho referente a práticas trabalhistas e trabalho decente (LA)	42
Gráfico 4 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho referente a Direitos Humanos	44
Gráfico 5 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho referente à Sociedade (SO)	47
Gráfico 6 – Percentagem de resposta ao indicador referente à Responsabilidade pelo Produto (PR)	49
Gráfico 7 – Percentagem dos sectores de actividade	52
Gráfico 8 – Classificação das empresas por sector de actividade	53
Gráfico 9 – Percentagem de resposta ao indicador EN por sector de actividade	55
Gráfico 10 – Percentagem de resposta ao indicador LA por sector de actividade.....	58
Gráfico 11 – Percentagem de resposta ao indicador HR por sector de actividade	61
Gráfico 12 – Percentagem de resposta ao indicador SO por sector de actividade	63
Gráfico 13 – Percentagem de resposta ao indicador PR por sector de actividade	67
Gráfico 14 – Discriminação da percentagem de resposta dada por indicador e por sector de actividade.....	72

Índice de Anexos

Anexo 1 – <i>Ranking</i> das 100 maiores empresas (2007)	85
---	----

INTRODUÇÃO

Conceitos como Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Sustentabilidade têm vindo a ganhar notoriedade ao longo dos últimos anos. Exemplo disso é o crescente interesse que estes temas têm vindo a despertar tanto no meio académico como empresarial.

A nível académico verificamos que surgem cada vez mais estudos direccionados para esta temática nas mais diversas matérias que ela pode abarcar, ao passo que, a nível empresarial este interesse tem vindo a manifestar-se no crescente número de empresas que implementam na sua actividade acções de Responsabilidade Social.

Embora se manifeste como uma prática relativamente recente em Portugal, a RSE já remonta aos anos 50 do século XX, quando Howard Bowen, (1957) lança a seguinte questão: “Que responsabilidades se espera que o homem de negócios assuma para com a sociedade?”. Com esta questão, Bowen pretende transmitir a ideia de que a empresa não deve ter apenas obrigações a um nível económico e legal mas também deve assumir responsabilidades para com a sociedade.

As empresas devem tomar consciência de que para ser bem sucedidas não podem ter como único propósito o lucro gerado das suas actividades, elas devem também investir em práticas de responsabilidade social. É nesse sentido que actualmente se verifica uma proliferação de campanhas associadas a esta matéria, na maior parte dos casos divulgadas pelas próprias empresas ou através dos órgãos de comunicação social e que consequentemente se apresentam como um forte factor de diferencial competitivo.

Por se tratar de um tema tão actual e importante nos dias que correm, o presente estudo visa analisar a *performance* das 100 maiores empresas portuguesas em matéria de reporte das suas práticas de responsabilidade social. Basicamente e de acordo com os critérios estipulados pela *Global Reporting Initiative* (GRI) é feita uma análise exhaustiva em termos de resposta dada pelas empresas aos principais indicadores de desempenho que incorporam aspectos relacionados com o meio ambiente, práticas

trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto. Não consideramos neste estudo os indicadores referentes ao desempenho económico.

No âmbito do presente estudo levanta-se o seguinte problema de investigação:

- Qual a *performance* das 100 maiores empresas portuguesas em matéria de reporte das suas práticas de responsabilidade social?

Visto tratar-se de um tema bastante abrangente, estabelecemos objectivos processuais de modo a orientar a nossa análise. São eles:

- Analisar as dimensões que constituem a RSE;
- Analisar essas dimensões no universo das 100 maiores empresas portuguesas;
- Interpretar os seus resultados e *performances*;
- Verificar qual a percentagem de resposta dada pelas empresas aos diferentes indicadores de desempenho que a GRI estabelece;
- Analisar a percentagem de resposta aos indicadores da GRI por sector de actividade complementando com exemplos;

No que se refere ao método de pesquisa aplicado neste estudo optámos pela análise de conteúdo. Berelson (*cit. in* Selltitz et al., 1965) define a análise de conteúdo como “ (...) uma técnica de pesquisa para a descrição objectiva, sistemática e quantitativa, evidente da comunicação”.

O recurso à análise de conteúdo permitiu diagnosticar a *performance* das 100 maiores empresas portuguesas em matéria de responsabilidade social e para que tal fosse possível, o estudo obedeceu às seguintes etapas propostas por Selltitz et al. (1965):

- Amostra de fontes - selecção dos relatórios de sustentabilidade das empresas a analisar (apenas com sumário GRI);
- Datas - definição do período de tempo coberto pelo estudo (2007);

- Unidades - indicadores de desempenho estipulados pela GRI (a analisar).

Com base na literatura específica sobre o tema, no capítulo I é feito um enquadramento conceptual acerca da temática da responsabilidade social empresarial e sustentabilidade apresentando os pontos de vista de alguns dos principais autores a ela associados. São também identificadas algumas das valias em termos de investimento em acções de RSE, ou seja, benefícios que se registam ao nível das empresas que aplicam nas suas actividades princípios social/ambientalmente responsáveis, em relação a outras empresas que pouco ou nada investem nesta matéria.

No capítulo II são apresentadas as principais directrizes que classificamos com maior importância em matéria de responsabilidade social. É o caso do Livro Verde da Comissão das Comunidades Europeias e das Directrizes da *Global Reporting Initiative* a um nível global e o Guia Prático Grace com aplicação apenas no contexto da realidade empresarial portuguesa. Estes três documentos apresentam-se como sendo fundamentais e indispensáveis, na medida em que estabelecem orientações em termos de aplicação de práticas de responsabilidade social nas organizações.

Por fim no capítulo III apresentamos e discutimos os resultados obtidos em relação à *performance*, em termos de reporte, das práticas de responsabilidade social empresarial das 100 maiores empresas portuguesas no ano 2007, tendo como base as directrizes da GRI, apresentadas no capítulo I deste trabalho.

Acreditamos que esta investigação possa ser útil para muitos grupos de interesse, destacando, claro está, as próprias empresas portuguesas, na medida em que é aqui feita uma extensa análise em termos do panorama empresarial no que se refere ao reporte das práticas de responsabilidade social. Também em termos de desenvolvimentos futuros, seria pertinente a comparação com dados obtidos em anos mais recentes e também fazer uma análise ao tema na perspectiva do emissor, ou seja, uma possível análise em termos de percepção da opinião pública referente à *performance* das empresas.

Uma das principais restrições com que nos deparámos em termos de pesquisa refere-se ao facto de poderem existir empresas (dentro das 100 maiores) que tenham uma boa política de responsabilidade social mas que, por diversas razões, não a tornem pública e consequentemente não poder ter sido aqui contabilizada.

Com o presente estudo pretendemos apresentar um panorama actual em matéria de reporte ao nível da responsabilidade social praticada nas 100 maiores empresas portuguesas.

Capítulo I – Responsabilidade Social Empresarial e Sustentabilidade

Ao longo das últimas décadas o panorama empresarial tem vindo a sofrer algumas mudanças. A competitividade que dantes se verificava através do baixo custo passa agora a manifestar-se na criação de valor e produtividade.

Cada vez mais as empresas têm presença fora do país e nesse sentido sentem necessidade de agirem dentro daquilo que consideram eticamente correcto e não se restringirem apenas a aplicar as leis de cada país no qual estão inseridas. Os colaboradores passam a ter maiores competências e começa também a verificar-se uma maior proximidade ao cliente final. Todas estas transformações levam a que a empresa se reajuste de forma a ir ao encontro das necessidades dos *stakeholders* com quem se relaciona.

Neste capítulo pretendemos apresentar um enquadramento conceptual em matéria de responsabilidade social empresarial, através da exposição de alguns autores, bem como, destacar algumas das valias organizacionais de investimento em Responsabilidade Social.

1. Enquadramento conceptual

Na fase de revisão bibliográfica encontramos as primeiras referências ao tema da RSE na década de cinquenta, apresentadas por Howard Bowen, (1957) que define responsabilidade social como: “(...) as obrigações dos homens de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação, que sejam compatíveis com os fins e valores de nossa sociedade”. No entanto, Bowen não clarifica quais são os “fins e valores da nossa sociedade” nem quais são “as linhas de ação”, logo sem se ter claro este ponto não é possível verificar se a empresa é ou não socialmente responsável. Nesse sentido, durante a década de sessenta surgem outros autores de modo a formalizar e clarificar o conceito de RSE. Segundo Carroll (1999, pp. 268 – 295) podemos destacar McGuire (1963), Davis e Blomstrom (1966) e Walton (1967).

Por exemplo Walton (*cit. in* Carroll, 1999), afirma que o conceito de responsabilidade social reconhece a intimidade da relação entre a empresa e a sociedade e salienta que tal relação deve ser lembrada pelos gestores de topo à medida que a empresa e os grupos que se relacionam com ela prosseguem os respectivos objectivos.

Já na década de setenta Carroll, (1979, pp.497-505) defende que a responsabilidade social de qualquer negócio envolve as expectativas económicas, legais, éticas e filantrópicas que a sociedade tem em determinado período de tempo. A verdadeira responsabilidade social por parte da empresa implica ir ao encontro de todos os níveis consecutivamente, ou seja, espera-se que a empresa produza bens e serviços e que os venda com lucro (componente económica), que respeite a lei (componente legal), que tenha comportamentos éticos e respeite as normas (componente ética) e que de forma voluntária desempenhe papéis em benefício da sociedade (componente filantrópica).

A RSE nem sempre foi bem aceite junto da comunidade empresarial (Montana e Charnov, 1998), exemplo marcante foi o economista Milton Friedman que em 1970 publicou na *New York Times Magazine* um artigo onde defendia que o único propósito das empresas deveria ser aumentar os seus lucros e onde defendia também que os problemas e temas sociais eram da responsabilidade dos governos de cada país e não das empresas. Para Friedman as empresas eram socialmente responsáveis ao serem lucrativas já que desta forma possibilitavam a criação de empregos, o pagamento de salários justos, que permitiam uma melhor qualidade de vida aos seus trabalhadores, o pagamento de impostos em dia e assim contribuíam para o bem-estar público, mas a verdade é que a responsabilidade social empresarial vai muito mais além das ideias defendidas por Friedman.

Actualmente uma empresa de sucesso tem que ser socialmente responsável. Embora qualquer empresa tenha como principal objectivo o lucro gerado da sua actividade, deve também ser consciente da sua responsabilidade perante o ambiente e o meio que a rodeia, pois tal como defende Handy, (2002, pp. 65-82) o lucro deve ser gerado para que com ele se possa investir em acções de RSE de modo a melhorar aquilo que já existe.

Apresentamos aqui algumas definições do que hoje se entende por RSE e é nesse sentido que a maioria das organizações tem vindo a caminhar.

A Comissão das Comunidades Europeias, (2001) define Responsabilidade Social Empresarial como: "A integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas", assim é assumida como um compromisso por parte de uma organização em desenvolver um comportamento ético perante todos os seus *stakeholders*, ou seja todas as pessoas que de forma directa ou indirecta interagem com aquela organização, são, entre outros, funcionários, accionistas, comunidade, fornecedores, consumidores, instituições e governo.

Num artigo publicado pela *California Management Review*, que se intitula *Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumers Respond to Corporate Social Initiatives*, Bhattacharya e Sen, (2004, pp.9-24) reforçam a ideia anteriormente apresentada com o seguinte exemplo:

The Web sites of more than 80% of the *Fortune 500* companies address CSR issues, reflecting the pervasive belief among business leaders that in today's marketplace CSR is not only an ethical/ideological imperative, but also an economic one (...) not only is "doing good" "the right thing to do", but it also leads to "doing better" through its positive effects on key stakeholder groups.

Na mesma linha de orientação Michel et al., (2006) entendem a responsabilidade social empresarial como:

O comprometimento permanente dos empresários de adoptar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento económico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo ou minorando possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de actividade que exerce.

O Instituto Ethos, uma das principais instituições responsáveis pela difusão do conceito de responsabilidade social na sociedade brasileira defende que a empresa socialmente

responsável é aquela que possui capacidade para ouvir os interesses das diferentes partes, sendo elas: accionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente (Terra, 2004).

Para Melo e Froes (2001) a responsabilidade social empresarial consiste na decisão da empresa em “ (...) participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce.” Estas acções trazem sem dúvida um maior envolvimento para quem nelas colabora e participa. Por exemplo, a Harvard Business Review apresenta um artigo de Cone et al (2003, pp. 1-8) com o título *Causes and Effects* onde mostra que:

When cause branding has a volunteerism component, employees positive feelings about their company are further reinforced. According to a 2001 National Employee Benchmark Study on volunteerism and philanthropy by the research firm Walker Information, 62% of employees at companies with volunteer programs recommend their companies as places to work.

Também Smith (2003, pp.52-76) partilha da mesma opinião ao mostrar que “In the labor market, some employees express a preference for working for more socially responsible companies”.

As organizações não têm necessariamente que investir em termos monetários nas acções que levam a cabo. No mesmo artigo é referido o caso da Timberland que todos os anos disponibiliza a cada colaborador 40 horas por ano para trabalho voluntário.

É comum o termo RSE muitas vezes ser confundido e apresentado como filantropia, envolvimento (Kotler e Lee, 2005). Embora tenham o mesmo fim, estes dois termos diferem na medida em que a própria Responsabilidade Social vai muito mais além da filantropia pois exige um compromisso a longo prazo entre a organização e as partes beneficiadas, enquanto a filantropia pode verificar-se apenas uma única vez. Melo e Froes, (2001) diferenciam a filantropia da responsabilidade social da seguinte forma:

A filantropia é individualizada, pois a atitude e a ação são do empresário. A responsabilidade social é uma atitude coletiva e compreende ações de empregados,

diretores e gerentes, fornecedores, acionistas e até mesmo clientes e demais parceiros de uma empresa. É, portanto, uma soma de vontades individuais e refletem um consenso. A responsabilidade social é uma ação estratégica da empresa que busca retorno (...) A filantropia não busca retorno algum, apenas o conforto pessoal e moral de quem a pratica.

Falar de responsabilidade social sem remeter para o tema da sustentabilidade é praticamente impossível. O conceito de desenvolvimento sustentável surgiu pela primeira vez no Relatório de Brundtland, em 1987 que dá conta do seguinte aspecto:

Humanity has the ability to make development sustainable – to ensure that it meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

Esta definição transmite de forma clara, uma visão desenvolvimentista que reconhece que existe limite para o uso de recursos naturais, os quais precisam ser preservados.

Qualquer empresa deve ter em conta três factores essenciais ao nível da sustentabilidade, são eles: o ambiente (preocupações ambientais), a sociedade (preocupações sociais) e por último a economia ou rentabilidade (preocupações económicas). Estas três dimensões designadas por *Triple Bottom Line* estão interligadas para que se possa estabelecer um equilíbrio de responsabilidades. Este termo aparece muitas vezes também identificado como *triângulo da sustentabilidade*. (World Business Council for Sustainable Development WBCSD, 2009).

A dimensão ambiental diz respeito aos impactos da actividade empresarial no ambiente físico, ou seja minimizar e compensar os impactos negativos e maximizar os positivos, a dimensão social refere-se às implicações no sistema social onde a empresa opera, resolução de problemas sociais que podem ser internos ou externos à empresa, por último, na dimensão económica há implicações da actividade da empresa sobre todos os níveis do sistema económico, tais como fornecedores, clientes, bancos, parceiros, etc.

O crescimento económico, a coesão social e a protecção ambiental são factores indissociáveis, é necessário ter em conta que não há crescimento económico a longo prazo sem progresso social e sem cuidados ambientais. Todos estes três aspectos devem

ser tratados de igual até porque estão inter-relacionados. Da mesma forma que não há crescimento económico sem um equilíbrio social e ambiental, também a empresa não pode sustentar programas sociais e ambientais se não houver um equilíbrio económico na mesma.

Uma política de responsabilidade social pode ser aplicada na organização a um nível interno, externo ou nos dois níveis em simultâneo, o que acontece é que numa primeira fase, muitas empresas iniciam a sua política de responsabilidade social a nível interno e só mais tarde passam para a fase do nível externo.

No que diz respeito à aplicação de uma política de RSE a nível interno, as principais preocupações da empresa estão directamente relacionadas com os seus funcionários, ou seja, as empresas investem no bem-estar dos seus funcionários e na sua qualificação profissional e desenvolvem acções que podem ser, por exemplo, assistência médica, social, alimentar e de transporte, programas de financiamento de cursos externos com vista a uma maior qualificação profissional, criação de creches para os funcionários que tenham filhos, programas de acompanhamento pré-natal para funcionárias que estejam grávidas, entre outras acções que são levadas a cabo pela organização visando sempre uma boa qualidade de vida para quem lá trabalha.

A nível externo há uma grande preocupação por parte da empresa em apoiar determinadas acções que tenham como objectivo a protecção do meio ambiente, apoio a causas sociais e apoio a projectos levados a cabo por Organizações Não Governamentais (ONG's).

Este aspecto das dimensões da RSE será apresentado mais detalhadamente no ponto referente ao Livro Verde da Comissão das Comunidades Europeias.

Há tendência para considerar que a responsabilidade social empresarial é vista como um custo extra para a organização, mas esta é uma ideia errada até porque este é um bom caminho para o sucesso a longo prazo e dá maior credibilidade à empresa. Também há quem considere que esta ideia da organização ser eticamente responsável só se aplica a

grandes empresas ou multinacionais mas na realidade, qualquer empresa pode ter uma política de responsabilidade social. O que acontece é que as grandes organizações estão mais expostas perante a opinião pública, são mais observadas e consequentemente, sentem necessidade de prestar contas acerca das suas práticas.

Smith (2003, pp. 52-76) apresenta uma afirmação de Anna Diamantopoulou, Comissária para o Emprego e Assuntos Sociais onde destaca:

Many businesses have already recognized that CSR can be profitable and CSR schemes have mushroomed. However, the EU can add value in at least two key ways: by helping stakeholders to make CSR more transparent and more credible, and by showing that CSR is not just for multinationals – it can benefit smaller businesses too.

A aplicação desta política nas pequenas e médias empresas (PME) é de suma importância pois são estas as maiores contribuintes para a economia e o emprego em Portugal.

A certificação em responsabilidade social está a tornar-se cada vez mais uma realidade e é por isso, que muitas empresas o fazem pois estão inseridas numa cadeia de valor, onde como fornecedoras de outras empresas que estão certificadas, sentem necessidade de também o fazerem. Cada vez mais os clientes estão melhor informados e exigem conhecer os comportamentos que a organização tem perante o meio que as envolve.

2. Valias organizacionais de investimento em Responsabilidade Social

Uma empresa que adopte uma política de responsabilidade social tem mais credibilidade do que uma empresa que não tenha um comportamento responsável e em consequência disso, verificam-se vantagens na adopção de uma estratégia de responsabilidade social empresarial. Contribui para melhorar a imagem da empresa e a sua reputação no mercado, ajuda a prevenir riscos que possam surgir no decorrer das suas actividades, que podem causar marcas profundas na imagem e sobrevivência de determinada organização, há uma redução dos custos decorrentes das suas actividades, como é o caso da diminuição do consumo de recursos naturais e a gestão de resíduos

produzidos, permite um maior índice de inovação através do aproveitamento de oportunidades e do estímulo da criatividade, tendo sempre presente que a inovação traz valor acrescentado o que pode dar origem a uma maior fidelização de clientes, posiciona a empresa de uma forma positiva e dá atenção às necessidades dos novos consumidores, permite a diferenciação perante os principais concorrentes e também dá origem a que a empresa seja menos vezes alvo de fiscalizações.

Para Melo e Froes (2001) a RSE pode apresentar vantagens como: o fortalecimento da marca e imagem da organização; a diferenciação perante aos concorrentes; a geração de mídia espontânea; a fidelização de clientes; a segurança patrimonial e dos funcionários; a atracção e retenção de talentos profissionais; a protecção contra acção negativa de funcionários; a menor ocorrência de controlos e auditorias de órgãos externos; a atracção de investidores e deduções fiscais.

É importante a empresa ter presente que ao defender determinadas causas sociais ou mostrar preocupação relativamente às questões ambientais, ou seja praticar comportamentos responsáveis, automaticamente irá transmitir “cá para fora” uma boa imagem.

As empresas socialmente responsáveis tem a capacidade de oferecer, aos consumidores e também à sociedade, bens e serviços que acumulam um valor real sem causar danos para as pessoas e o meio ambiente, por este motivo, os consumidores sentem-se cidadãos socialmente mais responsáveis ao adquirirem produtos que agreguem atributos sociais e ambientais.

A forte competitividade a que hoje assistimos entre empresas bem como o aparecimento de um público externo cada vez mais exigente faz com que as diversas organizações queiram mostrar uma boa imagem institucional. Para tal, é necessário que estas assumam um papel activo no que diz respeito ao cumprimento das suas responsabilidades para com a sociedade e o ambiente.

Segundo Lindon et al. (2004, p.355), a imagem de uma empresa é o resultado de múltiplas acções de comunicação e desempenha um papel fundamental na prossecução dos seus objectivos comerciais. Qualquer empresa é vista e classificada pelo seu público de forma favorável ou desfavorável. Uma boa imagem é vital para o sucesso da empresa bem como para assegurar a sua longevidade e como tal deve transmitir confiança.

Todo este forte empenho em criar uma boa imagem para a organização é reconhecido posteriormente através da opinião pública e também dos meios de comunicação social. “Hoje em dia, uma empresa que não implemente os princípios de RSE, dificilmente conseguirá estar na linha da frente, seja em termos de rentabilidade financeira, seja em termos de imagem institucional”, esta citação retirada do Anuário de Sustentabilidade (2005, p.26), cujo título é *A Era da Responsabilidade Social Empresarial* retrata bastante bem a importância que esta temática tem vindo a adquirir na actualidade.

Um estudo realizado no Brasil, pelo Jornal Valor Económico e o Instituto Ethos procurou analisar de que forma a questão da Responsabilidade Social Empresarial era vista na perspectiva do consumidor, qual o grau de importância que lhe era atribuído. A pesquisa teve uma amostra de 1002 consumidores entrevistados, no ano de 2000, em nove regiões metropolitanas (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Belém, Porto Alegre, Curitiba, Recife, Fortaleza e Salvador).

Quanto aos resultados da pesquisa pode concluir-se que:

- 85% dos consumidores brasileiros consideram que as empresas devem tratar todos os funcionários e candidatos a emprego de forma justa, independente de sexo, raça, religião ou preferência sexual;
- 74% consideram que as empresas devem garantir que seus produtos e operações não sejam prejudiciais ao meio ambiente;
- 70% consideram que as empresas devem garantir que não tomam parte de suborno e corrupção;
- 46% consideram que as empresas devem ajudar a resolver problemas sociais, como criminalidade, pobreza e baixa educação;

- 53% dos consumidores afirmaram que deixariam de adquirir algum produto ou contratar os serviços de uma empresa que utilizasse mão-de-obra infantil;
- 51% avaliam uma empresa de acordo com o tratamento que ela dá aos funcionários e a ética nos negócios;
- 35% pensou ou efectivamente deixou de comprar um produto ou criticou uma empresa que considerasse não ser socialmente responsável em 1999.

(Fabião, 2003)

Através dos dados obtidos neste estudo levado a cabo no Brasil é possível verificar que existe actualmente uma maior preocupação por parte dos consumidores em matéria de responsabilidade social.

Para ser bem sucedida, qualquer iniciativa de Responsabilidade Social Empresarial deverá ser divulgada junto dos públicos que pretende atingir e como tal, estas iniciativas deverão constar no plano de comunicação da empresa com identificação clara dos destinatários, de qual a mensagem e quais os canais e ferramentas a utilizar para passar essa mesma mensagem. Desta forma pretende-se maximizar a eficácia da comunicação (Kotler e Lee, 2005).

Para comunicar, as empresas tem ao seu dispor um conjunto de ferramentas que vão desde a publicidade até ao marketing directo, passando pelas promoções e *merchandising*, pelas relações públicas e pela comunicação através da força de vendas (Kotler, 2000). Lindon (2004) acrescenta a esta lista o patrocínio e o mecenato.

O conhecimento por parte dos *stakeholders* da existência de uma política de RSE poderá beneficiar a empresa não só reduzindo o risco de imagem negativa em relação aos seus produtos, marcas ou até à própria empresa como também potenciando o aparecimento de mensagens positivas relativamente à organização (Miles e Munilla, 2004, pp. 1-11).

Capítulo II – Directrizes para a Responsabilidade Social

O Livro Verde da Comissão das Comunidades Europeias, as Directrizes da *Global Reporting Initiative* e o Guia Prático Grace constituem três dos mais importantes e utilizados documentos de apoio à aplicação de práticas de responsabilidade social empresarial nas actividades produtivas das organizações.

Passamos agora a analisar individualmente cada um desses documentos de forma a interpretar aquilo que contemplam acerca desta temática.

1. Livro Verde

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) assume actualmente uma grande importância e tem sido amplamente debatida e estudada, tanto em Portugal como ao nível da União Europeia, resultado disso é o Livro Verde – Promover um quadro para a Responsabilidade Social das Empresas publicado pela Comissão das Comunidades Europeias onde se mostra que a longo prazo o crescimento económico, a coesão social e a protecção ambiental são indissociáveis.

O Livro refere também as duas dimensões da responsabilidade social, anteriormente apresentadas e que são elas a interna e externa.

1.1. Dimensão Interna

A dimensão interna implica investimento ao nível dos colaboradores, capital humano, saúde, segurança e na gestão da mudança.

1.1.1. Gestão dos Recursos Humanos

Ao nível de Recursos Humanos (RH), as maiores preocupações das empresas residem na forte necessidade de atrair colaboradores qualificados, possibilitando a aprendizagem

ao longo da vida, uma melhor informação dentro da empresa, um melhor equilíbrio entre a vida profissional e familiar, diversidade de recursos humanos e também na defesa da igualdade em termos de salários e género.

O principal objectivo no que se refere à Gestão dos RH prende-se essencialmente com a redução do desemprego, aumento da taxa de empregabilidade e luta contra a exclusão social.

1.1.2. Saúde e Segurança no Trabalho

A saúde e segurança no trabalho adquirem actualmente uma extrema importância na medida em que se verificam cada vez mais exigências em termos de quantificação, documentação e comunicação do desempenho da empresa referente a este ponto. Neste sentido pode servir como elemento de diferenciação perante a concorrência.

A certificação e a rotulagem funcionam como um elemento de marketing para a promoção de produtos e serviços.

1.1.3. Adaptação à mudança

Face às mudanças da economia mundial as empresas necessitam de pôr em prática acções de reestruturação de modo a acompanhar essas mesmas mudanças.

“Poucas empresas escapam ao imperativo de reestruturação, muitas vezes através de reduções de efectivos, e, em 2000, as fusões e aquisições atingiram proporções sem precedentes.” (Livro Verde, 2001, p.10)

Perante tal cenário os trabalhadores adoptam uma postura de preocupação que os leva a temer a perda dos seus postos de trabalho. Para minimizar os danos provocados por esta situação é necessário que haja uma abertura em termos de comunicação entre as partes interessadas, ou seja, é necessária a participação de todos os elementos para que assim

se torne possível o processo de reestruturação, de uma forma cuidadosamente adequada, identificando os possíveis riscos directos e indirectos “ (...) a par de estratégias e políticas alternativas e da ponderação de todas as formas que permitam reduzir a necessidade de despedimentos.” (Comissão das Comunidades Europeias, 2001)

Os Direitos dos Trabalhadores deverão ser sempre salvaguardados, como refere a Comissão das Comunidades Europeias (2001):

(...) permitindo-lhes receber, sempre que necessário, formação profissional suplementar; modernizar os instrumentos e processos de produção, de modo a captar investimentos públicos e privados; e definir procedimentos para a informação, o diálogo, a cooperação e o estabelecimento de parcerias”.

1.2. Dimensão Externa

A dimensão externa tal como é designada ultrapassa a própria esfera da empresa e estende-se à comunidade local, aos parceiros comerciais, fornecedores, clientes, accionistas, autoridades públicas e organizações não governamentais (ONG's).

1.2.1. Comunidades locais

Estabelecer relações positivas com a comunidade local onde estão fixadas é de grande importância para as empresas na medida em que reforça a sua imagem perante o meio envolvente.

As empresas dependem em grande parte da estabilidade social, política e económica das comunidades onde se inserem. Contudo para as comunidades também se torna um factor benéfico pois as empresas dão um contributo para a vida das comunidades locais em termos de emprego, remunerações, benefícios e impostos.

Muitas empresas empenham-se em causas locais, nomeadamente pela oferta de espaços adicionais de formação, o apoio de acções de promoção ambiental, o recrutamento de pessoas vítimas de exclusão social, a disponibilização de estruturas de cuidados à

infância para os filhos dos trabalhadores, parcerias com comunidades, o patrocínio de eventos culturais e desportivos a nível local ou donativos para acções de caridade (Comissão das Comunidades Europeias, 2001).

1.2.2. Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores

Ao trabalharem com outros parceiros comerciais, as empresas conseguem reduzir a complexidade e os custos decorrentes das suas operações e têm a possibilidade de aumentar a qualidade. Deste modo, as empresas devem pressionar os seus parceiros e também fornecedores de forma que estes adoptem comportamentos socialmente responsáveis.

Os efeitos das actividades de responsabilidade social não se circunscrevem à empresa - afectam também os seus parceiros económicos, nomeadamente no caso de grandes empresas que tenham exteriorizado uma parte da sua produção ou dos seus serviços e cuja responsabilidade social aumenta em relação a esses fornecedores e respectivo pessoal; por outro lado, importa considerar que, não raro, a saúde económica desses fornecedores depende, essencial ou inteiramente, de uma grande empresa (Livro Verde, 2001).

As empresas socialmente responsáveis que constroem relações duradouras com os seus clientes e que se esforçam em compreender as suas expectativas e necessidades correspondendo-lhes com superior qualidade, segurança, fiabilidade e melhor serviço, têm maior possibilidade de obter lucros mais elevados.

1.2.3. Direitos Humanos

Os direitos humanos são uma questão muito complexa que coloca dilemas políticos, jurídicos e morais. As empresas deparam-se com situações problemáticas, nomeadamente a distinção entre as áreas que são da sua responsabilidade e as áreas que são da responsabilidade dos governos, como controlar a observância de valores fundamentais por parte dos seus parceiros, a abordagem e o funcionamento em países onde se verificam violações generalizadas dos direitos humanos. (Livro Verde, 2001).

As empresas têm vindo a adoptar com maior frequência códigos de conduta que abrangem as condições de trabalho, os direitos humanos e aspectos referentes a fornecedores e empresas subcontratadas.

Os códigos de conduta podem, por exemplo, confrontar os subcontratantes que empregam trabalhadores para diversas empresas multinacionais com o imperativo de observar uma diversidade de critérios em relação a remunerações, número de horas de trabalho e outras condições sociais. (Livro Verde, 2001)

Os códigos de conduta devem portanto ser aplicados a todos os níveis da organização e da cadeia de produção.

1.2.4. Gestão dos Recursos Naturais

Devido ao efeito transfronteiriço de muitos problemas ambientais relacionados com a sua actividade e a exploração de recursos mundiais, as empresas são também agentes no meio global. (Livro Verde, 2001)

Reduzir a exploração de recursos, as emissões poluentes e também produzir menos resíduos pode atenuar o impacto ambiental. Nesse sentido, as empresas começam a assumir uma melhor postura nesta matéria, exemplo disso é a iniciativa “Global Compact”, lançada pelo Secretário-Geral da ONU que tem como objectivo “associar as empresas como parceiros para atingir melhorias globais a nível social e ambiental.” (Livro Verde, 2001)

A preocupação ambiental poderá ser vantajosa para as empresas, na medida em que possibilita uma redução nas despesas energéticas e de eliminação de resíduos, bem como dos recursos de matéria-prima e despoluição.

Uma exploração menos intensiva dos recursos naturais pode levar a um aumento nos lucros e a uma maior competitividade.

2. Global Reporting Initiative (GRI)

A *Global Reporting Initiative* (GRI) fundada em 1997 é uma instituição global independente, reconhecida pelas Nações Unidas que desenvolveu uma estrutura mundialmente aceite, designada por directrizes GRI, para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, podendo ser usada por organizações de todos os tamanhos e sectores.

As directrizes GRI permitem a elaboração de relatórios de sustentabilidade comparáveis entre si, contemplando o desempenho ambiental, social e económico e o seu uso é voluntário, podendo as empresas optar por não obedecer aos seus critérios.

Estas directrizes auxiliam as empresas na apresentação dos seus resultados em termos de desempenho económico, ambiental e social.

2.1. O que é o Relatório de Sustentabilidade

Elaborar um relatório de sustentabilidade permite medir, divulgar e prestar contas aos *stakeholders*, tanto internos como externos, em matéria de sustentabilidade acerca do desempenho organizacional. É apresentar e descrever os impactos económicos, ambientais e sociais decorrentes da sua actividade, sendo eles positivos ou negativos.

Um relatório de sustentabilidade elaborado de acordo com as directrizes estipuladas na GRI permite divulgar os resultados obtidos dentro do período relatado, que normalmente é de um ano, no contexto dos compromissos, da estratégia e da forma de gestão da organização. Pode ser usado como:

- Padrão de referência e avaliação de desempenho de sustentabilidade no que se refere a leis, normas, códigos, padrões de desempenho e iniciativas voluntárias;
- Demonstração de como a organização influencia e é influenciada por expectativas de desenvolvimento sustentável;
- Comparação do desempenho dentro da organização e entre organizações diferentes ao longo do tempo. (GRI, 2006)

2.2. Conteúdo do relatório

Conforme citado pela GRI um relatório de sustentabilidade deve conter três partes distintas, são elas:

- **Perfil** – contém informações referentes ao contexto organizacional tais como estratégia, perfil e o modo como é governada;
- **Forma de gestão** – modo como a organização trata determinados temas para fornecer o contexto para a compreensão do seu desempenho numa área mais específica;
- **Indicadores de desempenho** – informações sobre o desempenho económico, ambiental e social que podem ser comparadas.

2.2.1. Perfil

Ao nível da **estratégia** deverá constar uma mensagem, transmitida pelo detentor do cargo com maior poder de decisão dentro da organização, acerca da importância da sustentabilidade para a organização, deverá também constar uma descrição acerca dos principais impactos causados pela organização sobre a sustentabilidade e os desafios e oportunidades a eles associados.

No que diz respeito ao **perfil organizacional** deverá constar o nome da organização, principais marcas, produtos e/ou serviços, estrutura operacional, localização da sede, identificação dos países em que opera, tipo e natureza jurídica da propriedade, mercados abrangidos, número de empregados, vendas líquidas, capitalização total discriminada em termos de dívida e património líquido, quantidade de produtos e/ou serviços oferecidos, mudanças em termos de estrutura ou participação accionista, abertura ou fecho de unidades operacionais, mudanças na estrutura do capital social e por fim prémios recebidos durante o período coberto pelo relatório.

Em termos de **perfil do relatório** deverá ser mencionado o período coberto pelo mesmo, a data do último relatório publicado (caso exista), periodicidade (semestral, anual, bianual, etc.), disponibilização de contactos para o caso de existirem dúvidas, propósito e limite do relatório.

O **sumário de conteúdos da GRI** normalmente aparece no fim do relatório sobre forma de tabela que identifica a localização das informações no relatório.

Por último a **verificação externa** que tal como o nome indica deverá ser realizada por grupos ou indivíduos externos à organização, que sejam competentes e obedeçam a normas profissionais, de modo a retirar as devidas conclusões acerca da qualidade do relatório e das informações nele contidas.

2.2.2. Forma de gestão e indicadores de desempenho

Esta secção deverá fazer referência aos indicadores de desempenho em termos de sustentabilidade e como tal está organizada nas categorias económica, ambiental e social, sendo esta última subdividida em práticas trabalhistas e trabalho decente, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto. Todas estas categorias incluem informações sobre a forma de gestão que podem ser essenciais ou adicionais. Os indicadores essenciais são geralmente aplicáveis e considerados relevantes para a maioria das organizações, ao passo que os indicadores adicionais podem ser relevantes para algumas organizações e não para outras, dependendo do sector de actividade no qual estão inseridas.

Os indicadores de **desempenho económico** dizem respeito aos impactos da organização sobre as condições económicas dos seus *stakeholders* e sobre os sistemas económicos a nível local, nacional e global. Este desempenho é bastante importante pois ajuda a compreender a organização e a sua sustentabilidade.

Desempenho Económico	Indicadores Essenciais
	<ul style="list-style-type: none"> - Valor económico directo gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos. - Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as actividades da organização devido a mudanças climáticas. - Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece. - Ajuda financeira significativa recebida do governo.
	Indicadores Essenciais
	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes. - Procedimentos para contratação local e proporção de membros de alta gerência recrutados na comunidade local em unidades operacionais importantes.
Presença no Mercado	Indicadores Adicionais
	<ul style="list-style-type: none"> - Variação entre o salário mais baixo e o salário mínimo local em unidades operacionais importantes.
Impactos Económicos Indirectos	Indicadores Essenciais
	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento e impacto de investimentos em infra-estrutura e serviços oferecidos, principalmente para benefício público, por meio de envolvimento comercial, em espécie ou actividades <i>pro bono</i>
	Indicadores Adicionais
	<ul style="list-style-type: none"> - Identificação e descrição de impactos económicos indirectos significativos, incluindo a extensão dos impactos

Tabela 1. Indicadores de Desempenho Económico

Adaptada de: GRI, 2006

Quanto aos indicadores de **desempenho ambiental**, estes devem referir os impactos da organização sobre ecossistemas, terra, ar e água. Nesse sentido as organizações devem reportar acerca dos materiais utilizados, consumo de água e energia, emissões de gases que aceleram o efeito de estufa, produção de resíduos, gastos com o meio ambiente e os impactos que os seus produtos e/ou serviços provocam.

Materiais	Indicadores Essenciais
	<ul style="list-style-type: none"> - Materiais usados por peso ou volume. - Percentagem dos materiais usados provenientes de reciclagem.
Energia	Indicadores Essenciais
	<ul style="list-style-type: none"> - Consumo de energia directa discriminado por fonte de energia primária. - Consumo de energia indirecta discriminado por fonte primária.
	Indicadores Adicionais:
	<ul style="list-style-type: none"> - Poupança de energia devido a melhorias em conservação e eficiência. - Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia, ou que usem energia gerada por recursos renováveis, e a redução na necessidade de energia resultante dessas iniciativas. - Iniciativas para reduzir o consumo de energia indirecta e as reduções obtidas.
Água	Indicador Essencial
	<ul style="list-style-type: none"> - Consumo total de água por fonte
	Indicadores Adicionais
	<ul style="list-style-type: none"> - Fontes hídricas significativamente afectadas pelo consumo de água. - Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada.
Biodiversidade	Indicadores Essenciais
	<ul style="list-style-type: none"> - Localização e tamanho da área possuída, arrendada ou administrada dentro de áreas protegidas, ou adjacente a elas, e áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas. - Descrição de impactos significativos na biodiversidade de actividades, produtos e serviços em áreas protegidas e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.
	Indicadores Adicionais
	<ul style="list-style-type: none"> - Habitats protegidos ou recuperados. - Estratégias, medidas em vigor e planos futuros para a gestão de impactos na biodiversidade.

	<ul style="list-style-type: none"> - Número de espécies na Lista Vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afectadas por operações, discriminadas pelo nível de risco de extinção.
	Indicadores Essenciais
Emissões, Efluentes e Resíduos	<ul style="list-style-type: none"> - Total de emissões directas e indirectas de gases de efeito estufa, por peso. - Outras emissões indirectas significativas de gases de efeito estufa, por peso. - Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso. - NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso. - Descarga total de água, por qualidade e destino. - Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição. - Número e volume total de descargas significativas.
	Indicadores Adicionais
	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas. - Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da Convenção da Basileia13 – Anexos I, II, III e VIII, e percentagem de resíduos transportados internacionalmente. - Identificação, tamanho, <i>status</i> de protecção e índice de biodiversidade de corpos d'água e habitats relacionados significativamente afectados pelas descargas de água e drenagem realizados pela organização relatora.
	Indicadores Essenciais
Produtos e Serviços	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos. - Percentagem de produtos e embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto.
	Indicadores Essenciais
Conformidade	<ul style="list-style-type: none"> - Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais.
	Indicador Adicional
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte de trabalhadores.
	Indicador Adicional
Geral	<ul style="list-style-type: none"> - Total de investimentos e gastos em protecção ambiental, por tipo.

Tabela 2. Indicadores de Desempenho Ambiental

Adaptada de: GRI, 2006

Por último os indicadores de **desempenho social** dividem-se em:

- Práticas trabalhistas - onde deverão constar aspectos referentes ao tipo de emprego, relações entre os trabalhadores e as chefias, saúde e segurança no trabalho, horas e tipo de formação e igualdade de oportunidades;

	Indicadores Essenciais
Emprego	<ul style="list-style-type: none"> - Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região. - Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, género e região.
	Indicador Adicional
	<ul style="list-style-type: none"> - Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações.
	Indicadores Essenciais
Relações entre trabalhadores e gestão	<ul style="list-style-type: none"> - Percentagem de funcionários abrangidos por acordos de negociação colectiva. - Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação colectiva.
	Indicadores Essenciais
	<ul style="list-style-type: none"> - Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região.

Saúde e Segurança no Trabalho	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controlo de risco em curso, para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade afectados por doenças graves.
	<p style="text-align: center;">Indicadores Adicionais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percentagem dos empregados representados em comités formais de segurança e saúde compostos por gestores e por trabalhadores, que ajudam na monitorização e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional. - Temas relativos a segurança e saúde abrangidos por acordos formais com sindicatos.
Formação e Educação	<p style="text-align: center;">Indicador Essencial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Média de horas de formação, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.
	<p style="text-align: center;">Indicadores Adicionais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para gerir o fim da carreira. - Percentagem de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira.
Diversidade e Igualdade	<p style="text-align: center;">Indicadores Essenciais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Composição dos grupos responsáveis pela gestão corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com género, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade. - Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional.

Tabela 3. Indicadores de Desempenho referentes a práticas trabalhistas e trabalho decente

Adaptada de: GRI, 2006

- Direitos Humanos – aspectos relacionados com formação em direitos humanos, não discriminação, liberdade de associação, abolição do trabalho infantil, forçado e escravo;

Práticas de Investimento e de Processos de Compra Essencial	<p style="text-align: center;">Indicadores Essenciais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percentagem e número total de contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos. - Percentagem de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.
	<p style="text-align: center;">Indicadores Adicional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Total de horas de formação para empregados em políticas e procedimentos relativos a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo a percentagem de empregados que recebeu formação.
Não Discriminação	<p style="text-align: center;">Indicadores Essenciais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas.
Liberdade de Associação e Negociação Colectiva	<p style="text-align: center;">Indicadores Essencial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação colectiva pode estar impedido e as medidas tomadas para apoiar esse direito.
Trabalho Infantil	<p style="text-align: center;">Indicadores Essencial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casos em que exista risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para a sua abolição.
Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	<p style="text-align: center;">Indicadores Essencial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para a sua eliminação.
Práticas de Segurança	<p style="text-align: center;">Indicadores Adicional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percentagem do pessoal de segurança submetido a formações sobre políticas ou procedimentos da organização relativos a aspectos de direitos humanos que sejam relevantes às operações.

Direitos Indígenas	Indicador Adicional
	- Número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas.

Tabela 4. Indicadores de Desempenho referentes a direitos humanos

Adaptada de: GRI, 2006

- Sociedade – deverão ser reportados os impactos que a organização gera nas comunidades em que opera;

	Indicador Essencial
Comunidade	- Natureza, âmbito e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída.
	Indicadores Essenciais
Corrupção	- Percentagem e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção. - Percentagem de empregados que tenham efectuado formação nas políticas e procedimentos anti-corrupção da organização. - Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.
	Indicadores Essencial
Políticas Públicas	- Participação na elaboração de políticas públicas e <i>lobbies</i> .
	Indicador Adicional
	- Valor total de contribuições financeiras e em espécie para partidos políticos, políticos ou instituições relacionadas, discriminadas por país.
Concorrência Desleal	Indicador Adicional
	- Número total de acções judiciais por concorrência desleal, práticas de <i>antitrust</i> e monopólio e seus resultados.
	Indicadores Essencial
Conformidade	- Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos.

Tabela 5. Indicadores de Desempenho referentes à sociedade

Adaptada de: GRI, 2006

- Responsabilidade pelo produto – deverão ser relatadas as formas de gestão no que diz respeito à saúde e segurança dos clientes, rotulagem de produtos e serviços, comunicações de marketing e aspectos relacionados com a privacidade do cliente.

	Indicador Essencial
Saúde e Segurança do Cliente	- Fases do ciclo de vida de produtos e serviços em que os impactos na saúde e segurança são avaliados visando melhoria, e a percentagem de produtos e serviços sujeitos a esses procedimentos.
	Indicador Adicional
	- Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante o ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado.
	Indicador Essencial
Rotulagem de Produtos e Serviços	- Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem, e a percentagem de produtos e serviços sujeitos a tais exigências.
	Indicadores Adicionais
	- Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados a informações e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado. - Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam essa satisfação.
	Indicador Essencial

Comunicações de Marketing Essencial	- Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados com comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.
	Indicador Adicional
Conformidade	- Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado.
	Indicador Adicional
Compliance	- Número total de reclamações registadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes.
	Indicadores Essencial
	- Valor monetário de multas (significativas) por não-conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços.

Tabela 6. Indicadores de Desempenho referentes à responsabilidade pelo produto

Adaptada de: GRI, 2006

2.3. Princípios para a definição do conteúdo do relatório

A elaboração de relatórios de sustentabilidade, de acordo com as Diretrizes GRI, pressupõe a inserção de aspectos ou princípios referentes à definição do conteúdo do relatório, ao controlo da qualidade das informações relatadas e à definição do limite do documento. Esses princípios são: **Relevância** – na medida em que as informações presentes nos relatórios devem focar questões e indicadores que reflectam os impactes económicos, ambientais e sociais mais relevantes da organização; **Inclusão de stakeholders** - a organização deve identificar as suas partes interessadas e explicar, no próprio documento, em que medida correspondeu às expectativas e questões levantadas pelas mesmas, só assim é que se torna possível melhorar a qualidade dos relatórios; **Contexto da sustentabilidade** - o relatório deve apresentar as informações sobre o desempenho de uma forma contextualiza. Divulgar apenas as condições de desempenho a nível individual (ou a eficiência da organização) não é suficiente. Os relatórios deverão, portanto, procurar formas de comunicar o desempenho, em relação à sustentabilidade num sentido mais lato; **Abrangência** – a resposta aos indicadores relevantes e materiais, assim como a definição do limite do relatório, deverão ser suficientes para permitir que as partes interessadas avaliem o desempenho económico, ambiental e social da organização no período abrangido pelo relatório.

2.4. Princípios para assegurar a qualidade do relatório

A realização de relatórios de sustentabilidade, mediante as Diretrizes GRI, pressupõe a aplicação de determinados princípios de modo a assegurar a qualidade da informação

relatada. Esses princípios baseiam-se no **equilíbrio** na medida em que o relatório deve conter não só os aspectos positivos mas também os aspectos negativos, só assim se torna possível fazer uma avaliação equilibrada do desempenho geral da organização. Outro princípio refere-se à **comparabilidade**, ou seja, as informações que estão a ser relatadas devem apresentar-se de uma forma clara e organizada de modo a que as partes interessadas possam analisar as mudanças verificadas ao longo do tempo, bem como comparar os dados entre organizações. As informações relatadas devem também apresentar um elevado grau de **precisão** e detalhe, assim é possível transmitir confiança às partes interessadas.

O relatório deverá apresentar **clareza** em termos de relato. As informações nele contidas deverão ser perceptíveis a todos. Detalhes excessivos são desnecessários pois os utilizadores deverão conseguir encontrar a informação de que necessitam rapidamente e sem grande esforço, como tal sugere-se o uso de gráficos, tabelas, imagens, entre outros. Termos técnicos ou siglas pouco conhecidas deverão ser explicados num glossário.

A **periodicidade** é também um princípio que assegura a qualidade do relatório pois as informações só têm interesse se forem divulgadas dentro do período de tempo a que o relatório de refere.

Por último a GRI destaca a **fidedignidade**, princípio sobre o qual todo o relatório se deve reger, na medida em que as informações nele contidas possam apresentar um elevado grau de credibilidade e segurança.

Estes são os princípios sobre os quais as organizações se devem guiar no que diz respeito à elaboração de relatórios de sustentabilidade. Devem ser interpretados como objectivos a atingir, algo que não se regista a curto prazo.

3. Guia Prático Grace

O Grupo Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (Grace) é uma organização sem fins lucrativos, criada em Fevereiro de 2000 que tem como objectivo promover a RSE

junto das empresas portuguesas.

A Grace lançou um guia para orientar na criação de projectos de RSE intitulado *Primeiros Passos* que teve por base o “Manual de Primeiros Passos de Responsabilidade Social Empresarial” publicado pelo Instituto Ethos no Brasil.

Este guia pretende ser uma ferramenta para as empresas que procuram formas de integrar a responsabilidade social na cultura das suas actividades.

Neste guia, encontrará uma extensa linha de programas, políticas e ideias sobre o processo de formação de uma empresa estruturada e respeitada pelos seus valores sociais, além de demonstrar acções que têm por objectivo criar e proporcionar um ambiente de trabalho produtivo e participativo. (Grace, 2004)

Passamos agora a indicar os vários pontos em que o guia Grace está estruturado e os aspectos que devem ser tratados em cada um deles.

3.1. Como iniciar

Neste ponto devem ser contemplados aspectos relacionados com os valores, a missão, a visão e o código de conduta da organização. Esta deve estabelecer claramente estes propósitos de modo a que haja um bom relacionamento entre a empresa e os seus diferentes públicos. Periodicamente deverá existir uma revisão destes aspectos.

É necessário definir também um código de ética, partilhado e cumprido por todos, que ajude a reger a actuação dos colaboradores na empresa.

A Grace recomenda que se avalie com alguma regularidade o desempenho da empresa no âmbito da responsabilidade social, comentários de pessoas internas ou externas à organização podem ajudar nesta avaliação. Por fim recomenda-se que o resultado da avaliação seja divulgado primeiramente a grupos seleccionados e depois que seja tornado público.

O envolvimento de todos os colaboradores para que se sintam integrados no processo de implementação do relatório é de extrema importância.

3.2. Público interno

Ao nível do público interno, a Grace recomenda que seja distribuído um guia do colaborador de forma a dar a conhecer os valores e a cultura da empresa bem como os direitos e deveres de cada um.

Encorajar os trabalhadores para que transmitam novas ideias e comentários é também muito importante, pois é uma forma de eles se expressarem abertamente. Estes assuntos devem ser tratados com a máxima seriedade possível, de modo a transmitir confiança.

No que se refere ao respeito pelo indivíduo é importante promover a diversidade e igualdade de oportunidades. Como tal deve-se evitar fazer discriminações baseadas na raça, sexo, idade, classe social, origens, nacionalidade, religião, orientação política, estado civil, orientação sexual, condições de saúde e presença de algum tipo de deficiência.

O assédio sexual e a coação psicológica deverão também ser aspectos tratados com especial cuidado pela organização, como tal é importante que estes temas sejam bem esclarecidos e que sejam identificados os comportamentos que as potenciais vítimas devem ter, de forma a denunciá-los.

O respeito pelo colaborador é o expoente máximo neste ponto daí que sejam aconselhadas determinadas acções nesse sentido, tais como: promover o desenvolvimento de carreiras, formação contínua, programas de aconselhamento e também o incentivo ao trabalho voluntário em projectos comunitários.

Encorajar a iniciativa individual para que os colaboradores atinjam objectivos ambiciosos e posterior reconhecimento e recompensa, deverão ser também aspectos que

a organização não pode menosprezar. De igual modo a redução de quadros e demissões deverão ser evitados.

A saúde, segurança e bem-estar de todos os colaboradores devem ser objecto de especial atenção por parte das empresas.

3.3. Ambiente

A nível ambiental são propostas políticas e operações que as empresas devem adoptar de forma a obter um melhor desempenho para com o meio ambiente. Nesse sentido é feito um apelo à minimização de resíduos, prevenção da poluição e uso eficaz de água e energia.

3.4. Sociedade

O guia prático Grace sugere que as organizações criem um forte envolvimento com a comunidade local na qual estão inseridas, de modo a apoiar o desenvolvimento da mesma.

Acções de mecenato são também importantes ao nível da sociedade. Assim a doação de produtos ou serviços devem ser prática comum bem como acções de voluntariado. A organização deve disponibilizar informação e tempo para que os colaboradores possam dedicar ao trabalho voluntário.

O apoio à educação é também aconselhado neste guia, como tal é importante que as organizações ofereçam apoio às escolas locais, promovam visitas à empresa e criem parcerias entre universidades e instituições de formação profissional.

3.5. Mercado

Neste ponto a Grace sugere que sejam promovidas oportunidades de comunicação que apoiem causas sociais e ambientais de modo a dar maior visibilidade à organização e à

causa que está a ser apoiada.

Este ponto contempla também que o uso de publicidade enganosa e comparativa deve ser abolido, ou seja, é importante que se estabeleça uma definição clara daquilo que pode ou não ser contemplado na mensagem.

Ainda no que se refere ao mercado, o respeito pela privacidade dos clientes deve ser preservado e como tal os seus dados pessoais não deverão ser divulgados nem comercializados para outras organizações salvo permissão por partes dos mesmos, quando devidamente informados.

Por último a organização deve garantir a segurança e responsabilidade na utilização dos seus produtos, assim como proibir o uso de técnicas comerciais anti-éticas.

Optar por investir em produtos e serviços de entidades socialmente responsáveis em detrimento das que ainda não o sejam deverá ser um factor preferencial.

3.6. Fornecedores

Neste ponto são dadas indicações para a selecção de fornecedores. Qualquer organização deverá ter como principal critério de selecção de fornecedores o facto de estes praticarem políticas de responsabilidade social.

A organização deve comunicar aos seus fornecedores os padrões que adoptou em termos de responsabilidade social e conseqüentemente lhes vai exigir. Aconselha-se a realização de auditorias junto dos fornecedores de forma estruturada e periódica para assim poder controlar o cumprimento dos compromissos assumidos.

Estas são as principais linhas orientadoras estipuladas pela Grace para a elaboração de relatórios de responsabilidade social. Qualquer organização, independentemente do seu tamanho e da actividade que exerce, pode recorrer a elas no sentido de uma melhor

disposição da informação. A Grace tem também disponível uma *checklist* que ajuda em termos de avaliação dos aspectos reportados.

Capítulo III – RSE – A sua aplicação nas 100 maiores empresas portuguesas

1. Definição do Estudo e contextualização metodológica

O presente estudo baseia-se na análise, em termos de reporte, das práticas de responsabilidade social das 100 maiores empresas portuguesas classificadas no ano de 2007, de modo a perceber em que medida é que esta temática é tratada pelas organizações.

Tendo como universo de estudo as 100 maiores empresas, apenas nos centramos naquelas que apresentam e tornam público o seu Relatório de Responsabilidade Social ou Relatório de Sustentabilidade do ano 2007 obedecendo aos critérios estipulados pela GRI, que se baseiam em indicadores de desempenho ambiental, práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto.

Nesse sentido é feita uma análise exaustiva em termos de resposta dada pelas empresas aos vários tipos de indicadores de desempenho, para que deste modo possamos avaliar o panorama geral das empresas portuguesas em estudo.

Após esta análise as empresas estudadas são classificadas por sector de actividade para que daí se possa partir para a base do presente trabalho, ou seja compreender como é que a Responsabilidade Social Empresarial é praticada ao nível das maiores empresas portuguesas identificadas, o que nos leva ao objectivo genérico deste estudo que consiste em analisar a *performance* das 100 maiores empresas portuguesas em matéria de reporte das suas práticas de responsabilidade social que obedecem e se guiam pelos indicadores de desempenho presentes na GRI.

Em termos de objectivos específicos pretendemos analisar as dimensões que constituem a RSE, bem como a sua aplicação no universo das 100 maiores empresas portuguesas, interpretar os seus resultados e performances e por ultimo verificar qual a percentagem de resposta dada pelas empresas aos diferentes indicadores de desempenho que a GRI

estabelece e posteriormente a percentagem de resposta aos indicadores da GRI por sector de actividade, complementando com alguns exemplos.

Partindo da classificação das 100 maiores empresas portuguesas no ano 2007 publicada no Jornal de Notícias em Dezembro de 2008 com o título “1000 Maiores Empresas”, foi feito um levantamento dos Relatórios de Sustentabilidade de 2007, disponíveis nos sites institucionais das mesmas. As empresas que não tinham essa informação disponível *online* foram contactadas via telefone, de modo a solicitar o envio desses dados.

Em seguida foram contabilizadas as empresas apresentadas de forma a não haver repetição. Uma vez que muitas das empresas classificadas estão inseridas dentro do mesmo Grupo e como tal o Relatório de Sustentabilidade é comum, foi contabilizada apenas uma unidade, na medida em que a análise recai basicamente sobre os dados apresentados no relatório e nesse caso, não se justifica haver aqui repetição de valores. A título de exemplo apresentamos o Modelo Continente Hipermercados e a Worten que fazem parte da Sonae Distribuição SGPS e cujo Relatório de Sustentabilidade reporta a este último e é precisamente sobre este que iremos tratar os dados.

Neste estudo foi analisada a percentagem de resposta dada a cada indicador de desempenho ambiental e social (não contemplamos aqui desempenho económico), cuja informação fomos obter nos Relatórios de Sustentabilidade referentes ao ano de 2007 das empresas estudadas e que seguem os critérios estipulados pela GRI.

É importante referir que no caso particular da TMN e da Soares da Costa os dados são referentes ao relatório de 2006 e 2008 respectivamente, pois os do ano de 2007 não estavam disponíveis nos respectivos sites da internet e após contacto telefónico o *feedback* não foi ao encontro do que se esperava.

2. Apresentação e Discussão dos Resultados

Conforme foi dito no ponto anterior, verificámos que em termos de *ranking* existem empresas classificadas que podem inserir-se num mesmo Grupo e cujo reporte, ou ausência do mesmo, em matéria de RSE se contabiliza apenas uma única vez. Como tal este aspecto levou-nos a tomar em consideração apenas uma unidade e assim, no total das 100 empresas, temos 76 unidades (76%) que não apresentam repetição.

Destas 76 empresas fomos analisar individualmente cada uma, de modo a fazer um levantamento dos respectivos relatórios de sustentabilidade. Nesta fase deparamo-nos com as seguintes situações:

- Existem empresas que reportam as suas práticas de RSE de acordo com os critérios estipulados na GRI;
- Outras reportam as suas práticas em relatórios, contudo não seguem os *items* da GRI;
- Por último verificámos que em muitos dos sites institucionais das 100 maiores empresas portuguesas não existe qualquer tipo de informação acerca das práticas de responsabilidade social levadas a cabo pelas mesmas.

O gráfico que se segue ilustra claramente este aspecto anterior.

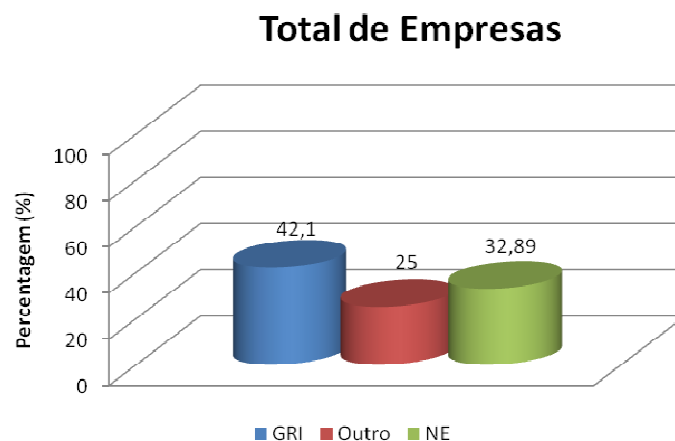


Gráfico 1 – Tipologias de reporte

Responsabilidade Social Empresarial – um estudo às práticas das 100 maiores empresas portuguesas

Empresa	GRI	Outro	NE*
Petrolgal – Petróleos de Portugal/Galp	*		
Modelo Continente Hipermercados/Sonae Distribuição	*		
EDP	*		
TAP	*		
BP	*		
PT	*		
Repsol	*		
Jeronimo Martins		*	
Autoeuropa	*		
TMN	*		
Vodafone	*		
Qimonda	*		
REN	*		
Auchan	*		
Mota-Engil	*		
Nutrinveste/Sovena			*
Dia	*		
Cepsa		*	
Lactogal			*
CTT	*		
Soporcel	*		
Alliance Healthcare		*	
Renault		*	
Siva	*		
Brisa	*		
Zon			*
Delphi			*
Makro		*	
Teixeira Duarte			*
OCP/Celesio			*
GMAC	*		
Nestlé	*		
Somincor/Lundin Mining		*	
Peugeot	*		
Mercedes		*	
Reagro			*
Continental Mabor		*	
Somague Engenharia	*		
ELCA-Cosméticos			*
Toyota Caetano Portugal	*		
Unicer-Distribuição de Bebidas	*		
Siemens		*	
SN Seixal-Siderurgia Nacional			*
Tabaqueira			*
Cimpor-Indústria de Cimentos	*		
Blaupunk- Auto-Rádio Portugal	*		
El Corte Inglés		*	
Parpública, SGPS			*
Soares da Costa-Sociedade de Construções	*		
Secil-Companhia Geral de Cal e Cimento	*		
Megasa-Comércio de Produtos Siderúrgicos			*
Codifar-Cooperativa Distribuidora Farmacêutica			*
CP-Caminhos de Ferro Portugueses	*		
Sonaecom-Serviços de Comunicações		*	
SCC-Sociedade Central de Cervejas		*	
Turbogás-Produtora Energética			*
Midsid-Sociedade Portuguesa de Distribuição			*
Centro Hospitalar de Lisboa Central			*
HP Portugal		*	
BMW Portugal		*	
RTP-Rádio Televisão de Portugal			*
Ford Lusitana			*
Novabase			*
CPC-DI-Distribuição de produtos informáticos			*
Edifer-Construções Pires Coelho & Fernandes			*
Hospital de Santa Maria			*
ANA-Aeropostos de Portugal	*		
Hospital de São João			*
MSF-Moniz da Maia, Serra & Fortunato			*
Companhia IBM Portuguesa		*	
Lena Construções		*	
GCT-online-Distribuição Alimentar Directa			*
FNAC Portugal		*	
Total Portugal Petróleos	*		
Sonae Indústria		*	
Samsung-Electrónica Portuguesa		*	

NE* - não existente

Tabela 7 – Tipologias de reporte discriminadas por empresa

No que se refere ao reporte das empresas em matéria de sustentabilidade podemos verificar que das 76 empresas identificadas inicialmente, 42,1% (32) apresentam Relatório de acordo com os critérios estipulados segundo a GRI.

Verificamos também que 25% (19 empresas) têm relatório de responsabilidade social, contudo não se regem segundo os critérios da GRI, ou seja as empresas reportam as suas práticas em matéria de RSE, no entanto essa informação não aparece organizada por tipo de indicador de desempenho. O que aqui também se verifica é que algumas empresas inserem no relatório e contas anual um tópico referente à sua política social e ambiental. No caso das empresas estudadas podemos destacar o caso do Grupo Jerónimo Martins e Renault.

Por último temos 32,89% de empresas analisadas (25), cujo relatório de sustentabilidade não é existente nem encontramos nos respectivos sites informação disponível acerca deste assunto.

2.1. Desempenho Ambiental

De acordo com o estipulado na GRI, 2006 a dimensão ambiental da sustentabilidade refere-se aos impactos da organização nos sistemas naturais vivos e não-vivos, onde se incluem ecossistemas, terra, ar e água.

A organização deve reportar fazendo referência aos seguintes aspectos:

- Materiais
- Energia
- Água
- Biodiversidade
- Emissões, efluentes e resíduos
- Produtos e serviços
- Conformidade
- Transporte
- Geral

Devem ser referidos os procedimentos relativos à monitorização e medidas correctivas e preventivas que a organização leva a cabo bem como as certificações em termos de

desempenho ambiental ou sistemas de certificação, ou outras abordagens de auditoria/verificação, na organização ou na sua cadeia de fornecimento.

O gráfico seguinte mostra-nos a percentagem de resposta ao indicador referente ao desempenho ambiental das empresas em estudo.

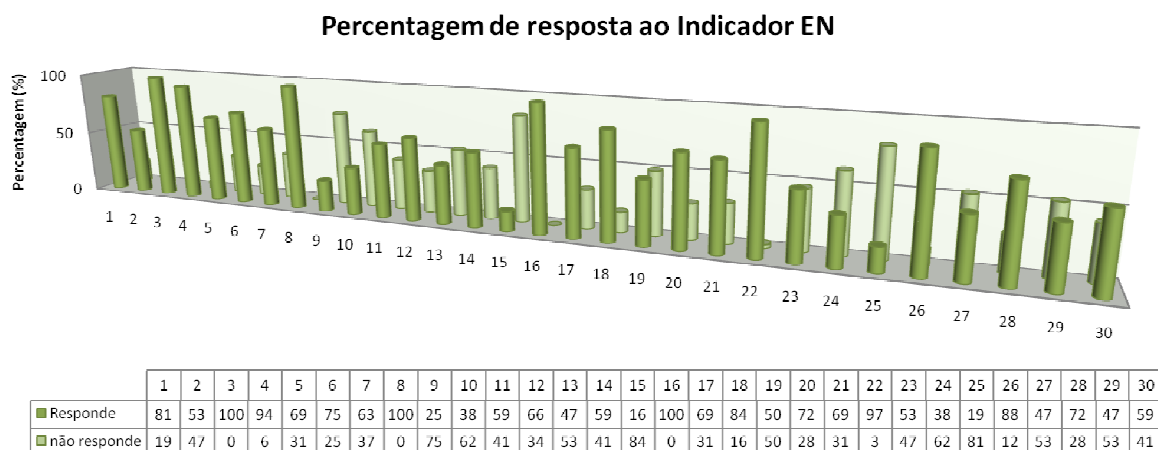


Gráfico 2 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho ambiental (EN)

Empresa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Galp	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sonae Distribuição	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
EDP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TAP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
BP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
PT	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Repsol	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Autoeuropa	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TMN	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Vodafone	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Qimonda	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
REN	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mota-Engil	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Dia	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CTT	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Soporcel	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Siva	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Brisa	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
GMAC	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nestlé	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Peugeot	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Somague	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Toyota	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Unicer	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Cimpor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Blaupunk	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Soares da Costa	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Secil	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ANA	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Total	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Tabela 8 - Resposta ao indicador de desempenho ambiental (EN) discriminado por empresas

EN1. Discriminação das matérias-primas, por peso ou por volume¹

¹ Nota: Os indicadores destacados a cor são classificados pela GRI como sendo de reporte essencial, os restantes são de reporte adicional.

- EN2. Percentagem das matérias-primas utilizadas que são provenientes de reciclagem
- EN3. Discriminação do consumo directo de energia, por fonte de energia primária
- EN4. Discriminação do consumo indirecto de energia, por fonte primária
- EN5. Total de poupança de energia devido a melhorias na conservação e na eficiência
- EN6. Iniciativas para fornecer produtos e serviços baseados na eficiência energética ou nas energias renováveis, e reduções no consumo de energia em resultado dessas iniciativas
- EN7. Iniciativas para reduzir o consumo indirecto de energia e objectivos alcançados
- EN8. Consumo total de água, por fonte
- EN9. Fontes hídricas significativamente afectadas pelo consumo de água
- EN10. Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada
- 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
- EN12. Descrição dos impactes significativos de actividades, produtos e serviços sobre áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade
- EN13. Habitats protegidos ou recuperados
- EN14. Estratégias e programas, actuais e futuros, de gestão de impactes na biodiversidade
- EN15. Número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afectadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção
- EN16. Totalidade das emissões de gases causadores do efeito de estufa, por peso
- EN17. Outras emissões relevantes e indirectas de gases com efeito de estufa, por peso
- EN18. Iniciativas para reduzir as emissões de gases com efeito de estufa, assim como reduções alcançadas
- EN19. Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso
- EN20. NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e por peso
- EN21. Descarga total de água, por qualidade e destino
- EN22. Quantidade total de resíduos, por tipo e método utilizado no fim de linha
- EN23. Número e volume total de descargas significativas
- 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
- EN25. Identificar a dimensão, o estatuto de protecção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respectivos habitats, afectados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento superficial
- EN26. Iniciativas para mitigar os impactes ambientais de produtos e serviços e o grau de redução do impacte
- EN27. Percentagem recuperada de produtos vendidos e respectivas embalagens, por categoria
- EN28. Montantes envolvidos no pagamento de coimas significativas e o número total de sanções não-monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais
- 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 funcionários
- EN30. Total de custos e investimentos com a protecção ambiental, por tipo

Ao analisarmos a percentagem de resposta aos Indicadores de Desempenho Ambiental (EN) verificamos que em três situações todas as empresas respondem aos seguintes indicadores: EN3 (discriminação do consumo directo de energia, por fonte de energia primária) 100%; EN8 (consumo total de água por fonte) 100% e EN 16 (totalidade das emissões de gases causadores do efeito de estufa por peso) 100%. Estes três indicadores são caracterizados pela GRI como essenciais o que mostra que em termos de reporte é bastante completo.

O indicador EN15 (número de espécies na Lista Vermelha da IUCN e na Lista Nacional de conservação das espécies com habitats em áreas afectadas por operações, discriminadas por nível de risco e extinção) é aquele que obtém menor percentagem de resposta (16%), isto porque, tratando-se de um indicador adicional não apresenta relevância para algumas organizações, cuja actividade não afecta essas mesmas espécies.

De um modo geral pode concluir-se que ao nível do desempenho ambiental prevalece a maior percentagem de resposta pois as empresas em estudo responderam maioritariamente aos seguintes aspectos:

EN4 – Discriminação do consumo indirecto de energia, por fonte primária (94%);

EN8 – Consumo total de água, por fonte (100%);

EN16 – Totalidade das emissões de gases causadores do efeito estufa, por peso (100%);

EN22 – Quantidade total de resíduos, por tipo e método utilizado no fim de linha (72%);

EN26 – Iniciativas para mitigar os impactes ambientais de produtos e serviços e o grau de redução de impacte (88%).

A menor percentagem de resposta verifica-se nos indicadores:

EN9 – Fontes hídricas significativamente afectadas pelo consumo de água (25%);

EN15 – Número de espécies na Lista Vermelha da IUCN e na Lista Nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afectadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção (16%);

EN25 – Identificar a dimensão, o estatuto de protecção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respectivos habitats afectados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento artificial (19%).

No que se refere à análise individual por empresa, a Mota-Engil apresenta uma postura bastante responsável uma vez que responde a todos os indicadores no que se refere ao seu desempenho em termos ambientais, seguindo-se a Peugeot que apresenta uma ausência de resposta apenas a dois indicadores.

Em posição contrária temos a Sonae Distribuição, a Tap, a Qimonda, o DIA e a SIVA pois têm um baixo nível de resposta aos indicadores, reportando apenas metade dos indicadores estipulados no GRI.

2.2. Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

Este ponto baseia-se em normas internacionalmente reconhecidas tais como:

- Declaração Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) e seus protocolos
- Convenção das Nações Unidas: Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos
- Convenção das Nações Unidas: Pacto internacional dos Direitos Económicos, Sociais e Culturais
- Declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho
- Declaração e Programa de Acção de Viena

O relatório deverá incidir sobre aspectos trabalhistas, tais como:

- Emprego
- Relações entre os trabalhadores e a administração
- Saúde e segurança no trabalho
- Formação e educação
- Diversidade e igualdade de oportunidades

Deve-se fazer referência à política adoptada pela organização que defina o seu compromisso global para com os aspectos trabalhistas e o seu vínculo com as normas e convenções internacionais apresentadas anteriormente.

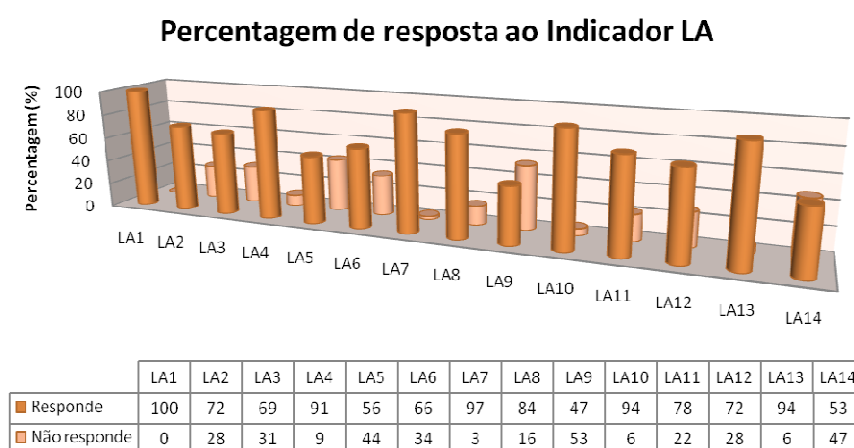


Gráfico 3 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho referente a práticas trabalhistas e trabalho decente (LA)

Empresa	LA1	LA2	LA3	LA4	LA5	LA6	LA7	LA8	LA9	LA10	LA11	LA12	LA13	LA14
Galp	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sonae Distribuição	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
EDP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TAP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
BP	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
PT	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Repsol	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Autoeuropa	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TMN	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Vodafone	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Qimonda	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
REN	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mota-Engil	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Dia	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CTT	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Soporcel	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Siva	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Brisa	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
GMAC	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nestlé	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Peugeot	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Somague Engenharia	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Toyota Caetano Portugal-indústria	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Unicer-Distribuição de Bebidas	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Cimpor-Indústria de Cimentos	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Blaupunk-Auto-Rádio Portugal	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Soares da Costa-Sociedade de Construções	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Secil-Companhia Geral de Cal e Cimento	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CP-Caminhos de Ferro Portugueses	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ANA-Aeroportos de Portugal	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Total Portugal Petróleos	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Tabela 9 - Resposta ao indicador referente a práticas trabalhistas (LA) discriminado por empresas

LA1. Discrimine a mão-de-obra total, por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por região²

LA2. Discrimine o número total funcionários e respectiva taxa de rotatividade, por faixa etária, por género e por região

LA3. Benefícios assegurados aos funcionários a tempo inteiro que não são concedidos a funcionários temporários ou a tempo parcial

LA4. Percentagem de funcionários abrangidos por acordos de negociação colectiva

LA5. Prazos mínimos para aviso prévio em relação a mudanças operacionais, incluindo se essa questão é mencionada nos acordos de negociação colectiva

LA6. Percentagem da totalidade da mão-de-obra representada em comissões formais de segurança e saúde, que ajudam no acompanhamento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional

LA7. Percentagens de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região

LA8. Programas de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controlo de risco, em curso, para garantir assistência aos funcionários, às suas famílias ou aos membros da comunidade afectados por doenças graves

LA9. Tópicos relativos a saúde e segurança, abrangidos por acordos formais com sindicatos

LA10. Média de horas de formação, por ano, por funcionário, discriminadas por categoria de funcionário

LA11. Programas para a gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para a gestão de carreira

LA12. Percentagem de funcionários que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira

LA13. Composição dos órgãos de governança e discriminação dos funcionários por categoria, de acordo com o género, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade

LA14. Discriminação do rácio do salário-base de homens e mulheres, por categoria

Quanto ao LA – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente verificamos que o indicador LA1 (discriminação de mão-de-obra total por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por região) é aquele que apresenta 100% de resposta dada pelas empresas, seguindo-se o indicador LA7 (Percentagem de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região) com 97% de respostas. A GRI classifica estes indicadores como essenciais em termos de reporte.

² Nota: Os indicadores destacados a cor são classificados pela GRI como sendo de reporte essencial, os restantes são de reporte adicional.

Os tópicos relativos a saúde e segurança abrangidos por acordos formais com sindicatos (LA9) apresentam uma menor percentagem de resposta dada, com apenas 47%. Este também não é um dado de extrema importância pois a GRI classifica-o como sendo adicional.

Ao fazermos a análise individual de resposta dada aos indicadores por empresa concluímos que a Galp, a TAP, a Repsol, a REN e a Peugeot são as empresas que respondem a todos os indicadores (LA), seguindo-se a PT, a Autoeuropa, a Nestlé, a Somague Engenharia e por último a Soares da Costa que apenas deixam por responder um único indicador.

Os Grupos DIA e GMAC ficam bastante aquém da análise anterior, uma vez que reportam muito pouco acerca do seu desempenho ao nível das práticas trabalhistas e trabalho decente.

2.3. Direitos Humanos

Os indicadores de desempenho referentes aos direitos humanos devem incluir a importância dada à selecção de fornecedores bem como empresas contratadas. Estes indicadores abrangem também a formação de funcionários, práticas de reclamações, práticas de segurança, a não discriminação, liberdade de associação, trabalho infantil, direitos dos índios e trabalho forçado e escravo. O gráfico seguinte mostra qual o desempenho das empresas estudadas no que se refere a este indicador.

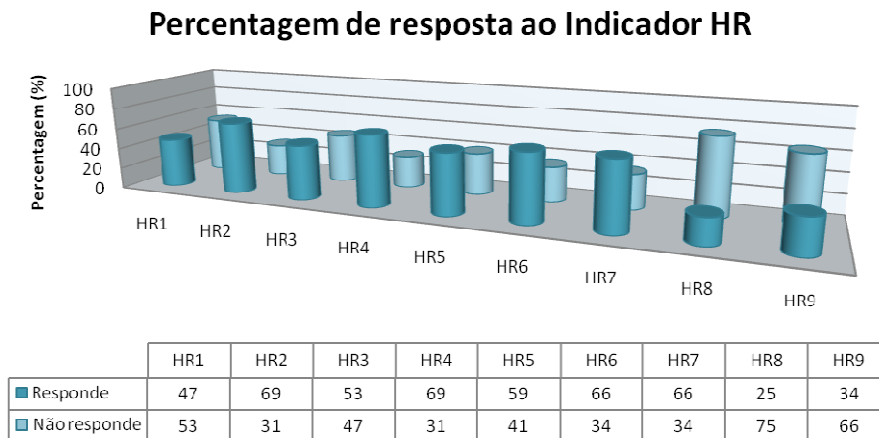


Gráfico 4 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho referente a Direitos Humanos (HR)

Empresa	HR1	HR2	HR3	HR4	HR5	HR6	HR7	HR8	HR9
Galp	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sonae Distribuição	*	*	*	*	*	*	*	*	*
EDP	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TAP	*	*	*	*	*	*	*	*	*
BP	*	*	*	*	*	*	*	*	*
PT	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Repsol	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Autoeuropa	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TMN	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Vodafone	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Qimonda	*	*	*	*	*	*	*	*	*
REN	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Mota-Engil	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Dia	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CTT	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Soporcel	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Siva	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Brisa	*	*	*	*	*	*	*	*	*
GMAC	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nestlé	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Peugeot	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Somague Engenharia	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Toyota Caetano Portugal-indústria	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Unicer-Distribuição de Bebidas	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Cimpor-Indústria de Cimentos	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Blaupunk-Auto-Rádio Portugal	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Soares da Costa-Sociedade de Construções	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Secil-Companhia Geral de Cal e Cimento	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CP-Caminhos de Ferro Portugueses	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ANA-Aeroportos de Portugal	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Total Portugal Petróleos	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Tabela 10 - Resposta ao indicador referente a direitos humanos (HR) discriminado por empresas

HR1. Percentagem e número total de acordos de investimento significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos³

HR2. Percentagem dos principais fornecedores e empresas contratadas que foram submetidos a avaliações relativas a direitos humanos

HR3. Número total de horas de formação em políticas e procedimentos relativos a aspectos dos direitos humanos relevantes para as operações, incluindo a percentagem de funcionários que beneficiaram de formação

HR4. Número total de casos de discriminação e acções tomadas

HR5. Casos em que exista um risco significativo de impedimento ao livre exercício da liberdade de associação e realização de acordos de negociação colectiva, e medidas que contribuam para a sua eliminação

HR6. Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho infantil, e medidas que contribuam para a sua eliminação

HR7. Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou escravo, e medidas que contribuam para a sua eliminação

HR8. Percentagem do pessoal de segurança submetido a formação nas políticas ou procedimentos da organização, relativos aos direitos humanos, e que são relevantes para as operações

HR9. Número total de Incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e acções tomadas

Ao analisarmos a percentagem de resposta ao indicador HR (Desempenho referente a Direitos Humanos) verificamos que não existe uma grande discrepância em termos de valores obtidos. De um modo geral a maioria das empresas estudadas apresentam resposta a esta categoria de indicadores.

Os valores mais significativos neste caso referem-se ao indicador HR8 (percentagem do pessoal de segurança submetido a formação nas políticas ou procedimentos da organização relativos aos direitos humanos, e que são relevantes para as operações) que

³ Nota: Os indicadores destacados a cor são classificados pela GRI como sendo de reporte essencial, os restantes são de reporte adicional.

apresenta uma percentagem de resposta dada muito baixa (25%) assim como o indicador HR9 (número total de incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e acções tomadas) com 34% de respostas obtidas. Estes baixos valores podem estar relacionados com o facto de se tratar de 2 indicadores adicionais.

Os indicadores HR2 (percentagem dos principais fornecedores e empresas contratadas que foram submetidas a avaliações relativas a direitos humanos) e HR4 (número total de casos de discriminação e acções tomadas) são os que obtêm maior percentagem de resposta dada com 69%.

Em termos de análise por empresa concluímos que a Galp, a Repsol, a Mota-Engil e a Peugeot respondem a todos os indicadores de desempenho referentes a Direitos Humanos, seguindo-se a EDP, a Soporcel e a Somague Engenharia que deixam apenas de responder a um único indicador.

A Secil - Companhia Geral de Cal e Cimento e a Cimpor – Indústria de Cimentos não respondem a nenhum item referente ao desempenho sobre Direitos Humanos.

2.4. Sociedade

Os indicadores de desempenho social recaem sobre os impactos que as organizações provocam nas comunidades onde estão inseridas e a divulgação de como os riscos resultantes das suas actividades são minimizados.

Ao nível deste indicador deve-se reportar aspectos relacionados com:

- Comunidade
- Corrupção
- Políticas públicas
- Concorrência desleal
- Conformidade

A organização deverá reportar os procedimentos que leva a cabo relativos a formação e consciencialização sobre aspectos relacionados com a sociedade, assim como os procedimentos de monitorização, medidas correctivas e preventivas, certificações por desempenho ou sistemas de certificação, ou outras abordagens de auditoria/verificação, incluindo as referentes à cadeia de fornecimento.

O gráfico que se segue mostra-nos qual a percentagem de resposta das empresas em estudo que respondem ou não aos diferentes *items*.

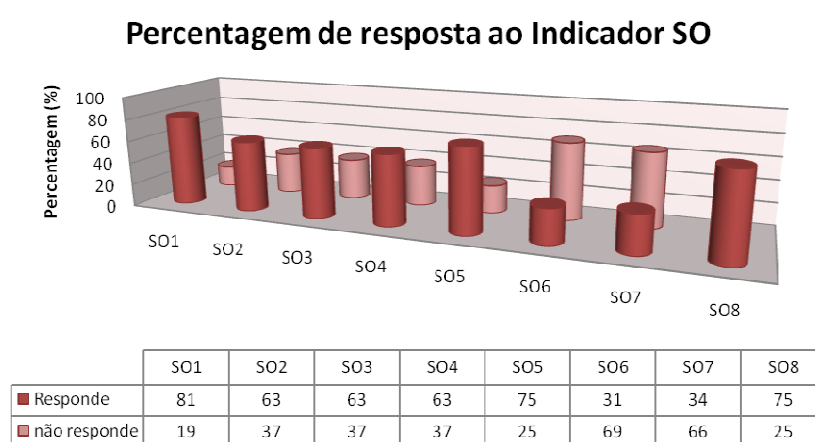


Gráfico 5 – Percentagem de resposta ao indicador de desempenho referente à Sociedade (SO)

Empresa	SO1	SO2	SO3	SO4	SO5	SO6	SO7	SO8
Galp	*	*	*	*	*	*	*	*
Sonae Distribuição								
EDP	*	*	*	*	*	*	*	*
TAP		*		*				*
BP	*	*	*	*	*	*	*	*
PT	*	*	*	*	*	*	*	*
Repsol	*	*	*	*	*	*	*	*
Autoeuropa	*	*	*	*	*	*	*	*
TMN	*	*	*	*	*	*	*	*
Vodafone	*	*	*	*	*	*	*	*
Qimonda	*	*	*	*	*	*	*	*
REN	*	*	*	*	*	*	*	*
Auchan					*			
Mota-Engil	*	*	*	*	*	*	*	*
Dia	*		*	*	*	*	*	*
CTT	*	*		*			*	*
Soporcel	*	*	*	*	*	*	*	*
Siva					*			*
Brisa	*	*	*	*	*	*	*	*
GMAC	*			*	*			*
Nestlé				*	*	*	*	*
Peugeot	*	*	*	*	*	*	*	*
Somague Engenharia		*	*					*
Toyota Caetano Portugal-indústria	*		*	*				
Unicer-Distribuição de Bebidas	*		*	*	*			
Cimpor-Indústria de Cimentos	*							
Blaupunk-Auto-Rádio Portugal	*		*		*			*
Soares da Costa-Sociedade de Construções	*	*	*	*	*	*	*	*
Secil-Companhia Geral de Cal e Cimento	*				*			
CP-Caminhos de Ferro Portugueses	*	*			*			*
ANA-Aeroportos de Portugal								*
Total Portugal Petróleos	*	*	*	*	*		*	*

Tabela 11 - Resposta ao indicador referente à sociedade (SO) discriminado por empresas

SO1. Natureza, âmbito e eficácia de programas e práticas para avaliar e gerir os impactes das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída⁴

SO2. Percentagem e número total de unidades de negócio alvo de análise de riscos para prevenir a corrupção

SO3. Percentagem de funcionários que tenham efectuado formação nas políticas e práticas de anti-corrupção da organização

SO4. Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção

SO5. Participação na elaboração de políticas públicas e lobbies

SO6. Valor total das contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país

SO7. Número total de acções judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio, bem como os seus resultados

SO8. Indique o número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos

Em termos de percentagem de resposta ao Indicador SO (sociedade) temos o seguinte cenário: o indicador SO1 (natureza, âmbito e eficácia de programas e práticas para avaliar e gerir os impactes das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída) obtém a maior percentagem de resposta por parte das empresas (81%), seguindo-se o indicador SO5 (participação na elaboração de políticas públicas e lobbies) e SO8 (número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos) que apresentam uma percentagem de resposta de 75%. Importa aqui destacar que estes três indicadores são essenciais, de acordo com a classificação da GRI.

Apenas no indicador SO6 (valor total das contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país) e SO7 (número total de acções judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio, bem como os seus resultados) se verifica que a percentagem de empresas que não responde aos indicadores é bastante elevada (69 e 66%) em comparação com os restantes. Esta baixa percentagem de resposta pode estar directamente relacionada com o facto de se tratar de indicadores adicionais e também não se verificarem estas situações ao nível das empresas estudadas.

Partindo para a análise individual por empresa verificamos que a Galp, a EDP, a BP, a Mota-Engil, a Peugeot e a Soares da Costa respondem a todos os indicadores.

⁴ Nota: Os indicadores destacados a cor são classificados pela GRI como sendo de reporte essencial, os restantes são de reporte adicional.

Em situação oposta temos a Sonae Distribuição, a TAP, a Auchan, a SIVA e a Cimpor que reportam o seu desempenho apenas a um ou dois indicadores.

2.5. Responsabilidade pelo Produto

De acordo com o GRI, este ponto deverá incidir sobre:

- Saúde e segurança do cliente
- Rotulagem de produtos e serviços
- Comunicações de Marketing
- Privacidade do cliente
- Conformidade

A organização deverá referir que procedimentos relativos a formação e consciencialização sobre os aspectos relacionados à responsabilidade pelo produto foram levados a cabo no período de tempo coberto pelo relatório, assim como que procedimentos de monitorização e medidas correctivas e preventivas ocorreram no mesmo período. Estas medidas podem passar por certificações ou outras abordagens de auditoria/verificação, na organização relatora ou na sua cadeia de fornecimento.

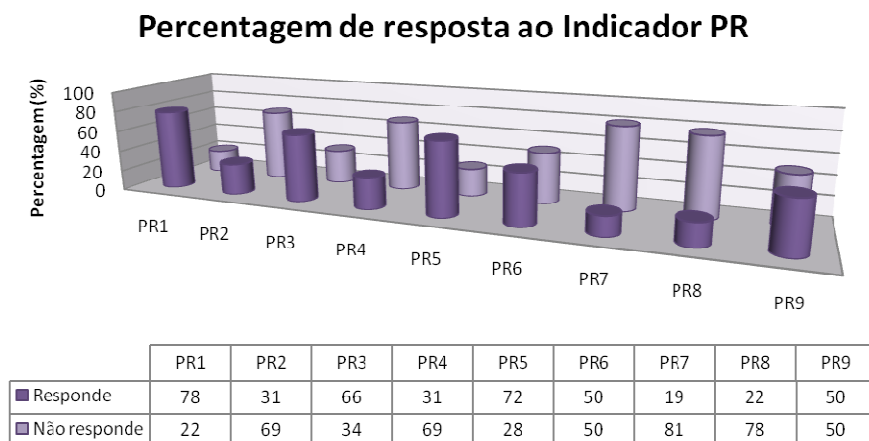


Gráfico 6 – Percentagem de resposta ao indicador referente à Responsabilidade pelo Produto (PR)

Empresa	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	PR9
Galp	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sonae Distribuição	*								
EDP	*	*			*				*
TAP									
BP	*	*	*	*	*	*			*
PT	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Repsol	*		*						*
Autoeuropa	*		*		*	*			*
TMN	*	*	*	*	*	*		*	*
Vodafone	*		*			*			*
Qimonda	*		*						
REN	*	*			*				*
Auchan	*		*		*				
Mota-Engil	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Dia	*				*				
CTT	*		*		*	*			*
Soporcel	*		*			*			*
Siva			*		*	*			*
Brisa	*		*		*	*			*
GMAC	*								
Nestlé	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Peugeot	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Somague Engenharia	*				*	*			
Toyota Caetano Portugal-indústria	*		*	*	*	*	*		
Unicer-Distribuição de Bebidas	*		*						
Cimpor-Indústria de Cimentos	*	*	*	*	*	*			
Blaupunk-Auto-Rádio Portugal			*						
Soares da Costa-Sociedade de Construções				*	*				
Secil-Companhia Geral de Cal e Cimento	*				*				
CP-Caminhos de Ferro Portugueses			*		*			*	
ANA-Aeroportos de Portugal					*				
Total Portugal Petróleos									

Tabela 12 - Resposta ao indicador referente à responsabilidade pelo produto (PR) discriminado por empresas

PR1. Indique os ciclos de vida dos produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objectivo de efectuar melhorias, bem como a percentagem das principais categorias de produtos e serviços sujeitas a tais procedimentos⁵

PR2. Refira o 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 respectivo ciclo de vida, discriminado por tipo de resultado

PR3. Indique o tipo de procedimentos para informação e rotulagem dos produtos e serviços, bem como a percentagem dos principais produtos e serviços sujeitos a tais requisitos

PR4. Indique o 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

PR5. Procedimentos relacionados com a satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do cliente

PR6. Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários relacionados com comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio

PR7. Indique o 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.

PR8. Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes

PR9. Indique o número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos

Em termos de responsabilidade pelo produto os valores obtidos demonstram que o indicador PR1 (ciclos de vida dos produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objectivo de efectuar melhorias, bem como a percentagem das principais categorias de produtos e serviços sujeitas a tais procedimentos) e o indicador PR5 (procedimentos relacionados com a satisfação do

⁵ Nota: Os indicadores destacados a cor são classificados pela GRI como sendo de reporte essencial, os restantes são de reporte adicional.

cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do cliente) foram os mais respondidos com 78% para PR1 e 72% para PR5.

No que se refere ao número total de incidentes resultantes da não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado (PR7) bem como ao número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes (PR8) observamos que a percentagem de resposta dada é demasiado baixa com 19% e 22% respectivamente. Os valores aqui obtidos são baixos e é possível justificar com o facto de se tratar de dois *items* adicionais de acordo com os critérios da GRI.

Por último, em termos de número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos, o cenário que observamos é que 50% das empresas em estudo responde e os restantes 50% não reporta nem faz referência a este aspecto essencial.

Fazendo a análise individual por empresa verificamos que a Galp, a PT, a Mota-Engil, a Nestlé e a Peugeot são aquelas que melhor desempenho apresentam em termos de resposta, seguindo-se a TMN e a BP.

O pior desempenho, no que se refere à prestação de contas acerca da responsabilidade pelo produto cabe à Sonae Distribuição, TAP, Qimonda, Dia, Gmac, Unicer, Blaupunk, Secil, CP, ANA e Total Portugal Petróleos pois apresentam um baixo número de respostas dadas.

2.6. Apresentação das Empresas por sector de actividade

As empresas que estamos a analisar podem ser inseridas em 11 grandes sectores de actividade, são eles:

- Agro-alimentar, bebidas e tabaco;

- Papel e artes gráficas;
- Telecomunicações;
- Minerais não metálicos;
- Indústria eléctrica e electrónica;
- Indústria e comércio automóvel;
- Construção e obras públicas;
- Comércio de bens de consumo;
- Distribuição de produtos industriais;
- Transportes;
- Serviços.

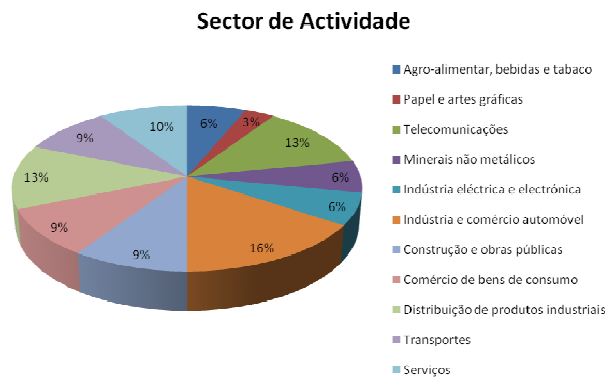


Gráfico 7 – Percentagem dos sectores de actividade

O sector que mais peso apresenta neste estudo diz respeito à Indústria e Comércio Automóvel (16%) cujas empresas inseridas neste sector são: Autoeuropa, Siva, GMAC, Peugeot e Toyota Caetano Portugal, seguindo-se as Telecomunicações (PT, TMN, Vodafone, CTT) e Distribuição de Produtos Industriais (Galp, BP, Repsol e Total Portugal Petróleos) que apresentam 13% de empresas e ainda o sector dos Serviços (EDP, REN e Brisa) com 10%. Destacamos portanto estes quatro sectores de actividade ao nível do seu reporte em matéria de responsabilidade social.

A Construção e Obras Públicas (Mota-Engil, Somague Engenharia, Soares da Costa) o Comércio de bens de consumo (Dia, Auchan, Soane Distribuição SGPS) e ainda o sector dos Transportes (TAP, CP e ANA) representam 9% cada.

Com 6% temos o sector Agro-Alimentar, Minerais não metálicos e Indústria Eléctrica e Electrónica onde se insere a Nestlé e a Unicer – distribuição de bebidas.

Finalmente o sector do Papel e Artes Gráficas é aquele que menor peso apresenta com apenas 3%, uma vez que a Soporcel é a única empresa aqui inserida.

Ao inserirmos cada empresa dentro do respectivo sector de actividade e avaliando a percentagem que cada uma ocupa dentro do sector no qual está inserida, temos o seguinte cenário:

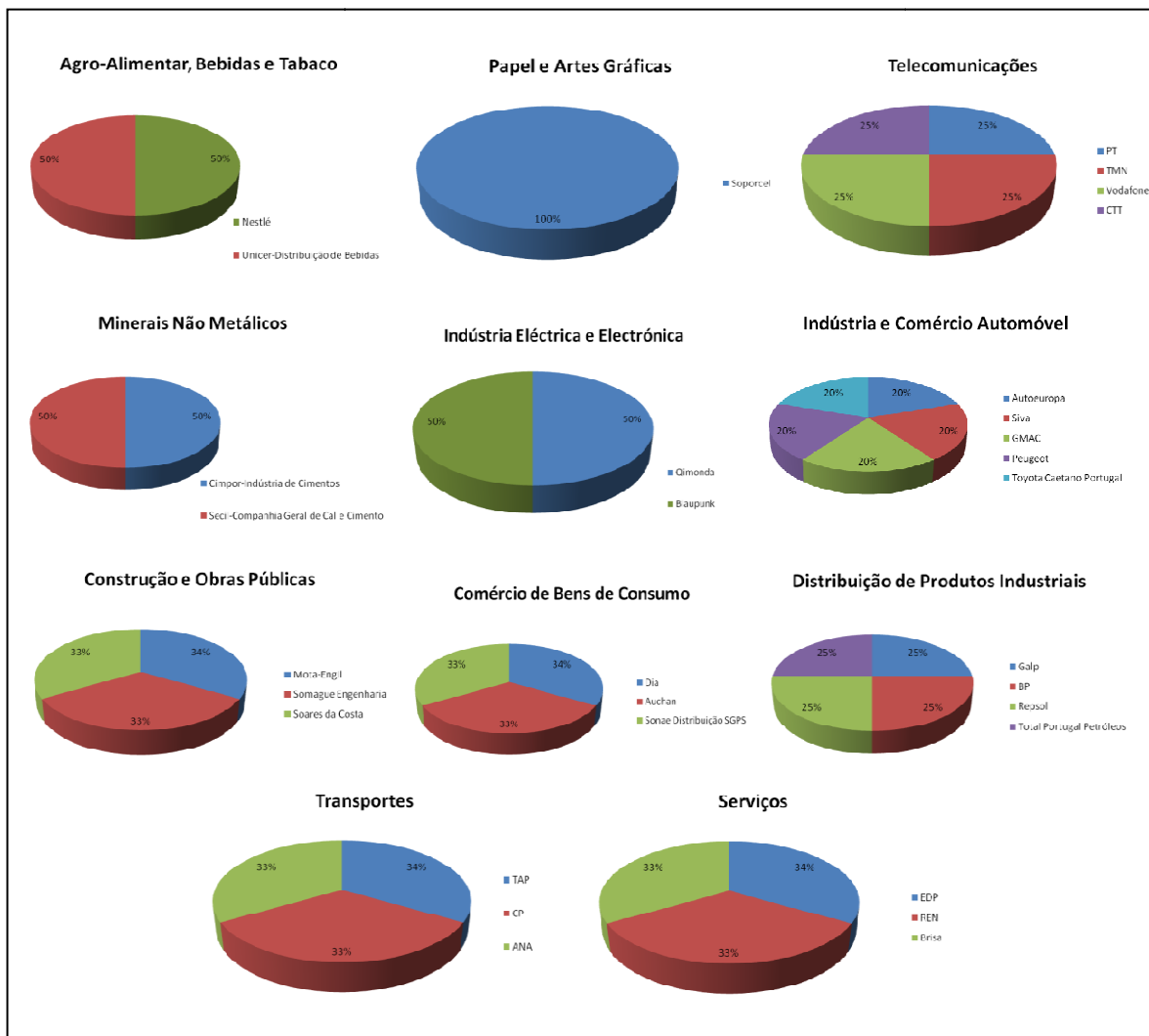


Gráfico 8 – Classificação das empresas por sector de actividade

O destaque em termos de melhor reporte é atribuído ao sector da Indústria e comércio automóvel.

Através da observação destes dados podemos agora passar para a fase seguinte deste estudo que consiste em fazer uma análise em termos de resposta dada a todos os indicadores de desempenho, pelos sectores de actividade apresentados anteriormente.

2.7. Análise de resposta dada aos indicadores por sector de actividade

Neste ponto vamos apresentar a percentagem de resposta dada por sector de actividade aos diferentes indicadores de desempenho: ambiental, práticas trabalhistas e trabalho decente, direitos humanos, sociedade e por último responsabilidade pelo produto.

À medida que os dados são apresentados, complementamos e exemplificamos com informação que fomos recolhendo em alguns dos relatórios de sustentabilidade das respectivas empresas estudadas.

2.7.1. Desempenho Ambiental por sector de actividade

O gráfico que se segue diz respeito à apresentação dos valores obtidos em termos de resposta dada aos indicadores de desempenho ambiental por sector de actividade.

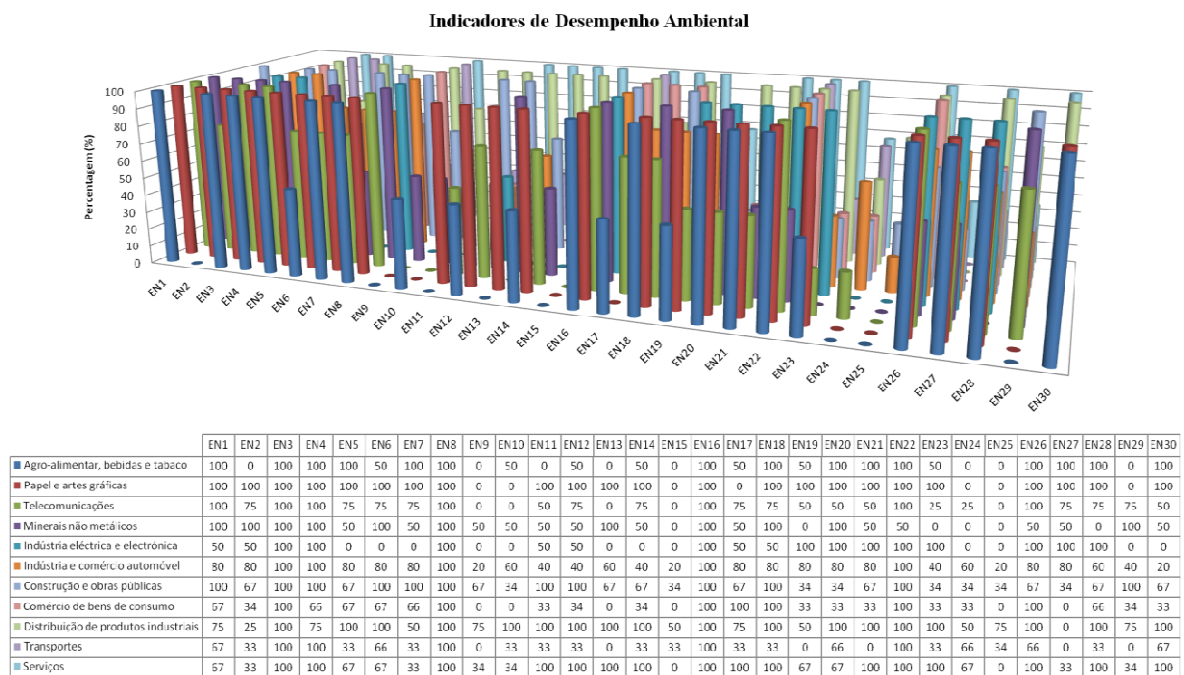


Gráfico 9 – Percentagem de resposta ao indicador EN por sector de actividade

Fazendo uma análise dos resultados obtidos em termos de desempenho ambiental, é possível verificar que existem 4 *items* que apresentam valores de 100%, ou seja todas as

empresas que estão inseridas nos sectores de actividade em análise respondem aos seguintes aspectos:

EN3 - Discriminação do consumo directo de energia, por fonte de energia primária

EN8 - Consumo total de água, por fonte

EN16. Totalidade das emissões de gases causadores do efeito de estufa, por peso

EN22. Quantidade total de resíduos, por tipo e método utilizado no fim de linha

Estes indicadores são classificados pela GRI como sendo essenciais, portanto podemos verificar que as empresas que estamos a estudar apresentam uma boa postura em termos de reporte.

O indicador EN16, onde se reporta em peso a totalidade de emissões de gases causadores do efeito de estufa, é de extrema importância, senão o mais importante no que se refere à actividade da empresa em relação ao ambiente.

Nos relatórios de sustentabilidade, as empresas podem apresentar os seus valores no que se refere ao ano sobre o qual estão a reportar, como também podem apresentar valores do ano/s anteriores, de modo a verificar se existiu uma diminuição ou um aumento de valores.

A Nestlé, por exemplo, no seu relatório de sustentabilidade, mostra que tem vindo a verificar-se um decréscimo de emissões de CO₂ em -22% desde o ano 2003, em que os valores registavam 34 165 ton., até ao ano 2007 que registou 26 746 ton.

Ao nível do sector automóvel apresentamos o exemplo da SIVA que registou no ano 2006, um total de emissões de CO₂ de 6 965 ton e em 2007 a quantidade de emissões subiu para as 7 331 ton. Isto mostra que, embora as empresas estejam empenhadas em diminuir estes valores, de ano para ano e estipulem mesmo como objectivos a atingir, muitas vezes não o conseguem.

O indicador EN15 referente ao número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afectadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção, tratando-se de um indicador adicional regista uma baixa percentagem de resposta obtida com excepção para o sector da distribuição de produtos industriais (50%).

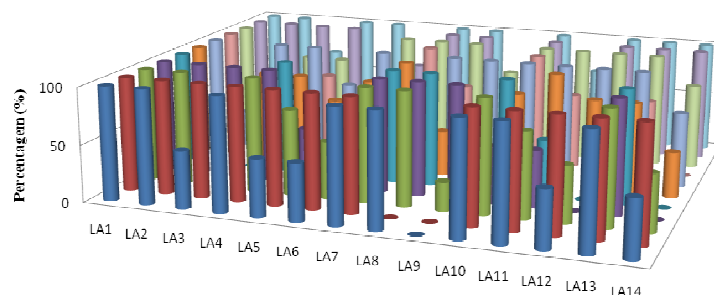
O mesmo se verifica em relação ao EN25 onde se identifica a dimensão, o estatuto de protecção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respectivos habitats, afectados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento superficial. O nível de reporte aqui é demasiado baixo com excepção mais uma vez para o sector da distribuição de produtos industriais (75%). Talvez por se tratar de um indicador adicional é que a percentagem de resposta a estes dois aspectos seja bastante baixa.

Em termos de desempenho ambiental podemos concluir que os aspectos essenciais apresentam na generalidade dos casos analisados uma forte percentagem de resposta.

2.7.2. Práticas trabalhistas e trabalho decente por sector de actividade

Este ponto foca essencialmente questões relacionadas com os colaboradores tais como caracterização em termos de género, faixa etária, tipo de trabalho, rotatividade, condições de trabalho entre outras.

Indicadores de Desempenho Referentes a práticas Trabalhistas e Trabalho Decente



	LA1	LA2	LA3	LA4	LA5	LA6	LA7	LA8	LA9	LA10	LA11	LA12	LA13	LA14
■ Agro-alimentar, bebidas e tabaco	100	100	50	100	50	50	100	100	0	100	100	50	100	50
■ Papel e artes gráficas	100	100	100	100	100	100	100	0	0	100	100	100	100	100
■ Telecomunicações	100	100	50	100	75	50	100	100	25	100	75	50	100	50
■ Minerais não metálicos	100	100	100	100	50	50	100	100	100	50	50	0	100	0
■ Indústria eléctrica e electrónica	100	50	0	100	0	0	100	100	0	100	50	0	100	0
■ Indústria e comércio automóvel	100	60	80	80	60	80	100	40	60	80	100	80	80	40
■ Construção e obras públicas	100	33	100	100	67	100	66	100	100	100	100	100	100	66
■ Comércio de bens de consumo	100	33	33	66	33	33	100	66	33	100	66	66	66	0
■ Distribuição de produtos industriais	100	50	75	75	50	100	100	100	75	100	100	100	100	75
■ Transportes	100	100	100	100	34	67	100	100	34	100	34	100	100	100
■ Serviços	100	100	67	100	100	66	100	100	33	100	67	100	100	100

Gráfico 10 – Percentagem de resposta ao indicador LA por sector de actividade

Passando para a análise em termos de resposta dada pelos sectores de actividade aos indicadores referentes a práticas trabalhistas e trabalho decente, a maior percentagem de resposta obtida centra-se no indicador LA1 (mão-de-obra total por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por região) onde a totalidade dos sectores apresenta 100% de resposta dada.

Apresentamos aqui o exemplo da Unicer, inserida no sector agro-alimentar, bebidas e tabaco, cujo cenário ao nível do indicador LA1 é o seguinte:

A Unicer apresenta em 2007 um total de 1.864 colaboradores distribuídos pelas diferentes áreas da empresa. Verificou-se um decréscimo de 12,5% (266 colaboradores) do número de colaboradores relativamente ao ano de 2006.

Do total de colaboradores, 265 apresentam-se na situação de contratados o que representa 14% do capital humano da empresa.

A maioria dos colaboradores é do sexo masculino, correspondendo os colaboradores do sexo feminino a 20% dos recursos humanos da Unicer. Esta realidade resulta da especificidade do próprio mercado em que a Empresa opera. Em termos etários, 70% dos colaboradores têm idade inferior a 44 anos.

Ao nível do LA3 - Benefícios assegurados aos funcionários a tempo inteiro que não são concedidos a funcionários temporários ou a tempo parcial o melhor desempenho em termos de resposta vai para o sector do papel e artes gráficas, minerais não metálicos, construção e obras públicas e transportes com 100%.

Apresentamos aqui o exemplo da Somague Engenharia em que no ano de 2007, três colaboradores frequentaram acções de formação promovidas pela empresa e sete colaboradores participaram em acções de formação promovidas pelas Câmaras de Comércio, Ordem dos Engenheiros e Institutos Superiores locais.

Quanto à percentagem de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região (LA7) todos os sectores respondem a este indicador com excepção da Construção e Obras Públicas que apresenta uma percentagem de resposta de 66%.

A REN, por exemplo, faz referência a este indicador mostrando que durante o ano 2007 verificaram-se as seguintes situações:

Número de acidentes	33
Número de óbitos	7
Número de dias perdidos	378
Taxa geral de absentismo	2,7%

Os indicadores LA10 - média de horas de formação, por ano, por funcionário, discriminadas por categoria de funcionário e LA13 - composição dos órgãos de governança e discriminação dos funcionários por categoria, de acordo com o género, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade, também apresentam uma forte percentagem de resposta dada pelos vários sectores de actividade.

Quanto à média de horas de formação, por funcionário apresentamos alguns exemplos das empresas estudadas:

Soporcel - No domínio da formação, em 2007 foram realizadas **1 374** acções de formação profissional, que corresponderam a **122 568 horas** (3,7% do total de horas de trabalho). Nestas acções estiveram envolvidos 1 494 participantes. É também de salientar o reforço das acções de formação dedicadas à Segurança e Higiene no Trabalho, que envolveram cerca de 1 000 Colaboradores e vários prestadores de serviço, representando 17,9% do total de horas de formação (21 995 horas).

Somague - Nº de horas de formação – **34.926**. No número de acções de formação e nas oportunidades de desenvolvimento de carreira não existe diferença significativa entre géneros.

Galp – número de horas de formação por colaborador: **34,6**

Sonae - número de horas de formação por colaborador: **46**

REN - Horas formação – 18.386 / Horas por empregado – 22,92

De um modo geral as empresas continuam a investir cada vez mais na formação dos seus colaboradores com destaque para a Higiene e Segurança no Trabalho.

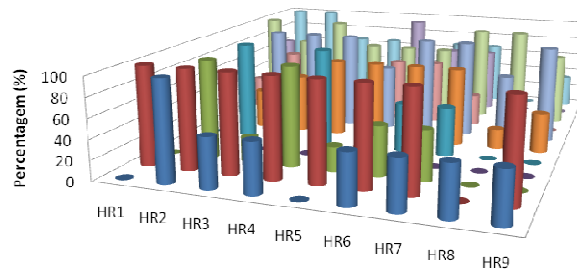
Em situação oposta temos os indicadores LA5 - prazos mínimos para aviso prévio em relação a mudanças operacionais, incluindo se essa questão é mencionada nos acordos de negociação colectiva e LA9 - tópicos relativos a saúde e segurança, abrangidos por

acordos formais com sindicatos pois a percentagem de resposta dada pelos diferentes sectores de actividade é muito baixa, sendo que a Indústria eléctrica e electrónica mostra um baixo desempenho com 0% de resposta obtida ao nível dos dois *items*.

2.7.3. Direitos Humanos por sector de actividade

O respeito pelos direitos humanos é uma prática que tem vindo cada vez mais a ganhar importância dentro e fora das empresas. Nesse sentido é necessário garantir que tanto as empresas como os seus principais fornecedores respeitem o que está contemplado na lei referente a esta questão, bem como garantir que não se registam práticas de trabalho forçado e discriminação.

Indicadores de Desempenho Referentes a Direitos Humanos



	HR1	HR2	HR3	HR4	HR5	HR6	HR7	HR8	HR9
■ Agro-alimentar, bebidas e tabaco	0	100	50	50	0	50	50	50	50
■ Papel e artes gráficas	100	100	100	100	100	100	100	0	100
■ Telecomunicações	0	100	25	100	25	50	50	0	0
■ Minerais não metálicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0
■ Indústria eléctrica e electrónica	0	100	0	100	50	50	50	0	0
■ Indústria e comércio automóvel	40	40	60	80	80	80	80	20	40
■ Construção e obras públicas	67	100	100	100	67	100	100	67	100
■ Comércio de bens de consumo	34	67	33	33	66	67	33	0	0
■ Distribuição de produtos industriais	100	75	100	75	75	75	100	100	75
■ Transportes	66	0	33	33	100	67	67	0	0
■ Serviços	100	100	67	67	67	67	67	0	34

Gráfico 11 – Percentagem de resposta ao indicador HR por sector de actividade

Ao analisar a percentagem de resposta dada pelos diferentes sectores de actividade aos indicadores de desempenho referentes aos direitos humanos, verificamos que o HR2 - percentagem dos principais fornecedores e empresas contratadas que foram submetidos a avaliações relativas a direitos humanos, incluindo a percentagem de funcionários que beneficiaram de formação, é o mais respondido pelos sectores agro-alimentar, bebidas e

tabaco, papel e artes gráficas, telecomunicações, indústria eléctrica e electrónica, construção e obras públicas e serviços com 100%.

Por exemplo, a Unicer realiza periodicamente auditorias internas e externas (fornecedores e clientes) com o objectivo de garantir a qualidade de forma transversal, promovendo o compromisso e envolvimento de todos e actuando com base numa filosofia de melhoria contínua. Por isso, durante o ano de 2007 a Unicer levou a cabo 16 auditorias internas (incluindo centros de produção e plataformas logísticas), 27 auditorias a fornecedores (âmbito qualidade) e 1542 auditorias a pontos de venda.

No Grupo Soporcel, tanto a Política de Fornecedores como os Princípios Deontológicos implementados definem as directrizes gerais que devem reger a sua conduta e dos seus fornecedores tanto nas relações com terceiros como com o mercado.

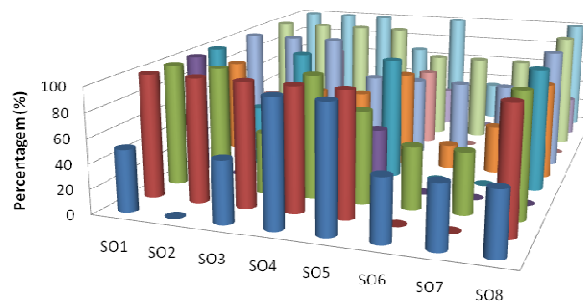
Igual prática também se verifica no Grupo Mota-Engil que respeita e promove os Direitos Humanos em todos os contextos culturais, sócio-económicos e geográficos onde opera. Tal comportamento é naturalmente extensivo às práticas do Grupo, quer em matéria de política de investimentos, quer na gestão da cadeia de fornecimento, procurando respeitar os princípios por que se rege, nas actividades directamente exercidas, designadamente em matéria de saúde e segurança no trabalho.

Em termos de resposta ao HR8 - Percentagem do pessoal de segurança submetido a formação nas políticas ou procedimentos da organização, relativos aos direitos humanos, e que são relevantes para as operações, os valores que se observam não são animadores na medida em que se verifica uma forte ausência de resposta pelos diferentes sectores de actividade no que se refere a este aspecto. Este cenário verifica-se porque as empresas não investem o suficiente em formação referente a direitos humanos, limitando-se apenas ao estipulado no código de conduta da empresa e às leis em vigor.

2.7.4. Desempenho referente à sociedade por sector de actividade

Este indicador assume uma especial importância ao nível da responsabilidade social, pois é aqui que as empresas reportam as suas práticas e os seus investimentos no que se refere à comunidade na qual estão inseridas. Deste modo vamos procurar observar neste ponto duas questões essenciais. A primeira diz respeito à percentagem de resposta dada por cada sector de actividade aos diferentes aspectos ligados ao desempenho social. A segunda visa exemplificar alguns investimentos monetários em matéria de apoio social, de forma a contribuir para um futuro melhor.

Indicadores de Desempenho Social Referente à Sociedade



	SO1	SO2	SO3	SO4	SO5	SO6	SO7	SO8
Aero-alimentar, bebidas e tabaco	50	0	50	100	100	50	50	50
Papel e artes gráficas	100	100	100	100	100	0	0	100
Telecomunicações	100	100	50	100	75	50	50	100
Minerais não metálicos	100	0	0	0	50	0	0	0
Indústria eléctrica e electrónica	100	50	100	50	100	0	0	100
Indústria e comércio automóvel	80	40	60	60	80	20	40	80
Construção e obras públicas	100	100	100	67	67	67	67	100
Comércio de bens de consumo	34	0	34	0	67	0	0	0
Distribuição de produtos industriais	100	100	100	100	75	75	75	100
Transportes	33	67	0	34	33	0	0	33
Serviços	100	100	100	67	100	34	34	100

Gráfico 12 – Percentagem de resposta ao indicador SO por sector de actividade

O gráfico mostra que a maior percentagem de resposta obtida (100%) verifica-se no indicador SO1 – Natureza, âmbito e eficácia de programas e práticas para avaliar e gerir os impactes das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída, com destaque para os sectores do papel e artes gráficas, telecomunicações, minerais não metálicos, indústria eléctrica e electrónica, construção e obras públicas, distribuição de produtos industriais e por último os serviços.

Cenário semelhante verifica-se ao nível da resposta dada ao indicador SO8 – número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos onde os mesmos sectores apresentam 100% de resposta com excepção da indústria e comércio automóvel com 80%.

Pode observar-se que o menor número de respostas dadas focaliza-se no valor total das contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país (SO6) e também no número total de acções judiciais por concorrência desleal, *antitrust* e práticas de monopólio, bem como os seus resultados (SO7). Os sectores que apresentam maior percentagem de resposta a estes dois *items* são o sector da distribuição de produtos industriais (75%) e construção e obras públicas (67%). Os restantes apresentam valores inferiores ou iguais a 50%.

Destacamos aqui exemplos de investimentos feitos por algumas das empresas em estudo no que se refere às comunidades nas quais estão inseridas.

TMN - A tmn reconhece que os impactes paisagísticos das antenas de transmissão e das radiações electromagnéticas são duas prioridades no exercício da sua actividade por isso realiza anualmente, um plano de medições a uma amostra do seu parque de antenas de transmissão, em diversos concelhos. A política da tmn preconiza que a colocação de antenas de transmissão seja resultado de uma análise que tem em consideração:

- Possibilidade de partilha com outros operadores móveis;
- Possibilidade de utilização de estruturas já existentes;
- Minimização do impacte visual na paisagem, nomeadamente através de simulação;
- Proximidade em relação a locais como escolas, hospitais e infantários;
- Minimização do impacte visual das antenas em centros históricos;
- Minimização dos impactes em reservas naturais e parques ecológicos.

Donativos, Voluntariado e Mecenato:

Os donativos realizados pela tmn contemplam, essencialmente, o apoio à Fundação PT e a outras instituições de solidariedade social. Entre 2004 e 2005 a tmn aumentou, em cerca de 7%, os donativos concedidos. Em 2006 o valor dos donativos foi de **995,2 milhares de euros**.

CTT - No que respeita a donativos, a empresa doou aproximadamente **1,4M de euros** para o desenvolvimento de projectos de solidariedade social e de apoio a grupos carenciados ou de risco.

PT – A PT investiu cerca de **602 mil euros** no apoio a iniciativas e projectos da comunidade, ao nível da saúde, apoio à infância e juventude, solidariedade social e direitos humanos.

Soporcel - O Grupo concedeu **790 mil euros** em donativos entre 2006 e 2007, com vista ao desenvolvimento de um conjunto de projectos e iniciativas, na sua maioria de carácter social.

Cimpor – A Cimpor lançou um programa de acções de voluntariado designado por Programa CONNOSCO e durante o ano 2007 apoiou 80 instituições portuguesas, reconhecidas como de utilidade pública. Este programa de apoio às acções de voluntariado interno multiplicou por sete os donativos de cento e doze colaboradores: 52 080 euros. A Cimpor juntou-lhes o seu compromisso CONNOSCO (52 080 x 7) no montante de 346 560 euros; no final, os colaboradores puderam entregar, em mão, às instituições que escolheram, um total de 398.640 euros.

O montante das contribuições da Cimpor em 2007 foi de **175 000 euros**.

BP

A BP leva a cabo uma série de iniciativas de apoio a um nível social nas mais variadas vertentes, apresentamos em seguida alguns exemplos:

Mão – na - mão

É um projecto direccionado a instituições privadas de solidariedade social e envolve, normalmente, o apoio a crianças socialmente desfavorecidas, idosos em dificuldades, pessoas com mobilidade reduzida e pessoas sem-abrigo.

Visão Braille

O apoio à Revista Visão Braille é mais um contributo para a diversidade e inclusão dos cidadãos na comunidade. Esta contribuição permite alargar as opções de leitura a um grupo minoritário. Esta edição está também disponível nos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa, na República Checa, no Chile e no Egipto.

Operação Nariz Vermelho

A operação Nariz Vermelho é um exemplo reconhecido de solidariedade com todas as crianças hospitalizadas. O objectivo é intervir junto dos serviços pediátricos dos hospitais portugueses, através da visita regular de palhaços profissionais, com o intuito de proporcionar às crianças momentos inesquecíveis de alegria, riso e bem-estar.

Um aspecto importante também ao nível dos indicadores referentes à sociedade diz respeito à formação por parte das empresas referente a políticas e práticas de anti-corrupção (SO3). As empresas devem investir neste aspecto de modo a evitar que futuramente ocorram situações de não conformidade respeitantes a práticas de corrupção.

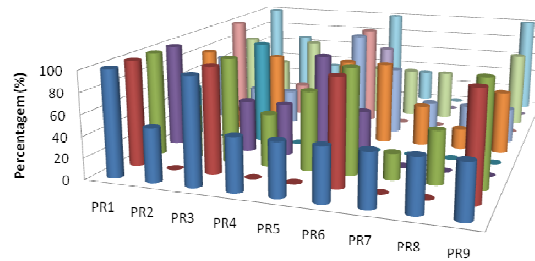
No relatório de sustentabilidade da Qimonda está contemplado que todos os departamentos que interagem directamente com clientes, fornecedores e concorrência recebem formação a este nível. Também na EDP, 62% dos colaboradores receberam formação acerca deste aspecto.

Na generalidade dos casos, o que se verifica é que, os funcionários das empresas estudadas regem-se pelo que está estipulado no Código de Conduta que prevê entre outros aspectos, medidas anti-corrupção e como tal nem todas as empresas investem neste aspecto.

O não cumprimento de leis e regulamentos (SO8) pode dar origem ao pagamento de coimas. De algumas das empresas que analisámos podemos destacar que a Soporcel procedeu ao pagamento de duas coimas no valor de 5 500 euros, a Somague despendeu cerca de 93 mil euros para pagamento de coimas ambientais, fiscais, de segurança e outras e a EDP registou 484 infracções não especificando o valor das mesmas.

2.7.5. Desempenho referente à responsabilidade pelo produto por sector de actividade

Indicadores de Desempenho Referentes à Responsabilidade pelo Produto



	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	PR9
■ Agro-alimentar, bebidas e tabaco	100	50	100	50	50	50	50	50	50
■ Papel e artes gráficas	100	0	100	0	0	100	0	0	100
■ Telecomunicações	100	50	100	50	75	100	25	50	100
■ Minerais não metálicos	100	50	50	50	100	50	0	0	0
■ Indústria eléctrica e electrónica	50	0	100	0	0	0	0	0	0
■ Indústria e comércio automóvel	80	20	80	40	80	80	40	20	60
■ Construção e obras públicas	67	34	34	67	100	67	34	34	34
■ Comércio de bens de consumo	100	0	33	0	100	0	0	0	0
■ Distribuição de produtos industriais	75	50	75	50	50	50	50	25	75
■ Transportes	0	0	33	0	66	0	0	33	0
■ Serviços	100	67	33	0	100	33	0	0	100

Gráfico 13 – Percentagem de resposta ao indicador PR por sector de actividade

Talvez ao nível do Marketing e das Relações Públicas, este seja o indicador que maior importância adquire, na medida em que é aqui que se verifica qual a imagem que o produto ou serviço de determinada empresa adquire junto dos seus clientes e é aqui também que se avalia o grau de satisfação em relação ao mesmo.

A percentagem de resposta aos indicadores referentes ao desempenho da responsabilidade pelo produto é de um modo geral extremamente baixa em todos os *items*.

Apenas o PR1 - ciclos de vida dos produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objectivo de efectuar melhorias, bem como a percentagem das principais categorias de produtos e serviços sujeitas a tais procedimentos, é maioritariamente respondido 100% pelos sectores agro-alimentar, bebidas e tabaco, papel e artes gráficas, telecomunicações, minerais não metálicos, comércio de bens de consumo e serviços.

Apresentamos o exemplo das fábricas da Nestlé que utilizam anualmente um inquérito interno, o *Food Safety Management System Assessment* através do qual é feita a auto-avaliação da fábrica no que se refere aos requisitos de Segurança Alimentar. O *Quality Management Review* (QMR) efectua uma avaliação anual dos objectivos e das acções de melhoria relacionadas com a qualidade.

Todas as empresas fornecedoras são auditadas anualmente (100%) ao passo que, noutros casos (por exemplo material de embalagem) as auditorias são realizadas de três em três anos.

Quanto à Soporcel tem vindo actualmente a recorrer a uma espécie florestal que permite fabricar mais volume de papel com a utilização do mesmo volume de madeira (o *Eucalyptus globulus* disponível na Península Ibérica). O grupo Portucel Soporcel tem vindo a produzir e comercializar produtos de 75 g/m², como alternativa credível ao papel de escritório europeu *standard* de 80 g/m².

O Grupo Soporcel bem como a Indústria Papeleira Europeia são apoiantes da promoção da recolha de papéis usados, da sua reciclagem e adequada utilização ao longo do ciclo de vida, quando ela se apresenta como a solução globalmente mais sustentável, e salienta que os modestos 5% que os papéis de escritório representam na produção papeleira europeia global são uma excelente oportunidade para fazer o refrescamento de fibra virgem indispensável à satisfação das necessidades dos consumidores que o sistema produtivo papeleiro mundial necessita de contemplar.

Outro exemplo diz respeito à Secil, que em 2006 ratificou o Acordo Europeu relativo à protecção da saúde dos trabalhadores, das consequências da exposição profissional à sílica cristalina respirável, no local de trabalho. Para tal procederam à elaboração de documentação de informação institucional, interna, a quadros e a colaboradores, realização de uma acção de formação, para colaboradores internos e externos, acerca dos riscos associados à sílica cristalina, monitorização da exposição dos trabalhadores à sílica cristalina e por último comunicação dos resultados da monitorização ao secretariado do NEPSI (European Network for Sílica).

Ao nível de resposta dada ao indicador PR3 - tipo de procedimentos para informação e rotulagem dos produtos e serviços, bem como a percentagem dos principais produtos e serviços sujeitos a tais requisitos, os sectores que melhor desempenho apresentam, em termos de resposta são: o agro-alimentar, bebidas e tabaco, papel e artes gráficas, telecomunicações e indústria eléctrica e electrónica (100%).

Na rotulagem dos seus produtos a Nestlé considera não só a legislação em vigor, que implica a divulgação da listagem dos ingredientes do produto, mas também a necessidade de informar e esclarecer o consumidor de uma forma clara e perceptível no sentido de melhor enquadrar o produto no seu estilo de vida. Para esse efeito, utiliza o Compasso Nutricional e os Valores Diários de Referência. No período de reporte não existiram incidentes resultantes da não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos à informação e rotulagem de produtos e serviços. Em Dezembro de 2007, a taxa de implementação dos VDR's nas embalagens de produtos Nestlé era de cerca de 76%.

Os produtos do Grupo Soporcel são desenvolvidos considerando em cada fase do seu ciclo de vida, os impactos na Segurança dos Colaboradores bem como dos Clientes finais. Os produtos contêm uma descrição das principais características, aplicações, conselhos de utilização e reciclagem de modo a informar os Clientes acerca dos principais aspectos do ciclo de vida do papel no que se refere à segurança na utilização e impactes ambientais associados.

Quanto à Vodafone, 100% das suas embalagens possuem o símbolo ponto verde. De acordo com a legislação comunitária e sua transposição para o ordenamento jurídico nacional, a **Vodafone Portugal** transferiu a sua responsabilidade pela gestão de resíduos urbanos ou equiparados de embalagens dos produtos Vodafone para a Sociedade Ponto Verde (SPV), através do Sistema Integrado de Gestão de Resíduos de Embalagens (SIGRE).

Aquando da aquisição de equipamentos eléctricos e electrónicos para venda a **Vodafone Portugal** verifica se os mesmos foram marcados pelos respectivos fabricantes com o símbolo "caixote do lixo com uma cruz por cima", de forma a se avaliar a sua conformidade com o diploma Decreto-lei nº 230/2004 de 10 de Dezembro.

Quanto aos procedimentos relacionados com a satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do cliente (PR5) os sectores que respondem maioritariamente (100%) a este aspecto são: minerais não metálicos, construção e obras públicas, comércio de bens de consumo e serviços.

Em 2006 foi lançado um projecto com vista à implementação de um sistema alternativo de avaliação da percepção da qualidade do produto/serviço do fornecedor Secil, cujo objectivo é a obtenção de indicadores que permitam avaliar, seja em termos de melhoria, através da sua evolução temporal, seja em termos de satisfação, através da posição do fornecedor Secil face aos produtos/serviços disponibilizados pelos seus concorrentes.

A metodologia utilizada baseia-se numa abordagem quantitativa (escala de 1 a 5, sendo 5 o valor máximo), em que são realizadas entrevistas telefónicas (10 minutos) e presenciais mediante um questionário estruturado.

A Soares da Costa entende a satisfação dos seus clientes como um veículo fundamental para o sucesso da Empresa, pelo que procura avaliar o grau de satisfação em relação ao produto final e ao serviço prestado pela Empresa. A avaliação é feita através de

questionários periódicos em três fases distintas do processo: orçamentação/proposta, execução e garantia. De uma forma geral o nível de satisfação situa-se acima dos 75%.

A Sonae Distribuição coloca o cliente no centro das suas orientações, tendo vindo, ao longo dos anos, a aperfeiçoar as diversas formas de auscultar e avaliar as necessidades dos consumidores. A avaliação do processo de tratamento das reclamações indica o grau de satisfação do cliente face à resolução da queixa efectuada. Os clientes sentiram que foi fácil apresentar a reclamação (97,2%), foram tratados com cortesia (92,7%), foram tratados com profissionalismo (90,8%), tempo de resposta normal ou rápido (90,8%) e mantêm a confiança na marca (90,5%).

O indicador que menos resposta obteve, por parte dos diferentes sectores de actividade, foi o 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.

2.8. Resposta por sector de actividade aos diferentes indicadores de desempenho

Neste ponto pretendemos apresentar a percentagem de resposta dada pelos diferentes sectores de actividade aos 5 tipos de desempenho contemplados pela GRI para que assim possamos avaliar individualmente qual a melhor postura de cada sector em termos de reporte.

Passamos então a mostrar graficamente a percentagem de resposta dada por sector de actividade a cada indicador de desempenho (ambiental, práticas trabalhistas e trabalho decente, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto).

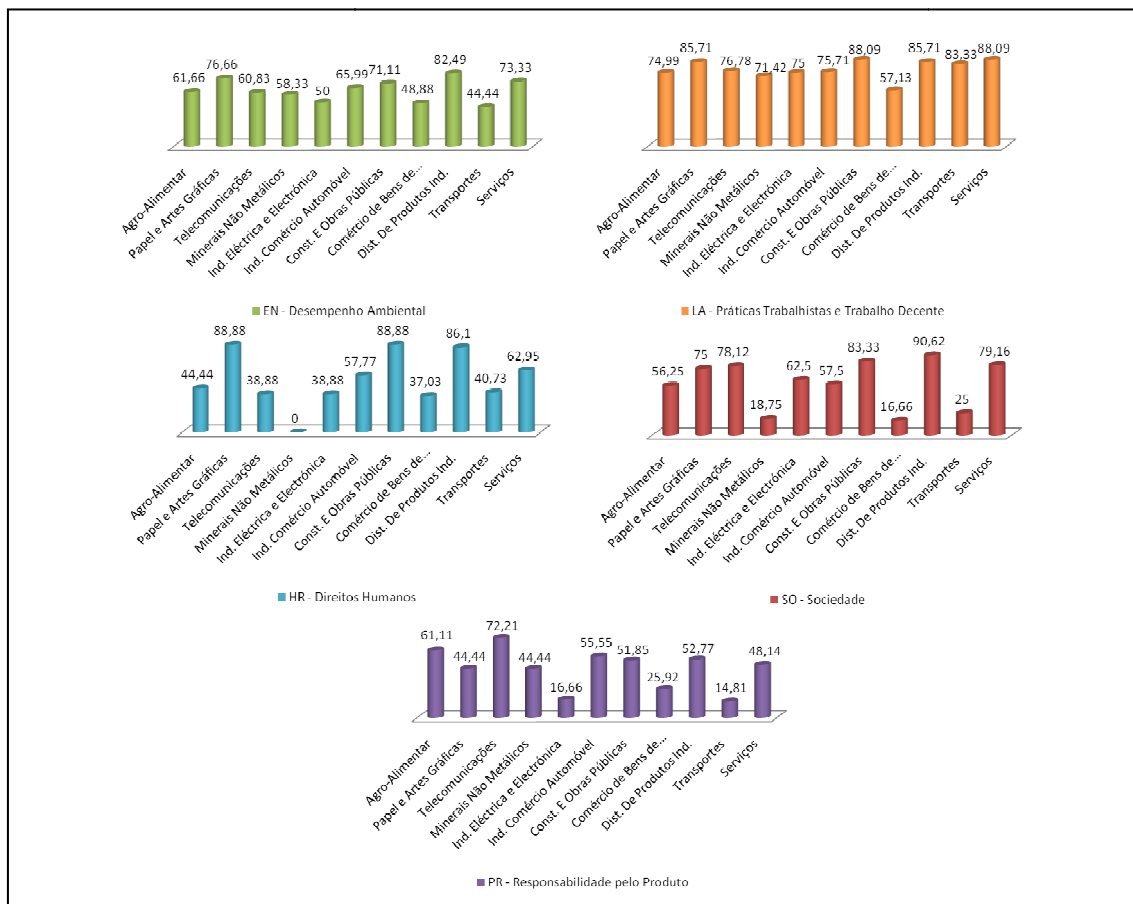


Gráfico 14 – Descriminação da percentagem de resposta dada por indicador e por sector de actividade

No que diz respeito à maior percentagem de resposta dada pelos sectores de actividade estudados, ao indicador referente a **desempenho ambiental (EN)**, o destaque verifica-

se na distribuição de produtos industriais – Galp, BP, Repsol e Total, (82,49%), ou seja este sector é o que melhor reporta o seu desempenho, na medida em que é aqui que se verifica um maior número de respostas dadas. Podemos considerar estes valores pelo facto de se tratar de um sector extremamente poluente e nesse sentido haver uma grande preocupação em reportar em matéria ambiental, considerando que este é um aspecto de extrema importância para os principais grupos de interesse.

Quanto ao reporte referente a **práticas trabalhistas e trabalho decente (LA)**, o maior número de respostas obtidas verifica-se ao nível do sector da construção e obras públicas (Mota-Engil, Somague Engenharia e Soares da Costa) e também do sector dos serviços (EDP, REN e Brisa) com um valor de 88,09%. Através dos dados obtidos, verifica-se que de facto existe um forte empenho por parte destes sectores em reportar as suas práticas no que concerne a condições de trabalho e benefícios oferecidos aos colaboradores.

Os aspectos referentes a **direitos humanos (HR)** são maioritariamente reportados pelo sector do papel e artes gráficas (Soporcel) e também pelo sector da construção e obras públicas (Mota-Engil, Somague Engenharia e Soares da Costa) com 88,88%. Verifica-se que existe um forte empenho por parte destes sectores em reportar as suas acções respeitantes ao cumprimento das leis ao nível dos direitos humanos. Em situação oposta temos o sector dos minerais não metálicos (Cimpor e Secil), na medida em que a percentagem de resposta dada aos diferentes aspectos deste indicador é de 0%.

O sector da distribuição de produtos industriais (Galp, BP, Repsol e Total) destaca-se dos restantes ao nível do reporte aos indicadores que se referem à **sociedade (SO)** com 90,62%. O sector do comércio de bens de consumo (Dia, Auchan e Sonae Distribuição) é o que menos reporta (16,66%) no que diz respeito aos aspectos relacionados com o desempenho social.

Ao nível da **responsabilidade pelo produto (PR)**, as telecomunicações (PT, TMN, Vodafone e CTT) assumem o papel de destaque com 72,21% de resposta obtida ao

passo que, o sector dos transportes (TAP, CP e ANA) apresenta um cenário totalmente oposto, na medida em que reporta apenas 14,81%.

Podemos concluir desta análise que o sector da construção e obras públicas destaca-se positivamente no que se refere à sua postura em termos de reporte acerca das suas práticas trabalhistas e trabalho decente (88,09%) bem como direitos humanos (88,88%).

O sector dos transportes reporta muito pouco acerca do seu desempenho ambiental (44,44%) e responsabilidade pelo produto (14,81%). Assim como também o sector do comércio de bens de consumo apresenta um baixo reporte, acerca das suas práticas trabalhistas (57,13%) e desempenho perante os aspectos relacionados com a sociedade (16,66%).

CONCLUSÃO

Tendo em conta que a responsabilidade social é já uma realidade bem visível em Portugal, este estudo pretendeu mostrar de que forma é que encontramos actualmente o panorama empresarial português neste domínio, ao nível das 100 maiores empresas classificadas no ano 2007.

A revisão de literatura possibilitou-nos constatar que de facto esta temática tem vindo a assumir, ao longo dos anos, um interesse crescente, e em resultado disso temos um importante documento que serve de orientação para as empresas em matéria de reporte das suas práticas de RSE. Falamos logicamente das directrizes da GRI que serviram de base para a elaboração deste estudo.

Em resposta à pergunta de investigação colocada no início do trabalho (Qual a *performance* das 100 maiores empresas portuguesas em matéria de reporte das suas práticas de responsabilidade social?) concluímos que os resultados obtidos não foram animadores na medida em que se esperava uma melhor postura, por parte das 100 maiores empresas portuguesas, em termos de reporte das suas práticas de RSE bem como uma maior divulgação das mesmas. São ainda muito poucas as empresas portuguesas que elaboram os seus relatórios de sustentabilidade contemplando e organizando a informação tal como consta nas directrizes definidas pela GRI, o que nos leva a concluir que ainda há muito a ser feito neste domínio.

Como o nosso estudo se focou basicamente nas empresas que realizam os seus relatórios de sustentabilidade de acordo com os critérios estipulados pela GRI tornou-se muito mais simples expor os resultados obtidos e analisar a percentagem de resposta dada a cada indicador e fizemo-lo em duas vertentes. A primeira foi em termos de análise à resposta dada por empresa a cada indicador e a segunda foi em termos de resposta dada aos vários tipos de indicador por sector de actividade.

Em ambos os casos verificámos que a percentagem de resposta aos indicadores essenciais revela-se superior em relação aos indicadores adicionais, este cenário já era

de prever, na medida em que a importância do conteúdo dos indicadores essenciais, revela-se muito maior do que os restantes, embora a informação contemplada nos indicadores adicionais também seja extremamente útil para avaliar o desempenho de qualquer empresa.

Também mediante apresentação dos dados foi possível verificar que o sector da distribuição de produtos industriais é o que mais reporta em matéria de desempenho ambiental e sociedade, o sector da construção e obras públicas em matéria de práticas trabalhistas e direitos humanos e por último o sector dos transportes, em matéria de reporte referente à responsabilidade pelo produto.

Uma das principais restrições com que nos deparámos em termos de pesquisa diz respeito ao facto de poderem existir empresas (dentro das 100 maiores) que tenham uma boa política de responsabilidade social mas que, por diversas razões, não a tornem pública e conseqüentemente não ter sido aqui contabilizada no estudo.

O facto desta pesquisa se basear apenas na análise de conteúdo apresenta-se também como uma outra limitação, na medida em que não se aplica o cruzamento de dados com outras metodologias, nesse sentido estudos futuros poderão ser desenvolvidos cruzando os dados, por exemplo com uma análise quantitativa.

Acreditamos que esta investigação possa ser útil para muitos grupos de interesse, destacando, claro está, as próprias empresas portuguesas, na medida em que é aqui feita uma extensa análise em termos do panorama empresarial no que se refere ao reporte das práticas de responsabilidade social.

Também em termos de desenvolvimentos futuros, seria pertinente a comparação com dados obtidos em anos mais recentes de modo a verificar se existe ou não um melhor desempenho em termos de reporte e também fazer uma análise ao tema na perspectiva do emissor, ou seja, uma possível análise em termos de percepção da opinião pública referente à performance das empresas.

Bibliografia

ANA Aeroportos de Portugal – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bcsdportugal.org/files/1806.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Anuário de Sustentabilidade. (2005). *A Era da Responsabilidade Social Empresarial*. Porto, Bio Rumo – Promoção e Educação ambiental.

Auchan – Relatório de Responsabilidade Social 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.impactus.org/pdf/Documentos/relatorios/Distribution/RRS%20Auchan%202007.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Autoeuropa – Volkswagen Sustainability report 2007/2008. [Em linha]. Disponível em <http://www.volkswagenag.com/vwag/vwcorp/info_center/en/publications/2007/09/sustainability_report.-bin.acq/qual-BinaryStorageItem.Single.File/sustainability_report_07-08_engl.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Bhattacharya, C. B. e Sen, S. (2004). Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumers Respond to Corporate Social Initiatives, *California Management Review*, 47 (1), pp. 9- 24

Blaupunkt – Corporate Social Responsibility Report 2007/2008. [Em linha]. Disponível em <http://csr.bosch.com/content/language2/downloads/Bosch_Corporate_Social_Responsibility_Report_2007-2008.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Bowen, H. R. (1957). *Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira

BP Sustainability Report 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.bp.com/liveassets/bp_internet/globalbp/STAGING/global_assets/e_s_asset/s/downloads/bp_sustainability_report_2007.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Brisa – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.brisa.pt/ResourcesUser/Sustentabilidade/Documentos/Relatorios_Sustentabilidade/Sustentabilidade_2007.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Carroll, A. (1979). “A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance”, *Academy of Management Review*, 4, pp.497-505

Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct, *Business & society*, 38 (3), pp. 268–295

Cimpor – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.cimpor.pt/cache/bin/XPQ8Y5gXX1358o6Gsd7bnT7ZKU.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Comissão das Comunidades Europeias. (2001). *Livro Verde da Comunidade Europeia para a Promoção da Responsabilidade Social Empresarial*. [Em linha]. Disponível em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf>. [Consultado em 10/12/2009].

Cone, C. L. *et al.* (2003). Causes and Effects, *Harvard Business Review*, July, pp. 1-8

EDP – Caderno de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.edp.pt/pt/sustentabilidade/PublicacoesRelatorios/relatorios/Relatorios%20Sustentabilidade/Sustentabilidade07.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

CP – Relatório de Sustentabilidade 2007/2008. [Em linha]. Disponível em <http://www.cp.pt/StaticFiles/Imagens/Fotografias/Institucional/Responsabilidade%20Social/relatorios_sustentabilidade/09_indice_gri.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

CTT – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bcsdportugal.org/files/1485.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Dia – Groupe Carrefour Créateur d' Échanges Responsables. Rapport Développement Durable 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.carrefour.com/static/cdc/carrefour_rdd_2007_en/appli.htm?onglet=&page=>. [Consultado em 07/10/2009].

Fabião, M. F. (2003). *O Negócio da Ética: um estudo sobre o Terceiro Setor Empresarial*. [Em linha]. Disponível em <http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/trabalhos/238_Mauricio_Fabiao.doc>. [Consultado em 22/10/2009].

Galp – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://investor.relations.galpennergia.com/NR/rdonlyres/3339D28E-D603-4369-A185-0752D781A592/0/Relat%C3%B3rioSustentabilidade2007.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Global Reporting Initiative (2006). Directrizes para Relatório de Sustentabilidade. Disponível em <<http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/Portuguese.htm>>. [Consultado em 07/01/2010].

GMAC – Corporate Responsibility 2007 - [Em linha]. Disponível em <<http://www.gm.com/corporate/responsibility/>>. [Consultado em 07/10/2009].

GRACE (2004). *Primeiros Passos – Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas*. Lisboa.

GRACE [Em Linha]. Disponível em <<http://www.grace.pt/>>. [Consultado em 24/01/2010].

Grupo Portucel Soporcel – Relatório de Sustentabilidade 2006/2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bcsdportugal.org/files/1674.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Handy, C. (2002). What's a business for?, *Harvard Business Review on Corporate Responsibility*, pp. 65-82

Instituto Ethos (2010). [Em linha]. Disponível em <<http://www1.ethos.org.br>>. [Consultado em 10/01/2010].

Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing - a edição do novo milénio*, São Paulo, Prentice Hall

Kotler, P. e Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause*. New Jersey, John Wiley & Sons, Inc

Lindon, D. et al. (2004). *Mercator XXI – Teoria e prática do marketing*. Porto, Dom Quixote.

Melo, N. F. P. e Froes, C. (2001). *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro sector*. 2ª ed. Rio de Janeiro, Qualitymark

Melo, N. F. P. e Froes, C. (2001). *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro, Qualitymark

Michel, M. de O. e Porciúncula, C. G. (2006). Responsabilidade Social e cidadania – O papel das relações Públicas na sua prática pelas empresas na Zona Sul do RS. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/michel-margareth-porciuncula-responsabilidade-social-cidadania.pdf>>. [Consultado em 04/07/2009].

Miles, M. e Munilla, L. (2004), The potential impact of Social Accountability Certification on marketing: a short note, *Journal of Business Ethics*, nº 50, pp 1-11

Montana, P. J. e Charnov, B. H. (1998). *Administração*. São Paulo, Saraiva

Mota-Engil – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.mota-engil.pt/images/content/871_1_G.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Nestlé – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bcsdportugal.org/files/1729.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Peugeot – 2007 Sustainable Development Indicators. [Em linha]. Disponível em <http://www.psa-peugeot-citroen.com/document/publication/PSA_indicators_ENG1213262688.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Portugal Telecom (PT) - Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/11E3B2B4-E399-4D3B-A473-ECBE7F17915E/1412087/RS2007_PT_LR.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Qimonda – *Creating Tomorrow*-Corporate Responsibility Report 2007. [Em linha]. Disponível em <www.qimonda.com/corporate-responsibility>. [Consultado em 07/10/2009].

REN – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.ren.pt/SiteCollectionDocuments/Sustentabilidade/Relat%C3%B3rioSustentabilidade2007.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Repsol – Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007. [Em linha]. Disponível em <https://imagenes.repsol.com/pt_pt/IRC07_tcm21-473558.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Secil – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bcsdportugal.org/files/1623.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Selltiz, C. *et al.* (1965). *Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais*. São Paulo, Herder.

SIVA – Grupo Sag – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.sag.pt/Files/BROCHURA_SAG_sustentabilidade_net.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Smith, N. C. (2003). Corporate Social Responsibility: Whether or How, *California Management Review*, 45 (4), pp. 52-76

Soares da Costa – Relatório de Sustentabilidade 2008. [Em linha]. Disponível em <<http://www.leafersystem.com/soaresdacosta/sustentabilidade/>>.

[Consultado em 07/10/2009].

Somague Engenharia – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.somague.pt/site2005/pt/sgps/Relatorio_de_Sustentabilidade_2007.pdf>.

[Consultado em 07/10/2009].

Sonae Distribuição, SGPS, S.A - Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.sonae.pt/pdf/relatorio_sustentabilidade/sonae_distrib.pdf>.

[Consultado em 07/10/2009].

TAP – Relatório do Governo Societário e de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www2.flytap.com/web/pdf/tap_rs07.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Terra, C. F. (2004). Terra Tudo Pelo Social: A Responsabilidade Social como uma das Atribuições de Relações Públicas. Disponível em <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0232.pdf>>. [Consultado em 12/09/2009].

TMN – Relatório de Sustentabilidade 2006. [Em linha]. Disponível em <http://www.tmn.pt/TMN%20Institucional/A%20Empresa/Sustentabilidade/pdf/relatorio_sustentabilidade_tmn_2006.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Total – Medio Ambiente y Sociedad 2007 – nuestras responsabilidades empresariales. [Em linha]. Disponível em <http://www.total.com/MEDIAS/MEDIAS_INFOS/2839/FR/rapport-environnement-societe-2007-espagnol.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Toyota – Toyota European Sustainability Report 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.unep.org/climateneutral/Portals/0/Company/RelatedDocuments/ToyotaEurope/Toyota_SR08_FINAL_gysPm.pdf>. [Consultado em 07/10/2009].

Unicer – Relatório de Sustentabilidade 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bcsdportugal.org/files/1596.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

Vodafone – Relatório de Responsabilidade Social 2007. [Em linha]. Disponível em <<http://www.vodafone.pt/NR/rdonlyres/22C7C1B3-D39D-4A63-BD8E-65CA8B4637C5/0/RelatorioResponsabilidadeSocial07.pdf>>. [Consultado em 07/10/2009].

World Business Council for Sustainable Development. (2009). [Em linha]. Disponível em <www.wbcsd.org>. [Consultado em 10/09/2009].

1000 Maiores Empresas, *Jornal de Notícias*. Dezembro 2008, pp. 89-91

Anexos

Anexo 1 – Ranking das 100 maiores empresas (2007)

* **-0,3%**

PETROGAL

Foi a percentagem de descida do volume de negócios da maior empresa portuguesa

ranking

1 ▶ 46

Posição	Nome da empresa	CÓDIGO DISTRITO EMPRESA	VOLUME DE NEGÓCIOS			VALOR ACRESCENTADO BRUTO	ACTIVO LÍQUIDO	CAPITAIS PRÓPRIOS	RENTABILIDADE CAPITAIS PRÓPRIOS (%)	NÚMERO DE TRABALHADORES	RESULTADOS LÍQUIDOS	PRODUTIVIDADE	RENTABILIDADE VENDAS (%)
			2007	2006	Crescimento (%)								
* 1	Petrogal - Petróleos de Portugal	11-358006	8 874 784	8 900 000	-0,3	908 754	3 150 717	1 366 554	25,0	2050	342 317	4329	3,9
2	Modelo Continente Hipermercados	13-621034	2 785 008	3 359 022	-17,1	427 631	1 348 617	22 013	196,7	19 473	43 308	143	1,6
3	EDP - Energias de Portugal	11-730010	2 884 478	682 261	293,5	-	16 574 107	6 263 055	8,0	-	502 158	-	18,7
4	EDP - Distribuição de Energia	11-730012	2 487 043	4 300 000	-42,2	-	5 700 434	366 088	63,1	-	230 878	-	9,3
5	TAP - Transportes Aéreos Portugueses	11-710039	2 081 919	1 791 937	16,2	677 211	1 968 854	40 581	80,9	7744	32 833	269	1,6
6	BP Portugal	11-358001	1 984 980	1 968 308	0,8	103 463	738 209	156 817	1,4	374	2254	5307	0,1
7	PT Comunicações	11-720018	1 975 437	2 050 099	-3,6	780 140	4 739 250	1 412 848	7,6	6563	107 310	301	5,4
8	Repsol Portuguesa	11-358007	1 711 088	1 560 685	9,6	77 416	-	-	-	249	15 269	6872	0,9
9	Pingo Doce	11-621040	1 697 274	1 475 045	15,1	187 054	811 608	48 873	23,8	9762	11 617	174	0,7
10	Autoeuropa	15-384037	1 667 044	1 412 000	18,1	239 273	574 429	374 979	3,7	2962	13 965	563	0,8
11	TMN	11-720027	1 573 462	1 527 864	3,0	672 340	4 234 686	1 387 216	13,9	1143	193 030	1377	12,3
12	Vodafone Portugal	11-720030	1 547 517	1 411 751	9,6	689 076	1 993 002	1 466 983	18,3	1676	268 972	923	17,4
13	EDP - Gestão da Produção de Energia	11-730013	1 504 594	1 037 184	45,1	-	6 873 010	2 200 012	18,7	-	411 633	-	27,4
14	Qimonda - Fabrico de Componentes Electrónicos	13-368010	1 466 466	1 345 180	9,0	259 256	592 849	272 065	22,1	2048	59 999	716	4,1
15	REN - Redes Energéticas Nacionais	11-730028	1 445 132	3 202 492	-54,9	-	2 716 958	643 290	8,8	-	56 531	-	3,9
16	Galp - Gás Natural	11-730037	1 343 877	1 221 939	10,0	237 233	638 568	404 350	40,8	56	164 972	23 988	12,3
17	Auchan Portugal	11-621006	1 263 450	1 188 647	6,3	175 676	687 520	270 531	11,8	6617	31 984	191	2,5
18	Feira Nova - Hipermercados	11-621017	875 212	818 981	6,9	92 519	654 274	12 815	-149,4	5775	-19 143	152	-2,2
19	Portugal Telecom, SGPS	11-910064	838 680	804 850	4,2	871 105	11 208 392	2 086 924	29,4	11	613 451	76 244	73,1
20	Repsol Polímeros	15-351012	828 460	644 473	28,5	116 316	474 624	372 511	12,3	432	45 933	1918	5,5
21	Mota-Engil, Engenharia e Construção	13-510021	808 891	1 055 092	-23,3	198 691	972 956	243 509	10,1	6771	24 574	119	3,0
22	Nutrinveste, SGPS	11-910042	807 885	781 650	3,3	69 863	523 127	219 204	2,4	909	5 159	889	0,6
23	DIA Portugal - Supermercados	11-621011	738 696	663 761	11,3	-	329 929	124 461	26,4	3301	32 842	224	4,4
24	Cepsa Portuguesa Petróleos	11-358002	734 236	720 218	1,9	30 485	251 794	56 063	2,6	151	1480	4862	0,2
25	Lactogal - Produtos Alimentares	13-311026	724 421	670 999	8,0	130 901	514 538	216 559	13,7	1755	29 706	413	4,1
26	Carreio Cash & Carry	11-611160	713 095	837 000	11,9	113 640	263 414	41 384	93,4	1585	38 656	450	5,4
27	CTT - Correios de Portugal	11-720039	703 875	676 458	4,1	501 555	1 420 869	252 330	28,8	13 957	72 743	50	10,3
28	Soporcel - Sociedade Portuguesa de Papel	06-341018	674 245	-	-	282 447	862 516	614 277	20,7	771	127 277	875	18,9
29	Portucel - Empresa Produtora de Pasta e Papel	15-341011	674 205	574 125	17,4	329 863	2 117 297	1 112 449	11,1	887	123 875	760	18,4
30	Alliance Healthcare	13-612006	664 375	650 539	2,1	63 528	241 723	82 583	15,0	450	12 423	1476	1,9
31	Renault Portugal	11-384030	652 895	781 012	-16,4	52 089	314 584	196 339	8,4	168	16 446	3866	2,5
32	SIVA - Soc. de Importação de Veículos Automóveis	11-384033	642 999	579 364	11,0	42 624	274 898	53 341	33,5	167	17 848	3850	2,8
33	Brisa - Auto-estradas de Portugal	11-730007	641 679	605 767	5,9	575 211	4 943 418	1 499 363	16,9	1603	252 951	400	39,4
34	Galp Energia, SGPS	11-910036	606 859	874 194	-30,6	595 060	2 720 258	2 056 533	27,3	1	560 842	608 859	92,4
35	ZON TV Cabo Portugal	11-830008	598 330	-	-	209 213	616 452	164 281	21,9	453	35 916	1321	6,0
36	Continente Hipermercados	11-621170	582 644	-	-	-	339 228	81 086	-34,7	3052	-28 101	191	-4,8
37	Delphi Automotive Systems Portugal	11-383012	573 904	-	-	120 893	281 076	119 744	5,3	3405	6314	169	1,1
38	Unilever Jerónimo Martins	11-314003	567 681	351 381	61,6	103 705	730 738	64 957	44,5	459	28 890	1237	5,1
39	Makro - Cash & Carry Portugal	11-611122	568 392	560 000	1,1	56 400	178 511	11 671	-12,7	1741	-1485	325	-0,3
40	Transgás	11-730047	558 944	-	-	48 333	105 621	37 184	95,5	-	35 507	-	6,4
41	Teixeira Duarte - Engenharia e Construções	11-530207	554 859	502 886	10,3	230 472	1 188 626	382 896	14,9	-	56 935	-	10,3
42	DCP Portugal - Produtos Farmacêuticos	13-353031	551 742	525 983	4,9	49 988	171 988	73 345	7,0	286	5126	1929	0,9
43	GMAC - Comércio e Aluguer de Veículos	11-626111	538 699	512 119	4,8	-	166 188	10 019	19,2	35	1928	15 334	0,4
44	Worten	13-624021	534 276	-	-	-	240 705	15 412	48,7	2229	7510	240	1,4
45	Galpgeste - Gestão de Áreas de Serviço	11-627022	530 879	521 557	1,8	22 526	14 471	2 848	74,5	1329	2122	399	0,4
46	Nestlé Portugal	11-311031	527 408	494 748	6,6	117 078	349 402	193 891	13,9	1207	26 977	437	5,1

Valores em milhares de euros

1000 MAIORES 2008 89

ranking

47 • 80

RANKING	Nome da empresa	CÓDIGO DISTRITO EMPRESA	VOLUME DE NEGÓCIOS			VALOR ACRESCENTADO BRUTO	ACTIVO LÍQUIDO	CAPITAIS PRÓPRIOS	RENTABILIDADE CAPITAIS PRÓPRIOS (%)	NÚMERO DE TRABALHADORES	RESULTADOS LÍQUIDOS	PRODUTIVIDADE	RENTABILIDADE VENDAS (%)
			2007	2006	Crescimento (%)								
47	Somincor – Sociedade Mineira de Neves Corvo	02-290001	522 427	436 896	19,6	392 092	717 544	510 668	35,3	837	180 100	624	34,5
48	Peugeot Citroën Automóveis Portugal	18-384028	513 116	443 825	15,6	42 130	126 020	42 641	16,2	1356	6914	378	1,3
49	Mercedes-Benz Portugal	11-626155	513 003	488 928	4,9	22 916	125 662	43 185	1,6	198	697	2591	0,1
50	Reagro – Importação e Exportação	11-611159	495 241	358 751	38,0	8193	53 798	20 232	18,9	57	3817	8 688	0,8
51	Continental Mabor – Indústria de Pneus	03-355014	474 089	462 542	2,5	0	602 953	476 254	22,2	1444	105 926	328	22,3
52	Somague Engenharia	11-530193	451 656	410 789	9,9	100 584	438 129	112 009	3,3	1236	3733	365	0,8
53	ELCA – Cosméticos (Zona Franca da Madeira)	22-612032	450 149	-	-	31 452	171 920	103 044	18,3	-	18 842	-	4,2
54	Toyota Caetano Portugal – Indústria	13-384031	446 646	407 128	9,7	45 773	248 008	110 727	9,7	688	10 706	649	2,4
55	Unicer – Distribuição de Bebidas	13-611165	435 174	-	-	61 995	188 405	51 609	41,6	252	21 489	1727	4,9
56	Siemens	11-383050	434 388	592 176	-26,6	114 752	442 301	215 072	18,0	1078	38 802	403	8,9
57	SN Seixal – Siderurgia Nacional	15-371041	418 413	-	-	37 956	242 923	24 559	38,0	412	9324	1016	2,2
58	PT Prime – Soluções Empres. de Telecomunicações	11-720020	413 355	357 715	15,6	77 693	271 402	72 375	40,4	87	29 272	6169	7,1
59	Tabaqueira	11-318004	407 261	395 686	2,9	204 326	579 745	206 424	41,6	774	85 699	526	21,1
60	Cimpor – Indústria de Cimentos	11-363008	404 074	357 000	13,2	165 001	630 962	238 752	33,5	650	80 022	622	19,8
61	Blaupunkt – Auto-Rádio Portugal	03-383003	399 143	441 758	-9,6	79 187	99 285	47 961	18,2	2014	8744	198	2,2
62	El Corte Inglés	11-624004	394 608	359 165	9,9	106 915	626 188	541 289	1,5	3327	8145	119	2,1
63	Parpública, SGPS	11-910020	391 699	608 166	-41,4	351 112	5 982 402	2 780 388	5,8	20	162 357	19 585	41,4
64	Soares da Costa – Sociedade de Construções	13-530186	388 489	350 887	10,7	116 471	372 546	87 901	14,2	1793	12 445	217	3,2
65	Peugeot Portugal Automóveis	11-626167	364 942	384 022	-5,0	-	197 061	28 698	8,7	89	2501	4100	0,7
66	Secil – Companhia Geral de Cal e Cimento	15-363018	362 588	563 890	-35,7	140 952	969 164	362 276	13,9	362	50 409	1002	13,9
67	Megasa – Comércio de Produtos Siderúrgicos	15-612033	362 005	-	-	30 200	94 405	15 138	99,4	4	15 041	90 501	4,2
68	Codifar – Cooperativa Distribuidora Farmacéutica	11-618025	359 128	359 820	-0,2	14 748	135 661	27 433	3,4	135	941	2680	0,3
69	CP – Caminhos de Ferro Portugueses	11-710039	354 921	289 000	22,8	155 191	1 351 809	-1623 062	-	4230	-183 889	84	-51,8
70	EDP Comercial – Comercialização de Energia	11-730011	349 857	340 000	2,9	-	113 048	3 251	-880,9	-	-28 638	-	-8,2
71	Sonae com – Serviços de Comunicações	13-720038	349 138	-	-	182 518	1 325 656	638 748	18,8	210	120 348	1663	34,5
72	SCC – Sociedade Central de Cervejas	11-313038	344 355	335 897	2,5	84 200	768 105	163 659	-16,3	676	-26 658	509	-7,7
73	Automóveis Citroën	11-626041	341 125	281 988	21,0	24 046	132 118	11 446	20,7	342	2372	997	0,7
74	REN Trading	11-619015	337 947	-	-	527	84 238	434	88,5	-	384	-	0,1
75	Turbogás – Produtora Energética	11-730038	335 120	314 429	6,6	91 804	507 264	48 656	65,5	1	31 866	335 120	9,5
76	Midsid – Sociedade Portuguesa de Distribuição	11-618067	334 113	315 000	6,1	7106	25 625	2837	32,5	190	921	1758	0,3
77	Centro Hospitalar de Lisboa Centrat	11-820062	333 163	326 546	1,4	200 166	246 670	20 644	-15,4	6476	-3177	51	-1,0
78	HP Portugal	11-628015	332 365	306 859	8,3	32 181	123 622	26 770	11,4	304	3056	1093	0,9
79	BMW Portugal	11-628226	317 841	321 567	-1,2	40 867	116 340	49 531	57,1	53	28 261	5997	8,9
80	RTP – Rádio e Televisão de Portugal	11-880005	315 905	293 349	7,7	141 463	377 017	-722 693	-	2539	-38 125	124	-11,4

Valores em milhares de euros

PUB


**GRUPO
NETT**
**FAZEMOS ACONTECER
CONSIGO**
www.gruponett.com

 TRABALHO TEMPORÁRIO | RECRUTAMENTO E SELECÇÃO | FORMAÇÃO
 CONSULTORIA RH | OUTSOURCING | EXECUTIVE SEARCH


90

ranking

115 • 160

POSICÃO	Nome da empresa	CÓDIGO DISTRITO EMPRESA	VOLUME DE NEGÓCIOS			VALOR ACRESCENTADO BRUTO	ACTIVO LÍQUIDO	CAPITAIS PRÓPRIOS	RENTABILIDADE CAPITAIS PRÓPRIOS (%)	NÚMERO DE TRABALHADORES	RESULTADOS LÍQUIDOS	PRODUTIVIDADE	RENTABILIDADE VENDIDAS (%)
			2007	2006	Crescimento (%)								
115	Sovena Oilseeds Portugal	11-316004	233147	192.000	21,4	22.170	122.043	43.682	14,4	116	6294	2010	2,7
116	Refer – Rede Ferroviária Nacional	11-710008	231.222	222.980	3,7	155.708	1.358.559	973.755	-16,7	3579	-162.830	65	-70,4
117	Rádio Popular – Electrodomésticos	13-624017	230.291	179.000	28,7	26.078	110.944	16.374	6,9	1032	1133	223	0,5
118	VASP – Distribuidora de Publicações	11-618100	227.612	237.000	-4,0	9667	38.917	9029	4,8	383	436	594	0,2
119	Baviera – Comércio de Automóveis	13-626044	225.539	203.000	11,1	24.433	123.996	91.095	2,8	589	2544	383	1,1
120	Amorim & Irmãos	01-339002	225.090	222.348	1,2	50.949	252.731	158.570	5,6	1270	6871	177	3,9
121	FIAT Distribuidora Portugal	11-626093	225.046	189.101	19,0	11.545	117.544	25.314	16,9	15	4283	15.003	1,9
122	Mitsubishi Fuso Truck Europe	14-384026	223.926	-	-	38.546	90.408	28.439	61,7	386	17.544	580	7,8
123	Media Capital	11-910034	222.355	213.927	3,9	118.122	412.936	173.440	17,4	-	30.235	-	13,6
124	Monteadriano – Engenharia e Construção	13-530147	218.423	232.000	-5,9	37.886	236.352	36.016	16,8	612	6059	357	2,8
125	Computer 2000 Portuguesa	11-628036	218.049	210.978	3,4	10.313	76.646	10.797	-21,5	93	-2318	2345	-1,1
126	Estoril Sol III	11-632009	208.834	184.965	13,3	-	-	-	-	922	-	227	-
127	PT.Com – Comunicações Interactivas	11-720031	206.990	202.452	2,2	16.429	164.916	87.553	-2,3	128	-2054	1617	-1,0
128	Tejo Energia – Produção e Distrib. de Energia Eléctrica	11-730036	201.831	194.767	3,6	85.850	806.232	167.408	9,9	8	16.634	25.229	8,2
129	Danone Portugal	05-311012	200.937	184.000	9,2	56.406	104.619	60.620	44,1	306	26.704	657	13,3
130	Auto Sueco	13-626042	200.932	236.108	-14,9	56.927	306.000	152.762	19,2	521	29.372	386	14,6
131	Construtora do Tâmega	11-530058	200.848	211.620	-5,1	47.256	199.687	49.893	-31,6	486	-15.687	413	-7,8
132	Refrige – Sociedade Industrial de Refrigerantes	11-313036	199.020	-	-	22.866	107.122	40.079	-20,1	482	-8054	413	-4,0
133	CUF – Químicos Industriais	01-357002	193.688	195.816	-1,1	35.479	162.618	63.863	14,5	341	9259	568	4,8
134	Petrin – Petróleos e Investimentos	11-627033	192.275	155.000	24,0	-	64.242	164	-2187,8	127	-3588	1514	-1,9
135	SPLA – Soc. Portuguesa de Leilões de Automóveis	11-626196	190.760	154.761	23,3	6832	16.133	9628	35,8	60	3444	3179	1,8
136	Martifer – Construções Metalomecânicas	18-371021	188.210	158.540	18,7	30.671	109.806	23.691	31,8	740	7592	254	4,0
137	SPDAD – Produção e Distrib. de Artigos de Desporto	11-623023	186.976	124.858	49,8	24.850	100.542	34.259	22,2	750	7609	249	4,1
138	DLI – Distribuição e Logística para a Informática	11-628031	186.777	164.000	13,9	7319	72.131	12.117	10,7	52	1293	3692	0,7
139	Sanofi-Aventis – Produtos Farmacêuticos	11-353002	185.797	196.326	-5,4	59.407	270.886	221.248	3,5	468	7658	397	4,1
140	Luso Flinsa – Indústria e Comércio de Madeiras	18-331023	185.392	139.000	33,4	50.265	130.781	101.341	30,0	258	30.423	719	16,4
141	Charmartin Imobiliária, SGPS	13-620054	179.183	201.869	-11,2	122.492	1397.619	324.478	16,7	177	54.226	1012	30,3
142	Merck Sharp & Dohme	11-353027	178.545	183.922	-4,0	37.837	79.537	33.581	38,1	170	12.783	1039	7,2
143	Grohe Portugal – Componentes Sanitários	01-374004	174.477	147.554	18,2	28.611	83.975	30.578	28,3	621	8.665	281	5,0
144	Top Atlântico – Viagens e Turismo	11-633032	174.374	178.207	-2,2	-	60.494	945	119,7	308	1131	570	0,6
145	Portucel Viana – Emp. Produtora Papéis Industriais	18-341012	174.372	157.098	11,0	60.354	165.385	93.423	29,3	301	27.332	579	15,7
146	Celbi – Celulose Beira Industrial	06-341003	174.313	156.618	11,3	89.015	630.001	225.548	18,2	223	41.044	782	23,5
147	Propel – Produtos de Petróleo	11-627040	172.275	160.393	7,4	5684	16.470	2845	11,2	367	319	469	0,2
148	Nabeiro – Manuel Rui Azinhais Nabeiro	12-319004	172.268	155.000	11,1	48.791	145.522	18.551	18,0	817	3334	211	1,9
149	SATA Internacional – Serviços e Transportes Aéreos	19-710036	172.228	145.834	18,0	43.121	73.587	14.271	18,7	524	2663	329	1,5
150	General Cable Celcat, Energia e Telecomunicações	11-383028	171.720	167.807	2,3	22.026	90.533	34.087	15,9	284	5433	605	3,2
151	Megameios – Publicidade e Meios	11-843010	171.661	198.893	-12,8	-	51.378	1635	60,7	9	992	19.073	0,6
152	Farbeira Cofarbel Farcentro – Coop. Farmacêutica	06-618037	171.576	177.814	-3,5	11.140	44.225	9605	8,7	184	833	932	0,5
153	Cabelle – Cabos Eléctricos e Telefónicos	13-383006	171.441	141.787	20,9	-	144.083	28.414	17,8	374	5044	458	2,9
154	ColepCCL Portugal – Embalagens e Enchimentos	01-381003	171.242	151.986	12,7	48.855	167.679	49.058	35,7	1060	17.526	162	10,2
155	OFCEP – Office Centre Portugal	11-628027	170.316	145.000	17,5	-	118.600	44.760	21,3	990	9.547	172	5,6
156	Logista Portugal – Distribuição de Publicações	11-618055	170.221	184.000	-7,5	3.385	71.409	932	-33,0	170	-308	1001	-0,2
157	Contacto – Sociedade de Construções	13-510009	169.485	151.295	12,0	-	108.913	19.448	17,5	167	3387	1015	2,0
158	CME – Construção e Manutenção Electromecânica	11-530033	169.358	160.471	5,5	39.530	133.019	50.817	8,3	872	4238	194	2,5
159	Opway – Engenharia	11-530159	168.637	227.236	-25,8	-	394.978	97.037	0,5	423	522	399	0,3
160	Cibal – Distribuição de Bebidas e Alimentação	11-611045	168.278	144.000	16,9	16.557	65.842	20.268	5,9	533	1199	316	0,7

Valores em milhares de euros