

INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO
POLITÉCNICO
DO PORTO

M

MESTRADO
EM ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO DIGITAL

Responsabilidade Social das Organizações: Uma Análise do Compromisso com o Bem- Estar dos Trabalhadores em Relatórios de Sustentabilidade

Mariana dos Santos Cabral

10/2024



Mariana Cabral. Responsabilidade Social nas
Organizações: Uma Análise do Compromisso com o
Bem-Estar dos Trabalhadores em Relatórios de
Sustentabilidade

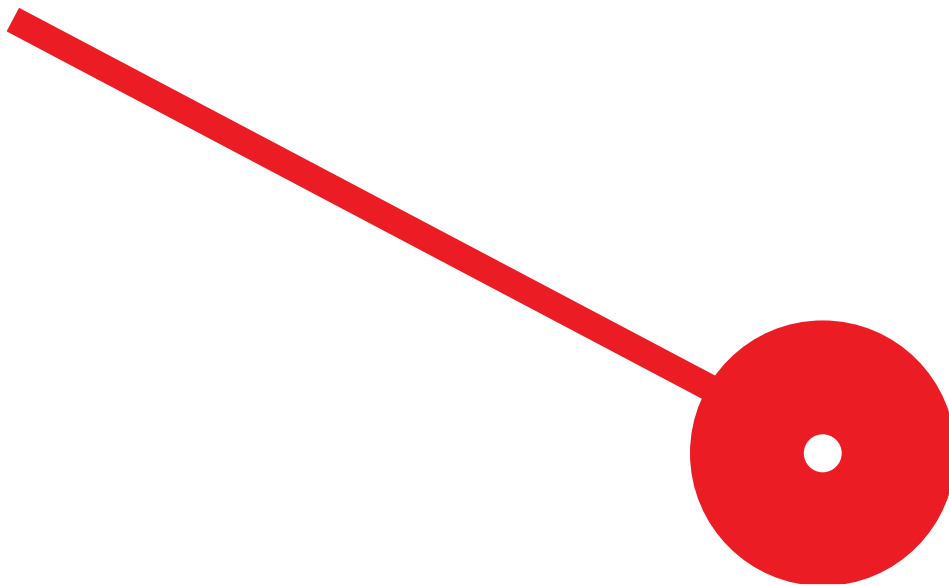
MESTRADO
EM ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO DIGITAL

Responsabilidade Social das Organizações: Uma Análise do Compromisso com o Bem- Estar dos Trabalhadores em Relatórios de Sustentabilidade

Mariana dos Santos Cabral

**Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto Superior de
Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de
Mestre em assessoria em comunicação digital sob a orientação de
Professora Arminda Sequeira e coorientação da Professora Doutora
Luciana Oliveira**

Mariana dos Santos Cabral. Responsabilidade Social nas Organizações:
Uma Análise do Compromisso com o Bem-Estar dos Trabalhadores em
Relatórios de Sustentabilidade
10/2024



Agradecimentos

Gostaria de agradecer à minha família por todo o apoio incondicional durante este período e por serem o meu suporte hoje e sempre.

Obrigada à Professora Arminda Sequeira pela sua disponibilidade, orientação e todo o apoio fornecido, algo indispensável para a realização desta dissertação. Agradeço, também, à Professora Luciana Oliveira pelos seus conselhos e ajuda prestada ao longo deste processo.

Por fim, agradeço ao Marco, à Marta e à Sandra pelos momentos de diversão, amizade e companheirismo, e por todas as palavras amigas sempre que necessito.

O meu muito obrigado a todos!

Resumo:

O imperativo do desenvolvimento sustentável implica a participação ativa de todos os atores sociais, incluindo as empresas. Considerando a crescente valorização da sustentabilidade e responsabilidade social torna-se fundamental que as empresas comuniquem práticas nestas áreas, uma vez que deste modo podem influenciar a perceção que a sociedade em geral e os seus *stakeholders* (partes interessadas) em particular possuem da organização, o que impacta diretamente a sua notoriedade e reputação positivas. Os Relatórios de Sustentabilidade são um dos veículos prioritários para divulgação das atividades que as organizações desenvolvem nestes domínios. Os colaboradores, como pilar fundamental das organizações, são vistos como primeiro público-alvo das atividades de responsabilidade social e sustentabilidade das organizações, desempenham um importante papel na credibilização das ações desenvolvidas neste âmbito. Neste sentido consideramos essencial compreender se as empresas envolvem e comunicam, através dos seus Relatórios de Sustentabilidade, a participação dos seus colaboradores nas atividades de sustentabilidade e responsabilidade social e se implementam ações que prezam o seu bem-estar. O principal objetivo desta dissertação é compreender se as 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal mencionam os seus colaboradores nos seus Relatórios de Sustentabilidade recorrendo uma investigação interpretativa e de natureza exploratória, utilizando uma pesquisa qualitativa, cujos dados recolhidos vão ser trabalhados por meio da análise de conteúdo dos Relatórios de Sustentabilidade. Este estudo demonstra que as 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal mencionam os seus colaboradores no seu Relatório, embora o façam em domínios diferentes e o espaço dedicado varie.

Esta investigação demonstra a necessidade de promover um ambiente laboral adequado aos colaboradores, reconhecidos como elementos fundamentais da estratégia empresarial, e como participantes ativos nas ações de sustentabilidade das organizações.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Empresas; Responsabilidade Social; Relatórios de Sustentabilidade

Abstract:

The imperative of sustainable development involves the active participation of all social actors, including companies. Given the increasing emphasis on sustainability and social responsibility, companies must communicate their practices in these areas. By doing so, they influence the perception that society in general, and their stakeholders in particular have of the organization, directly impacting their positive visibility and reputation. Sustainability reports are one of the primary vehicles for disclosing the activities organizations undertake in these domains. As fundamental pillars of organizations, employees are seen as the primary target audience for corporate social responsibility and sustainability activities. They play an important role in validating the actions undertaken. In this sense, it's essential to understand whether companies are involved and communicate, through their Sustainability Reports, the participation of their employees in sustainability and social responsibility activities and whether they implement actions that prioritize well-being. The main purpose of this dissertation is to understand whether the 10 best companies to work in Portugal mention their employees in their Sustainability Reports. This will involve interpretative and exploratory research using qualitative methods, where the collected data from Sustainability Reports is analyzed through content analysis. The study demonstrates that the 10 best companies to work in Portugal mention their employees in their Reports, although in different domains and the space dedicated varies.

This research highlights the need to promote a favorable work environment for employees, recognized as fundamental elements of the business strategy, and as active participants in the organization's sustainability actions.

Keywords: Sustainability; Comprise; Social Responsibility; Sustainability Reports

Índice geral

Introdução	1
Capítulo I – Revisão da literatura.....	5
1. Responsabilidade Social.....	6
1.1 Evolução do Conceito	6
1.2 Dimensões da RSE.....	9
1.2.1 Dimensão Interna.....	9
1.2.2 Dimensão Externa.....	10
2 Sustentabilidade.....	11
2.1 Evolução do conceito	11
2.2 Sustentabilidade no domínio empresarial	14
2.3 Dimensões da Sustentabilidade.....	18
2.3.1 Dimensão ambiental	20
2.3.2 Dimensão Social.....	20
2.3.3 Dimensão Económica	21
3 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.....	22
3.1 Origem do Conceito e Práticas ESG	22
3.2 Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas	23
4 Relatório de Sustentabilidade	26
4.1 Normas GRI	29
5 Colaboradores.....	31
5.1 Teoria dos Stakeholders: Breve Descrição.....	31
5.1.1 Os Stakeholders nos Relatórios de Sustentabilidade.....	32
5.2 O Papel Dos Colaboradores nas Empresas	32
5.2.1 Motivação Organizacional.....	33

5.2.2	Relação dos colaboradores com a RSE e com a Sustentabilidade	34
6	Relação entre a RS, Sustentabilidade e DS	35
Capítulo II – Metodologia de investigação		37
1	Questão de Investigação e Objetivos.....	38
2	Desenho de Investigação	39
Capítulo III – Apresentação e Discussão Dos Resultados.....		42
1	Resultados.....	43
1.1	Espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas	43
1.2	Menções aos colaboradores no editorial ou mensagem do Líder/ CEO	51
1.3	Preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores	57
1.4	Ações concretas assumidas para promover o bem-estar dos colaboradores ..	62
1.5	Análise da participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas	66
1.6	Síntese dos principais resultados.....	68
1.7	Discussão de resultados.....	71
Capítulo IV - Conclusão.....		81
Referências bibliográficas.....		87
Anexos.....		97

Índice de Figuras

Figura 1: Dimensões da Sustentabilidade.....	20
Figura 2: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	24
Figura 3: Evolução das Diretrizes GRI	30

Índice de Tabelas

Tabela 1 Modelo de análise	40
Tabela 2 Espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas.....	43
Tabela 3 Menções aos colaboradores no editorial ou mensagem do Líder/ CEO	51
Tabela 4 Preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores.....	57
Tabela 5 Ações concretas assumidas para promover o bem-estar dos colaboradores...	62
Tabela 6 Análise da participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas	65
Tabela 7 Síntese dos principais resultados	69

Lista de abreviaturas

RSC - Responsabilidade Social Corporativa

RS - Responsabilidade Social

SER - Responsabilidade Social Empresarial

DS - Desenvolvimento Sustentável

SE - Sustentabilidade Empresarial

GRI - Global Reporting Initiative

CERES - Coalition for Environmentally Responsible Economies

ESG - Environmental, Social and Governance

ONU - Organização das Nações Unidas

ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

O conceito de sustentabilidade começou a ser mais conhecido a partir da segunda metade do século XX, devido a fatores como as alterações climáticas e às preocupações socioambientais (Dias & Marques, 2017). Relacionado com a ideia de sustentabilidade, o termo desenvolvimento sustentável (DS) surgiu pela primeira vez em 1987, no Relatório de Brundtland, denominado *O Nosso Futuro Comum* (Harris 2023). O DS possui a importante função de garantir que o principal objetivo da sustentabilidade se cumpra, isto é assegurar os recursos do presente, sem comprometer as necessidades das futuras gerações (Choudhury,2018).

A sustentabilidade integra três dimensões principais - ambiental, económica e social - as quais foram introduzidas pela primeira vez por John Elkington em 1994, estas no seu conjunto possuem o propósito de assegurar as necessidades das gerações do presente, sem impedir que as necessidades das futuras gerações sejam asseguradas. Por conseguinte, a eficácia e o progresso de ideias e práticas de desenvolvimento sustentável requerem o envolvimento de todos os atores sociais, abrangendo, consequentemente, as empresas. Assim sendo, torna-se crucial que as empresas ponderem sobre a sua participação no progresso das comunidades em que inserem (Ricco & Zambon, 2018).

Atualmente, observa-se um interesse crescente por parte das organizações relativamente a assuntos que abordam questões sociais, ambientais e económicas. Estes aspetos, para além da comunidade envolvente à organização afetam, também, os seus *stakeholders* (partes interessadas), tanto direta como indiretamente (Candido et al., 2018). Neste âmbito, surge o tema da responsabilidade social, também referido como responsabilidade social empresarial (RSE) a qual integra práticas desenvolvidas pelas empresas que contribuem para a formação de uma sociedade igualitária e justa e para a preservação do ecossistema as quais se integram na ideia de sustentabilidade (Silva & Filho, 2020).

Os colaboradores são um dos mais importantes *stakeholders* das empresas, e como tal são considerados partes indispensáveis para o seu sucesso. Torna-se, assim, fundamental promover o seu bem-estar e fazer com que se sintam motivados e acolhidos pelas empresas.

Tendo em vista estes fatores e as atuais preocupações com a sustentabilidade, o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social, pretende-se observar se a influência destes sobre a estratégia e sobre as políticas das organizações, se verifica e se as organizações a transmitem para o domínio público, o que requer comunicação transparente por parte das empresas. Sendo os colaboradores tão importantes para as empresas, considera-se relevante perceber se existe alguma participação e influência destes, no que diz respeito às práticas de sustentabilidade, verificar se as empresas comunicam o seu contributo nestas áreas, bem como se implementam ações que proporcionam o seu bem-estar e se, por último, essas atividades são espelhadas nos seus Relatórios de Sustentabilidade.

Deste modo, o principal objetivo desta pesquisa é analisar os Relatórios de Sustentabilidade das 10 melhores para trabalhar em Portugal a partir do índice *Randstad Employer Brand 2023* da Randstad Portugal 2023, e verificar se fazem referência e em que termos, aos seus colaboradores no documento. Pretende-se com este estudo responder à seguinte pergunta de investigação: “De que maneira a responsabilidade social interna e as preocupações com os colaboradores estão presentes nos Relatórios de Sustentabilidade das 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal”

O objetivo geral desta investigação, por conseguinte, passa por compreender se as 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal revelam preocupações com a responsabilidade social interna, envolvimento e bem-estar dos seus colaboradores e comunicação através dos seus Relatórios de Sustentabilidade. Adicionalmente, pretende-se responder aos seguintes objetivos específicos:

- (1) Apreciação geral do Relatório de Sustentabilidade – análise do espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e conformidade ou não, com as normativas GRI;
- (2) Analisar o texto editorial ou mensagem do CEO/ líder e verificar se existem menções aos colaboradores;

- (3) Compreender se as empresas consideradas como as melhores para trabalhar em Portugal, refletem a preocupação com o bem-estar dos colaboradores no conteúdo do seu Relatório de Sustentabilidade;
- (4) Perceber que ações concretas são assumidas nos Relatórios de Sustentabilidade para promover o bem-estar dos colaboradores;
- (5) Perceber em que medida os colaboradores participam nas ações de sustentabilidade da empresa;

A investigação realizada é de natureza interpretativa e contempla uma escolha metodológica de tipo exploratório, tendo como estratégia de pesquisa o método qualitativo único, a partir do qual se pretende caracterizar um intervalo de tempo da vida organizacional, refletido na publicação do Relatório de Sustentabilidade. A recolha de dados realizou-se por meio da análise de Relatórios e o tratamento dos dados, sustentou-se na análise de conteúdo.

Esta dissertação é constituída por várias partes: inicia-se pela apresentação da Revisão de Literatura sobre os seguintes temas: Sustentabilidade, Sustentabilidade Empresarial, Responsabilidade Social e Colaboradores. Numa segunda fase, descreve-se a Metodologia de Investigação aplicada nesta pesquisa, e os instrumentos de recolha de dados que permitem responder à Questão de Investigação formulada e aos Objetivos. Segue-se a apresentação da Análise e Discussão de Resultados, onde se demonstram os resultados obtidos a partir da recolha de dados dos Relatórios de Sustentabilidade. Por fim, é apresentada a Conclusão relativa a toda a investigação.

CAPÍTULO I – REVISÃO DA LITERATURA

1. Responsabilidade Social

1.1 Evolução do Conceito

O conceito de sustentabilidade, tal como o conhecemos atualmente, é mais abrangente do que o conceito de responsabilidade social. De modo a compreendermos o primeiro, devemos entender a sua origem e como evoluiu a partir da ideia mais reduzida de responsabilidade social (RS) e responsabilidade social corporativa (RSC). A RSC possui uma visão a curto prazo e contempla uma estratégia destinada a desenvolver ações que vão formar percepções positivas da organização nos públicos-alvo, os quais *opinion makers* (ou seja que influenciam a opinião sobre a organização) - como clientes, mídia, grupos de pressão, etc. Neste sentido, a RS possui o principal objetivo de acrescentar valor à organização. Os princípios éticos da sua ação procuram o equilíbrio entre os interesses da organização e os interesses e atuais preocupações dos seus *stakeholders*, tal demonstra uma perspetiva mais instrumental e de prazo mais reduzido do que o conceito de sustentabilidade (Bansal & Desjardine, 2015).

Nas palavras de Catraio (2012, p.13) “O século XX conseguiu enormes avanços e progressos, as sociedades atuais usufruem de uma abundância ímpar na história”. Os sistemas político-sociais desenvolveram uma estrutura que visa garantir liberdade, justiça, realização pessoal e progresso cultural.

As empresas que surgiram nos séculos XIX e XX foram criadas para agir conforme o seu próprio interesse, enquanto operam dentro do chamado paradigma do mercado, isto significa que as empresas se estabeleceram na procura de uma abordagem mais competente e eficaz de forma a alcançar uma sociedade estável (Schroder & Schroeder, 2004). A publicação “*Social Responsibilities of the Businessman*” (Responsabilidades Sociais do Empresário) de Howard R., em 1953, é considerada por muitos especialistas, como o início do período moderno da RS. (Kolb, 2018; Leandro & Silva 2024).

O conceito de responsabilidade social tem evoluído ao longo dos tempos sendo possível apontar indícios da preocupação das empresas com a sociedade ao longo dos séculos. Contudo apenas a partir do final do século 20 começaram a surgir publicações em que a RSE, ou de RS, eram especificamente mencionadas. A sua evolução, com origem nas noções de filantropia, ganhou notoriedade no final do século XIX, no entanto a sua abrangência ainda era reduzida e dependia exclusivamente da boa vontade da empresa. (Kolb, 2018).

A partir da década de 60, o termo começou a ganhar maior relevância nos estudos e no meio empresarial, à medida que as organizações tentavam adaptar-se às mudanças sociais. O debate sobre a complexa relação entre as empresas e a sociedade obteve uma nova ênfase, no fim da década de 90, devido à ascensão da sociedade de informação e, também, como forma de reação à globalização (Leandro & Silva, 2024).

No entanto, o contexto atual caracteriza-se por uma crise de valores, refletida em formas como o desejo descontrolado do dinheiro e adesão a ideologias e tecnologia, que contribuem para o enfraquecimento da sociedade tal como a conhecemos e ameaçam a sua harmonia política, social e ambiental. Perante isto, é necessário que a sociedade desenvolva esforços pela procura de novos paradigmas e para reverter os danos causados, construindo uma realidade mais ética, sustentável e solidária por via da responsabilidade social (Catraio, 2012).

A responsabilidade social, também, denominada de responsabilidade social empresarial, baseia-se no pressuposto de que as empresas assumem livremente o compromisso de cooperar para melhorar a sociedade, tornando-a mais equitativa e justa e ao contribuir para um ambiente mais limpo. Neste sentido, as empresas devem procurar ir mais longe e contribuir de forma positiva para a sociedade e para o meio ambiente. A ideia de ser socialmente responsável vai para além de meramente cumprir exigências legais, isso requer investir no capital humano, no ecossistema e nas relações com *stakeholders*, implica garantir condições de trabalho justas e oferecer formação apropriada (Nogueira, 2009).

A RSE, foi e continua a ser importante, porque possui a importante função de levar as organizações a preocuparem-se em seguir uma conduta ética e responsável, compatível com a envolvente onde se inserem e com os seus públicos-alvo, de forma a contribuírem para a redução das desigualdades sociais e favorecer o desenvolvimento sustentável, quer para as organizações, quer para os cidadãos (Freitas, 2020). Envolve ainda tratar da forma íntegra e honesta os seus diversos públicos, além do estabelecimento de métricas empresariais alinhadas com o desenvolvimento sustentável da sociedade, que permitem aferir o contributo da empresa para a preservação dos recursos para as futuras gerações, o respeito pela diversidade e o esforço para reduzir as desigualdades sociais. (Ramos, 2015).

As empresas que assumem atividades de responsabilidade social destacam-se em determinadas áreas, passando pelo investimento na qualificação, na participação dos colaboradores na procura do equilíbrio entre o trabalho a vida pessoal, na preocupação com as condições laborais de higiene e segurança, na promoção da igualdade de género e na prevenção de riscos e doenças profissionais, além da atenção dada a questões de inclusão social no trabalho. Adicionalmente, existe um cuidado relativamente a questões ambientais e o compromisso com a transparência e qualidade dos processos de trabalho perante consumidores. Na realidade, a RS começa pelo cumprimento rigoroso de todas as normas legais e altos padrões de relação com o Estado e os cidadãos, que se estende numa especial atenção em assuntos propícios a melhorar a qualidade das ações empresariais (Ramalho et al., 2009).

Este conceito é transversal a todos os setores de atividade e contextos económicos diversos, envolvendo desde as mais pequenas até às maiores empresas. Como vimos, a RSE ocorre quando uma empresa atua de forma clara e consciente para promover o bem-estar social de quem é influenciado pelas suas operações económicas. Neste sentido, entrelaça as suas operações com o conjunto dos sistemas sociais e instituições da comunidade humana, dando origem a uma união entre a sociedade e as empresas. (Wasioleski & Weber, 2018).

Além disso, representa o percurso do trabalho direto de uma empresa para aperfeiçoar componentes da sociedade, a partir das suas próprias atividades, sendo apontada como uma estratégia que sugere as iniciativas sociais voluntárias de uma empresa, que são concebidas com o propósito de criar vantagens diretas ou indiretas para a empresa, ou seja, auxiliar a empresa a atingir seus objetivos estratégicos e económicos (SAGE Publications, 2012).

De acordo com Leandro e Silva (2024), em consequência das transformações sociais é difícil caracterizar claramente a definição do conceito de responsabilidade social, porém representa o aumento da preocupação com as questões sociais diretamente impactadas pela atividade das empresas o que explica igualmente a evolução do conceito em direção ao conceito mais abrangente de sustentabilidade.

Como tal, quando se aborda o tema da RS este inclui a responsabilidade social empresarial, visto que as empresas como elementos da sociedade devem comprometer-se a serem social responsáveis e contribuir para a melhoria do ambiente e da sociedade.

Neste sentido, a responsabilidade social e a sustentabilidade são conceitos relacionados pelo facto de as empresas desenvolverem práticas com o propósito de tentar contribuir para a melhoria da sociedade, porém existem diferenças de âmbito, como veremos adiante.

1.2 Dimensões da RSE

A prática da responsabilidade social nas empresas contempla duas dimensões distintas, mas essenciais para a atividade, sendo essas a **dimensão interna** e a **dimensão externa**.

1.2.1 Dimensão Interna

Segundo o Manual de Responsabilidade Social (2010) a dimensão interna está fundamentalmente relacionada com a empresa em si.

O livro Verde (2001, p.10-13), indica que esta dimensão se divide em quatro domínios principais da empresa: **1. Gestão dos recursos humanos; 2. Saúde e segurança no trabalho; 3. Adaptação à mudança; 4. Gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais.**

- **Gestão dos recursos humanos:** Uma das maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas atualmente é a atração de trabalhadores qualificados. Para lidar com este desafio medidas como formação contínua, delegação de responsabilidades aos colaboradores, equilíbrio entre vida profissional e pessoal, promoção da diversidade na equipa, garantia de igualdade salarial e oportunidades de progressão para mulheres, implementação de programas de participação nos lucros e a preocupação com a segurança e a estabilidade no emprego são consideradas essenciais. Além disso, práticas de recrutamento justas, que não discriminem, podem facilitar a contratação de pessoas pertencentes a minorias étnicas, trabalhadores mais velhos, desempregados de longa duração e indivíduos em desvantagem no mercado de trabalho. Tais ações são fundamentais para alcançar os objetivos estabelecidos pela Estratégia Europeia de Emprego, que visa reduzir o desemprego, aumentar a taxa de emprego e combater a exclusão social.
- **Saúde e segurança no trabalho:** As empresas, os governos e as organizações incrementam a procura de abordagens complementares com o fim promover a saúde e a segurança no trabalho. Estas abordagens englobam aplicar critérios

para aquisição de produtos e serviços, bem como estratégias de marketing para promover as suas próprias ofertas. Essas iniciativas voluntárias visam fomentar uma cultura de prevenção e elevar os padrões de saúde e segurança no ambiente de trabalho, complementando as medidas legislativas e de fiscalização;

- **Adaptação à mudança:** Reestruturar uma empresa de maneira socialmente responsável envolve considerar e equilibrar os interesses de todas as partes afetadas pelas mudanças e decisões. Na prática, o processo é tão crucial quanto o resultado para o sucesso da reestruturação, envolvendo a participação e a colaboração de todas as partes afetadas, por meio de uma comunicação e consulta abertas. Além disso, a reestruturação deve ser cuidadosamente planejada, identificando os riscos mais significativos, ao prever custos diretos e indiretos, explorar estratégias e políticas alternativas e ao procurar todas as formas possíveis de evitar demissões;
- **Gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais:** Os investimentos feitos no domínio ambiental são reconhecidos como vantajosos tanto para as empresas como para o ambiente. As empresas reconhecem os benefícios provenientes de uma adequada performance ambiental e tentam de forma consistente aproveitar as oportunidades.

1.2.2 Dimensão Externa

Na dimensão externa a responsabilidade social de uma empresa vai além dos limites da própria organização e abrange, também, a comunidade local. Contempla uma ampla gama de partes interessadas, além dos colaboradores e acionistas, como parceiros comerciais, fornecedores, clientes, autoridades públicas e ONG', que operam nas comunidades locais ou no campo ambiental. Num mundo de investimentos multinacionais e cadeias de produção globais, a responsabilidade social das empresas necessita expandir-se para além-fronteiras. Segundo a Comissão Europeia esta dimensão aborda as seguintes áreas: **1. Comunidades locais, 2. Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores, 3. Direitos humanos, 4. Preocupações ambientais globais** (Livro Verde, 2011, p.14-18).

- **Comunidades locais:** As empresas desempenham um papel crucial nas comunidades locais ao proporcionarem oportunidades de emprego, salários justos, benefícios e ao contribuírem com o valor dos seus impostos. Por outro

lado, dependem da saúde, estabilidade e prosperidade das comunidades onde operam, uma vez que muitas vezes recrutam a maioria dos seus colaboradores nos mercados de trabalho locais, tendo assim um interesse direto na disponibilidade das competências necessárias na comunidade. A reputação de uma empresa na sua área local e sua imagem não dependem apenas da sua função como empregador e produtor, mas também como interveniente a nível local sendo estes fatores que também influenciam a competitividade;

- **Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores:** O livro indica que empresas que estabelecem relações próximas com os seus parceiros comerciais têm a oportunidade de diminuir os gastos e melhorar a sua eficiência. Deste modo, deve ter-se em consideração a dimensão das leis da concorrência, e adotar práticas socialmente responsáveis. A RS estende-se, também, aos fornecedores, cuja estabilidade financeira está habitualmente associada com o sucesso da empresa a quem fornecem os seus produtos ou serviços;
- **Direitos humanos:** “A responsabilidade social possui também uma forte dimensão de Direitos humanos, nomeadamente em relação a operações internacionais e cadeias de produção globais” (p.16). Cada vez mais se tem vindo perceber o impacto das atividades de uma empresa sobre os Direitos humanos dos seus trabalhadores e comunidades locais que integram as questões de direitos laborais;
- **Preocupações ambientais globais:** Os investimentos e as operações das empresas nos países estrangeiros têm o potencial de influenciar diretamente o crescimento económico e social desses mesmos países. No contexto internacional, o papel das empresas no cumprimento de ações sustentáveis torna-se cada vez relevante.

2 Sustentabilidade

2.1 Evolução do conceito

A crise ambiental juntamente com outros fatores, como a evolução da informação e a globalização económica, têm vindo a influenciar uma mudança de prioridades nas relações internacionais. Ao longo do tempo, constata-se diversos acontecimentos e

situações que demonstram a vulnerabilidade do meio ambiente. Como consequência, é necessário adotar uma postura mais proativa na sua defesa, enquanto se estimula uma educação focada no respeito pela natureza e na garantia da satisfação das necessidades das futuras gerações. (Nogueira, 2009).

Segundo Kuhlman e Farrington, (2010), a sustentabilidade incorpora a visão de que tanto os sistemas humanos como os sistemas naturais devem ser preservados, renováveis e estar em equilíbrio. Os ecossistemas fornecem processos naturais essenciais à qualidade de vida e à sobrevivência dos seres vivos, uma vez que a existência humana está profundamente ligada ao meio ambiente. É assim possível afirmar que a sustentabilidade se baseia na relação entre a conservação dos ecossistemas, o desenvolvimento económico e a igualdade dos direitos sociais, com o propósito de assegurar o bem-estar das gerações do presente e das gerações do futuro.

No ano de 1972 decorreu na cidade de Estocolmo, na Suécia a “Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente”, denominada tipicamente de “Conferência de Estocolmo”. Reconhecida como um “marco histórico político internacional”, foi a primeira conferência internacional direcionada para o meio ambiente, sendo determinante para o surgimento de medidas de gestão ambiental, levando as nações a focarem-se nos problemas ambientais (Nogueira, 2009, p.1).

Em dezembro de 1983, a Organização Geral das Nações Unidas (ONU) criou o decreto número 38/161, o qual faz referência à complexa situação global que se presenciava, até o ano 2000. (Silva et.al.2020).

Ao longo da história o conceito de sustentabilidade tem-se relacionado com movimentos que lutam pela justiça social, conservacionismo¹ e internacionalismo², entre outros. Já no fim do século XX estes agruparam-se dando origem à ideia de desenvolvimento sustentável (BCDSD Portugal, 2021).

O tema da sustentabilidade tem vindo a provocar uma série de discussões e análises entre diferentes domínios da sociedade, desde o meio académico até ao cenário político. O tema tornou-se cada vez mais popular ao longo das últimas décadas, em consequência

¹ “Movimento de defesa do meio ambiente” Fonte: Infopédia -Dicionários Porto Editora (<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/conservacionismo>)

² “Sistema de política internacional” Fonte: Infopédia -Dicionários Porto Editora Porto Editora (<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/internacionalismo>)

dos impactos ambientais negativos que advêm das alterações climáticas e das preocupações socioambientais que surgiram, principalmente, a partir da segunda metade do século XX. O acidente catastrófico ocorrido em Chernobyl, em 1986, na Ucrânia, que resultou em graves problemas ambientais e de saúde pública para a região, é exemplo de um acontecimento que levou ao incremento desses debates. (Dias & Marques, 2017).

De acordo com o web site BCSD Portugal³, o conceito de sustentabilidade apoia-se na ideia da capacidade de satisfazer as necessidades do presente, mas de forma a não comprometer as necessidades das próximas gerações, deixando um legado positivo.

O termo desenvolvimento sustentável, provém da ideia de sustentabilidade, que surgiu a partir da segunda metade do século XX, através de publicações do Clube de Roma⁴ e da Organização das Nações Unidas (ONU), nomeadamente na sua Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela Assembleia Geral da ONU em 1983 (Baracat & Nobre, 2013).

Porém, foi através do relatório *O Nosso Futuro Comum*, popularmente conhecido como *Relatório de Brundtland* publicado em 1987 (Brunstein et. al, 2011), que o termo *desenvolvimento sustentável* ficou conhecido no mundo. No relatório, destacam-se as divergências entre o desenvolvimento económico e os modelos de produção e consumo, enfatizando a necessidade de uma relação de equilíbrio entre o ser humano e o meio ambiente. Nesta perspetiva, o desenvolvimento sustentável visa promover um maior bem-estar económico, enquanto toma em consideração o impacto que poderá trazer sobre a natureza e sobre a sociedade. Esta ideologia representou uma alteração na perspetiva dos negócios, colocando em destaque, igualmente, três dimensões, crescimento económico, igualmente social e preservação do meio ambiente (Blázquez & Peretti, 2012).

O conceito de desenvolvimento sustentável toma em consideração diferentes dimensões, este parte do princípio de que é necessário usar os recursos naturais de maneira

³ O *Business Coucil for Sustainable Development (BCSD) Portugal* consiste numa associação sem fins lucrativos que inclui e representa mais de 190 empresas de referência no país, as quais se comprometem ativamente com a transição para a sustentabilidade. A sua missão passa por ajudar os membros no seu caminho para a sustentabilidade, estimulando um impacto positivo na sociedade, nos *stakeholders* e no meio ambiente. Fonte: BCSD Portugal(<https://bcspdportugal.org/quem-somos/>)

⁴ Consiste num meio composto por líderes de pensamentos diversos, os quais se dedicam à procura de soluções para superar desafios mundiais complexos e promover políticas que auxiliem a humanidade a superar emergências globais. Fonte: Club of Rome (<https://www.clubofrome.org/about-us/>)

equilibrada, em conjunto com a sua capacidade de regeneração, evitando a sua escassez. Deste modo, pretende satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de recorrer igualmente aos recursos (Patrao et al., 2005).

Outra dimensão é a promoção da melhoria da qualidade vida das populações e a preservação do meio ambiente. Esta dimensão assenta na preocupação de equilibrar o aumento do crescimento económico com a preocupação de atender às necessidades quotidianas, elevar os padrões de vida e garantir um ambiente limpo e livre de poluição (Kumar, 2017).

Assim, um modelo de desenvolvimento sustentável que possua a capacidade de garantir às gerações do futuro a qualidade de vida e as regalias que as gerações atuais ainda usufruem, enfrenta obstáculos como, o impacto das ações humanas nos ecossistemas e na biosfera, a degradação rápida dos recursos naturais, a desigualdade social e, também, a má conduta ética na gestão empresarial (BCDSD Portugal, 2021).

Para Baumgartner e Ebner (2010) as questões relativas a ações de sustentabilidade no meio empresarial, aparentam ser frequentemente tratadas de uma maneira mais “acidental” do que propriamente a partir de uma estratégia definida. Nesta perspetiva a principalmente importante para a empresa procurar cumprir e descobrir quais os critérios económicos, ambientais e sociais que servem para a elaboração de um Relatório de Sustentabilidade.

A perspetiva da comunidade científica centra-se no desenvolvimento de estratégias de sustentabilidade exequíveis no futuro. Estas estratégias devem ser definidas a pensar no aperfeiçoamento da *performance* do trabalho, tendo em conta as complicações identificadas e na articulação entre desenvolvimento e preservação da natureza. Contudo, em diversas ocasiões estas premissas não são claramente compreendidas em termos práticos (Baumgartner & Ebner,2010).

2.2 Sustentabilidade no domínio empresarial

A economia tradicional presume a qualidade do meio social, do ambiente e da dimensão ecológica como garantidos. Porém, nos últimos anos, tem se vindo a desenvolver uma nova abordagem económica, na qual é essencial ponderar a importância do “capital natural (ecossistemas)” e do “capital social (relações entre pessoas).” (Benn et.al,2018, p.13), que resulta na transposição destas preocupações para o domínio empresarial.

De acordo com Dunphy (2000, p.8) a sustentabilidade resulta de atividades que tentem “aprimorar a capacidade de manter e renovar a vitalidade da biosfera e proteger todas as espécies; melhorar a capacidade da sociedade de se sustentar para resolver grandes problemas; aumentar a produtividade das organizações e manter os elevados níveis de performance empresarial”. Sistemas carentes de diversidade são incapazes de sustentar a vida, aqui entra o papel da sustentabilidade ao certificar a proteção da diversidade em todos os sistemas ambientais, sociais e económicos, evitando a deterioração dos mesmos (Danciu, 2013).

O conceito de desenvolvimento sustentável é por vezes associado à ideia de travar o crescimento económico, o que pode gerar uma visão negativa sobre os assuntos ambientais e de sustentabilidade. No entanto, é possível promover o desenvolvimento conciliando múltiplas dimensões, tais como o avanço tecnológico, voltado para a melhoria da qualidade ambiental; produtos e serviços que diminuam as ameaças ambientais, com base na tecnologia; e investir no progresso social (Dias & Marques, 2017).

Nos últimos tempos, torna-se evidente um crescente interesse sobre a interação entre as organizações e o meio ambiente, e destas com a sociedade. Essas interações têm levado a intensos debates a nível mundial, devido aos significativos desafios ambientais e sociais, enfrentados pela sociedade moderna. Esta situação incentiva a uma reflexão sobre o papel das organizações frente às questões de sustentabilidade, especialmente no que diz respeito aos desafios ambientais. (Dias & Marques, 2017).

De acordo com o BSDC, atualmente, o tema é considerado muito relevante para as estratégias das empresas, a curto, médio e até longo prazo, tornando-se um fator essencial para assegurar a competitividade entre as organizações. Tal deve-se à evolução das exigências dos diferentes *stakeholders*, nomeadamente clientes, investidores, reguladores e colaboradores que confiam mais nas empresas que revelam essas preocupações, como legado que é deixado para o futuro. Neste sentido, a responsabilidade que as empresas assumem de forma voluntária sinaliza o seu compromisso, contribuindo para se diferenciarem da sua concorrência. Estes valores assumidos também têm reflexos ao nível interno uma vez que contribuem para o aperfeiçoamento da capacidade dos próprios trabalhadores e para o controlo da gestão de riscos.

As empresas que procuram atingir uma vantagem competitiva sobre os seus concorrentes reconhecem a necessidade de promover medidas de sustentabilidade empresarial. A implementação dessas medidas permitirá que as empresas se consigam destacar, assim como, diminuir os custos dos negócios e os riscos associados às operações (Folmer & Tietenberg, 2005).

Em termos gerais, o tema da sustentabilidade empresarial (SE) abrange a integração de princípios de sustentabilidade nas operações das empresas. Estes princípios requerem a aplicação de recursos de forma que as empresas continuem a prosperar ao longo dos anos e a obter lucro. Como referido, o cuidado na utilização dos recursos é incentivado pela sustentabilidade, isto implica a certificação de que o negócio ao criar lucro não leve a problemas no equilíbrio do meio ambiente. (Danciu, 2013).

Os principais desafios neste paradigma, ocorrem a nível social, económico e ecológico, onde as interações entre estes domínios desempenham um papel essencial. A diversidade manifesta-se mediante vários elementos, estratégias e soluções. Operar um negócio de maneira sustentável poderá contribuir para a sua continuação, bem como o aperfeiçoamento da qualidade de vida, de maneira significativa, através de iniciativas e atividades que garantam os recursos necessários para as próximas gerações (Danciu, 2013).

Nesta perspetiva, existe uma correlação entre as pessoas, os negócios e o ecossistema externo. No entanto, durante bastante tempo, a articulação entre estes tem sido inadequada, o que tem vindo a degradar e a desequilibrar o ecossistema, pelo que, devem ser implementadas estratégias, iniciativas e soluções sustentáveis com benefícios a longo prazo, de forma a garantir a permanência do negócio, sem colocar o futuro em risco. (Danciu, 2013).

Ultimamente, a implementação de estratégias de sustentabilidade aumentou nas organizações verificando-se que cada vez mais empresas se preocupam em obter um melhor desempenho em ações sustentáveis e enfrentar os desafios da sustentabilidade. (Danciu, 2013). Graças à globalização da economia, aparecem novas oportunidades de negócio focadas em melhorar a qualidade de vida das pessoas. Todavia, apesar de se promover uma melhor qualidade para uma parte da população, nomeadamente os seus *stakeholders* prioritários, muitas vezes isso implica prejudicar o ecossistema e afetar de forma negativa a vida de outras pessoas. Neste sentido, as organizações devem procurar

formas de trabalhar e evitar o impacto das suas atividades, operações, produtos e serviços sobre a economia e a população (Blázquez & Peretti, 2012), mas com uma perspectiva global, isto é, trabalhar para o bem-estar social, não só dos seus *stakeholders* diretos e das comunidades em que se inserem, mas tendo a preocupação de contribuir para o bem-estar e sustentabilidade da humanidade.

A atividade sustentável de um negócio pode contribuir significativamente para a qualidade de vida do meio imediatamente envolvente à organização e internamente, para os colaboradores, por meio de iniciativas que assegurem os recursos para as próximas gerações uma vez que existe uma relação de interdependência entre as pessoas e as empresas que dependem dos seus ecossistemas externos e possuem as opções de explorá-los ou renová-los, salvaguardando a sustentabilidade para o futuro. A sustentabilidade é, por conseguinte, também um compromisso de longo prazo, em ações corretas e adequadas ao longo do tempo para não desequilibrar e degradar os ecossistemas. Os efeitos nefastos das más decisões no presente, persistirão e serão agravados caso não sejam implementadas iniciativas, estratégias e soluções sustentáveis a longo prazo. Desacelerar e reverter a tendência de degradação ambiental requer tempo e esforço contínuo. Todo o empenho em promover a sustentabilidade deve ser mantido a longo prazo, garantindo a obtenção de lucro, sem comprometer o bem-estar das gerações futuras (Danciu, 2013).

As empresas que adotam medidas para se tornarem mais sustentáveis como recorrerem a fornecedores e retalhistas, de proximidade para reduzir deslocações e emissões, para produzir matérias-primas e componentes mais ecológicos bem como, reduzir o desperdício, controlar o estado de cada fase da cadeia de valor como forma de gerar processos e produtos sustentáveis, encontram-se na vanguarda deste movimento. Os progressos nas operações são fundamentais para a criação de uma cadeia de suprimentos sustentável (Danciu, 2013).

Algumas cadeias de abastecimento tradicionais gastam gradualmente os recursos não renováveis e produzem resíduos poluentes ao longo do processo. O reconhecimento desse facto por parte de algumas empresas, leva-as a optar como alternativa por cadeias de abastecimento com ciclos sustentáveis, em vez de cadeias de abastecimento tradicionais, convertendo os resíduos em recursos valiosos, enquanto eliminam substâncias poluentes e promovem a reutilização de recursos (Dunphy, 2000).

Todavia, a atitude relativamente à SE depende muito de organização para organização, não havendo um compromisso coletivo, que reflita uma mudança de mentalidade da classe empresarial. Apesar de certas empresas, possuírem conhecimento e capacitação dos seus colaboradores, estas não fazem do tema da sustentabilidade, uma prioridade, enquanto outras empresas comportam-se de maneira oposta, focando-se nas práticas de desenvolvimento sustentável, procurando ao longo do processo os conhecimentos necessários. Assim, é necessário identificar parâmetros de progresso organizacional e desenvolver estratégias direcionadas para a sustentabilidade, adequadas a cada organização (Dunphy, 2000).

As organizações, que no passado se concentravam apenas na obtenção de lucro, passaram a compreender melhor as questões sociais e ambientais como elementos importantes para o seu progresso (Hepper et.al.,2017), até porque os *stakeholders* e entre estes os clientes, estão mais informados e tomam decisões que tomam em consideração as questões de sustentabilidade, logo ser sustentável também é um imperativo de sobrevivência futura. A partir do momento em que as empresas descobrem uma forma de gerir as regulamentações, passam a adotar uma postura mais cuidadosa sobre as questões ambientais. (Danciu, 2013).

Assim, a sustentabilidade, e conseqüentemente o desenvolvimento sustentável. estão a integrar-se gradualmente na estratégia e no contexto de negócios das empresas, fazendo com que estas adotem práticas com o fim de proteger os recursos ambientais e os recursos sociais, possibilitando o equilíbrio entre o crescimento económico e a preservação dos recursos no presente e no futuro.

2.3 Dimensões da Sustentabilidade

Como referido anteriormente, o propósito principal do desenvolvimento sustentável passa por assegurar uma melhor qualidade de vida para as gerações do presente e do futuro, ao investir num crescimento económico responsável, numa evolução social igualitária e num desenvolvimento ambiental eficiente.

No ano de 1994, John Elkington introduziu o conceito de ***Bottom Line (TBL)***, ou tripé da sustentabilidade, o qual defende a integração do desempenho ambiental e social em conjunto com o desempenho económico, quando se relata as atividades de uma organização. O conceito *triple bottom line* sugere que os aspetos económicos,

ambientais e sociais de uma organização devem estar equilibrados e possuem igual relevância para esta. (Ramalho et al., 2009).

O TBL tem como pilares do desenvolvimento sustentável, “três P’s⁵”: **Lucro, Pessoas e Planeta**. Deste modo, a articulação entre o crescimento económico, a conservação do ambiente, desenvolvimento social (incluindo as suas interconexões, Socioambiental; Socioeconómica e Socioeconómica) passam a ser os três elementos cruciais na caracterização da sustentabilidade nas empresas. (Cristófalo et al., 2016). Uma adequada realização do processo sustentável depende da evolução equilibrada dos três pilares anteriores. Neste sentido a sustentabilidade abrange três principais dimensões, **Ambiental, social e Económica**⁶, as quais deverão, em conjunto, alcançar uma prosperidade duradoura. (Patrao et al., 2005). Cada dimensão contribui para a correta prática de atividades sustentáveis por parte das organizações, só sendo possível alcançar a sustentabilidade se as organizações forem capazes de assegurar, a justiça social, a proteção ambiental e a eficiência económica (Danciu, 2013).

Estes três pilares são fundamentais para a criação de uma sociedade sustentável. Para além disso, não é possível atingir sociedades sustentáveis sem a colaboração de organizações e indivíduos (Cavagnaro & Curiel, 2017).

A interligação entre as dimensões não deve ser ignorada, e, deste modo, não se deve considerar apenas uma dimensão, isoladamente, por isso, a articulação das três é algo essencial para o equilíbrio sustentável. Para além disso, entre estas dimensões existe uma relação temporal, onde uma alteração num tipo de recurso pode causar atrasos nos demais recursos (Cordeiro et al., 2021).

⁵ A sigla em inglês envolve efetivamente 3 Ps: “*People, Profit and Planet*”

⁶ Neste contexto, surgem também os critérios ESG, critérios definidos para avaliar o desempenho de uma organização, nos três domínios: económico (E), social (S) e de governo (G), de que falaremos mais adiante

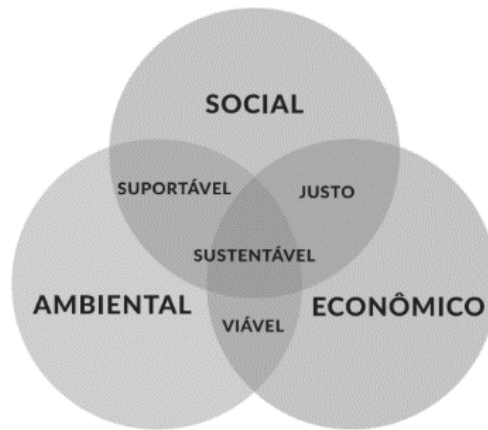


Figura 1:Dimensões da Sustentabilidade

Fonte: Barbosa & Lopes,2018

2.3.1 Dimensão ambiental

O Modelo de desenvolvimento nas sociedades atuais carrega o aumento dos problemas ambientais que colocam em risco a estabilidade da Terra, nomeadamente o aquecimento global, a diminuição excessiva da biodiversidade a poluição do ar e da água. (Ramos, 2015).

Deste modo, é preciso garantir a preservação dos ecossistemas e dos recursos naturais para assegurar uma produção económica sustentável e promover a igualdade de oportunidades de recursos entre gerações. Um sistema que vise a sustentabilidade ambiental necessita de se basear na preservação dos recursos renováveis, evitando a exploração excessiva dos sistemas, destes mesmos recursos. (Harris, 2003). Deste modo, a empresa demonstra a sua preocupação e envolvimento com o ambiente, a partir de ações como, por exemplo por meio da compra de matérias-primas locais, para evitar as deslocações e as consequentes emissões dos transportes; o tratamento de resíduos e o aproveitamento de desperdícios.

2.3.2 Dimensão Social

A dimensão social do desenvolvimento sustentável visa garantir os direitos essenciais para uma existência digna das pessoas, possibilitando que estas desfrutem de recursos naturais, serviços e bem-estar sem prejudicar os outros. A ideia está ligada ao conceito de justiça na distribuição de rendimentos e recursos, promovendo igualdade de direitos para assegurar a dignidade humana e fomentar a solidariedade social. (Barbosa, 2008).

Esta dimensão, é fundamental para promover uma sociedade justa, que proporcione a inclusão social e distribuição igualitária dos recursos, a promoção dos Direitos Humanos e a igualdade de oportunidades na sociedade, os quais devem estar garantidos para todos, para além, de ser necessário reconhecer e respeitar a diversidade cultural das comunidades. (BCDSD Portugal, 2021). Assim, um sistema socialmente sustentável deve procurar estabelecer a paridade na distribuição de recursos e oportunidades, disponibilizar serviços sociais adequados, promover a igualdade de género e assegurar responsabilidade e participação política. (Harris, 2003).

Segundo Martins (2022), a dimensão social é geralmente menos valorizada, sendo os aspetos dessa dimensão, como necessidades e igualdade, incorporados devido à pressão política durante a evolução do conceito de desenvolvimento sustentável, culminando no ⁷Relatório Brundtland.

2.3.3 Dimensão Económica

A perspetiva de um negócio concentrado somente no crescimento económico parece afastar-se da realidade moderna, pois já não é viável considerar uma empresa como uma entidade separada do ambiente e da sociedade. Em simultâneo, a sustentabilidade influencia o sucesso económico das empresas, transformando-se num fator orientador para os riscos e oportunidades no meio empresarial (Hepper et al., 2017)

Um sistema economicamente sustentável deve possuir a capacidade de criar bens e serviços continuamente, bem como prevenir desequilíbrios setoriais graves que possam afetar negativamente a produção agrícola ou industrial. A dimensão económica aborda a “prosperidade em diferentes níveis da sociedade”, além de abranger a capacidade das organizações na criação de lucro e na criação de empregos dignos (Harris, 2003).

A implementação de práticas sustentáveis por parte das empresas, aumenta significativamente as suas hipóteses de êxito económico. Isso acontece através da revisão de despesas e da melhoria de condutas éticas e morais. Simultaneamente, estes métodos sustentáveis podem otimizar processos, minimizando os seus impactos ambientais. (Costa, 2019). Além disso, os consumidores procuram, cada vez mais,

⁷ Relatório publicado e elaborado, em 1987, pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas, onde foram estabelecidos os critérios para o desenvolvimento sustentável. (Harris,2023)

empresas que se preocupam a ser sustentáveis, sendo o desenvolvimento destas práticas uma forma de os fidelizar.

Embora as iniciativas de responsabilidade social corporativa possam estar incluídas numa parte da estratégia de sustentabilidade, estas, por si só, não garantem o alcance da sustentabilidade corporativa. A sustentabilidade requer uma abordagem mais ampla, tendo em vista os impactos a longo prazo das atividades empresariais, assim como, criar valor real para todos os *stakeholders*, enquanto garante que a empresa possui a capacidade de atuar permanentemente dentro dos limites impostos pela sociedade e dos constrangimentos que podem surgir das alterações climáticas e outras condicionantes do desenvolvimento da humanidade

3 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU

3.1 Origem do Conceito e Práticas ESG

As práticas ESG⁸ foram estabelecidas, em 2004, no “Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU),” que juntamente com o Banco Mundial, estabeleceram conjunto de indicadores do desempenho de uma organização nos domínios ambiental, social e de boa governança.

Os ESG dizem respeito a um conjunto de critérios para avaliar a sustentabilidade e responsabilidade social e ambiental de uma empresa. As práticas ESG têm-se tornado cada vez mais essenciais para os investidores e para as intuições financeiras, uma vez que permitem “avaliar o impacto das atividades de uma empresa em diferentes áreas, incluindo meio ambiente, relações trabalhistas, diversidade e inclusão, entre outros” (Miranda, 2022, p.13).

A avaliação ESG ocorre a partir da recolha e análise de dados acerca das práticas de uma empresa em campos como, relações de trabalho, meio ambiente, diversidade e inclusão, além de governação corporativa. Os dados podem ser extraídos por meio de diversas fontes, nomeadamente relatórios financeiros, relatórios de sustentabilidade, declarações de responsabilidade social e ambiental, e, também, através de fontes

⁸ A sigla em inglês designa abreviadamente *Environmental, Social and Governance* (em português, Ambiental, Social e (boa) Governança)

externas, como agências de notícias e organizações de defesa dos direitos dos trabalhadores. (Miranda,2022).

Essencialmente, estas práticas passam por relacionar o conceito de sustentabilidade com as dimensões ambientais, sociais e de gestão das organizações. As empresas que praticam os princípios ESG admitem que o seu propósito vai além do lucro procurando um impacto prolongado nos parâmetros social e ambiental. (Público, 2023).

De acordo com o Conselho Europeu⁹ a avaliação das práticas ESG proporcionam uma perspetiva sobre a imagem projetada de sustentabilidade de uma empresa ou sendo, igualmente, um instrumento financeiro, que proporciona informação sobre a sua exposição aos riscos ambientais, sociais e de gestão, bem como o seu impacto na sociedade e no meio ambiente. A importância destas avaliações está a expandir-se cada vez mais no mercado de capitais, influenciando significativamente a confiança dos investidores em produtos financeiros sustentáveis.

3.2 Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas

No ano de 2015, a ONU definiu a Agenda 2030, composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A agenda de 2030 estabelece um plano abrangente e ambicioso, o qual engloba as diferentes dimensões do desenvolvimento sustentável, nos domínios económico, ambiental e social, relacionando-se deste modo com os indicadores de práticas ESG. Os ODS provêm dos progressos e aprendizagens adquiridas a partir os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milénio, definidos entre 2000 e 2015, os quais resultam da colaboração entre governos e cidadãos de todo o mundo. Os 17 ODS possuem o propósito prover a justiça e a paz, e constituem, deste modo, um

⁹ O conselho europeu é responsável por reunir os Chefes de Estado e de Governo Nacionais e estabelecer a agenda política da União Europeia. Fonte: União Europeia: https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/search-all-eu-institutions-and-bodies/european-council_pt

apelo urgente à ação de todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento, promovendo uma parceria global. (Nações Unidas: <https://unric.org/pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>)



Figura 2: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Fonte: Nações Unidas <https://unric.org/pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>

Na figura 2, apresentam-se os 17 Objetivos Gerais, presentes na página oficial das Nações Unidas cujo propósito, como referido, é promover o progresso em temas domínios fundamentais, para melhoria de vida na sociedade e no planeta. Estes 17 objetivos consistem no seguinte¹⁰:

1. “Erradicar a pobreza em todas as suas formas em todos os lugares”
2. “Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável”
3. “Garantir o acesso à saúde de qualidade e promover o bem-estar para todos, em todas as idades”

¹⁰ Fonte: Nações Unidas “Guias sobre Desenvolvimento Sustentável 17 objetivos para transformar o nosso mundo” (p.2-34). <https://unric.org/pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>

4. “Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos”
5. “Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas”
6. “Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos”
7. “Garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas para todos”
8. “Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos”
9. “Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação”
10. “Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países”
11. “Tornar as cidades e as comunidades mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis”
12. “Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis”
13. “Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos”
14. “Conservar e usar de forma sustentável os oceanos, mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável”
15. “Proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, travar e reverter a degradação dos solos e travar a perda de biodiversidade”
16. “Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis”
17. “Reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável”

Desta forma, as práticas ESG e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável relacionam-se entre si, visto que as práticas ESG estabelecem critérios para avaliar o impacto das empresas em termos da sustentabilidade e da responsabilidade social, da mesma forma os objetivos da ONU pretendem promover o desenvolvimento

sustentável. Neste sentido, as empresas ao cumprirem com os critérios das práticas ESG colaboram no alcance dos ODS.

4 Relatório de Sustentabilidade

À medida que as empresas interiorizam uma nova consciência ambiental e social, estão progressivamente a mudar o seu comportamento e a reconhecer os benefícios de passar da mera conformidade legal para uma abordagem baseada na sustentabilidade, tendo em consideração as várias partes interessadas e não apenas os investidores. Enquanto os relatórios ambientais e os balanços sociais eram predominantemente voluntários, surgem cada vez mais iniciativas legais e regulamentares que incentivam e pressionam as empresas a divulgar informação não financeira. (Dias, 2009).

Os Relatórios de Sustentabilidade consistem em documentos que devem ser , obrigatoriamente, apresentados pelas empresas que gerem mais 150 milhões de euros por ano na UE e que tenham uma sucursal com um volume de negócios superior a 40 milhões de euros ou uma filial que seja uma grande empresa ou uma PME (Pequenas e Médias Empresas) em cota (Observador, 2024) Estes são utilizados para comunicar o impacto de atividades das empresas nas áreas ambiental, económica e social. São igualmente designados por Relatórios de triplo impacto, referindo-se aos resultados baseados nos três pilares, referidos anteriormente como *triple bottom line* (ambiental, económico e social) (Hayatun et al., 2012).

Os Relatórios de Sustentabilidade são elaborados através da recolha sistemática e apresentação de informações que dizem respeito às questões de sustentabilidade nos seus diferentes domínios, facilitando a comparação entre as metas estabelecidas para o futuro, em relação às atividades realizadas no passado. Essas informações englobam dados financeiros e não financeiros, os quais estão habitualmente interligados. Contudo, estes dados diferenciam-se, enquanto os dados financeiros são de natureza monetária, podem ser quantificáveis e seguem padrões definidos, os dados não financeiros podem ser apresentados como qualitativos e quantitativos, o que os torna mais complexos de trabalhar (Antony, 2018).

Estas informações são bastantes relevantes para verificar o desempenho de uma empresa e representam grande interesse para as partes envolvidas. Como tal, as empresas estão cada vez mais interessadas em divulgar as suas ações de sustentabilidade ao público, com o objetivo de otimizar a sua reputação empresarial. Uma das principais

razões que motiva aumento da publicação dos Relatórios de Sustentabilidade é a necessidade da divulgação de dados precisos e confiáveis de modo a criar mecanismos indispensáveis a uma estratégia sustentável, e que de igual modo, aumentem o nível de competitividade da empresa (Antony, 2018).

A elaboração do Relatório de Sustentabilidade abrange tanto a vertente interna como externa e pode constituir um estímulo para a introdução de melhorias. Na vertente interna passa por melhorar a gestão de recursos e informações, bem como desenvolver estratégias de sustentabilidade mais eficientes. Nesse sentido os fatores de motivação são específicos e mudam conforme a essência da empresa. Na vertente externa o Relatório de Sustentabilidade desempenha um papel essencial na divulgação do desempenho e impacto da sustentabilidade por parte de uma organização, com impactos positivos ao nível da sua reputação. Além disso, contribui para ajudar a organização na avaliação e compreensão de seu desempenho conjunto, económico, ambiental, social e na sua gestão, permitindo a esta determinar metas e estabelecer mudanças eficientes (Antony, 2018).

Estes documentos estão estreitamente associados com os Relatórios de Responsabilidade Social Empresarial, dizendo este último respeito à avaliação e partilha de informações sobre os impactos de uma empresa no bem-estar de seus colaboradores, na comunidade local e no meio ambiente. Em termos sociais, os Relatórios de Sustentabilidade relatam as ações que as empresas desenvolvem em prol do bem-estar da sociedade e da comunidade, ao proporcionar possibilidades de progresso e de desenvolvimento aos colaboradores, além de aprimorar os vínculos e as políticas em relação a clientes e fornecedores, governos e comunidades (Hayatun et al., 2012).

A divulgação da informação sobre as atividades desenvolvidas no âmbito da sustentabilidade por parte das empresas, pode fazer-se através da publicação dos seus Relatórios de Sustentabilidade separadamente, ou então optam por integrar a informação como um capítulo nos seus relatórios de atividades anuais (Babič & Biloslavo, 2011).

Em geral, as empresas costumavam fornecer informações sobre a sua atividade direcionadas apenas para três grupos de *stakeholders*: investidores, colaboradores e clientes. Contudo, atualmente, a visão moderna admite um espectro mais amplo, incluindo grupos de interesse diretos e indiretos, com interesses diversos no negócio,

por vezes até em conflito entre si e para a sociedade em geral. A comunicação de informações relativamente à sustentabilidade requer um entendimento prévio por parte das empresas acerca dos seus vários grupos de interesse, tanto dentro como fora da empresa, devendo a informação disponibilizada ser pertinente de acordo com as suas distintas necessidades, de modo a demonstrar a sua utilidade (Dias, 2009).

A publicação dos Relatórios de Sustentabilidade provoca efeitos positivos, nomeadamente o aperfeiçoamento da comunicação com os *stakeholders*, aumento da transparência e desenvolvimento de medidas para fortalecer a reputação da empresa, que se tornam em motivações externas para os relatórios. Assim, a despreocupação com o cumprimento dos requisitos para a elaboração dos relatórios pode comprometer a reputação da empresa e sua integridade perante os *stakeholders* (Antony, 2018.)

Apesar das dimensões do TBL serem geralmente abordadas em relatórios distintos, não estava estabelecido um critério único para avaliar o desempenho ambiental ou social, em contraste com os critérios mais precisos do desempenho financeiro. A partir da reflexão feita sobre os aspetos sociais, percebeu-se que o efeito das organizações no meio onde atuam, tal como, a importância das pessoas que nelas trabalham. Muitos relatórios, que anteriormente apenas se concentravam nas questões ambientais, começaram a expandir-se para questões sociais (Hubbard, 2009).

A União Europeia tornou obrigatória a divulgação dos Relatórios de Sustentabilidade para as empresas europeias pela Diretiva de Reporte Corporativo de Sustentabilidade, publicada a 14 de dezembro 2022, a qual entrou em vigor em janeiro de 2024 (Jornal de Negócios,2022; Jornal Expresso,2023). De acordo com as novas Normas Europeias, as empresas de grande dimensão¹¹ e empresas cotadas em bolsa, com a exceção das microempresas, devem obrigatoriamente integrar nos seus relatórios financeiros as informações relativas a riscos e oportunidades, derivados de questões sociais e ambientais, assim como, o impacto das suas atividades sobre a população e no meio ambiente. A redação dos Relatórios de Sustentabilidade deve aderir às Normas Europeias para Relatórios Sustentabilidade da ONU (normas ESRS) e estes devem ser elaborados em formato eletrónico. (Portugal Exporta, 2023).

Segundo o artigo do jornal Observador “Relatório de Sustentabilidade: Qual o futuro das empresas em Portugal?”, para além de cumprirem a obrigatoriedade de divulgação,

¹¹ Empresas com mais de 500 colaboradores

os Relatórios de Sustentabilidade Empresarial, refletem, também, uma importante mudança na forma como as empresas são geridas. A implementação destes documentos serve de uma iniciativa que propõe que as empresas partilhem os seus objetivos, estratégias e ações relativamente aos parâmetros de sustentabilidade (Observador,2024).

Assim, a publicação do Relatório de Sustentabilidade permite as empresas demonstrar publicamente o seu compromisso para com a responsabilidade social, resultando num importante meio de comunicação para divulgar esse posicionamento.

4.1 Normas GRI

Os Relatórios de Sustentabilidade guiam-se por um conjunto de normas, sendo estas denominadas Normas GRI (*Global Reporting Initiative*) (Campos et al., 2013).

As Normas GRI foram estabelecidas em 1997, partiram da iniciativa conjunta entre a *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)*¹² e do programa para o meio ambiente das Nações Unidas, cuja missão consiste na criação de orientações com a finalidade de ajudar a melhorar a qualidade, relevância e precisão dos Relatórios de sustentabilidade (*Global Reporting*,2002).

Estas orientações passaram por modificações resultantes do seu desenvolvimento ao longo dos tempos (Ferreria,2023), tendo a. As Diretrizes GRI, sido inicialmente lançadas como G1 em 2000, representaram o primeiro padrão global para os Relatórios de Sustentabilidade. No ano seguinte, a GRI evoluiu para uma entidade independente e sem fins lucrativos e. Em 2002, a sede da GRI foi estabelecida em Amsterdão, na Holanda, coincidindo com o lançamento da primeira atualização das diretrizes, conhecida como G2. Ao longo do tempo, impulsionadas pela crescente procura e aceitação das organizações, as diretrizes foram ampliadas e aperfeiçoadas, resultando nas versões G3 (2006) e G4 (2013). Com a participação em Relatórios de Sustentabilidade em diversas regiões do mundo, a GRI começou a estabelecer uma série de escritórios regionais. Isso levou à formação da atual rede, com unidades no Brasil (2007), China (2009), Índia (2010), EUA (2011), África do Sul (2013), Colômbia (2014) e Singapura (2019), (*Global Reporting*, s.d).

¹² Organização sem fins lucrativos dos EUA

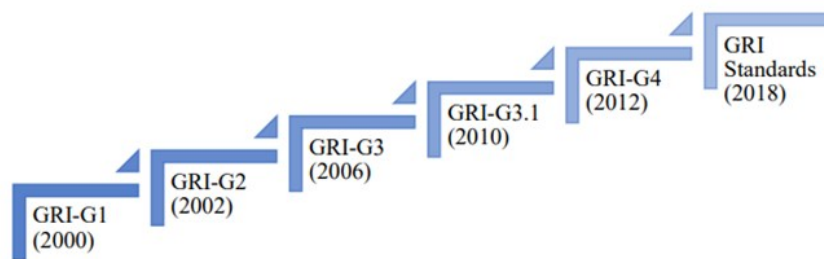


Figura 3: Evolução das Diretrizes GRI

Fonte: Ferreira (2023, p. 15)

As conferências globais da GRI foram realizadas em Amsterdão em 2006, 2008, 2010 e em 2016, os eventos regionais ou virtuais passaram a ter maior destaque desde então. Em 2016, a GRI estabeleceu os primeiros padrões globais para Relatórios de Sustentabilidade: os Padrões GRI. As Normas continuam a ser revistas e atualizadas, com a adição de novas Normas sobre Impostos (2019) e Resíduos (2020), o que revela uma significativa atualização das Normas Universais (2021) e a contínua implementação das Normas Setoriais 2021 (*Global Reporting*, s.d).

De acordo com a página oficial das Normas GRI, estas englobam um sistema constituído por diferentes conjuntos de normas relacionadas entre si. Segundo o site, existem três categorias principais de normas que apoiam o processo de elaboração do relatório, sendo estas as Normas Universais da GRI, as quais se aplicam a todas as organizações; as Normas Setoriais, direcionadas a setores específicos; e as Normas Temáticas da GRI, neste caso cada uma aborda os conteúdos relevantes para setores específicos num tema em particular. Assim, com o auxílio destas normas as empresas são capazes de identificar os temas importantes na promoção do desenvolvimento sustentável (*Global Reporting*, s.d).

Os Relatórios elaborados de acordo com a estrutura destas normas, salientam os resultados e os impactos obtidos ao longo do período abordado pelo relatório, tendo em conta os compromissos, estratégias e práticas de gestão da organização (Hayatun et al.,2012).

Em resuma, podemos concluir que os Relatórios de Sustentabilidade são um instrumento essencial para as empresas comunicarem de forma eficaz com as suas partes interessadas a sua atuação nas áreas da sustentabilidade, a nível social, ambiental e económico, bem como a sua gestão interna. Deste modo, tanto as partes interessadas como a restante sociedade ficam a conhecer mais sobre a estratégia e o compromisso das empresas a nível do desenvolvimento sustentável. Além disso, as empresas aumentam a sua reputação ao mostrarem ser socialmente responsáveis.

5 Colaboradores

5.1 Teoria dos Stakeholders: Breve Descrição

Como temos vindo a apresentar, as organizações dependem cada vez mais da aprovação dos seus múltiplos os *stakeholders* os quais representam um papel essencial na promoção de atividades de sustentabilidade e de responsabilidade social praticadas pelas empresas, bem como na legitimação social das organizações.

A teoria dos *stakeholders* estabelece que as ações de uma organização não se devem concentrar somente nos interesses dos acionistas ou proprietários, mas sim nos interesses de todas as partes envolvidas. (KPMG, 2008). Os *stakeholders*, isto é, partes interessadas, podem abranger, como vimos, os colaboradores da empresa, clientes, fornecedores, concorrentes, entre outros. Assim, uma empresa deve ser capaz de comunicar eficazmente o seu desempenho e atividades aos seus principais *stakeholders*, de forma a estabelecer confiança e credibilidade com estes mesmos grupos, os quais são importantes para a gestão da empresa (KPMG, 2008).

Desde a sua origem, que a teoria dos *stakeholders*¹³ realça a mais-valia de incluir todos as partes interessadas que influenciam ou são influenciadas pelo trabalho de uma organização, mesmo aqueles que exercem uma influência de forma indireta (Bazanini et al., 2020).

Por sua vez, se uma organização pretende partilhar informações com os seus *stakeholders* deve procurar clarificar quem pertence a cada um desses grupos, e saber aquilo que procuram e como atender às necessidades de cada um, da melhor maneira. (Hubbard, 2009).

¹³ A teoria dos stakeholders adquire relevância com a publicação do livro “Strategic Management: A Stakeholders Approach” de Freeman (1984)

5.1.1 Os Stakeholders nos Relatórios de Sustentabilidade

Segundo uma análise realizada por Kolk (2004), cerca de 20% dos Relatórios de Sustentabilidade delimitam os *stakeholders* a um conjunto específico, incluindo geralmente colaboradores, clientes, acionistas e a sociedade envolvente. As empresas utilizam diversos instrumentos de recolha de dados como a realização de inquéritos painéis ou fóruns comunitários, de modo conseguirem, através dessa recolha, elaborar uma estratégia comunicação mais adequada aos seus interesses. Para demonstrar as várias perspetivas dos *stakeholders* tornou-se bastante comum incluir testemunhos e declarações disponibilizadas diretamente por estes grupos. Esta estratégia de envolvimento dos *stakeholders* é usada em cerca de 40% dos Relatórios de Sustentabilidade, de acordo com o mesmo autor.

5.2 O Papel Dos Colaboradores nas Empresas

Existe uma tendência, que se tem vindo a afirmar nos anos mais recentes, de desenvolver estratégias de gestão para melhorar a interação entre as empresas e os seus *stakeholders*, sendo os colaboradores tidos como um elemento-chave das empresas que desempenham uma função essencial no bom funcionamento empresarial (Gargallo, 2008). Os colaboradores não representam simplesmente recursos humanos das empresas, representam também partes interessadas das mesmas, e na realidade a sua presença influencia a gestão de riscos do negócio (Turón, 2017).

De acordo com Manna (2008), existem determinadas estratégias, fundamentais para atrair e manter os colaboradores que as empresas deveriam adotar. Uma dessas estratégias-chave, que tem vindo a ganhar notoriedade, é a retenção de talentos pelo que é essencial implementar ações eficazes para a retenção de colaboradores o que significa, por exemplo, favorecer uma comunicação eficiente e aberta que irá estimular o envolvimento de colaboradores e, também, melhorar a qualidade das condições de trabalho dos mesmos. O êxito de um negócio está diretamente ligado à performance dos seus colaboradores, pelo que se os colaboradores carecem de motivação e isso reflete-se negativamente no seu desempenho. Em contrapartida, quando se sentem motivados e inspirados, os colaboradores tendem a ser mais criativos, produtivos e há menor probabilidade de abandonarem a empresa onde atuam.

O sucesso de uma empresa depende, assim, da sua capacidade de atrair, motivar e manter colaboradores capacitados e envolvidos na vida organizacional. Percebe-se cada

vez mais que as atividades RSE ou de sustentabilidade para o domínio interno de uma empresa, são uma forma persuasiva de atrair e reter bons colaboradores pelo sentimento de pertença, identificação e orgulho que suscita. Neste sentido, uma das principais responsabilidades dos responsáveis organizacionais é identificar e compreender as necessidades dos diversos grupos de colaboradores, adaptar os seus produtos e serviços disponibilizados e as atividades, incluindo a RSE, para responder às diversas necessidades no meio de trabalho (Korsehun, 2007).

5.2.1 Motivação Organizacional

Os colaboradores são vistos como um dos principais elementos das partes interessadas de uma empresa, contribuindo para a sua estratégia e bom funcionamento, como tal, é necessário fazer com que se sintam motivados.

Para Lee e Raschke (2016), independentemente do seu ramo de atividade e dimensão, as organizações preocupam-se cada vez mais em estabelecer uma relação sólida e positiva com os seus colaboradores. Contudo, estes possuem diferentes necessidades e motivações, o que pode representar um desafio para os responsáveis organizacionais. Enquanto alguns colaboradores são impulsionados por recompensas, outros valorizam mais a realização pessoal ou a segurança no trabalho. Assim, compreender o que verdadeiramente motiva os colaboradores é fundamental para as organizações e os seus responsáveis, se desejam ir ao encontro das suas expectativas e otimizar o desempenho organizacional.

Quando se aborda o tema da motivação organizacional, normalmente pensa-se em salários e mais benefícios financeiros. No entanto, existem outros pontos igualmente importantes, tais como o desenvolvimento da carreira, a qualidade de vida laboral, a saúde dos colaboradores, produtividade e reconhecimento, o que representa mais do que simplesmente a ambição de um bom salário. Quando os responsáveis empresariais se preocupam em motivar os colaboradores e a colocam em prática, isso traz vantagens tanto para os colaboradores como para a empresa uma vez que colaboradores com uma boa autoestima e satisfeitos profissionalmente, tendem a desempenhar as suas tarefas com mais dedicação, aumentando a produtividade e, conseqüentemente, trazem mais benefícios para a empresa (Lima & Silva, 2021).

A preocupação pelo bem-estar dos colaboradores tem sido parte do interesse dos grupos de trabalho há bastante tempo, concentrando-se em áreas como condições de trabalho,

segurança no emprego e igualdade de oportunidades, pelo que, as informações acerca dos colaboradores são deveras importantes. Estas fazem parte do principal interesse dos investidores, pois os mesmos pretendem conhecer as relações entre os colaboradores, os custos e a produtividade da empresa, para decidirem se a empresa é uma aposta segura para investimento. A informação sobre os colaboradores, por exemplo, por ramo de atividade, ajuda a identificar quais as indústrias e as atividades mais e atrativas economicamente para os investidores. Adicionalmente, a divulgação do número de colaboradores por área geográfica ajuda os governos a perceber o impacto do emprego nas áreas. (Choi & Meek, 2011).

5.2.2 Relação dos colaboradores com a RSE e com a Sustentabilidade

Os colaboradores são o fator fundamental de uma empresa, pois toda a inovação e resultados provém dos recursos humanos e as práticas de responsabilidade social, especialmente a responsabilidade social interna, e de sustentabilidade, influenciam potencialmente o seu comportamento.

As iniciativas de RSE, principalmente aquelas que de acordo com as tendências atuais são mais valorizadas pelos colaboradores, podem ser eficazes na criação de uma base sólida de colaboradores competentes, capaz de refletir os valores de uma empresa e, assim, fazer parte da proposta de valor para o colaborador¹⁴. (Korsehun, 2007).

A introdução dos aspetos sociais nos Relatórios de Sustentabilidade demonstrou o impacto das organizações na sociedade, assim como o papel dos colaboradores que nelas operam. Ao longo dos anos, observou-se uma transição dos relatórios que se centravam sobretudo nos aspetos ambientais, que a empresa voluntariamente assumia, para relatórios que abrangem tanto aspetos ambientais, quanto sociais, os quais complementam a informação constante nos relatórios financeiros. A complementaridade da informação disponibilizadas pelas empresas, resultou na adoção de uma abordagem de triplo impacto (social, ambiental e financeiro). Embora os resultados ainda fossem, numa primeira fase, apresentados em dois relatórios separados, no entanto, ao contrário dos resultados financeiros, não existia uma conclusão única sobre as questões ambientais ou sociais (Hubbard, 2009).

¹⁴ “conjunto de benefícios, recompensas e oportunidades que uma empresa oferece aos seus colaboradores para atrair, reter e motivar talentos”. Fonte: LinkedIn Portugal: <https://pt.linkedin.com/pulse/o-que-%C3%A9-proposta-de-valor-gloria-tellez>

Num estudo de Kolk (2004), foram partilhadas as perceções dos colaboradores em relação a diversos tópicos que são valorizados pelos colaboradores, os quais englobam segurança, saúde e ambiente, ética, responsabilidade, diversidade, respeito pessoal, assim como uma comunicação aberta e bidirecional. O autor realça a importância da comunicação interna presente nos relatórios, bem como os códigos corporativos de ética e os valores empresariais que recebem uma considerável atenção e que são mencionados em 64% dos Relatórios de Sustentabilidade.

6 Relação entre a RS, Sustentabilidade e DS

De acordo com a revisão da literatura, inicialmente as empresas desenvolviam esforços voluntários para atender à necessidade da sua envolvente e dos seus *stakeholders* mais importantes, apresentando-se à sociedade como socialmente responsáveis e confiáveis.

As empresas integram a comunidade onde se insere, pelo que as suas práticas provocam um impacto, seja positivo ou negativo, sobre a mesma. A responsabilidade social, também denominada responsabilidade social empresarial, a qual se relaciona com a ideia de sustentabilidade pela preocupação das empresas em contribuir para uma sociedade melhor, através da sua gestão e das suas práticas. Neste contexto, a responsabilidade social abrange duas dimensões, interna e externa, sendo a dimensão interna considerada a mais relevante para este estudo, uma vez que engloba, entre outros aspetos, a gestão os recursos humanos das empresas, ou seja, os colaboradores.

O conceito de sustentabilidade, mais abrangente do que o conceito de RS, define-se pela capacidade de satisfazer as necessidades do presente de todos os *stakeholders* organizacionais, sem impedir que as necessidades das futuras gerações sejam atendidas, e engloba três principais dimensões, social, ambiental e económica. Do conceito de sustentabilidade surgiu o termo desenvolvimento sustentável, com o fim de assegurar que o propósito da sustentabilidade a longo prazo se cumpre, isto é assegurar as necessidades das gerações do presente e das próximas gerações, procurando alinhar-se com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, no âmbito da sua atividade.

Os Relatórios de Sustentabilidade surgem da necessidade de que organismos transnacionais como a União Europeia ou as Nações Unidas invocam das empresas a darem a conhecer as atividades em que se envolvem na promoção de um futuro mais equitativo e justo para a sociedade, recolhendo no percurso os benefícios de

reconhecimento e aprovação, que por sua vez os seus *stakeholders* e a sociedade no geral lhes outorgam.

CAPÍTULO II – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

1 Questão de Investigação e Objetivos

O principal objetivo desta dissertação consiste em analisar os Relatórios de Sustentabilidade das 10 melhores para trabalhar em Portugal¹⁵ e verificar se estes fazem referência aos seus colaboradores no documento. Através deste estudo pretende-se responder à seguinte pergunta de investigação: “De que maneira a responsabilidade social interna e as preocupações com os colaboradores estão presentes nos Relatórios de Sustentabilidade das 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal”.

A partir da questão de investigação proposta foi definido:

- O objetivo geral da investigação consiste em compreender se existe um espaço especificamente dedicado aos colaboradores nos Relatórios de Sustentabilidade das 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal.

E definidos igualmente os objetivos específicos mais importantes para o estudo. Esses objetivos consistem no seguinte:

- (1) Apreciação geral do Relatório de Sustentabilidade – análise do espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas (ou não)
- (2) Analisar o texto editorial ou mensagem do líder e verificar se existem menções aos colaboradores
- (3) Compreender se as empresas consideradas como as melhores para trabalhar em Portugal, refletem a preocupação com o bem-estar dos colaboradores no conteúdo do seu Relatório de Sustentabilidade.
- (4) Perceber que ações concretas são assumidas nos Relatórios de Sustentabilidade para promover o bem-estar dos colaboradores;
- (5) Perceber em que medida os colaboradores participam nas ações de sustentabilidade da empresa;

¹⁵ De acordo com o índice Randstad Employer Brand- <https://www.randstad.pt/randstad-research/employer-brand-research/>

2 Desenho de Investigação

De modo a responder à questão de investigação formada e aos objetivos propostos foi realizada uma investigação de natureza interpretativa que contempla uma pesquisa de tipo exploratório, tendo como estratégia de pesquisa o método qualitativo único, a partir do qual se pretende caracterizar um intervalo de tempo da vida organizacional, refletido na publicação do Relatório de Sustentabilidade. A recolha de dados realizou-se por meio da análise de Relatórios e o tratamento dos dados sustentou-se na análise de conteúdo.

A investigação de natureza interpretativa contempla uma pesquisa de tipo descritivo, tendo como estratégia de pesquisa o método qualitativo único, a partir do qual se pretende compreender um intervalo de tempo da vida organizacional, refletido na publicação do Relatórios de Sustentabilidade. A recolha de dados realizou-se por meio da análise de relatórios e o tratamento dos dados baseou-se na análise de conteúdo.

A abordagem qualitativa compreende a interpretação de acontecimentos ou fatores pela perspectiva do indivíduo, a partir de modelos de pesquisa que incluem, a interação entre o pesquisador e o objeto de estudo; o registo dos dados ou informações recolhidas; a interpretação e explicação por parte dos responsáveis pela investigação (Guerra,2014), bem como as questões baseadas em metas de pesquisa, descrição e interpretação dos fatores na sua integridade (Luan, 2023).

A investigação exploratória consiste num estudo que procura responder a uma hipótese ou analisar um fenómeno. A natureza do objeto estudado não permite que uma variável seja manipulada pelo investigador, que a pesquisa seja realizada num ambiente controlado ou, que todas as influências sobre o objeto sejam determinadas (Singh, 2021).

O universo de investigação é composto pelas 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal, de acordo com o índice “*Randstad Employer Brand 2023*”. A pesquisa foca-se na análise dos seus Relatórios de Sustentabilidade, através dos quais se procura identificar a presença de referências aos seus colaboradores, esses extratos serão objeto de análise e recolhidos para obtenção de dados. O propósito desta análise é responder à questão de investigação e alcançar os Objetivos que se explicam no ponto anterior.

Para dar cumprimento os objetivos de investigação enunciados, desenhou-se um modelo de análise (Tabela 1) com cinco dimensões e respetivos indicadores. Os indicadores

estabelecem o procedimento de verificação (presença/ausência) dos elementos que compõem a dimensão, bem como da sua caracterização (atributos). São ainda referidas as fontes documentais consideradas para a análise de conteúdo que suporta o diagnóstico das cinco dimensões em estudo.

Tabela 1
Modelo de análise

Dimensões de análise	Indicadores	Fontes documentais
D1 - Espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas	<p>I 1 – Menção a assuntos relacionados com Sustentabilidade:</p> <p>a) presente / ausente b) atributos da menção</p> <p>I 2 – Cumprimento das Normas GRI:</p> <p>a) cumpre / não cumpre b) domínios e alcance do cumprimento</p>	F 1 – Índice do Relatório Sustentabilidade
D2 – Menções aos colaboradores no editorial ou mensagem do Líder/ CEO	<p>I 1 – Referência aos <i>stakeholders</i>:</p> <p>c) presente / ausente d) atributos da referência</p> <p>I 2 – Referência aos colaboradores:</p> <p>a) presente / ausente b) atributos da referência</p> <p>I 3 – Referências a práticas da empresa no âmbito da Sustentabilidade e da RS</p> <p>a) presente / ausente b) atributos da referência</p>	F 2 – Mensagem editorial ou mensagem do Líder/CEO
D3 – Preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores	<p>I 1 - Gestão de Recursos Humanos</p> <p>a) presente / ausente b) atributos da referência</p> <p>I 2 - Saúde e Segurança no Trabalho</p> <p>a) presente / ausente b) atributos da referência</p> <p>I 3 Adaptação à Mudança</p> <p>a) presente / ausente b) tributos da referência</p>	F 3 – Conteúdos presentes no Relatório de Sustentabilidade
Ações concretas assumidas para promover o bem-estar	<p>I 1- Ações específicas que promovem o bem-estar dos colaboradores</p> <p>a) presente / ausente</p>	F 4- Conteúdos presentes no Relatório de Sustentabilidade

dos colaboradores	b) atributos das ações presentes	
D5 – Análise da participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas;	I 1- Práticas de sustentabilidade da empresa que envolvem os colaboradores a) presente / ausente b) atributos das práticas	F 5- Conteúdos presentes no Relatório de Sustentabilidade

Em seguida apresenta-se a codificação para referência dos Relatórios de Sustentabilidade

- Relatório de sustentabilidade Microsoft: RS-Ms22
- Relatório de sustentabilidade Delta Cafés: RS-Dt18
- Relatório de sustentabilidade Hovione: RS-Hv20
- Relatório de sustentabilidade Bosch: RS-Bo23
- Relatório de sustentabilidade Embraer (OGMA)¹⁶: RS-Eb23
- Relatório de sustentabilidade Siemens: RS-Si23
- Relatório de sustentabilidade CUF (Grupo José de Mello): RS-Cf23
- Relatório de sustentabilidade Nestlé: RS-Nt23
- Relatório de sustentabilidade Volkswagen: RS-Vw23
- Relatório de sustentabilidade IKEA: RS-Ik23

¹⁶ A OGMA Indústria Aeronáutica de Portugal, S.A não possui um relatório de sustentabilidade próprio publicado. Sendo subsidiária da empresa Embraer, o relatório analisado foi o desta empresa, o qual integra, também, a OGMA.

CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

1 Resultados

1.1 Espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas

Neste ponto apresentam-se os resultados referentes ao espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas pelas empresas em estudo, representados na Tabela 2.

Tabela 2

Espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas.

Entidade	Indicadores		Unidades de registo (evidências)
	Presença	Atributos	
	I 1 – Menção a assuntos relacionados com Sustentabilidade		
	Tipo de conteúdos		
Microsoft	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Conservação ambiental: Preservação dos ecossistemas; Emissões de carbono; Desperdício. 	“A Sustentabilidade da Microsoft: Carbono, Água, Desperdício, Ecossistemas” (RS-Ms22, p.1).
		<ul style="list-style-type: none"> • Criação de uma <i>Cloud</i> para a sustentabilidade; • Criação de um <i>green software</i>. 	“Microsoft Cloud para a sustentabilidade, Green Software” (RS-Ms22, p.1).
		<ul style="list-style-type: none"> • Investigação para a sustentabilidade; • Criação de parceiras estratégicas para a sustentabilidade; • Atração e formação ambiental dos colaboradores. 	“Sustentabilidade Global(...); ciência e investigação(...) parcerias estratégicas; Atração de colaboradores e formação ambiental” (RS-Ms22, p.1).
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Compromisso com os ODS. 	“As nossas 9 áreas de atuação, o nosso compromisso com os ODS” (RS-Dt18, p.4).
		<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da formação e das capacidades dos colaboradores. 	“(…) crescer com o capital humano (…)” (RS-Dt18, p.5). “Investir no nosso capital humano” (RS-Dt18, p.5).
		<ul style="list-style-type: none"> • Consciencialização para a biodiversidade por meio da diversificação das origens do café. 	“Biodiversidade - promover a diversidade das origens do café (…)” (RS-Dt18, p5).
		<ul style="list-style-type: none"> • Garantir a saúde dos colaboradores e promover uma forte comunicação 	“(…) assegurar a saúde dos nossos colaboradores (….) assegurar uma comunicação com impacto” (RS-Dt18, p.5)

		<ul style="list-style-type: none"> • Valorização do meio ambiente e das pessoas; • Promoção do uso de materiais sustentáveis. 	“(…) valorizar o ambiente, valorizando as pessoas - valorizar materiais mais sustentáveis (…)” (RS-Dt18, p.5).
		<ul style="list-style-type: none"> • Ações de responsabilidade social: apoio aos seniores e ajuda à comunidade. 	“Cidadania Responsável - apoiar os seniores portugueses - apoiar o bem-estar da comunidade local” (RS-Dt18, p.5).
Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 	“Ser uma Empresa responsável: (….) objetivos de desenvolvimento sustentável; ser uma empresa sustentável” (RS-Hv20, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Trabalhar para ser uma empresa sustentável e os princípios de sustentabilidade aplicados. 	“(…) Jornada para transformar a Hovione numa empresa mais sustentável” (RS-Hv20, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Comunicação com os <i>stakeholders</i>. 	“Compromisso e comunicação com os stakeholders” (RS-Hv20, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Valorização dos recursos humanos. 	“(…) Valorização do nosso pessoal” (RS-Hv20, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Garantir a igualdade e diversidade de oportunidades. 	“Diversidade e igualdade de oportunidades; (….)” (RS-Hv20, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Assegurar a saúde, o bem-estar e segurança no trabalho. 	“saúde e bem-estar (….)” (RS-Hv20, P.2). “Saúde e segurança no trabalho” (RS-Hv20, P.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar a pegada de carbono. 	“Reduzir o impacto ambiental; (….) Pegada de carbono(…)” (RS-Hv20, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Aprimorar a gestão de resíduos. 	“Gestão de resíduos e economia circular; Esforços para aferir melhor os nossos resíduos (….)” (RS-Hv20, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Impacto dos produtos farmacêuticos no ambiente. 	“Produtos farmacêuticos no meio ambiente” (RS-Hv20, p.2).
Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Preservação ambiental: analisar a ação climática • Promoção da economia circular. 	“Meio ambiente: Ação climática; Economia circular (….)” (RS-Bo23 p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Compromisso com os Direitos Humanos. 	“(…) cumprir as obrigações de diligência relativas aos Direitos Humanos” (RS-Bo23, p.2).
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Promoção da diversidade e da igualdade. 	“(…) Pilares da cultura” (RS- Eb23, p.5). “(…) Compromisso social” (Rs-Eb23, p.5).
		<ul style="list-style-type: none"> • Gestão ambiental e impacto ambiental. 	“ESG Compromisso com o futuro” (RS- Eb23, p.5). “Compromisso ambiental” (RS- Eb23, p.5).

Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Gestão e impacto ambiental. 	<p>“(…) Gestão e organização da sustentabilidade; Parcerias e colaborações para a sustentabilidade (…)</p> <p>(RS-Si23, p.3).</p> <p>“(…) Proteção ambiental holística; Ação climática; Conservação de recursos (…)</p> <p>(RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Promover a igualdade, inclusão e diversidade. 	<p>“Diversidade, igualdade e inclusão (…)</p> <p>(RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Oferecer formação contínua aos colaboradores. 	<p>“(…) Formação Profissional e aprendizagem o longo da vida (…)</p> <p>(RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Gerir a segurança e a saúde no local de trabalho. 	<p>“Gestão de saúde e segurança ocupacional” (…)</p> <p>(RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Compromisso perante a sociedade. 	<p>“(…) Cidadania cooperativa” (RS-Si23, p.3).”</p> <p>“(…) O nosso contributo para o desenvolvimento sustentável da sociedade” (RS-Si23, p.3).”</p>
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Ser uma empresa ambientalmente responsável. 	<p>(…) “Responsabilidade Ambiental (…)</p> <p>(RS-Cf23 p.15).</p>
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Preocupação em alcançar a neutralidade carbónica; Promover a proteção do meio ambiente e da biodiversidade. 	<p>“No caminho para a neutralidade carbónica” (RS-Nt23, p.2).</p> <p>“Restaurando a natureza, protegendo a biodiversidade” (RS-Nt23, p.2).</p> <p>“Gestão da água” (RS-Nt23, p.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Distribuição responsável e sustentável dos produtos. 	<p>“Fornecimento Responsável” (RS-Nt23, p.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Promover os Direitos Humanos. 	<p>“A nossa cultura diversificada e inclusiva” (RS-Nt23, p.2). “Promoção dos Direitos Humanos” (RS-Nt23, p.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Ajudar a melhorar a sociedade. 	<p>“Contributo para a comunidade” (RS-Nt23, p.2).</p>
Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Trabalhar para a descarbonização; Impacto dos novos meios de mobilidade sustentáveis; Promoção da renovação e reutilização dos recursos. 	<p>“Gestão de Desempenho ESG” (…)</p> <p>(RS-Vw23, p.2).</p> <p>“Descarbonização: Descarbonização; Taxonomia da EU” (RS-Vw23, p.2).</p> <p>“Impacto da Sustentabilidade nas Novas Opções de Mobilidade” (RS-Vw23, p.2).</p> <p>“Economia circular” (RS-Vw23, p.2).</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ● Apoio à comunidade. 	“Cidadania Corporativa” (RS-Vw23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Assegurar a diversidade de oportunidades e o cumprimento dos Direitos Humanos. 	“Diversidade / Integridade e conformidade” (RS-Vw23, p.2). “(…) Direitos Humanos” (RS-Vw23, p.2).
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> ● Preservação do meio ambiente e da biodiversidade; ● Impacto das alterações climáticas; ● Cumprimento dos ODS. 	“Água / Biodiversidade e silvicultura” (RS-Ik23, p.3). “Alterações climáticas” (RS-Ik23, p.3). “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU” (RS-Ik23, p.3).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Aprimorar as competências dos colaboradores. 	“Desenvolvimento de competências” (RS-Ik23, p.3).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Garantir a igualdade de género, a inclusão e a diversidade. 	“Princípios de empoderamento das mulheres” (RS-Ik23, p.3). “Igualdade diversidade e inclusão” RS-Ik23, p.3).
		I 3 - Cumprimento das Normas GRI	
		Domínios e alcance do cumprimento	
Microsoft	Presente	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestão ambiental. 	“A Sustentabilidade da Microsoft: Carbono, Água, Desperdício, Ecossistemas” (RS-Ms22, p.1).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Desempenho da empresa na sustentabilidade, compromissos e progressos. 	“Sustentabilidade do cliente: Compromissos e progressos” (RS-Ms22, p.1). “Sustentabilidade Global: Compromissos e progressos” (RS-Ms22, p.1).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Política e estratégias da empresa. 	“Política e advocacia; parcerias estratégicas” (RS-Ms22, p.1).
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> ● Condições laborais oferecidas; ● Gestão dos recursos humanos. 	“Fomentar a qualidade de vida dos produtores” (RS-Dt18, p.5). “Investir no nosso capital humano” (RS-Dt18, p.5). “Promover o crescimento de talento” (RS-Dt18, p.5). “Asssegurar a saúde dos nossos colaboradores” (RS-Dt18, p.5).

		<ul style="list-style-type: none"> Gestão ambiental. 	<p>“Promover a diversidade das origens do café” (RS-Dt18, p.5).</p> <p>“Melhorar a nossa mobilidade --melhorar a eficiência dos nossos consumos” (RS-Dt18, p.5).</p> <p>“Valorizar o ambiente (...) - valorizar materiais mais sustentáveis” (RS-Dt18, p.5).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidade perante a sociedade. 	<p>“Cidadania responsável” (RS-Dt18, p.5).</p>
Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Gestão e impacto ambiental. 	<p>“Os objetivos de desenvolvimento sustentável ODS” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>“Reduzir o impacto ambiental” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>“Energia e Clima” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>Pegada de Carbono” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>“Produtos Farmacêuticos no meio ambiente” (RS-Hv20, P.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Política, estratégia e gestão da empresa. 	<p>“A nossa política” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>“Governança, negócios e ética” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>“Inovação, investigação e desenvolvimento” (RS-Hv20, P.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Principais progressos e oportunidades ao longo do período do Relatório. 	<p>“Como vemos o nosso progresso” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>“Identificar o que importa” (RS-Hv20, P.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Envolvimento dos <i>Stakeholders</i>. 	<p>“Compromisso e comunicação com os stakeholders” (RS-Hv20, P.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Gestão de recursos humanos. 	<p>“Atração de talentos, saúde e bem-estar” (RS-Hv20, P.2).</p> <p>“Valorização do nosso pessoal” (RS-Hv20, P.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Respeito pela inclusão e igualdade. 	<p>“Diversidade e igualdade de oportunidades” (RS-Hv20, P.2).</p>
Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Gestão e impacto ambiental. 	<p>“Meio ambiente: Ação climática/ Economia circular/ Água” (RS-Bo23, p.2).</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Deveres da empresa perante o bem-estar dos colaboradores. 	<p>“A Bosch como empregador: cumprir as obrigações de diligência relativas aos Direitos Humanos (...)” (RS-Bo23, p.2).</p>
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgação do impacto económico. 	<p>“Desempenho financeiro: resultado operacional” (RS-Eb23, p.5).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Compromisso em ser socialmente responsável. 	<p>“Compromisso Social” (RS-Eb23, p.5).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Impacto e gestão ambiental. 	<p>“Compromisso ambiental” (RS-Eb23, p.5). “ESG Compromisso com o futuro” (RS- Eb23, p.5).</p>
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Estratégias da empresa. 	<p>“Perfil da empresa” (RS-Si23, p.3). “Estratégia” (RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Gestão e impacto ambiental. 	<p>“Ambiente: Proteção ambiental holística / Conservação de recursos / Gestão de produtos / Taxonomia da EU” (RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Condições de trabalho oferecidas; • Respeito pela diversidade e igualdade. 	<p>“Social: Trabalhar na Siemens; Diversidade, igualdade e inclusão; Formação Profissional e aprendizagem o longo da vida” (RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Dever perante a comunidade. 	<p>“Cidadania corporativa” (RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Tópicos abordados no Relatório, segundo as Normas GRI. 	<p>“Metodologia de reporte” (RS-Si23, p.3). “Normas GRI-principais tópicos e limites” (RS-Si23, p.3).</p>
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Estratégia, prática gestão e política da empresa. 	<p>“Modelo de Governo” (RS-Si23, p.3). “Estratégia” (RS-Si23, p.3). Ética e transparência” (RS-Si23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento das partes interessadas. 	<p>“Stakeholders” (RS-Cf23, p.15).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Principais impactos, riscos e oportunidades. 	<p>“Gestão de Risco” (RS-Cf23, p.15).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Divulgação do impacto financeiro. 	<p>“Desempenho Financeiro” (RS-Cf23, p.15).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Gestão dos recursos humanos. 	<p>“Pessoas” (RS-Cf23, p.15).</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Progressos de investigação alcançados. 	“Inovação e Investigação” (RS-Cf23, p.15).
		<ul style="list-style-type: none"> • Gestão e impacto ambiental. 	“Responsabilidade Ambiental” (RS-Cf23, p.15). “Taxonomia europeia” (RS-Cf23, p.15).
		<ul style="list-style-type: none"> • Compromisso pelo seguimento das Normas GRI. 	“O compromisso que nos guia: Indicadores GRI” (RS-Cf23, p.15).
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Interação com os <i>stakeholders</i>. 	“Envolvimento dos Stakeholders” (RS-Cf23, p.15).
		<ul style="list-style-type: none"> • Gestão e estratégia ambiental. 	“Restaurando a natureza, protegendo a biodiversidade” (RS-Nt23, p.2). “No caminho para a neutralidade carbónica” (RS-Nt23, p.2). “Gestão da água” (RS-Nt23, p.2). “Fornecimento Responsável” (RS-Nt23, p.2). “Circulação das embalagens” (RS-Nt23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade e igualdade de oportunidades. 	“A nossa cultura diversificada e inclusiva” (RS-Nt23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Condições laborais. 	Um empregador de escolha” (RS-Nt23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Respeito pelos Direitos Humanos; • Dever perante a comunidade. 	“Promover os Direitos Humanos” (RS-Nt23, p.2). “Contributo para a comunidade” (RS-Nt23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Políticas e práticas de gestão da empresa. 	“Princípios de ética do negócio (RS-Nt23, p.2). “Governança Cooperativa” (RS-Nt23, p.2).
Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão e impacto ambiental 	“Gestão de Desempenho ESG e Análise de Materialidade” (RS-Vw23, p.2). “Impacto da Sustentabilidade nas Novas Opções de Mobilidade” (RS-Vw23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Interação com as partes interessadas. 	“Gestão de Stakeholders” (RS-Vw23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Dever perante comunidade. 	“Cidadania Corporativa” (RS-Vw23, p.2).
		<ul style="list-style-type: none"> • Respeito pelos Direitos Humanos. 	“Cadeia de Abastecimento e Direitos Humanos” (RS-Vw23, p.2).

		<ul style="list-style-type: none"> Políticas e gestão da empresa. 	<p>“Integridade e Conformidade” (RS-Vw23, p.2).</p>
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Gestão e impacto ambiental. 	<p>“O nosso impacto nas pessoas e no planeta” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Alterações climáticas” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Uso de recursos, circularidade” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Água” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Biodiversidade e silvicultura” (RS-Ik23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Progressos da empresa ao longo do período referente do Relatório. 	<p>“Resumo do nosso desempenho” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Progressos em relação às metas AF23” (RS-Ik23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Promoção da diversidade, igualdade e inclusão. 	<p>“Igualdade diversidade e inclusão” (RS-Ik23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Política, estratégias e práticas de gestão da empresa. Gestão dos recursos humanos (saúde e segurança, competências, salários justos). 	<p>“Governança” (RS-Ik23, p.3). / “Materialidade” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>Saúde, segurança e bem-estar” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Desenvolvimento de competências” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Rendimentos justos” (RS-Ik23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Respeito pelo cumprimento dos Direitos Humanos; Dever perante a comunidade. 	<p>“Direitos Humanos” (RS-Ik23, p.3).</p> <p>“Impacto na comunidade” (RS-Ik23, p.3).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Divulgação do impacto financeiro. 	<p>“Resiliência financeira” (RS-Ik23, p.3).</p>

Na tabela 2 são analisadas as referências a temas relacionados com a sustentabilidade, a responsabilidade social (externa) e a responsabilidade social interna. Verifica-se um espaço amplo dedicado a assuntos ligados à sustentabilidade ambiental, como a preservação dos ecossistemas e da biodiversidade, a gestão de resíduos, a conservação dos recursos naturais e a luta pela diminuição das emissões de carbono. Em termos da responsabilidade social externa, constata-se a referência ao compromisso em garantir os Direitos Humanos pelas empresas: Delta, Hovione, Bosch, Embraer (OGMA), Siemens Nestlé, Volkswagen, Ikea e a referência a prestar apoio à comunidade pelas empresas Delta, Siemens, Nestlé, Volkswagen e IKEA. No que diz respeito à responsabilidade social interna, verifica-se a referência a tópicos como a valorização dos colaboradores

(Delta, Hovione Siemens, IKEA), a promoção da saúde e segurança no local de trabalho (Delta, Hovione, IKEA) e políticas de inclusão, diversidade e igualdade no ambiente laboral (Hovione Siemens, Nestlé, Volkswagen, IKEA).

Em termos das Normas GRI observa-se o cumprimento destas por parte das empresas em análise, sendo que se verifica certos domínios em comum e certos domínios diferentes. Neste sentido, todas as empresas incluem a sua gestão e impacto ambiental, as empresas Delta, Hovione, Siemens, Nestlé e IKEA incluem a gestão de recursos humanos, as empresas Microsoft, Hovione, Bosch, Siemens, CUF e IKEA integram as suas políticas estratégicas e práticas de gestão, e são divulgados aspetos relativos à responsabilidade social das empresas, como o respeito pelos Direitos Humanos e pela diversidade e inclusão, observados no Relatório das empresas Bosch, Nestlé, Siemens, Volkswagen e IKEA. Neste contexto, as empresas Microsoft Hovione CUF e IKEA, incluem, também, os seus progressos, em diversas áreas, ao longos do período referente do seu respetivo Relatório, e as empresas Embraer (OGMA), CUF e IKEA divulgam o seu desempenho financeiro.

1.2 Menções aos colaboradores no editorial ou mensagem do Líder/ CEO

Neste ponto demonstram-se os resultados referentes a menções aos colaboradores no editorial ou na mensagem do Líder/ CEO presente nos Relatórios das empresas analisadas, representados na Tabela 3.

Tabela 3

Menções aos colaboradores no editorial ou mensagem do Líder/ CEO

Entidade	Indicadores		Unidades de registo (evidências)
	Presença	Atributos	
	I 1 – Referência aos stakeholders		
	I 2 – Tipo de conteúdos		
Microsoft	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Dever da empresa para com clientes. 	“(…) temos um papel a desempenhar com os milhares de clientes (…)” (RS-Ms22, p.5).
		<ul style="list-style-type: none"> Contribuir para consciencialização dos clientes sobre o seu impacto ambiental. 	“(…) a Microsoft está empenhada em ajudar os nossos clientes a medir o seu impacto ambiental (…)” (RS-Ms22, p.5).
Delta	Ausente		

Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • A Importância da empresa na vida dos colaboradores. 	<p>“Isso é talvez mais bem expresso no nosso lema “In it For Life”, que reflete o impacto que temos na vida dos membros da equipa (...)” (RS-Hv20, p.4).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Menção ao interesse dos acionistas sobre o papel da empresa na comunidade. 	<p>“Os acionistas da empresa manifestam o desejo de que a Hovione se mantenha na vanguarda do que faz de uma empresa um bom cidadão corporativo” (RS-Hv20, p.4).</p>
Bosch	Ausente		
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Importância do empenho dos colaboradores para o sucesso da empresa. 	<p>“Contamos também com o engajamento genuíno de todos os nossos colaboradores para executar o plano estratégico com muita disciplina e excelência.” (RS-Eb23 p.4).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Agradecimento aos clientes, parceiros e investidores pela confiança e apoio à empresa. 	<p>“(…) agradecer toda a confiança e suporte contínuo dos nossos clientes, parceiros e investidores.” (RS-Eb23 p.4)</p>
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Referência à influência e apoio da empresa na consciencialização dos clientes e parceiros a nível da sustentabilidade. 	<p>“A nossa tecnologia capacita os nossos clientes e parceiros a expandir mais rapidamente o seu impacto na sustentabilidade (...)” (RS-Si23, p.4)</p> <p>“(…) a Siemens apoia clientes em todo o mundo a tornarem-se mais competitivos, resilientes e, acima de tudo, mais sustentáveis” (RS-Si23, p.4)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Impacto dos produtos da empresa na vida dos stakeholders (clientes, consumidores e parceiros). 	<p>“(…) Esta tecnologia impacta a vida de clientes, parceiros e consumidores em todo o lado.” (RS-Si23, p.4)</p>
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Intenção de proporcionar condições de trabalho adequadas aos colaboradores. 	<p>“O cuidado dedicado àqueles que trabalham connosco acompanha a CUF desde a sua fundação (...)” (RS-Cf23, p.11)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Dedicção da empresa em proporcionar os melhores serviços aos clientes. 	<p>“(…) mais de 15 mil profissionais que, todos os dias, colocam o seu empenho e dedicação ao serviço dos nossos clientes.” (RS-Cf23, p.14).</p>
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Referência à dedicação da empresa em criar valor para os stakeholders. 	<p>“(…) o nosso foco em enfrentar desafios sociais e gerar valor para todas as partes interessadas aumentou.” (RS-Nt23 p.2).</p> <p>“Fazemos negócio de uma forma que crie valor para os nossos stakeholders” (RS-N23t, p.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Menção à importância dos colaboradores para o sucesso da empresa. 	<p>“(…) a saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores continuam a ser fundamentais para o nosso sucesso” (RS-Nt23, p.2).</p>

Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse em criar valor para os colaboradores, clientes e investidores 	“E esta postura permite-nos criar de forma sustentável recursos adicionais a longo prazo para o nosso pessoal, para os nossos clientes, para os nossos investidores(…)” (RS-Vw23p.7)
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupação em oferecer formação aos colaboradores. 	“(…) melhores habitações para os nossos clientes; melhores vidas para muitas pessoas e para os nossos colaboradores (…)” (RS-Ik22, p.2).
		I 2 – Referência aos colaboradores	
		Tipos de conteúdos	
Microsoft	Ausente		
Delta	Ausente		
Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto da empresa na vida dos colaboradores. 	“Isso é talvez mais bem expresso no nosso lema “ <i>In it For Life</i> ”, que reflete o impacto que temos na vida dos membros da equipa (…)” (RS-Hv20, p.4).
Bosch	Ausente		
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Importância do empenho dos colaboradores para o sucesso da empresa. 	“Contamos também com o engajamento genuíno de todos os nossos colaboradores para executar o plano estratégico com muita disciplina e excelência.” (RS-Eb23 p.4).
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Referência ao papel dos colaboradores para o sucesso da empresa. 	“As nossas ambições de sustentabilidade são apoiadas por 320.000 colegas, que dão vida ao nosso propósito todos os dias.” (RS-Si23, p.4).
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse em criar apoios e proporcionar condições de trabalho adequadas aos colaboradores. 	“O cuidado dedicado àqueles que trabalham connosco acompanha a CUF desde a sua fundação (…)” (RS-Cf23, p.11). “Apoiar os nossos colaboradores revelou-se ainda mais necessário (…)” (RS-Cf23, p.11).
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Referência ao contributo dos colaboradores para o sucesso da empresa. 	“As pessoas estão no coração do nosso negócio. A saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores continuam a ser fundamentais para o nosso sucesso” (RS-Nt23, p.2).
Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Menção da importância dos colaboradores para a empresa; 	“Os colaboradores são o ativo mais valioso de qualquer empresa” (RS-Vw23, p.7)

		<ul style="list-style-type: none"> Referência ao compromisso da empresa com os colaboradores. 	<p>“Além da responsabilidade pelos seus próprios colaboradores, o Grupo Volkswagen também tem uma responsabilidade global” (RS-Vw23, p.7).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Preocupação em oferecer formação aos colaboradores. 	<p>“(…)o foco do Grupo Volkswagen está em formar os colaboradores para as tecnologias do futuro” (RS-Vw23, p.7).</p>
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Menção do papel dos colaboradores para o desempenho positivo da empresa. 	<p>“Em conjunto com os nossos colaboradores, cumprimos a nossa visão de criar uma vida melhor (RS-Ik23, p.5).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Referência à promoção de condições trabalho adequadas para os colaboradores. 	<p>“Orgulhamo-nos de providenciar um ótimo local de trabalho para os nossos colaboradores” (RS-Ik23, p.5).</p>
		I 3 – Referências temas no âmbito da Sustentabilidade e da RS	
Microsoft	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Compromisso sobre a neutralidade carbônica, fim do desperdício e proteção dos recursos. 	<p>“(…) compromissos: ser uma empresa de emissões de carbono negativas, uso positivo da água, sem desperdício e que protege os ecossistemas” (RS-Ms22, p.4)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Referência à preocupação da empresa sobre as alterações climáticas. 	<p>“Aumentamos a nossa ambição em responder à urgente necessidade climática, (...)” (RS-Ms22, p.4).</p> <p>“(…) investir na aceleração da inovação climática através do nosso Fundo de Inovação Climática (...)” (RS-Ms22, p.5)</p>
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Menção do empenho da empresa em trabalhar para melhorar o ambiente e a sociedade. 	<p>“A nossa essência Delta está sempre presente em cada plano ou ação: pelas pessoas, pelo ambiente e por um amanhã melhor.” (RSDt18, p.2)</p>
Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Referência ao impacto das ações da empresa no meio ambiente. 	<p>“A Hovione sempre entendeu a necessidade de gerir as suas atividades de forma a proteger o ambiente.” (RS-Hv20, p.4)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento do interesse dos acionistas sobre a responsabilidade social da empresa na comunidade. 	<p>“Os acionistas da empresa manifestam o desejo de que a Hovione se mantenha na vanguarda do que faz de uma empresa um bom cidadão corporativo” (RS-Hv20, p.4)</p>

Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Referência da importância do combate às alterações climáticas. 	<p>“(…) mitigar as alterações climáticas é agora o objetivo principal de todas as nações” (RS-Bo23, p.3)</p> <p>“Na Bosch queremos desempenhar a nossa função de um mundo mais amigo do clima.” (RS-Bo23, p.4)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Referência ao fim das emissões de carbono nas práticas da empresa. 	<p>“(…) O grupo Bosch é neutro em carbono desde 2020(…)” (RS-Bo23, p.4).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Referência da reutilização contínua dos recursos. 	<p>“A nossa ambição é usar, reparar e utilizar produtos e materiais durante o maior período possível” (RS-Bo23, p.4).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Menção ao dever de aplicar estratégias adequadas aos ecossistemas e socialmente responsáveis. 	<p>“As nossas operações devem ser ecológicas económicas e socialmente responsáveis” (RS-Bo23, p.4)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Referência da importância do combate à fome e à pobreza. 	<p>“O número de pessoas a viver na pobreza está a diminuir de forma constante, estamos a vencer a luta contra a fome” (RS-Bo23, p.3)</p>
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Menção do interesse da empresa em ser mais sustentável. 	<p>“Iniciamos uma nova fase focada no crescimento sustentável que visa capturar todo o potencial da companhia” (RS-Eb23, p.3)</p> <p>“(…) avançamos no compromisso de promover uma aviação mais sustentável.” (RS-Eb23, p.4)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Referência ao empenho em diminuir as emissões de carbono. 	<p>“(…) estamos investindo fortemente em diversas frentes para impulsionar a transição para uma aviação com emissões zero no futuro.” (RS-Eb23, p.4)</p>
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Referência ao interesse de agir sobre áreas da sustentabilidade: ética, igualdade, descarbonização e uso adequado dos recursos. 	<p>“É por isso que a Siemens integra a estratégia de sustentabilidade nas nossas atividades empresarias” (RS-Si23, p.4)</p> <p>“Temos orgulho em ter reduzido a nossa pegada CO2 nas nossas operações em 50%.” (RS-Si23, p.5)</p> <p>“(…) ambições claras em seis áreas de ação: Descarbonização, Ética, Governança, Eficiência de Recursos, Igualdade e Empregabilidade.” (RS-Si23, p.5)</p>

CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Referência do compromisso da empresa para com o desenvolvimento sustentável e perante o bem-estar da sociedade. 	<p>“Assumimos o compromisso de gerar um impacto positivo nas pessoas — no seu bem-estar, na sua saúde e no seu desenvolvimento —, ao mesmo tempo que preservamos os recursos naturais.” (RS-Cf23, p.11).</p> <p>“(…) fortalecemos o nosso compromisso com a sustentabilidade e de proximidade com a comunidade.” (RS-Cf23, p.11).</p>
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Importância da neutralidade carbónica nas ações da empresa. 	<p>“(…) continuamos focados em avançar em direção às nossas metas de emissões de gases efeito estufa para 2025 e 2030.” (RS-Nt23, p.2).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Benefícios para a comunidade e aumento da qualidade de vida dos agricultores 	<p>“(…) estas iniciativas também beneficiam as comunidades, aumentando a produtividade e ajudando a melhorar as condições de vida dos agricultores” (RS-Nt23, p.2).</p>
Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Intenção de diminuir as emissões de carbono na produção. 	<p>“O nosso objetivo é reduzir as emissões de CO2 relacionadas à produção de automóveis.” (RS-Vw23, p.7).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento da responsabilidade da empresa na comunidade. 	<p>“(…), o Grupo Volkswagen também tem uma responsabilidade global.” (RS-Vw23 p.7).</p>
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Menção do papel da empresa no alcance do desenvolvimento sustentável. 	<p>“(…) um planeta melhor para todos e uma empresa melhor agora e para as futuras gerações” RS-Ik23, p.5).</p> <p>“Reduzimos a nossa pegada climática total em 24.4%” (RS-Ik23, p.5).</p>

A partir da Tabela 3, verifica-se que as empresas Hovione, Embraer (OGMA), Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen e IKEA mencionam os seus *stakeholders*, em particular os seus colaboradores, sendo os clientes outro grupo de *stakeholders* mencionado com regularidade. As empresas Siemens, CUF, Nestlé e Volkswagen atribuem um maior espaço enquanto as empresas Hovione, Embraer (OGMA), e IKEA atribuem um menor espaço. Já a Microsoft apenas refere os clientes no grupo de *stakeholders*. A nível de referências a ações no âmbito da Sustentabilidade e da Responsabilidade Social. Os temas concentram-se em assuntos ligados à sustentabilidade ambiental

,especificamente, na redução das emissões de carbono (Microsoft Bosch, OGMA, Siemens, Nestlé Volkswagen IKEA), na preservação dos recursos naturais (Microsoft , CUF, Nestlé e IKEA) e no alcance da neutralidade carbónica, (Microsoft, Bosch Nestlé), e a nível da responsabilidade social está presente o interesse pelo bem estar dos colaboradores (Hovione, OGMA, Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen e IKEA), interesse em proporcionar formação aos colaboradores (Siemens, Volkswagen e Ikea),o compromisso pelo bem estar da comunidade (Delta, Hovione, Bosch, CUF, Nestlé, Volkswagen e IKEA) e a preocupação em promover a igualdade (Bosch, Siemens, Nestlé Volkswagen).

1.3 Preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores

Neste ponto apresentam-se os resultados sobre os dados relativos a preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores, presentes nos Relatórios de Sustentabilidade, estando estes representados na Tabela 4.

Tabela 4

Preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores

Entidade	Indicadores		Unidades de registo (evidências)
	Presença	Atributos	
I 1 – Gestão de recursos humanos			
Tipo de conteúdos			
Microsoft	Ausente		
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Promover o respeito pelos colaboradores, a igualdade e diversidade de oportunidades no trabalho. 	<p>“Tratar com respeito e dignidade todos os nossos colaboradores” (RS-Dt18, p.26).</p> <p>“Promover a igualdade de oportunidades e a diversidade de oportunidades como valores essenciais, não praticando qualquer discriminação” (RS-Dt18, p.26).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> Reten, motivar e desenvolver as capacidades dos colaboradores. 	<p>“Motivação, desenvolvimento e retenção de colaboradores” (RS-Dt18, p.33).</p>
Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Promover um ambiente de trabalho positivo e equilibrado. 	<p>“Investir e promover um ambiente de trabalho onde todos se sintam bem, equilibrando trabalho e vida pessoal” (RS-Hv20, p.38).</p>

		<ul style="list-style-type: none"> Promover a igualdade de género. 	“(...) garantindo a plena e eficaz participação das mulheres e oportunidades iguais de liderança (...)” (RS-Hv20, p.38).
		<ul style="list-style-type: none"> Promover oportunidades de desenvolvimento de carreiras. 	“(...) reconhecer os nossos talentos e oferece-lhes as oportunidades certas para desenvolverem carreiras emocionalmente gratificantes e satisfatórias” (RS-Hv20, p.42).
Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar um ambiente de trabalho justo e respeitador. 	A Bosch (...) estabelece condições estruturas atraentes e oferece aos seus colaboradores salários que refletem o seu desempenho e as condições de mercado.” (RS-Bo23, p.58).
		<ul style="list-style-type: none"> Garantir a igualdade salarial entre homens e mulheres. 	“(...) Bosch não faz qualquer distinção entre o salário de homens e mulheres” (RS-Bo23, p.58).
		<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar o equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal. 	"Ajudamos os nossos colaboradores a encontrar um equilíbrio entre o trabalho e vida pessoal (...)” (RS-Bo23, p.59).
		<ul style="list-style-type: none"> Oferta de benefícios aos colaboradores. 	“(...) compromissos com os seus colaboradores em todo o mundo no que diz respeito aos benefícios de trabalho (...)” (RS-Bo23, p.58).
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Assegurar a satisfação dos colaboradores; Assegurar o respeito pelos colaboradores; 	“(...) oferecer o suporte necessário para que seus colaboradores(as) desempenhem as funções com senso de pertencimento, além de se fortalecer como uma empresa plural e humana (...)” (RS-Eb23, p.19)
		<ul style="list-style-type: none"> Oferta de benéficos aos colaboradores. 	“(...) amplo pacote de benefícios que abrange 100% de seus(suas) colaboradores(as) ao redor do globo”(RS-Eb23, p.110)
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a formação e o desenvolvimento pessoal dos colaboradores. 	“(...) investimos na formação, no desenvolvimento e no crescimento individual dos nossos colaboradores” (RS-Si23, p.19).
		<ul style="list-style-type: none"> Incentivar o sentimento de capacidade dos colaboradores. 	“Criar um ambiente de trabalho onde os nossos colaboradores se sintam capacitados (...)” (RS-Si23, p.19).

		<ul style="list-style-type: none"> Promover a diversidade no ambiente de trabalho. 	“(…) acreditamos que a diversidade impacta positivamente as nossas equipas e o local de trabalho” (RS-Si23, p.19).
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento de medidas de apoio ao bem-estar dos colaboradores. 	“Construção e implementação de medidas para colaboradores e suas famílias, que visam promover o seu desenvolvimento pessoal e o seu bem-estar e prestar apoio(…)” (RS-Cf23, p.32).
		<ul style="list-style-type: none"> Promover o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores. 	“A CUF prioriza a progressão dos seus colaboradores e implementa iniciativas que contribuem para a sua realização profissional e pessoal.” (RS-Cf23, p.110).
		<ul style="list-style-type: none"> Promover a diversidade e a inclusão na empresa. 	“As diferenças e singularidades de cada pessoa são encarados como motores fundamentais para a coesão e inclusão no ambiente profissional (...) (RS-Cf23, p.114).
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar salários justos aos colaboradores. 	“Garantimos que os nossos colaboradores sejam recompensados e reconhecidos pelas suas contribuições com remuneração e benefícios competitivos” (RS-Nt23, p.62).
		<ul style="list-style-type: none"> Oferecer condições laborais adequadas e seguras e oportunidades de trabalho versáteis e inovadoras. 	“(…) proporcionar aos nossos colaboradores boas condições de trabalho, um ambiente de trabalho seguro e saudável, e oportunidades de emprego flexíveis e inovadoras” (RS-Nt23, p.62).
Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Atender à necessidade dos colaboradores e promover condições de trabalho positivas e equilibradas; Proporcionar remunerações justas. 	“(…) é fundamental que abordemos as necessidades em constante mudança dos nossos colaboradores e ofereçamos-lhes uma experiência de trabalho excecional.” (RS-Vw23, p.21). “Um sistema de salários justo e transparente, bem como o pagamento de uma remuneração justa (...) (RS-Vw23, p.97). “(…) trabalhar na melhoria do equilíbrio entre trabalho e vida pessoal dos nossos colaboradores (...) flexíveis” (RS-Vw23, p.106).

IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar apoio aos colaboradores a nível económico; • Garantir uma remuneração justa. • Garantir a igualdade de género. 	<p>“Oferecemos benefícios flexíveis para ajudar os colaboradores a gerir a sua vida económica, tanto no presente como no futuro” (RS-Ik23, p.31)</p> <p>“(…) um salário justo é essencial para melhorar o bem-estar de todos os colaboradores” (RS-Ik23, p.36)</p> <p>“Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no ambiente trabalho (RS-Ik23, p.99)</p>
I 2 – Saúde e Segurança no Trabalho			
Tipos de conteúdos			
Microsoft	Ausente		
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse em garantir a saúde dos colaboradores. 	<p>“Assegurar a saúde e bem-estar dos nossos colaboradores atuando pro-ativamente na defesa da sua saúde” (RS-Dt18, p.50).</p>
Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupação em assegurar a saúde e bem-estar dos colaboradores. 	<p>“(…) proteger a saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores (…)” (RS-Hv20, p.38).</p>
Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Prevenção e garantia da saúde e segurança dos colaboradores. 	<p>“A saúde e segurança ocupacional são uma prioridade máxima para a Bosch,” (RS-Bo23, P.58).</p> <p>“A prevenção e promoção da saúde são de vital importância para a motivação e satisfação dos nossos colaboradores” (RS-Bo23, p.67).</p>
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse pela segurança dos colaboradores. 	<p>(…) padronizar os equipamentos utilizados, e garantir ainda mais a segurança.” (RS-Eb23, p.26.).</p>
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupação em assegurar a saúde e segurança dos colaboradores. 	<p>“Mantemos um grande foco (….) em saúde ocupacional e segurança” (RS-Si23, p.19).</p>
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Uma das principais matrizes da empresa contempla a saúde e segurança dos seus colaboradores. 	<p>“A matriz de materialidade da CUF contempla 15 temas materiais (…)</p> <p>“Bem-estar, saúde e segurança dos colaboradores (…)” (RS-Cf23, p.27).</p>
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Assegurar a saúde dos colaboradores, a nível físico e mental; • Garantir a sua segurança e bem-estar. 	<p>“(…) Cuidar da saúde dos colaboradores, isso inclui um forte foco na saúde física e mental e no bem-estar” (RS-Nt23, p. 60).</p> <p>“(…) proporcionar aos nossos colaboradores bons condições de trabalho, um ambiente de trabalho seguro e saudável (…)” (RS-Nt23, p.62).</p>

Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse em ouvir a opinião dos colaboradores nas áreas da saúde e da segurança no trabalho. 	<p>“Uma comunicação aberta na qual os colaboradores podem expressar preocupações e sugestões para melhorar a saúde e segurança no trabalho também é importante para nós” (RS-Vw23, p.97).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Preocupação em garantir a saúde e segurança dos colaboradores. 	<p>“(…) desenvolver e implementar estratégias e medidas de longo prazo que visam garantir a saúde e segurança dos colaboradores (...)” (RS-Vw23.p 97).</p>
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupação em manter a segurança dos colaboradores. 	<p>“Queremos que todos os colegas se sintam e estejam seguros no trabalho, independentemente do cargo que ocupem.” (RS-Ik23, p.31).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Interesse em garantir a saúde mental dos colaboradores. 	<p>“Incentivamos conversas abertas e honestas sobre saúde mental” (RS-Ik23, p.31).</p>
		I 3- Adaptação à mudança	
Microsoft	Ausente		
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar as habilidades dos colaboradores e apoiar o seu desenvolvimento profissional e pessoal. 	<p>“Procuramos colmatar as necessidades dos colaboradores, aumentar as suas competências e criar condições para o seu desenvolvimento pessoal e profissional” (RS-Dt18, p.27)</p>
Hovione	Ausente		
Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Formação e aquisição de novas competências para o futuro. 	<p>“(…) adquirir continuamente novas competências e habilidades e a adaptar as suas qualificações e formação aos requisitos atuais e futuros” (RS-Bo23, p.62).</p>
OGMA	Ausente		
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Investir na formação contínua e no desenvolvimento de novas habilidades de adaptação ao futuro. 	<p>“Focamo-nos na aprendizagem ao longo da vida e no desenvolvimento de competências para permitir que os nossos colaboradores se adaptam a um ambiente em constante mudança” (RS-Si23, p.93).</p>
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse em formar e capacitar os colaboradores para novos desafios e para o futuro. 	<p>“Manter o compromisso com o desenvolvimento das competências de todos os colaboradores (...)” (RS-Cf23, p.25).</p> <p>“A CUF reconhece a importância de capacitar os colaboradores para uma tomada de decisão informada e, assim, reforçar uma cultura organizacional de gestão de risco” (RS-Cf23, p.25)</p>

Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Incluir os colaboradores na evolução da empresa. 	“(…) envolver os nossos colaboradores e os seus representantes, e incluí-los à medida que a empresa evolui.” (RS-Nt23, p.62).
Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Promover a formação dos colaboradores e prepará-los para novos desafios. 	“(…) apoiar os colaboradores existentes, fornecendo formação contínua, quando necessário.” (RS-Vw23, p.97).
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento da importância dos colaboradores desenvolverem as suas capacidades e adquirirem novas competências. 	<p>“Muitos colaboradores necessitarão de novas ou adicionais competências num futuro próximo para responder às necessidades em mudança do negócio (...) (RS. Ik23, p.33)</p> <p>“(…) adaptar ainda mais a nossa oferta de aprendizagem de forma a garantir que estamos a oferecer formação útil e desenvolvimento em cada função (...) (RS. Ik23, p.33)</p>

A partir da Tabela 4 compreende-se que os principais temas na área da gestão dos recursos humanos centram-se em garantir o respeito pelos colaboradores, promover salários justos e proporcionar um equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal, promover um ambiente de trabalho justo e inclusivo, livre de qualquer tipo discriminação. Em termos do tópico da saúde e segurança dos colaboradores, constata-se a preocupação assegurar e monitorizar o estado de saúde dos colaboradores(Delta, Hovione, Bosch, Siemens, OGMA, CUF, Nestlé, Volkswagen, IKEA), e garantir a sua segurança (Bosch, Siemens, OGMA, Nestlé, Volkswagen, IKEA),No que diz respeito à adaptação à mudança, as empresas Delta, Bosch, Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen e IKEA referem o seu interesse em oferecer formação contínua em diversas áreas aos seus colaboradores, de forma que estes se sintam preparados para novos desafios.

1.4 Ações concretas assumidas para promover o bem-estar dos colaboradores

Neste ponto demonstram-se os dados, representados pela tabela 5, relativamente às ações concretas assumidas pelas empresas mencionadas nos Relatórios de Sustentabilidade, com o fim de promover bem-estar dos colaboradores.

Tabela 5

Ações concretas assumidas para promover o bem-estar dos colaboradores

Entidade	Indicadores		Unidades de registo (evidências)
	Presença	Atributos	
	I 1 – Ações específicas que promovem o bem-estar dos colaboradores		
	Tipo de conteúdos		
Microsoft	Ausente		
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Projeto para prevenir doenças cardiovasculares e cerebrais. 	“(…) projeto pioneiro na área da saúde que pretende determinar os riscos de contração de doenças cardiovasculares e de acidentes vasculares cerebrais dos nossos colaboradores.” (RS-Dt18, p.51).
Hovione	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Ofertas de máscara e desinfetantes durante a pandemia. 	“Durante a pandemia, ajudamos os nossos colaboradores ao oferecer quantidades ilimitadas de gel desinfetante e máscaras (RS-Hv20 p.42).
		<ul style="list-style-type: none"> Implementação de uma Política de Saúde e Bem-Estar para promover comportamentos saudáveis, reduzir o stress. 	“A Hovione implementou uma Política de Saúde e Bem-Estar para promover comportamentos saudáveis, reduzir o stress” (RS-Hv20 p.42).
Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Oferta de um plano de saúde aos colaboradores. 	“Oferecemos aos nossos colaboradores outros benefícios sociais, como um plano de saúde da empresa.” (RS-Bo23,58).
		<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento de um projeto de formação digital. 	“(…) foi iniciado um projeto em 2023 para preparar os nossos colaboradores para a transformação digital e estabelecer uma cultura global de aprendizagem (…)” (RS-Bo23, p.63).
OGMA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Uniformizar os equipamentos, de forma a garantir ainda mais a segurança dos colaboradores. 	“(…) unificação de Eis (Equipamento de Proteção Individual), processo que consiste em padronizar os equipamentos utilizados, e garantir ainda mais a segurança.” (RS-Eb23, p.26).
		<ul style="list-style-type: none"> Inclusão de todos os colaboradores num programa de saúde e segurança. 	“Todos(as) os(as) colaboradores(as) (….) são abrangidos pelo Sistema Integrado de Gestão de Meio Ambiente, Saúde e Segurança no Trabalho” (RS-Eb23, p.85).
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> Realização de inquéritos internos de forma a garantir o bem-estar dos colaboradores e respeito pelos mesmos. 	“(…) investigações internas são conduzidas (….) para garantir um tratamento justo e respeitador dos colaboradores” (RS-Si23, p.16).

		<ul style="list-style-type: none"> • Oferta modelos de trabalho flexíveis: trabalho remoto e horários a tempo parcial. 	“(…) oferecemos modelos de trabalho flexíveis (….) trabalho remoto, horários a tempo parcial, licenças sabáticas (….)” (RS-Si, p.65).
		<ul style="list-style-type: none"> • Programas de apoio ao bem-estar dos colaboradores em diversos âmbitos: mental, físico, financeiro, social e profissional. 	“(…) programas de benefícios flexíveis que apoiam o bem-estar físico, mental, financeiro, profissional e social dos nossos colaboradores.” (RS-Si, p.85).
		<ul style="list-style-type: none"> • Monitorização do estado de saúde dos colaboradores. 	“(…) acesso a cuidados médicos da empresa. Isso inclui percepção e identificação precoce de problemas de saúde (….)” (RS-Si23, p.101).
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusão dos colaboradores Programa de Prevenção e Bem-Estar da empresa; • Seminários sobre prevenção e bem-estar para os colaboradores. 	<p>“A CUF tem implementado o Programa de Prevenção e Bem-Estar, dirigido a colaboradores” (RS-Cf23, p.112).</p> <p>“Ciclo de Webinars de Prevenção e Bem-estar (….) As iniciativas apresentaram estratégias mais responsáveis e modelos mais positivos com foco no bem-estar físico e psicológico dos colaboradores” (RS-Cf23, p.112).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de consultas de psicologia para os colaboradores. 	“Reforço do número de consultas gratuitas de Psicologia para colaboradores (….)” (RS-Cf23, p.112).
Nestlé	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio às colaboradoras na fase da menopausa; • Monitorização da saúde dos colaboradores com o Painel de Controle de Saúde do Colaborador; • Apoio aos colaboradores com cancro. 	<p>“Lançamos recentemente o nosso primeiro Guia Global para a Menopausa no Trabalho para fornecer apoio às colaboradoras da Nestlé que estão a passar por sintomas da menopausa.” (RS-Nt23, p. 56).</p> <p>“Medimos e avaliamos o progresso das nossas iniciativas de saúde e bem-estar dos colaboradores utilizando um Painel de Controle de Saúde do Colaborador” (RS-Nt23, p.61)</p> <p>“(…) assinamos o compromisso #workingwithcancer (#WWC). A campanha, (….) procura destacar o papel do local de trabalho no apoio ao cancro” (RS-Nt23, p-63).</p>
Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Integração do regime de trabalho híbrido para aumentar a flexibilidade dos colaboradores. 	“O trabalho híbrido (….) tornou-se a nova normalidade de muitos colaboradores. Pode oferecer aos colaboradores maior flexibilidade (….)” (RS-Vw23, p.96).

		<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de benefícios como transporte, refeições subsidiárias e descontos em algumas atividades de lazer. 	“(…) transporte e refeições subsidiadas, condições para colaboradores através de parcerias de cooperação e descontos em atividades de lazer” (RS-Vw23, p.97).
		<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilização de programas de monitorização e prevenção de saúde, através de Check-ups. 	“(…) fornece aos colaboradores serviços de aconselhamento e preventivos relacionados com o trabalho saudável e seguro, por exemplo, na forma de check-ups.” (RS-Vw23, p.99).
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilização de alimentos saudáveis nas cantinas; • Oferta de espaços para a prática de exercício físico. 	“(…) oferta de alimentos nutritivos nas nossas cantinas até à disponibilização de instalações para exercício físico ajudando os colaboradores a manterem-se em forma e saudáveis” (RS-Ik23, p.31).
		<ul style="list-style-type: none"> • Implementação de um programa de assistência ao bem-estar físico, mental e financeiro dos colaboradores. 	“O nosso Programa de Assistência ao Colaborador, (...) oferece acesso a especialistas, aconselhamento e recursos para apoiar o bem-estar mental, físico e financeiro dos colaboradores e promover estilos de vida saudáveis.” (RS-Ik23, p.31).
		<ul style="list-style-type: none"> • Melhoria dos equipamentos para promover o bem-estar dos colaboradores 	Exosqueletos(...) Esta tecnologia já está a ajudar a proteger a saúde física dos colegas de trabalho(...) (RS-Ik23, p.31).
		<ul style="list-style-type: none"> • Criação de uma taskforce para os colaboradores divulgarem as suas preocupações sobre assuntos como a carga horária. 	“(…) <i>taskforce</i> para abordar preocupações relacionadas com a carga de trabalho, incluindo dar aos colaboradores mais flexibilidade e controlo sobre os horários” (RS-Ik23, p.32).

A Tabela 5 demonstra que as ações desenvolvidas pelas empresas, de forma a promover o bem-estar dos colaboradores, baseiam-se no desenvolvimento de projetos com o fim promover o bom estado de saúde dos colaboradores e garantir a sua segurança, tais como, a criação de programas de prevenção de doenças, programas de monitorização de saúde (Delta, Nestlé e Volkswagen), a inclusão dos colaboradores em planos e programas de saúde e bem estar (Hovione, Bosch, OGMA, CUF e IKEA), assim como a melhoria e certificação dos equipamentos para a sua proteção e segurança(OGMA e

IKEA) e programas de cuidados de saúde física e mental (Siemens, CUF e IKEA) .As ações, englobam, igualmente, apoios e benefícios financeiros aos colaboradores e a promoção de modelos de trabalho mais flexíveis, como o regime de trabalho híbrido. (Siemens e Volkswagen) além do desenvolvimento de inquéritos internos para garantir o bem-estar dos colaboradores (Siemens e IKEA) e a criação de meios para os colaboradores partilharem preocupações sobre o seu bem-estar laboral (IKEA).

1.5 Análise da participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas

Neste ponto apresentam-se os resultados sobre os dados referentes à análise da participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas, representados na Tabela 6.

Tabela 6

Análise da participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas

Entidade	Indicadores		Unidades de registo (evidências)
	Presença	Atributos	
	I 1 — Práticas de sustentabilidade da empresa que envolvem os colaboradores		
	Tipo de conteúdos		
Microsoft	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de uma comunidade de colaboradores voluntários para promover a sustentabilidade. 	(...) os colaboradores da Microsoft auto-organizam-se numa comunidade de sustentabilidade liderada por voluntários (...)” (RS-Mf22, p.76).
		<ul style="list-style-type: none"> • Aprimoramento da gestão de resíduos nos escritórios. 	“Os colaboradores estabeleceram parceiras com stakeholders para melhorar a gestão de resíduos nos escritórios (...)” (RS-Mf22, p.76).
		<ul style="list-style-type: none"> • Doações dos colaboradores a instituições de caridade. 	“(...) doaram tempo e dinheiro a organizações sem fins lucrativos (...)” (RS-Mf22, p.76).
Delta	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Ação de ajuda aos idosos que inclui a participação dos colaboradores. 	“Apoiar os seniores portugueses, envolvendo a nossa equipa de colaboradores nesta causa, através do projeto Tempo para Dar, que integra ações de voluntariado(...)” (RS-Dt19, p.56).

		<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas de angariação de fundos por parte dos colaboradores. 	“(…), os nossos colaboradores promovem, ainda, iniciativas de angariação de fundos (RS-Dt19, p.57).
		<ul style="list-style-type: none"> • Criação do projeto “Banco de roupa”, pelos colaboradores, para a recolha e doação de brinquedos e roupa a instituições. 	“O Banco de Roupa surgiu através de um grupo de colaboradores, consistindo na recolha de roupa e brinquedos, depois entregues a instituições” (RS-Dt18, p.59).
Hovione	Ausente		
Bosch	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • desenvolvimento de uma iniciativa de sensibilização dos colaboradores para a inclusão igualdade e diversidade. 	“Os Dias de Diversidade da Bosch são organizados anualmente para sensibilizar para a diversidade, igualdade e inclusão em toda a empresa e demonstrar que a força da empresa e os seus colaboradores podem obter sobre estes temas.” (RS-Bs23, p.62)
OGMA	Ausente		
Siemens	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuição dos colaboradores para a preservação do meio ambiente e da biodiversidade. 	<p>“Os colaboradores da Siemens estão ativamente envolvidos na proteção e no aumento da biodiversidade nas suas localidades: por exemplo ao serem voluntários em campanhas de plantação de árvores e participam em eventos de limpeza” (RS-Si23, p.42).</p> <p>“(…) reconhecemos os colaboradores que fizeram contribuições excecionais para a conservação ambiental (…)” (RS-Si23, p.56).</p>
CUF	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento dos colaboradores em ações de ajuda à comunidade e participação em ações humanitárias. • Participação dos colaboradores em ações de voluntariado ambiental. 	<p>“Os colaboradores dispõem de 40 horas anuais para o exercício de voluntariado, em horário de trabalho, para ações de apoio à comunidade ou em missões humanitárias.” (RS-Cf23, p.123).</p> <p>“48 Colaboradores realizaram em 135 horas voluntariado ambiental (…), no qual foi adotado um troço do Rio Sizandro para a monitorização e controlo da água e flora local” (RS-Cf23, p.123).</p> <p>“20 participaram numa ação de voluntariado ambiental em Vouzela” (RS-Cf23, p.123).</p>
Nestlé	Ausente		

Volkswagen	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Formação dos colaboradores em práticas de preservação ambiental; • Doações monetárias aos refugiados ucranianos. 	<p>"Proporcionamos regularmente formação aos nossos colaboradores sobre proteção ambiental e conformidade ambiental." (RS-Vw23, p.34).</p> <p>"(...) os colaboradores da Volkswagen doaram mais de €2 milhões para aliviar o sofrimento dos refugiados ucranianos." (RS-Vw23, p.45).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • A empresa afirma que os colaboradores desempenham um importante papel no alcance da sustentabilidade. 	<p>"(...) os colaboradores, ajudam-nos a alcançar os nossos Objetivos de sustentabilidade" (RS-Vw23, p.96).</p>
IKEA	Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Doações e ajuda dos colaboradores no acesso à habitação. 	<p>"(...) aumentar o acesso a produtos essenciais, serviços e habitação acessível utilizando (...) doações e contribuições dos nossos colaboradores." (RS-Ik23, p. 42).</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Colaboração dos colaboradores no alcance da sustentabilidade. 	<p>"(...) os nossos colaboradores, em conjunto com os nossos parceiros, alcançaram bons progressos em muitas das nossas ambições de sustentabilidade."(RS-Ik23, p.52).</p>

A partir da análise da Tabela 6 é possível constatar que as empresas Microsoft, Delta, Bosch, Siemens, CUF, Volkswagen e IKEA envolvem os seus colaboradores nas práticas de sustentabilidade. Estas práticas englobam ações de solidariedade, que contam com a participação dos colaboradores, como doações a instituições de caridade (Microsoft, Delta Volkswagen e IKEA) e iniciativas de voluntariado (Microsoft, Delta , Siemens, CUF) a sensibilização dos colaboradores para promover um ambiente de igualdade e de inclusão (Bosch e Volkswagen) e o reconhecimento da importância do papel dos colaboradores na preservação do meio ambiente e no alcance da sustentabilidade (Microsoft, Siemens, Volkswagen, IKEA).

1.6 Síntese dos principais resultados

Os dados obtidos revelam que as empresas Hovione, Bosch, Embraer (OGMA), Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen, IKEA demonstram o interesse em proporcionar um ambiente de trabalho positivo e respeitador para os colaboradores, bem como o compromisso em promover a igualdade de oportunidades. Estas mesmas empresas também se concentram em formas de assegurar a saúde e segurança dos seus

colaboradores. A preocupação em promover a formação dos colaboradores, é de igual forma um tópico mencionado por diversas empresas, Microsoft, Delta, Bosch, Siemens, CUF, Volkswagen, IKEA. Por outro lado, as empresas diferenciam-se no envolvimento dos colaboradores nas práticas sustentáveis sendo que as Microsoft, Delta, Bosch, Siemens, CUF, Volkswagen e IKEA demonstram a preocupação de incluir os seus colaboradores nas práticas sustentáveis e de responsabilidade social e as empresas Hovione, Embraer (OGMA) e Nestlé não demonstram a inclusão dos recursos humanos em ações de sustentabilidade.

Assim considera-se relevante apresentar as diferenças e semelhanças entre empresas do mesmo setor.

Saúde: Hovione e CUF

- Semelhanças: garantir a igualdade e inclusão no trabalho; assegurar a saúde e segurança dos colaboradores.
- Diferenças: CUF: inclui os colaboradores nas práticas de sustentabilidade
Hovione: Não inclui os colaboradores nas práticas de sustentabilidade.

Tecnologia: Microsoft e Siemens

- Semelhanças: referência ao papel dos clientes na sustentabilidade; inclusão dos colaboradores nas práticas sustentáveis da empresa.
- Diferenças: Siemens: demonstra o interesse em proporcionar um ambiente de trabalho acolhedor e a preocupação em garantir a saúde e segurança dos colaboradores / Microsoft: Não faz qualquer referência nestes âmbitos.

Indústria: Bosch, Embraer (OGMA), Volkswagen

- Semelhanças: promover a igualdade e a inclusão no ambiente laboral; benefícios para os colaboradores; garantir a saúde e segurança dos colaboradores.
- Diferenças: Bosch e Volkswagen: incluem os colaboradores nas ações de sustentabilidade / Embraer (OGMA): Não inclui.

Alimentação: Delta e Nestlé

- **Semelhanças:** ações de apoio à comunidade; garantir a saúde e segurança dos colaboradores. inclusão dos colaboradores nas ações de sustentabilidade; promover condições de trabalho justas e respeitadoras.
- **Diferenças** Delta: Menciona a inclusão dos colaboradores nas práticas sustentáveis da empresa. / Nestlé: Não menciona a inclusão dos colaboradores nas práticas sustentáveis da empresa.

De modo a compreender com maior clareza os dados apresentados foi elaborada uma tabela (tabela 7), a qual contempla os principais atributos relativos aos temas abordados com maior frequência nos Relatórios de Sustentabilidade, e quais as empresas que abordam estes atributos no seu Relatório.

Tabela 7
Síntese dos principais resultados

Tema	Atributos	Empresas
Sustentabilidade ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ● Emissões de carbono ● Alterações climáticas ● Gestão dos recursos naturais 	Microsoft, Delta, Hovione, Bosch, CUF, Embraer (OGMA), Siemens, Nestlé, Volkswagen, IKEA
Responsabilidade social	<ul style="list-style-type: none"> ● Compromisso com os direitos humanos ● Promover a igualdade, diversidade e inclusão 	Delta, Hovione, Bosch, Embraer (OGMA), Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen, IKEA
	<ul style="list-style-type: none"> ● Apoios à comunidade/sociedade 	Microsoft, Delta, Bosch, Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen, IKEA
Bem-estar dos colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> ● Ações para promover a saúde e segurança dos colaboradores 	Delta, Hovione, Bosch, Embraer (OGMA), Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen, IKEA
	<ul style="list-style-type: none"> ● Oferta de benefícios e condições de trabalho equilibradas e justas. 	Siemens e Volkswagen
	<ul style="list-style-type: none"> ● Oferta de formação aos colaboradores 	Delta, Bosch, Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen, IKEA
Os colaboradores nas práticas de sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> ● Ações de voluntariado 	Microsoft, Delta, Siemens, CUF
	<ul style="list-style-type: none"> ● Doações a instituições 	Microsoft, Delta, Volkswagen e IKEA

No presente capítulo, são apresentados, analisados e discutidos os dados obtidos nesta investigação. Os Relatórios de Sustentabilidade das empresas, que são a base da nossa investigação, foram selecionados a partir do ranking “*Randstad Employer Brand Research 2023*¹⁷”, uma lista com as 20 empresas mais atrativas para trabalhar em Portugal, no ano de 2023. No entanto, para esta pesquisa foram consideradas as primeiras 10 empresas da lista, sendo estas: **Microsoft; Delta Cafés; Hovione; Bosch; OGMA - Indústria Aeronáutica de Portugal; Siemens; CUF (Grupo José de Mello Saúde); Nestlé; Volkswagen Group Services; IKEA Portugal**, tendo sido analisados os respetivos Relatórios de Sustentabilidade.

Os dados obtidos foram transcritos diretamente dos Relatórios de Sustentabilidade, (e em alguns casos traduzidos). Estes extratos foram analisados a partir do modelo de análise proposto na tabela 1, de acordo com cada dimensão, em função dos objetivos definidos para esta investigação.

1.7 Discussão de resultados

Neste ponto apresenta-se a discussão de resultados referente aos dados apresentados nas tabelas 2, 3 4, 5 e 6, correspondentes aos objetivos aos quais se pretende responder com esta investigação.

Na Tabela 2 - Espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e normativas seguidas, apresentam-se as evidências do espaço dedicado à sustentabilidade, responsabilidade social e responsabilidade social interna. Com base na análise da tabela 2 é possível constatar que todas as empresas dedicam espaço a estes temas, contudo o seu conteúdo e extensão difere de empresa para empresa. Verifica-se a existência de um extenso espaço dedicado à sustentabilidade ambiental sendo esta um dos pilares da sustentabilidade o que o interesse das empresas em contribuir para o bem-estar do meio ambiente, tal como se verifica na revisão da literatura.

¹⁷ Neste caso foi utilizado o índice da “Randstad Portugal”, em vez do índice “Best Place to Work em Portugal” pois este último caracteriza as empresas por número de colaboradores e não apresenta uma lista única. Além disso, não foi possível encontrar publicados alguns dos Relatórios de Sustentabilidade das empresas mencionadas no índice “Best Place to Work”.

No espaço dedicado à responsabilidade social, mais especificamente à responsabilidade social externa que se refere ao contributo das empresas na sociedade e o seu impacto na comunidade, observa-se que os tópicos mencionados consistem na defesa dos direitos humanos, principalmente na promoção da igualdade, inclusão e diversidade e o apoio à comunidade. Estes dados demonstram que, de facto, atualmente as empresas não se concentram apenas na obtenção de lucro, mas, também, se preocupam em contribuir de forma positiva para a sociedade e reconhecem o seu impacto na comunidade.

No que diz respeito à responsabilidade social interna, a qual se refere a práticas e estratégias que englobam o bem-estar dos colaboradores, de acordo com a revisão da literatura os colaboradores são considerados fundamentais para a estratégia de uma empresa, e, por isso, é preciso criar formas de os motivar, e assim contribuir para o bom sucesso do negócio além de favorecerem o alcance da sustentabilidade. Deste modo verifica-se o foco na valorização, atração e formação dos colaboradores, bem como a preocupação em assegurar as mesmas oportunidades e direitos para todos os colaboradores, o que comprava o interesse em motivá-los e mantê-los.

A Tabela 2 demonstra, também, os dados relativos ao cumprimento das Normas GRI, ou seja, as normas pelas quais as empresas se guiam para elaborar os Relatórios de Sustentabilidade da forma mais correta e transparente possível. A partir da análise da tabela verifica-se que as empresas analisadas seguem as Normas. Constata-se que todas as empresas abordam o tema da sustentabilidade ambiental, as estratégias e práticas de gestão (Microsoft, Hovione, Bosch, Siemens, CUF e IKEA) e os temas relacionados com os Direitos Humanos (Hovione Siemens, Nestlé, Volkswagen, IKEA) são tópicos abordados de modo requerente. Os assuntos referentes à gestão de recursos humanos e condições de trabalho são abordados nos Relatórios das empresas Delta, Hovione, Siemens, Nestlé e IKEA. Já o desempenho económico é um tema pouco mencionado sendo referido pelas empresas Embraer (OGMA), CUF e IKEA. Assim, os dados revelam que o cumprimento das Normas GRI sustenta uma comunicação clara com o *stakeholders* acerca dos temas que a empresa considera essencial abordar no Relatório de Sustentabilidade, além ajudar no reconhecimento dos temas relevantes para promover o desenvolvimento sustentável, tal como indica o site oficial das Normas GRI (*Global Reporting*, s.d).

Na Tabela 3 - Menções aos colaboradores no editorial ou mensagem do Líder/ CEO, demonstra-se os dados sobre as menções aos *stakeholders*, aos colaboradores, em

particular, e a ações no âmbito da sustentabilidade, presentes no texto editorial ou na mensagem do CEO/Líder de cada empresa. Verifica-se que os colaboradores são referidos com regularidade, o que reflete, uma vez mais, a importância destes *stakeholders* e como é essencial incluí-los na gestão empresarial, os clientes são outro grupo mencionado regularmente. Estes dados demonstram que as ações das empresas englobam o interesse de mais partes interessadas (colaboradores e clientes) e não apenas o interesse dos acionistas e proprietários, tal como demonstra a teoria dos *stakeholders*, introduzida por Freeman, 1984. Relativamente às práticas no âmbito da sustentabilidade estão mencionadas em todas as mensagens de cada empresa analisada, reforçando a noção do impacto dos negócios sobre o meio ambiente, e o seu contributo positivo na comunidade.

Na Tabela 4 - Preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores apresentam-se as evidências no que diz respeito à preocupação pelo bem-estar dos colaboradores. Compreende-se que estes dados englobam a gestão de recursos humanos, pela inclusão de iniciativas que promovam o bem-estar laboral estratégias que assegurem o estado de saúde e a segurança dos colaboradores e a adaptação à mudança, visto que os colaboradores devem ser capazes de acompanhar os progressos da empresa e crescer com esta. Deste modo, o interesse referido em promover o bem-estar dos colaboradores, favorece uma imagem positiva sobre as empresas e contribui para o seu êxito.

Na Tabela 5 - Ações concretas assumidas para promover o bem-estar dos colaboradores, apresentam-se os dados relativos às ações concretas que são assumidas nos Relatórios de Sustentabilidade para promover o bem-estar dos colaboradores. Os dados presentes na Tabela 5 revelam que as práticas descritas pelas empresas incorporam ações relacionadas os temas abrangidos na dimensão anterior (Preocupações relacionadas com o bem-estar dos colaboradores), visto que, estas englobam práticas para assegurar a saúde e segurança dos colaboradores e proporcionar condições de trabalho que os atraiam e retenham. Nomeadamente programas de prevenção de doenças, programas de monitorização de saúde (Delta, Nestlé e Volkswagen), a inclusão dos colaboradores em planos e programas de saúde e bem-estar (Hovione, Bosch, OGMA, CUF e IKEA) e a melhoria e certificação dos equipamentos para a sua proteção e segurança (OGMA, IKEA), Ao garantir a saúde e a segurança dos colaboradores estes ficam em condições de exercer as suas funções de maneira eficiente. As práticas integram, também, a

implementação do regime híbrido, um modelo de trabalho mais flexível (Siemens e Volkswagen), o desenvolvimento de inquéritos internos para garantir o bem-estar dos colaboradores (Siemens e IKEA) e a criação de meios para os colaboradores partilharem preocupações sobre o seu bem-estar laboral (IKEA).

Assim, as ações implementadas pelas empresas causam um impacto positivo na visão sobre as mesmas. Isto, pois, não só contribuem para uma boa reputação no mercado, como também, permite que os colaboradores desempenhem as suas funções de forma mais eficaz, e deste modo, tragam vantagem competitiva para a empresa.

Por sua vez, verifica-se que os assuntos mencionados concordam com tópicos incluídos na dimensão interna da responsabilidade social, referidos no Livro Verde (2001) - Gestão dos recursos humanos, Saúde e segurança no trabalho e Adaptação à mudança.

Os dados das Tabelas 4 e 5 indicam que as iniciativas de RSE implementadas pelas empresas podem ser eficazes na criação de uma equipa sólida de colaboradores competentes, capaz de representar os valores de uma empresa, tal como refere (Korsehun, 2007).

Na Tabela 6 - Análise da participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas demonstra-se as evidências relativas às práticas de sustentabilidade das empresas que envolvem os seus colaboradores. Como se pode observar, os colaboradores são envolvidos em ações de voluntariado, participam em doações a instituições de caridade, são incentivados a promover valores igualdade e inclusão no ambiente de trabalho, além disso é realçado o papel dos colaboradores no alcance da sustentabilidade. Assim, os colaboradores, como elementos essenciais da estratégia empresarial, possuem uma participação ativa nas práticas de sustentabilidade das organizações. Como tal, é necessário promover o seu bem-estar de forma a motivá-los, e desse modo, contribuir para uma imagem positiva da organização.

De forma a alcançar uma análise mais aprofundada e compreender se de facto as empresas promovem o bem-estar dos colaboradores, como mencionam no seu Relatório de Sustentabilidade, foram analisados comentários e críticas de colaboradores ou antigos colaboradores, acerca de cada empresa, presentes no website *Indeed* (<https://pt.indeed.com/>). Neste sentido, apresenta-se os indicadores (os comentários) relativos a cada empresa.

Microsoft:

- Indicadores¹⁸: “Ótima cultura empresarial. Salário acima do mercado(...). Boa progressão de carreira”; “boa progressão de carreira, bom salário, bons salários”; “Muito bom sítio para trabalhar bons chefes e colegas”; muito suporte a nível interno, também, a nível das relações internas(...) “Há um ótimo ambiente de trabalho(...) Há um bom equilíbrio entre vida profissional e pessoal.”; “O ponto negativo para mim é o equilíbrio entre vida pessoal e profissional”; “(...)Não há oportunidade de crescimento.”

No caso da Microsoft, compreende-se que existe uma ambiguidade em termos de comentários feitos relativamente aspetos como o equilíbrio entre vida profissional e pessoal e a progressão de carreira, no entanto deparamo-nos com existência mais comentários positivos sobre estes aspetos do que negativos. A remuneração é um aspeto positivo referido.

Delta

- Indicadores¹⁹: “(...) as pessoas se tratam como uma grande família, respeito e reciprocidade”; ótimas oportunidades de ganho, colegas, gostei bastante da experiência, a equipa é agradável, ajudam bastante, e tens oportunidade de crescimento”; “Bom local para se trabalhar. sem nada a apontar”; “(...) Vencimentos acima da média, bem como incentivos comerciais”; “Para além do salário, dispõe de diversas ajudas (alimentação, em alguns casos transportes, entre outros)”; “Má organização ambiente de stress”; “super má organização”.

No que diz respeito aos comentários feitos sobre a empresa Delta Cafés, verifica-se diversos comentários positivos sobre a empresa, no entanto também são apontados tópicos negativos, tais como, a organização e o stress no ambiente de trabalho.

¹⁸ Fonte: Indeed. Avaliações de funcionários da empresa Microsoft. (<https://pt.indeed.com/cmp/Microsoft/reviews>).

¹⁹ Fonte: Indeed. Avaliações de funcionários da empresa DELTA CAFES (<https://pt.indeed.com/cmp/Delta-Cafes-1/reviews>).

Hovione

- Indicadores²⁰: “trabalho cansativo escassez do equilíbrio vida pessoal e profissional(...)”; “o trabalho aqui para além de perigoso é prejudicial para a saúde mesmo usando equipamentos de proteção e é muito físico”; o grau de responsabilidade exigido o salário fica um pouco aquém.”; “O trabalho é bastante exigente e é difícil ter um bom balanço vida trabalho/vida pessoal.”; “Desvantagens: remuneração salarial para a função”; “seguro de saúde, e muitos outros benefícios” ; “Excelente empresa para iniciar carreira com várias possibilidades de formação e aprendizagem.” ; “o dia a dia na empresa é harmonioso e o convívio é amigável” ; “Boa empresa para iniciar uma carreira e adquirir conhecimento”.

No caso da Hovione, estão presentes diversos comentários negativos, nomeadamente, em relação ao equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal, bem como, os salários atribuídos. Em oposição, são referidos aspetos positivos, como a atribuição de seguro de saúde e benefícios, a oferta formação, além de ser elogiado o ambiente de trabalho.

Bosch

- Indicadores²¹: “Positivo -ambiente de trabalho, equilíbrio vida pessoal e profissional”; “Excelente local para trabalhar, bom ambiente e boa disposição em geral.”; “Existe um equilíbrio entre vida pessoal e a vida profissional.” “Das melhores empresas que eu já trabalhei, colegas fantásticas! ambiente no geral muito amigável e acolhedor! trabalho em equipa bom.” “Ambiente muito bom. Condições fantásticas e boas pessoas”; “Segurança no trabalho e bom trato aos colaboradores.”; “Mas tem alguns problemas de organização e comunicação com as outras localizações” “(...) não é fácil mudar de posição o que pode-se tornar desmotivante.” “Sem progressão” “Poucas Oportunidades de Progressão”.

²⁰ Fonte: Indeed. Avaliações de funcionários da empresa Hovione (<https://pt.indeed.com/cmp/Hovione/reviews>).

²¹ Fonte: Indeed. Avaliações de funcionários da empresa Bosch. (<https://pt.indeed.com/cmp/Bosch/reviews>)

Verifica-se a presença de vários elogios à empresa Bosch, principalmente relativamente às condições laborais. Já as críticas negativas abordam a dificuldade de progressão de carreira.

Ogma- Indústrias Aeronáuticas de Portugal

- Indicadores²²: “Positivo -empresa agradável, bons horários, segurança”; “Boa carga horária com intervalos para lanchar e almoçar”; “Boa cultura e ambiente de trabalho. Indústria interessante e dinâmica.”; “Péssima empresa, superiores sem a mínima condição de estares onde estão.”; “Não há uma política de respeito e valorização para com os colaboradores, (...) o vencimento está muito abaixo(...)”; “empresa má para trabalhar, ordenados baixos (...)”.

Em relação à empresa Ogma -Indústrias Aeronáuticas de Portugal, ainda que estejam presentes alguns comentários positivos sobre a gestão dos recursos humanos, estão, também, presentes vários comentários negativos em relação à forma como a empresa trata os seus colaboradores.

Siemens

Indicadores²³: “Empresa boa para fazer carreira. Formação inicial parca e para quem procura aprendizagem é um ambiente demasiado monótono.”; “Bom ambiente e organização. Excelentes condições para funcionários internos (...)”; “Promoção do *home office*.”; “Bom ambiente, preocupação em proporcionar boas condições de trabalho aos colaboradores. Diversidade de oportunidades, sendo uma empresa muito grande tem muitos processos que, por vezes, são excessivos”; “Empresa agradável e compreensível.”; “(...) A empresa abriu caminho para seguir a minha carreira”; “Salário poderia ser melhor em comparação com o grupo que está integrada”.

No caso da empresa Siemens, nota-se diversos comentários positivos sobre as condições promovidas pela empresa. Porém, são referidos como aspetos negativos, a excesso de trabalho e a baixa remuneração salarial.

²² Fonte.: Indeed. Avaliações de funcionários da empresa OGMA - Indústria Aeronáutica de Portugal (<https://pt.indeed.com/cmp/Ogma---Ind%C3%BAstria-Aeron%C3%A1utica-De-Portugal/reviews>)

²³Fonte: Indeed. Avaliações de Funcionários da empresa Siemens (<https://pt.indeed.com/cmp/Siemens/reviews>).

Cuf (Grupo José de Mello)

- Indicadores²⁴: “A nível de aprendizagem não obtive nenhuma (...) A nível de ordenado (...) não era de todo um ordenado satisfatório (...)”; “Empresa que valoriza a valorização profissional, onde é necessário gerir o stress e o bom funcionamento diário. Promove uma boa experiência profissional.”; “é uma empresa com muita pressão (...), mas ao fim de um tempo acaba por se habituar, (...)”; “Vantagens- Trabalho de equipa. Desvantagens- Salário baixo”.

Os comentários realizados por colaboradores e antigos colaboradores da empresa CUF, demonstram que a empresa é vista como um local de aprendizagem e desenvolvimento profissional, além de valorizar o trabalho de equipa. Contudo, são mencionados, tópicos negativos, como desafios relacionados à pressão no local de trabalho e o descontentamento a nível da remuneração salarial.

Nestlé

- Indicadores²⁵: “São dias muito bons e tem uma equipa muito maravilhosa(...)”; “Incrível experiência para aprender mais e construir um bom futuro para o desenvolvimento pessoal e coletivo”; “bom local para trabalhar, com uma boa cultura empresarial”; Boa empresa para fazer carreira! Não falha os pagamentos e ajudam colaboradores”; “consideram-se multiculturais, mas carecem de compreensão das diferenças comportamentais culturais; “Não respeitam *work/life* balance como tanto pregam.”; “Empresa exigente com pouco equilíbrio entre vida pessoal e laboral com baixo salário para o nível de exigência”.

Relativamente à empresa Nestlé, por um lado, existem comentários positivos em relação ao guião de trabalho na empresa, nomeadamente, sobre ser um local de trabalho agradável. Por outro lado, compreende-se algum descontentamento em relação à cultura organizacional a falta de equilíbrio entre a vida pessoal vida profissional e o salário.

²⁴ Fonte: Indeed. Avaliações de Funcionários da empresa Cuf. (<https://pt.indeed.com/cmp/Hospital-Cuf/reviews>)

²⁵ Fonte: Indeed. Avaliações de Funcionários da empresa Nestlé (<https://pt.indeed.com/cmp/Nestl%C3%A9-1/reviews>)

Volkswagen Group Services

- Indicadores²⁶: “Uma ótima empresa, embora a linha de produção seja muito cansativa e robótica. Boa equipa, chefes bons e prestativos. Transporte e refeitório satisfatórios.”; “Foi uma experiência agradável como estagiária (...)”; “Condições muito boas para o colaborador se sentir satisfeito (...). É facultado transporte gratuito todos os dias de trabalho e quando é necessário fazer *over time* é pago o combustível mediante os km da residência do colaborador, caso não tenha transporte próprio é feita a deslocação por táxi pago na totalidade pela empresa. Um refeitório fantástico, espaçoso e com todas as condições, apenas tenho a lamentar a alimentação que infelizmente deixa muito a desejar”.

No que diz respeito aos comentários relativos às condições oferecidas pela empresa Volkswagen Group Service aos colaboradores, é perceptível uma apreciação positiva, onde as condições de seu trabalho são elogiadas. Demonstra-se que de facto a empresa proporciona benefícios como transporte aos seus colaboradores, tal como indicado no Relatório. Porém, são mencionados aspetos negativos, como o cansaço laboral e a alimentação oferecida na cantina.

IKEA

- Indicadores²⁷ “(...) vive a passar a marca como uma ótima empresa, de respeito, que os colaboradores podem falar, que existe transparência, mas é uma mentira; “péssimo local para trabalhar; “Não é uma boa empresa” “: Vantagens-seguro de saúde. Desvantagens: Não há trabalho em equipa”; “é uma empresa que dão importância à diversidade e inclusão”; “Existem problemas claro, como em todo o lado, no entanto os colaboradores da IKEA devem se sentir privilegiados pelas condições e regalias que a empresa lhes oferece. “(...)” Falta de transparência”; “duma má avaliação”; “Ikea uma ilusão.”

Verifica-se a presença de várias críticas negativas em relação à forma como a empresa IKEA trata os seus colaboradores. As apreciações positivas, apesar de existirem são escassas.

²⁶ Fonte: Indeed. Avaliações de funcionários da empresa Volkswagen Group Services GmbH (<https://pt.indeed.com/cmp/Volkswagen-Group-Services-GmbH/reviews>)

²⁷ Fonte: Indeed. Avaliações de funcionários da empresa IKEA. (<https://pt.indeed.com/cmp/Ikea/reviews>)

Através dos dados obtidos e analisados em cada tabela, verifica-se que a responsabilidade social, a qual integra o conceito de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável, através da qual as empresas assumem o compromisso de contribuir para a melhoria da sociedade, fortalecendo o seu posicionamento relativamente à ética e ao desenvolvimento sustentável, está cada vez mais integrada na estratégia empresarial e nas políticas de negócio. Assim, a obtenção de lucro já não é o fator principal, as empresas colaboram na diminuição das desigualdades sociais e contribuem para um planeta melhor. Neste sentido, o papel dos colaboradores na organização é valorizado ao incluir práticas que incluam a sua saúde e segurança um adequado ambiente de trabalho, ética, responsabilidade, diversidade, respeito pessoal, além de ser necessário promover uma comunicação aberta e bidirecional, tal como indica Kolk (2004), a qual será possível concretizar através dos Relatórios de Sustentabilidade, através dos quais empresas comunicam com os seus *stakeholders*. Para além disso as empresas ao integrarem estas práticas na sua estratégia criam uma boa reputação, conseguindo alcançar uma vantagem competitiva.

Todavia, ao analisar os comentários partilhados por colaboradores e antigos colaboradores das empresas em estudo, constata-se que, apesar, das empresas receberem elogios recebem, também, algumas críticas, sendo as empresas Ogma e IKEA as mais criticadas negativamente. Assim, torna-se fundamental que as empresas continuem a proporcionar o bem-estar dos seus colaboradores e que se esforcem para combater os aspetos negativos que lhes são apontados. Além de ser igualmente importante, que as ações de bem-estar laborar sejam, de facto, praticadas pelas organizações.

CAPÍTULO IV - CONCLUSÃO

A partir deste estudo foi possível compreender que a sustentabilidade é um conceito que se baseia na ideia de que é necessário atender às necessidades das gerações do presente, sem comprometer as necessidades das futuras gerações, e que se centra em três principais dimensões, ambiental, social e económica. Este é um tema que tem vindo a ser discutido desde o século passado e tem sido cada vez mais abordado, principalmente nos últimos tempos, devido aos impactos ambientais como as alterações climáticas. Proveniente da ideia de sustentabilidade, e de forma a atingir o seu propósito (atender às necessidades do presente enquanto se assegura as necessidades do futuro) surgiu o conceito de desenvolvimento sustentável, que ficou popularizado no Relatório de Brundtland, em 1987.

As empresas são elementos que se inserem na sociedade e possuem responsabilidades para com a mesma, assim, as suas ações provocam um impacto (positivo ou negativo) no meio ambiente e na sociedade. Deste modo, as empresas devem contribuir para o desenvolvimento sustentável assumindo comportamentos que contribuem inequivocamente para a sustentabilidade a longo prazo. Os Relatórios de Sustentabilidade são um meio através do qual as empresas comunicam com os seus *stakeholders* (partes interessadas), divulgam a sua estratégia de negócio, os seus feitos e compromissos e, também, as suas práticas sustentáveis, seguindo-se pelas Normas GRI, as quais orientam as empresas na elaboração dos Relatórios.

A responsabilidade social ou responsabilidade social empresarial faz parte da noção mais abrangente de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável, através do qual as empresas assumem o compromisso de contribuir para a sociedade, melhorando o seu posicionamento relativamente à ética e ao desenvolvimento sustentável, colaborando na diminuição das desigualdades sociais e contribuindo para um planeta melhor. Distingue-se em duas dimensões, a dimensão externa onde a responsabilidade social de uma empresa ultrapassa os limites da organização e direciona-se à comunidade local e todas as suas partes interessadas. E a dimensão interna que diz respeito às ações praticadas dentro da própria empresa, as quais englobam os seus recursos humanos, isto é, os seus colaboradores.

Os colaboradores integram os principais *stakeholders* das empresas, e como tal são considerados elementos indispensáveis para o sucesso empresarial. É, portanto,

necessário promover o seu bem-estar, a partir de ações concretas e fazer com que estes se sintam reconhecidos, motivados e considerados pelas empresas.

O principal objetivo desta dissertação consistia em analisar se as 10 melhores para trabalhar em Portugal fazem referência aos seus colaboradores nos seus Relatórios de Sustentabilidade.

Assim, considerando a pergunta de investigação "Nos Relatórios de Sustentabilidade das 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal, existe uma secção dedicada aos colaboradores?", esta pesquisa tinha como objetivo geral compreender em que medida os colaboradores são mencionados nos Relatórios de Sustentabilidade dessas empresas. Pretendia-se de igual forma responder aos seguintes objetivos específicos:

- (1) Apreciação geral do Relatório de Sustentabilidade – análise do espaço dedicado à responsabilidade social, responsabilidade social interna e as normativas seguidas (ou não);
- (2) Analisar o texto editorial ou mensagem do CEO/ líder e verificar se existem menções aos colaboradores;
- (3) Compreender se as empresas consideradas como as melhores para trabalhar em Portugal, refletem a preocupação com o bem-estar dos colaboradores no conteúdo do seu Relatório de Sustentabilidade;
- (4) Perceber que ações concretas são assumidas nos Relatórios de Sustentabilidade para promover o bem-estar dos colaboradores;
- (5) Perceber em que medida os colaboradores participam nas ações de sustentabilidade da empresa;

A partir da análise de dados realizada sobre os Relatórios das empresas **Microsoft, Delta Cafés, Hovione, Bosch, Embraer (OGMA-Indústrias Aeronáuticas de Portugal), Siemens, CUF, Nestlé, Volkswagen Group Services e IKEA** foi possível observar o seguinte:

Relativamente à análise do espaço dedicado à sustentabilidade, responsabilidade social, responsabilidade social interna, com base na análise dos Relatórios de Sustentabilidade de cada empresa é possível constatar que todas as empresas dedicam espaço a estes

temas, embora a extensão do espaço dedicado varie. Relativamente ao cumprimento das Normas GRI empresas analisadas cumprem o seguimento das Normas GRI, embora englobem assuntos diversificados. As empresas Microsoft Hovione Bosch Siemens, CUF e IKEA, abordam as suas políticas, estratégias e práticas de gestão, tópicos relativos aos recursos humanos e condições de trabalho são referidos pelas empresas Delta Nestlé e IKEA, e as empresas Bosch, Nestlé. Siemens, Volkswagen e IKEA incluem o compromisso com os direitos humanos, já as empresas Embraer (OGMA), CUF e IKEA são as únicas que relatam o seu desempenho financeiro. Todas as empresas englobam assuntos relacionados com a preservação do meio ambiente, abrangendo, assim, aspetos relativos à sustentabilidade ambiental.

No que diz respeito a analisar o texto editorial ou a mensagem do CEO/Líder e verificar a existência de referências aos *stakeholders* aos colaboradores, especificamente, e a práticas de sustentabilidade das empresas, observa-se que os clientes, os colaboradores, os acionistas e os investidores são os grupos mencionados com mais frequência pelas empresas. Os colaboradores são considerados elementos fundamentais para um adequado desempenho organizacional e, desta forma, torna-se fundamental realizar uma comunicação transparente com estes a qual é possível obter através dos Relatórios Sustentabilidade. Os colaboradores como um elemento integrante das empresas são, de facto, referidos na mensagem editorial ou do Líder, estando presentes no Relatório das empresas Hovione, Embraer (OGMA), Siemens, CUF, Nestlé e Volkswagen e IKEA tornando-se evidente o reconhecimento da importância dos mesmos para o sucesso das empresas e o compromisso destas para com estes elementos essenciais. Constatou-se que todas as empresas fazem referência a ações no contexto da sustentabilidade, integrando temas ligados à preservação ambiental e práticas de apoio às ações de apoio à comunidade.

Relativamente a compreender se as empresas refletem a preocupação pelo bem-estar dos colaboradores, pudemos constatar que as empresas demonstram o seu interesse neste âmbito, com a exceção da empresa Microsoft, que não aborda este tema no seu Relatório. As empresas destacam a sua preocupação em assegurar a saúde e segurança dos colaboradores, garantir o respeito por estes, promover salários justos e proporcionar um equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal, além de afirmarem a sua dedicação em promover um ambiente de trabalho justo e inclusivo, livre de qualquer tipo discriminação. Além disso, as empresas referem o seu interesse em oferecer

formação continuem em diversas áreas aos seus colaboradores, para que estes se sintam preparados para os desafios do futuro.

Em termos de perceber que ações concretas são assumidas nos Relatórios de Sustentabilidade para promover o bem-estar dos colaboradores, verifica-se que ações implementadas integram as principais preocupações mencionadas nos respectivos Relatórios. Estas abordam o desenvolvimento de projetos de prevenção de doenças, planos de saúde e programas de monitorização de saúde para os colaboradores, a melhoria e certificação dos equipamentos para a sua proteção e segurança, planos de cuidados para saúde mental e para a saúde física, apoios e benefícios financeiros aos colaboradores, a promoção de modelos de trabalho mais flexíveis, como o regime de trabalho híbrido, além do desenvolvimento de inquéritos internos para garantir o respeito pelos colaboradores e a criação de meios para os colaboradores divulgarem a sua opinião.

No que diz respeito a analisar a participação dos colaboradores nas práticas de sustentabilidade das empresas compreende-se o interesse por parte destas em incluir os seus recursos humanos nas suas ações de sustentabilidade e de responsabilidade social, seja através de trabalho de voluntariado ou doações. A inclusão dos colaboradores nas ações sustentáveis das empresas demonstra como estes possuem um papel ativo e fundamental na condução de responsabilidade social empresarial, colaborando para o bem-estar da sociedade, e por sua vez, no alcance da sustentabilidade.

Em conclusão, os colaboradores são elementos indispensáveis para a estratégia, o bom funcionamento e o desenvolvimento das empresas. Desta forma, a responsabilidade social interna das empresas deve criar e aplicar estratégias que promovam o bem-estar dos colaboradores e proporcionem um bom ambiente de trabalho de modo a motivá-los e retê-los. De igual modo, a satisfação dos colaboradores é um passo essencial para as práticas de sustentabilidade das empresas, torna-se importante garantir o bem-estar dos colaboradores, uma vez que estes são integrados nessas mesmas práticas. Ao promoverem ações no âmbito da sustentabilidade e da responsabilidade social as empresas formam uma imagem positiva perante os *stakeholders* e a comunidade.

Contudo, ao analisar os comentários feitos por colaboradores e antigos colaboradores das empresas em estudo, compreende-se que estes se sentem, na sua maioria, satisfeitos no seu local de trabalho e sentem-se valorizados. No entanto, os colaboradores

partilham, também, algum descontentamento sobre determinados aspetos, pelo que, as empresas devem arranjar forma de ultrapassar estes aspetos negativos.

Este estudo contempla algumas limitações. A amostra de análise é reduzida às 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal e concentra-se num intervalo de tempo específico, correspondente aos dados presentes nos Relatórios. Além disso, a utilização de uma abordagem de cariz interpretativo poderá tornar a análise subjetiva.

Em relação a linhas para futuras investigação sugere-se realizar a comparação entre empresas dos mesmos setores e ampliar o intervalo de tempo da análise, ou seja, incluir Relatórios publicados ao longo dos anos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arambula Magallanes, M. (2020). *Impacto de la Gestión de Sustentabilidad Empresarial en la cultura organizacional*. Nova Rua, 12(20), 45–56. <https://doi.org/10.20983/novarua.2020.20.3>
- Babič, S., & Biloslavo, R. (2011). *Corporate Sustainability Reporting: Opportunities and Challenges in a Post-transition Country*. <https://www.researchgate.net/publication/241761485>
- Barbosa, G. S. (2008). *O Desafio do Desenvolvimento Sustentável*. In Revista Visões 4a Edição, No4 (Vol. 1). <https://fsma.edu.br/>
- Baumgartner, R. J., & Ebner, D. (2010). *Corporate sustainability strategies: Sustainability profiles and maturity levels*. *Sustainable Development*, 18(2), 76–89. <https://doi.org/10.1002/sd.447>
- Bazanini, R., Adra, R., Rubeo, R., Francisco, T., Lanix, C., & Barbosa, C. (2020). *A teoria dos stakeholders nas diferentes perspectivas: controvérsias, conveniências e críticas*. in volume (Vol. 35, Issue 2). <https://doi.org/10.23925/2237-4418.2020v35i2p43-58>.
- BCDS Portugal. (n.d.). *O Que é a Sustentabilidade?* <https://bcsdportugal.org/>
- Blázquez, M., & Pereta, M. F. (2012). *Modelo para gestionar la sustentabilidad de las organizaciones a través de la rentabilidad, adaptabilidad e imagen* www.elsevier.es/estudios_gereenciales
- Baracat, M. M., & Farley, S. N. (2013). *Participação social como elemento de análise da sustentabilidade: estudo do Programa Brasileiro de DST/AIDS Social participation as element of sustainability analysis: study on the Brazilian STD/AIDS* <http://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512013000100005>
- Bensal, Tima & DesJardine. (2015). *Don't Confuse Sustainability with CSR*. Ivey Business Journal. <https://iveybusinessjournal.com/dont-confuse-sustainability-with-csr/>
- Bolton, S. C., Kim, R. C. hee, & O’Gorman, K. D. (2011). *Corporate Social Responsibility as a Dynamic Internal Organizational Process: A Case Study*. *Journal of Business Ethics*, 101(1), 61–74. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0709-5>
- Bravo, M. F. (2022). *Perceção dos colaboradores acerca das práticas de responsabilidade social: caso de estudo*. <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/1>

Brunstein, J. Godoy, A.S. & Ipiranga, Ana S. (2011). *RAM-Revista de Administração - MACKENZIE*, V. 12, N. 3. São Paulo.

<https://www.scielo.br/j/ram/a/Xv3r9ypsxNsjLtTqtPCBnJP/?lang=pt>

Campos, L., Sehnem, S., Oliveira, M., Rossetto, A., Coelho, A., & Dalfovo, M. (2013). *Relatório de sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative Sustainability report: profile of brazilian and foreign organizations according to the Global Reporting Initiative guidelines*. <https://www.researchgate.net/>

Candido, G., Gadelha, M., & Maia, A. (2018). *Ações de responsabilidade social empresarial a partir do modelo tridimensional performance social: o caso de uma indústria do setor alimentício do Ceará*. Editora FAMPER. <https://books.google.pt/books?id=x7dIDwAAQBAJ>

Catraio, L. M. (2012). *A Responsabilidade Social Corporativa numa empresa Internacional Estudo de Caso Autoneum Portugal, Lda*. <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/4000>

Choi, F., & Meek, G. (2011). *International Accounting*. In *International Accounting* (7ª edição, Vol. 7). Prentice Hall/Pearson.

Choudhury, Prasanna. (2018). *Sustainability Management strategies and execution for achieving responsible organizational goals*. <https://books.google.pt/books?uid=118053325238092703107&hl=pt-PT>

Club of Rome. (s.d). *About Us*. <https://www.clubofrome.org/>

Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas* <https://www.europarl.europa.eu/portal/pt>.

Conselho Europeu. Instituição, Direitos Orçamento. https://european-union.europa.eu/index_pt

Cordeiro, S., Hulse, L., Martins, A., & Lehmkuhl, M. (2021). *Percurso histórico da sustentabilidade, suas dimensões e objetivos de desenvolvimento sustentável: historical journey of sustainability, it's dimensionas and Sustainable Development GOALS*. In *Revista Professare*. <https://doi.org/10.33362/professare.v10i1.2922>

- Correia, A., Domingues, Í., & Matos, A. (2015). *Responsabilidade social organizacional A gestão filantrópica numa empresa multinacional*. <https://hdl.handle.net/1822/42116>
- Crace, L., & Gehman, J. (2023). *What Really Explains ESG Performance? Disentangling the Asymmetrical Drivers of the Triple Bottom Line*. *Organization and Environment*, 36(1), 150–178. <https://doi.org/10.1177/10860266221079408>
- Cristófaló, R. G., Akaki, A. S., Abe, T. C., Morano, R. S., & Miraglia, S. G. E. K. (2016). *Sustentabilidade e o mercado financeiro: estudo do desempenho de empresas que compõem o índice de sustentabilidade empresarial (ISE)*. *REGE - Revista de Gestão*, 23(4), 286–297. <https://doi.org/10.1016/j.rege.2016.09.001>
- Danciu, V. (2013). *The sustainable company: new challenges and strategies for more sustainability*. In *Theoretical and Applied Economics: Vol. XX (Issue 9)*, 7-76. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:154775238>
- Dias, A. (2009). *O Relato da Sustentabilidade Empresarial: práticas em Portugal*. <http://hdl.handle.net/10400.2/1410>
- Dias, L. S., & Marques, M. D. (2017). *Organizações e Sustentabilidade: Aproximações, Cooperação e Distanciamentos*. *Gestão.Org*, 15(1), 73–85. <https://doi.org/10.21714/1679-18272017v15n1.p73-85>
- Dias, S. (2023). *Sustentabilidade já mudou a forma de fazer negócio das empresas portuguesas*. *Jornal de Negócios*. <https://www.jornaldenegocios.pt/>
- Dunphy, D. (2000). *Sustainability: The Corporate Challenge of the 21st Century*. Allen & Uniding. <https://books.google.pt/books?id=i6Z7u0I7QR8C>
- El Akremi, A., Gond, J. P., Swaen, V., De Roeck, K., & Igalens, J. (2018). *How Do Employees Perceive Corporate Responsibility? Development and Validation of a Multidimensional Corporate Stakeholder Responsibility Scale*. *Journal of Management*, 44(2), 619–657. <https://doi.org/10.1177/0149206315569311>
- ESG: uma sigla que importa para o futuro das empresas (e não só)*. (2022). *Jornal Público*. https://www.publico.pt/estudiop/conteudo_patrocinado/esg-o-futuro-das-empresas

European Commission. (n.d.). *Corporate sustainability and responsibility*. https://commission.europa.eu/index_en

Fatima, T., & Elbanna, S. (2023). *Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation: A Review and a Research Agenda Towards an Integrative Framework*. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 183, Issue 1, p. 105–121). Springer Science and Business Media B.V. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05047-8>

Ferreira, D. (2023). *O Impacto da Responsabilidade Social Empresarial na Qualidade do Relato Financeiro: uma análise às empresas do PSI-Geral*. <http://hdl.handle.net/10400.22/23356>

Freitas, A. S. C. (2020). *A importância da responsabilidade social nas organizações da economia social: O caso das IPSS*. <https://hdl.handle.net/1822/69104>

Gargallo, A. (2008). *La Satisfacción Laboral y sus Determinantes en Las cooperativas*. <https://www.researchgate.net/>

GREEN PAPER (2001): *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. <https://op.europa.eu/s/zMxE>

Godoy, A. (1995). *Pesquisa Qualitativas tipos fundamentais*. <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>

Gómez, N., & Martínez, D. (2016). *Responsabilidad social corporativa: de concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6160667>

Global Reporting Initiative (2002). *GRI Sustainability Reporting Guidelines 2002*.

Global Reporting Initiative (2021). *The GRI Standards: A guide for policy makers*. <https://www.globalreporting.org/>

Guerra, Elaine (2014). *Manual de Pesquisa Qualitativa*. Grupo Ânima Educação. <https://www.ifsc.edu.br/>

Harris, J. M. (2003). *Sustainability and Sustainable Development*. <https://www.researchgate.net/publication/237398200>

Hayatun, A., Burhan, N., & Rahmanti, W. (2012). *The impact of sustainability reporting on company performance*. In *Journal of Economics* (Vol. 15, Issue 2). www.industryweek.com

Hepper, E. L., Souza, O. T. de Petrini, M. de C., & Silva, C. E. L. e. (2017). *Proposição de um modelo de maturidade para sustentabilidade corporativa*. <https://doi.org/10.4025/actascihumansoc.v39i1.33127>

Hubbard, G. (2009). *Outside insights beyond accounting*. The University of Adelaide <https://www.icaew.com/technical/sustainability/resources-collection>

Indeed. Avaliações de empresas. <https://pt.indeed.com/companies>

Innocent Onyali. (2014). *Triple Bottom Line Accounting and Sustainable Corporate Performance*. In *Research Journal of Finance and Accounting* www.iiste.org ISSN (Vol. 5, Issue 8) <https://core.ac.uk/works/70301414/>

Infopédia- Dicionário Online da Porto Editora. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/>

Kolb, R. W. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Social Performance (CSP)*. In *The SAGE Encyclopaedia of Business Ethics and Society*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483381503.n265>

Kolk, A. (2004). *A decade of sustainability reporting: developments and significance*. In *J. Environment and Sustainable Development* (Vol. 3, Issue 1) <http://dx.doi.org/10.1504/IJESD.2004.004688>

Kerschen, D. (2007). *Corporate social responsibility as an internal marketing strategy*. <https://www.researchgate.net/publication/241561787>

KPMG (2008) *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008* KPMG International

Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). *What is sustainability?* In *Sustainability* (Vol. 2, Issue 11, p. 3436–3448). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su2113436>

Kumar, S. V. (2017). *Sustainable development and its dimensions*. <https://www.researchgate.net/publication/319301811>

Leandro, Alexandra (2017). *A Comunicação das Organizações Socialmente Responsáveis: uma análise de relatórios de responsabilidade social*. Universidade do Minho. <https://hdl.handle.net/1822/48599>

Leandro, Alexandra, & Silva, Sónia (2024). *A Comunicação da Responsabilidade Social Corporativa: Um Desafio das Organizações Contemporâneas*. Fuminho Editora/CECS. <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.81>

Lee, M. T., & Raschke, R. L. (2016). *Understanding employee motivation and organizational performance: Arguments for a set-theoretic approach*. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(3), 162–169. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.004>

Lima, D., & Silva, A. (2021). *Importance of motivation for employee satisfaction and organizational growth: a study with employees of companies located in the city of Vitória de Santo*. <https://doi.org/10.31994/rvs.v12i2.772>

Carlos, Luan. (2023). Métodos e Técnicas de Pesquisas Científicas. *Revista de Gestão Social e Ambiental*. DOI:[10.24857/rgsa.v17n10-012](https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n10-012)

Manna, D. R. (2008). *Strategic Aspects of The Importance of Employee Management*. *Journal of Diversity Management (JDM)*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.19030/jdm.v3i1.4975>

Manual de Responsabilidade Social (2018). ATP-Associação Têxtil e Vestuário de Portugal. <http://www.pofc.qren.pt/areas-do-competecolectivas/manuais/entity/manual-de-responsabilidade-social?fromlist=1>

Marr Ewijk, M. (2003). *Concepts and definitions of CSR and corp*. *Journal of Business Ethics*. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1023331212247>

Martins, J. J. de A. (2022). *Avaliar a Sustentabilidade Social Contributos para a estruturação e aplicação empírica de um modelo de avaliação*. Universidade Aberta. <http://hdl.handle.net/10400.2/13427>

Matos, Pedro (2024). *Relatório de Sustentabilidade: Qual o futuro das empresas em Portugal? Observador*. <https://observador.pt/opiniao/relatorio-de-sustentabilidade-qual-o-futuro-das-empresas-em-portugal/>

Miranda, Rodrigo (2022). *Práticas esg - Environmental, Social and Governance - como forma de reduzir externalidades de poder negativas*. Universidade de Brasília. <https://bdm.unb.br/handle/10483/35659>

Nações Unidas. (n.d.). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 17 Objetivos para Transformar o Nosso Mundo*. <https://unric.org/pt/Objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>.

Nações Unidas. *Guias sobre Desenvolvimento Sustentável 17 objetivos para transformar o nosso mundo*. (p.2-34) <https://unric.org/pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>

Nogueira, P. (2009). *A Conferência de Estocolmo como ponto de partida para a proteção internacional do meio ambiente*. <https://revistaeletronicardfd.unibrasil.com.br/index.php/rdfd/article/view/18>

Patrao, C., De Almeida, A., Fonseca, P., & Moura, P. (2005). *Manual de Boas Práticas e Eficiência Energética. Implementar o desenvolvimento sustentável nas empresas*. <http://dx.doi.org/10.13140/2.1.3618.5923>

Ramalho, José, Patraquim, Pedro, Rebelo, Mari & Pinto, Vera (2009). *Cadernos Sociedade e Trabalho: Responsabilidade Social das Organizações*. www.gep.mtss.gov.pt

Ramos, Maria da Conceição (2015). *Economia verde, impactos ambientais e responsabilidade social. Desafios para a formação e consciência ambiental e a sustentabilidade*. In *Conceitos e percursos da educação sob diferentes olhares* (pp. 190–222). <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/83541>

Raposo, Luísa (2020). *Promover a Motivação e a Sustentabilidade Corporativa de Unidades Privadas de Cuidados Continuados como Estratégia para Alcançar o Desempenho Organizacional*. Universidade Autónoma de Lisboa. <http://hdl.handle.net/11144/5060>

Ricco, A., & Zambon, B. (2018). *Sustentabilidade empresarial: uma oportunidade para novos negócios*. <https://www.academia.edu/11207308>

Rose Antony, A. (2018). *Sustainability reporting-Its then, now and the emerging next!* <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:168351074>

SAGE Brief Guide to Corporate Social Responsibility. (2012). SAGE Publications.

- Santos, J. (2021). *Análise Dos Pilares Da Sustentabilidade Corporativa Nas Organizações Públicas Municipais E O Seu Impacto No Desempenho: Um Estudo De Caso de Goiânia*. Universidade Autónoma de Lisboa. <http://hdl.handle.net/11144/5262>
- Schroder, J., & Schroeder, I. (2004). *Responsabilidade Social Corporativa: Limites e Possibilidades* (Issue 1). <https://www.researchgate.net/>
- Şener, İ., Varoğlu, A., & Karapolatgil, A. (2016). *Sustainability Reports Disclosures: Who are the Most Salient Stakeholders?* *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 84–92. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.028>
- Silva, M., & Filho, A. (2020). *Responsabilidade social empresarial: uma revisão de literatura*. *Entrepreneurship*, 4(2), 37–42. <https://doi.org/10.6008/cbpc2595-4318.2020.002.0004>
- Singh, A. (2021). *An Introduction to Experimental and Exploratory Research*. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3789360>
- Siqueira da Silva, B., de souza francisco, J. R., & de souza francisco, J. R. (2023). *Evidenciação Socioambiental: uma análise dos Relatórios de Sustentabilidade*. *REUNIR Revista De Administração Contabilidade E Sustentabilidade*, 13(1), 215-233. <https://doi.org/10.18696/reunir.v13i1.1357>
- Turoñ, K. (2017). *Corporate Social Responsibility to Employees: The Best Labour Practices in Transport and Logistics Companies*. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*, 3(1), 37. <https://doi.org/10.12775/jcrl.2016.003>
- United Nations. (n.d.). *Brundtland-Report-Our-Common-Future*. <https://sdgs.un.org/>
- Wasielleski, D. M., & Weber, J. (2018). *Corporate Social Responsibility*. <https://books.google.pt/books?id=Dq1ZDwAAQBAJ>
- Yee Wong, F., & Ann Ho, J. (n.d.). *The influence of sustainable organization practices and employee well-being on turnover intention*. <http://www.pertanika.upm.edu.my/>
- Bosch (2023) *Our Sustainability Report* <https://www.bosch.pt/>
- CUF (2023) *O cuidado que é próximo. Relatório Integrado 2023*. <https://www.cuf.pt/noticias/relatorio-integrado-cuf-2023>
- Embraer (2023). *Embraer Relatório Anual 2023*. <https://esg.embraer.com/>

Grupo Nabeiro (2018). *A nossa sustentabilidade, o nosso futuro. As nossas histórias de sustentabilidade.* <https://gruponabeiro.com/>

Hovione (2020). *Elements of the future: For Tomorrow and Beyond.* <https://www.hovione.pt/>

Ikea (2023). *Ingka Group Annual Summary and Sustainability Report FY23.* <https://www.ikea.com/pt/pt/>

Microsoft (2022). *2022 Environmental Sustainability Report Enabling sustainability for our company, our customers, and the world.* <https://www.microsoft.com/pt-pt/>

Nestlé (2023) *Creating Shared Value and Sustainability Report 2023 Advancing regenerative food systems at scale.* <https://empresa.nestle.pt/>

Siemens (2023) *Sustainability report 2023.* <https://www.siemens.com/pt/pt.html>

Volkswagen Group (2023): *Sustainably Report.* <https://www.volkswagen-group.com/en>

Anexo I – Dados Microsoft

Contents

Overview	Microsoft sustainability	Customer sustainability	Global sustainability	Appendix
Foreword	Carbon	Water	Commitments and progress	Appendix A – How we report
2022 progress	Our approach	Our approach	Microsoft Cloud for Sustainability	Appendix B – Endnotes
How we work	Reducing Scope 1 and 2 emissions	Reducing our water footprint	Green software	
About this report	Reducing Scope 3 emissions	Replenishing water	Sustainable devices	
	Transitioning to carbon-free energy	Improving access to water	Planetary Computer and AI for Good	
	Removing carbon	Key trends and what's next		
	Key trends and what's next			
	Waste	Ecosystems		
	Our approach	Our approach		
	Reducing our waste footprint	Taking responsibility for our land footprint		
	Key trends and what's next	Key trends and what's next		

1.4M

We contracted 1,443,981 metric tons of carbon removal in FY22.

12,159

We diverted 12,159 metric tons of solid waste from landfills and incinerators across our direct operational footprint in FY22.

1M

We reached just under one million people with clean water and sanitation solutions by the end of the calendar year 2022.

12,270

In FY22, we protected 12,270 acres of land in Belize. Another 4,998 acres in the United States is contracted.

>600M

Since its inception, Microsoft has allocated over \$600 million of impact investment capital from our Climate Innovation Fund.

need for global collective action.

As we look toward 2030—and beyond—we remain optimistic about our collective ability to decarbonize the global economy while continuing to grow and prosper as a global community.



Melanie Nakagawa, Chief Sustainability Officer
Brad Smith, Vice Chair and President

Employee engagement and green skilling

Scaling impact through employees and green skilling

The world is at a tipping point of a global transition to focus on environmental sustainability. Microsoft recognizes that our employees play a critical role in advancing our climate innovation. To support our own work in sustainability and the needs of businesses around the globe, we see the need to dramatically change the landscape of green jobs and skilling across industries.

Employee engagement

Microsoft employees around the world, not just those with jobs focused on environmental sustainability, are core to our sustainability mission and we are committed to helping our global workforce integrate sustainability into their roles. We do this by providing learning opportunities and creating channels for them to actively contribute to our sustainability work.

Fostering our employee community

Since 2018, Microsoft employees have self-organized into a volunteer-led sustainability community, the [Sustainability Connected Community \(SCC\)](#), and found creative ways to take advantage of their diverse experience, skills, and passion to help the company achieve its sustainability commitments. The SCC's mission is to make sustainability part of everybody's job. The SCC now totals more than 9,000 employees with 37 local chapters and counting.

This year, our SCC chapters across the globe hosted dozens of volunteer events to drive upskilling and community involvement. Employees partnered with local stakeholders to improve waste management in offices, ran Hackathons to protect and preserve Indigenous languages, and donated time and money to local nonprofits, all while working to ensure environmental justice was factored into the work we do every day. Our LinkedIn community kicked off the fiscal year with a refresh of the Go Green program and onboarded 30 new leads across the globe.

Enabling learning for our employees

In 2021, we launched a Microsoft all-employee training effort, the Sustainability in Action badge. As of July 2022, more than 13,500 employees around the world completed this foundational training. This year, we launched role-specific sustainability training that provides more targeted content. For Earth Day 2022, hundreds of SCC members contributed to a crowd-sourced "Employee's Guide to Sustainability," with recommendations employees can use to make sustainability part of their jobs.

Empowering employees to innovate

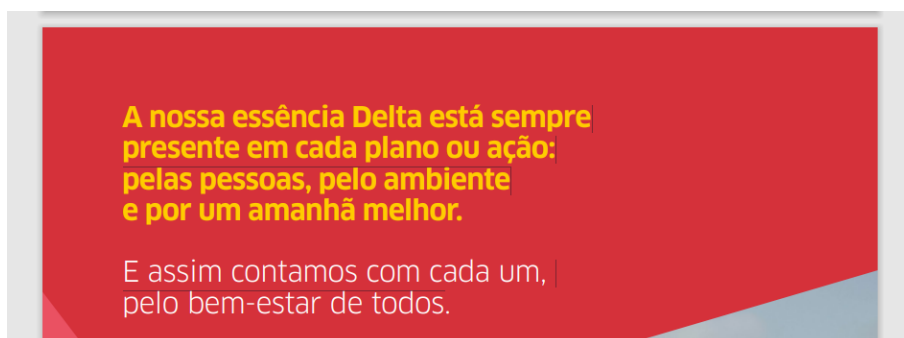
We tap into the ingenuity of our employees by sponsoring a Hack for Sustainability during our annual Microsoft Global Hackathon. In 2021, 787 hackers worked on 143 different sustainability projects. The winning team worked with the nonprofit organization, TerraPraxis, which has since evolved into a strategic partnership with Microsoft. TerraPraxis launched the [Repowering Coal EVALUATE solution](#) at COP27.

In 2022, we saw a 50 percent increase in participation with 1,185 participants, who worked on 206 projects. These projects include providing tools for web developers to use more environmentally conscious engineering practices and creating a tool to generate heat maps for any location, which is critical for protecting vulnerable populations in extreme heat events. The winning project improves the recyclability of hard disk drives by automating the disassembly process and sorting each component for recycle or reuse.

Empowering our global workforce

We recognize that our employees are the most important asset and resource in advancing innovation in sustainability and are creating opportunities for them to contribute to our efforts.

Anexo-II- Dados Delta Cafés



2.3 Geração de emprego

Compromisso: Ser um empregador de referência, contribuindo para a criação de emprego e ambiente de trabalho positivo

As pessoas são um dos nossos principais ativos. Sabemos que a estratégia de desenvolvimento do nosso negócio depende de uma equipa formada por pessoas com as necessárias competências e motivadas para fazer crescer a Delta. De forma estruturada, investimos no recrutamento de pessoas qualificadas e na capacitação dos nossos colaboradores. Interessa-nos, ainda, a sua valorização e bem-estar pessoal. A gestão de rosto humano continua a ser um dos fatores distintivos da nossa cultura empresarial, sempre a pensar nas pessoas.

O que estamos a fazer:

- **Investir no desenvolvimento do nosso capital humano**, com uma equipa qualificada e equilibrada sob o ponto de vista do género
- **Investir no desenvolvimento de competências dos nossos colaboradores**, transformando a aprendizagem num princípio ao longo da sua vida profissional
- **Investir na conciliação da vida pessoal e profissional**, implementando boas práticas que promovem o equilíbrio entre a sua vida profissional e pessoal

Gestão de rosto humano

A chave do nosso sucesso são as pessoas e o envolvimento com a marca, que resulta da relação de proximidade que praticamos. Há uma gestão de pessoas pela proximidade, que se traduz no contacto direto com a administração, no conhecimento de cada colaborador e das suas necessidades e motivações.

Capital humano ao serviço do desenvolvimento do negócio
A gestão de recursos humanos visa satisfazer as necessidades da Delta Cafés, selecionando, potenciando e capacitando os melhores talentos. Procuramos colmatar as necessidades dos colaboradores, aumentar as suas competências e criar condições para o seu desenvolvimento pessoal e profissional, procurando estimular a sua criatividade e iniciativa pessoal, na prossecução dos objetivos da organização.

Os nossos princípios de atuação

na relação com os nossos colaboradores

- Promover a igualdade de oportunidades e a diversidade de oportunidades como valores essenciais, não praticando qualquer discriminação
- Permitir a liberdade de associação e direito à negociação coletiva
- Garantir o cumprimento dos princípios consagrados no Direito do Trabalho
- Respeitar a legislação em vigor assim como todos os regulamentos internacionais, nomeadamente as convenções da OIT e a Declaração Universal dos Direitos do Homem
- Assumir práticas para além do que está previsto na legislação ao nível da remuneração, horários de trabalho, saúde e formação profissional
- Condenar o trabalho infantil e o trabalho forçado e compulsório, não compactuando com tais práticas por parte de terceiros que nos forneçam produtos ou serviços
- Repudiar qualquer situação de assédio a trabalhador ou candidato a emprego
- Tratar com respeito e dignidade todos os nossos colaboradores

Vantagens internas da certificação nesta norma:

- Motivação, desenvolvimento e retenção de colaboradores
- Melhoria no clima organizacional
- Aumento da produtividade
- Melhor controlo da conformidade legal

Assegurar a saúde dos nossos colaboradores

Desenvolvemos um projeto pioneiro na área da saúde que pretende determinar os riscos de contração de doenças cardiovasculares e de acidentes vasculares cerebrais dos nossos colaboradores.



600
N.º de colaboradores que já participaram no estudo



O estudo irá abranger **100%** dos colaboradores da Delta, que desenvolvem a sua atividade em Campo Maior



4
N.º de fases em que se desenvolve o projeto, integrando a colheita de sangue, o inquérito e aconselhamento nutricional, a avaliação da capacidade física e a intervenção clínica

Apoiar os seniores portugueses

Com o envolvimento nacional dos nossos colaboradores continuámos a melhorar a vida da população sénior portuguesa através de ações semanais promotoras de um envelhecimento ativo e com a doação de cabazes alimentares, equipamentos e ajudas técnicas.

17 919



N.º de idosos apoiados pelo projeto Tempo para Dar, entre 2015 e 2018

423 386€

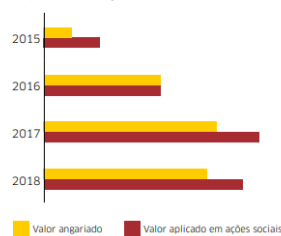


Valor dos apoios concedidos aos seniores portugueses, no âmbito do Tempo para Dar, entre 2015 e 2018

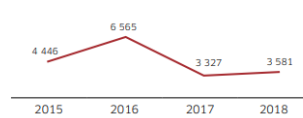
Foi em 2011 que o projeto Tempo para Dar nasceu, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida da população mais velha de Portugal, minimizando a solidão sentida e respondendo a necessidades de produtos específicos para esta faixa etária.

O projeto, de âmbito nacional, tem o envolvimento ativo dos nossos colaboradores, que ao longo dos anos têm mostrado um forte sentido de solidariedade. Para além da participação em ações de voluntariado, os nossos colaboradores promovem ainda iniciativas de angariação de fundos. Com os fundos angariados tem sido possível apoiar os idosos com a compra de cabazes alimentares, fraldas, bens e equipamentos, e outras ajudas técnicas.

Evolução do valor angariado e aplicado em ações sociais

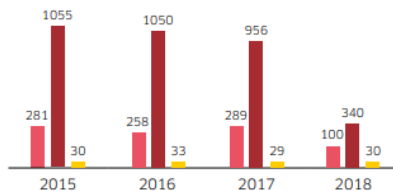


N.º de casos apoiados



Banco de Roupas

O Banco de Roupas surgiu através de um grupo de colaboradores, consistindo na recolha de roupa e brinquedos, depois entregues a instituições que trabalham com crianças e jovens, e a agregados familiares a nível nacional.



■ N.º de atendimentos
■ N.º de elementos do agregado familiar
■ Instituições apoiadas

Anexo III-Dados Hovione

table of contents

<p>— intro</p> <p>About this report 03</p> <p>Message from the CEO 04</p> <p>Hovione at a glance 05</p> <p>GRI content index 58</p>	<p>01 the fundamentals About Hovione</p> <p>07 About Hovione</p> <p>08 Celebrating 60 years</p> <p>09 What we do</p> <p>10 Our global presence</p> <p>11 How we create value</p> <p>13 Main events in 2019-2020</p> <p>14 Project Spring</p>	<p>02 the formula Being a responsible company</p> <p>17 History and trends</p> <p>18 The Sustainable Development Goals</p> <p>19 Being a Sustainable Company</p> <p>20 Governance and Business Ethics</p> <p>23 Reporting Misconduct</p> <p>24 Sustainability at Hovione</p> <p>25 Our Policy</p> <p>26 Our Sustainability Principles</p> <p>27 Transforming Hovione to a more Sustainable Company is a journey</p> <p>28 Stakeholders Engagement and Communication</p> <p>29 Materiality identifying what matters</p> <p>30 How we watch our progress</p> <p>32 Product safety, quality and supply</p> <p>33 Innovation and R&D</p> <p>34 Hovione Research Program</p> <p>35 Supply chain management</p> <p>36 To our Communities</p> <p>38 Valuing our people</p>	<p>03 the action Our performance</p> <p>40 Diversity & equal opportunity</p> <p>42 Talent attraction, health and wellbeing</p> <p>43 Employee engagement and enablement survey - Spotlight</p> <p>44 Hovione Social and Sports Club</p> <p>45 Occupational health and safety</p> <p>47 Reducing the environmental impact</p> <p>48 Energy & climate</p> <p>50 Carbon footprint</p> <p>53 Waste Management and Circular Economy</p> <p>55 Efforts to better manage our waste and towards a circular economy</p> <p>57 Pharmaceuticals in the Environment</p>
--	---	--	--

We are living in unprecedented times. From the Covid Pandemic to Climate Change, society today is being challenged in ways never before encountered.

The Covid Pandemic showed the world the effects of ignoring long-term risks. A global pandemic has impacted the economy, increased inequality and driven social fragmentation. Climate Change is different, it feels less acute than a pandemic but its impact is incalculable. Climate Change will alter the world, our country, the place where we live in dramatic ways we find difficult to imagine. We cannot fail, we must embrace Sustainability as an existential requirement.

Hovione has always understood the need to manage its activities in a way that protects the Environment. Our early understanding of the need for responsible governance is largely down to the foresight of the company founders and this commitment lives on in the company values today.

It is perhaps best expressed in our tagline "In it For Life", which speaks to the impact we have in the lives of team members as well as those living in the communities where we operate, and of course it also recognizes our impact on the lives of the patients who benefit from the medicines we produce.

The consequences of Climate Change are so devastating that Hovione must change tack and do more and do better for all those people impacted by our activities and for the planet.

Our over-arching commitment is to codify Environment, Social and Governance within our business systems, so that performance with respect to people and planet is measured. We must ensure that improved performance is targeted, supported and rewarded. The speed with which Climate Change is occurring and the evident impact it is having on the world mandates that our company steps up to the challenge with a determination that will lead to an inflexion of our consumptions and reduces its harm on the environment.

The company shareholders have signalled their wish that Hovione remain at the forefront of what makes a company "a good corporate citizen" and the board and management are fully committed to realizing that goal.

Guy Villax
CEO for the Management Board




Talent Attraction, Health and Wellbeing

At Hovione we believe that our employees are at the heart of our success.

That is why we invest time and apply focus, rigor and commitment to our "Hire to Retire" processes.

Hovione has implemented a Health and Well-being Policy to promote healthy behaviors, reduce stress and provide the conditions for Team Members to take care of their own health, to find the time to renew and restore their energy.

Valuing our People

As a Company Protecting the Health and Well-being of our staff and ensuring that they have a work environment which provides them with the opportunity to maximize their talents without regard to race, gender, sexual orientation, or any other source of discrimination is one of our main priorities.



Material Topics		Commitments
 Diversity and Inclusion	 Talent Attraction and Retention	<ul style="list-style-type: none"> Vouching principles of diversity, at all levels of the organization, to promote an inclusive workplace. Promoting equality, ensuring women's full and effective participation and equal opportunities for leadership at all levels of decision-making. Investing and promoting a work environment where everyone feels well at work, balancing work, and life. Continuously building a working environment that inspires people to grow and develop, a place where everyone wants to work. Providing a work environment where everyone feels well and safe and to protect our employees, our communities, and our assets, through the promotion of Sustainable World-Class Safety Culture and a focus on effective management systems.
 Well-being	 Occupational Health and Safety	



Occupational Health and Safety

As a manufacturing organization engaged in the production of life saving medicines, Hovione stores and handles chemicals and engages in activities which can be hazardous to the health and well-being of our employees and collaborators, as well as to the communities in which we operate. Safe operations are thus of paramount importance, and that is why Hovione promotes policies and working methods which place "Safety First".

Safety is a compulsory subject matter for everyone at Hovione. Because there are risks, we have developed ways to control and reduce them—Safety is a learning process. Each team member in one's workplace is responsible for her or his own Safety and that of those around her or him.

Hovione is committed to provide a safe work environment to protect our employees, our communities, and our assets, through the promotion of a World-Class Safety Culture supported by effective management systems.

Our Management System is aligned with the ISO standards and follows the Plan Do Check At (PDCA) principles. This helps us ensure that performance is monitored and the necessary actions to drive improvements are identified and continuously implemented.

There is an ongoing concern for personal well-being, which includes having workshops on topics as varied as healthy eating, stress management or mindfulness. Each site Wellness Committee ensures support and mindfulness programs, engagement and wellness initiatives. During the pandemic, we helped our employees in different ways. We provided direct assistance by offered unlimited quantities of disinfectant gel and masks to team members and their families and by enabling the purchase of essential food goods at our facilities. Indirectly we offered flexible working arrangements and home working where possible.

We are equally committed to doing our best to provide healthy food during working hours, to encourage healthy habits and to support the development of the young children of our Team Members.

Anexo IV- Datos Bosch

02 Contents

< >

03 Foreword by the board of management

06 Strategy and management

- 07 Bosch Group profile
- 09 Sustainability management

20 Environment

- 23 Climate action
- 38 Circular economy
- 47 Water

52 Social

- 53 Bosch as an employer
- 69 Complying with due diligence obligations relating to human rights and the environment
- 79 Responsibility to customers

82 Governance

- 83 Compliance
- 88 Political lobbying

94 Annex

- 95 List of graphics and tables
- 97 GRI content index
- 106 Independent auditor's report
- 109 About this report
- 110 Publication details

Sustainability report 2023

< >

Dear readers,

Anyone looking at our world today can see that it is by and large in a state of permanent crisis. But seeing only problems is not a basis for shaping the future.

If we want to flip the switch and encourage action that will safeguard our lives and the lives of future generations on Earth, we need to broaden our horizons and see the positives, too. The present is not just a time of major challenges, it also offers much cause for encouragement and optimism. The number of people living in poverty is steadily declining, for example, and we are prevailing in the fight against hunger. Global health is continuously improving and life expectancy along with it. People are living longer – around the world and despite all the current crises. This is not least thanks to technological achievements.

We are even making progress in how we deal with one of the greatest challenges facing humanity: mitigating climate change is now a global objective for all nations.



DR. STEFAN HARTUNG

04 The need to move away from fossil fuels, which have driven our mobility and our prosperity for centuries, is no longer up for debate. Are the decisions and measures already taken sufficient? Definitely not, but we are making progress. And there is a lot more we can do.

Industry has a major role to play here – it is part of the problem but also part of the solution. As an innovation driver and technology provider, industry must preserve our existing achievements, strive for further progress, and also transform itself. More than 20 percent of global CO₂ emissions are attributable to industry – to factories that form the basis for the ecological transformation of all sectors of the economy. This is where technologies are being developed for generating, storing, and distributing energy, for promoting careful use of resources and recycling, for electrifying mobility and alternative powertrains. The ecological transformation will only work if we start here. It hinges on industry – on technology companies like Bosch.

Sustainability is an integral part of corporate culture for Bosch. With its more than 400 locations worldwide, the Bosch Group has been carbon neutral overall since 2020 (scope 1 & 2).¹ Bosch creates technology that is "Invented for life." Our solutions aim



STEFAN GROSCH

to fascinate, improve quality of life, and help conserve natural resources. Our operations must be ecological, economical, and socially sustainable. For us, sustainability is a non-negotiable part of doing business.

Bosch is continually striving for improvement in all its areas of activity as part of its commitment to the environment and climate. For example, we aim to


05 increase the proportion of recycled materials in household appliances. Our ambition is to use, repair, and reuse products and materials for as long as possible. We also focus on sustainability in the use phase of our products – such as in manufacturing, where innovative solutions such as connected hydraulics are enabling increased energy efficiency. There, for example, our variable-speed drive solutions have the potential to reduce energy consumption by up to 80 percent.

At the same time, Bosch is investing in new technologies – with an increasing focus on green tech for the ecological transformation. Taking energy generation as an example, by 2030 we plan to spend more than a billion euros on heat pump technology. Hydrogen is also a strategically important market where Bosch is playing a leading role. Few companies can offer such a broad portfolio: We are developing technologies for water processing as well as for the production, compression, storage, and use of hydrogen in a variety of sectors. Bosch is undertaking up-front investments in this regard: Between 2021 and 2026, we will invest roughly 2.5 billion euros in hydrogen technologies. Our electromobility business is beginning to bear fruit. In 2022, we were able to increase production of components for electric driving by a good 50 percent compared with the previous year, while our customer

numbers doubled in the period from 2019 to 2023. In 2026, Bosch plans to generate sales of 6 billion euros with electromobility solutions. We are on the right track.

Key factors for sustainable action and establishment of new technologies include a sense of conviction, a clear strategy, practical implementation, and persistence. Under the right conditions, companies can thus successfully transform and even occasionally reinvent themselves, while helping to build interdependence between ecology and economy, and reconcile the discord between humans and our environment. At Bosch we want to play our part in creating a more climate-friendly world.

We wish you an enjoyable read and thank you for your interest.


Dr. Stefan Hartung
 Chairman of the board
 of management


Stefan Grosch
 Member of the board of
 management and director
 of industrial relations

59 Work-life balance

Bosch supports its associates in striking a balance between their individual career goals, personal lifestyle, and private goals. With this in mind, we are working on further flexibilization of working hours and locations in compliance with legal requirements.

Basic principles for company pension promises and other social benefits

Bosch makes commitments to its associates worldwide in relation to occupational benefits, such as company pension schemes. The basic principles for granting, arranging, and financing these pension benefit promises are laid down in internal company regulations. Pension benefit promises are structured consistently for all income groups within a company or for all companies in a country. In addition, we offer our associates other social benefits, such as a company healthcare scheme (see also the "Occupational health and safety" section).

Mobile working is now standard practice at Bosch. Associates in all countries can and should benefit from the increased flexibility, assuming their particular role permits this. Associates can decide where to do their work upon arrangement with their team and as long as the place of work is suitable for the task.

If the requirements and tasks are comparable, Bosch makes no distinction in the remuneration of male and female associates. Individual remuneration arrangements comprise

Other agreements and benefits

We help our associates strike a work-life balance by creating a work environment that is as flexible as possible. Furthermore, we offer childcare at specific locations as well as the option to take parental leave or leave of absence to care for family members. In addition, they can take sabbaticals, special leave, or paid leave in special circumstances. In principle, the aforementioned offers are also available to associates with time-limited employment contracts.

Basic principles of the remuneration system

Bosch has established principles applicable worldwide governing fair pay in line with market conditions. The basic principles of the remuneration system are defined in internal company regulations. We want to ensure an attractive remuneration level in line with market conditions for all associates and strengthen our competitive position, while enabling

Qualification and training

New business models, new technologies, or the challenges of demographic change – all of this requires the systematic transformation of our company. Our associates are called upon in this regard to continually acquire new competencies and skills and to adapt their qualifications and training to current and future requirements.

Occupational health and safety

Measures to protect and promote associates' health and provide a safe working environment at all times are a top priority for Bosch.

Prevention and health promotion

Each individual's health is of vital importance both for our associates' motivation and satisfaction and thus for Bosch as a responsible employer. As a person's health depends on many factors, associates and the company work together to ensure a comprehensive approach to occupational health. We have integrated occupational health additionally in our fundamental principles of work and made them a fixed element of our corporate culture.

Bosch Diversity Days

Bosch organizes Diversity Days each year in order to raise awareness of diversity, equity, and inclusion throughout the company and to demonstrate the strength the company and its associates can derive from these topics. More than 190 online and in-person events took place worldwide in 2023 with the motto "Let's celebrate our uniqueness." Not only did this create a shared sense of belonging across all career stages and borders, it also raised awareness of the perceived realities of marginalized groups in the company, while also encouraging associates to actively promote cohesion within the company.

Anexo V-Dados Embraer (OGMA)

SOBRE A EMBRAER	DESEMPENHO FINANCEIRO	ESG COMPROMISSO COM O FUTURO	TECNOLOGIA E INOVAÇÃO	UNIDADES DE NEGÓCIOS
Onde Estamos 8 Pilares da Cultura 9	Resultado Operacional 13	Compromisso Ambiental 16 Compromisso Social 19 Programas de Porta de Entrada 22 Compromisso em Governança 32	Prêmios e Destaques 37 Verticais de Inovação 38 Cultura de Inovação 41 Embraer-X 42 Eve Air Mobility 38	Aviação Comercial 48 Aviação Executiva 51 Defesa & Segurança 54 Aviação Agrícola 57 Serviços & Suporte 58

INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE
32. Referências Técnicas, Materialidade, Indicadores, GRI, SASB, TCFD

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

**Safety first.
Quality always**

O ano de 2023 foi marcante para a Embraer por representar o início de um novo ciclo da história recente da empresa: iniciamos uma nova fase focada no crescimento sustentável que visa capturar todo o potencial da companhia. Melhoramos nossa performance financeira de forma consistente, pavimentando o caminho para o crescimento em termos de receita e rentabilidade neste e nos próximos anos, apesar de ainda enfrentarmos restrições significativas na cadeia de suprimentos e por conta da escalada de conflitos internacionais.

Em 2023, fechamos o ano com uma receita acima de R\$26,1 bilhões (US\$5,3 bilhões), o que representa um crescimento de 11% em relação a 2022, retornando ao patamar pré-pandemia. A margem EBITDA ajustada atingiu 10,6% e a geração de caixa livre sem Eve foi de R\$1.434,8 milhões (US\$318,3 milhões). A relação entre dívida líquida sem Eve e EBITDA ajustado foi reduzida para 1,4x, comparada a 3,4x em 2019 e a 20,7x em 2020. Graças ao aumento das vendas, a carteira de pedidos (backlog) superou os níveis pré-pandemia e chegou a US\$18,7 bilhões, o maior dos últimos 6 anos.

O foco contínuo em eficiência empresarial e inovação, assim como o fortalecimento dos esforços de vendas, foram funda-

mentais para atingir os expressivos resultados de 2023. Contamos também com o engajamento genuíno de todos os nossos colaboradores para executar o plano estratégico com muita disciplina e excelência.

Em linha com a estratégia de crescimento, a atividade comercial se intensificou em todas as unidades de negócios, continuamos a progredir em projetos inovadores importantes e seguimos avançando com os nossos compromissos relativos às questões ambientais, sociais e de governança (ESG).

Na Aviação Executiva, tivemos mais um ano de excelente performance com as vendas dos jatos Phenom e Praetor seguindo em ritmo acelerado. A NetJets assinou um acordo para encomendar até 250 jatos Praetor 500, juntamente com um pacote abrangente de serviços e suporte, avaliado em mais de US\$5,0 bilhões. O crescimento dos segmentos de jatos executivos leves e médios reforçou a liderança da Embraer nessas categorias.

O Phenom 300 foi o jato leve mais vendido e entregue da categoria pelo 12º ano consecutivo, e também se tornou o jato executivo mais voado dos Estados Unidos. No segmento de entrada, anunciamos o Phenom 100EX, a mais nova evolução do jato que oferece conforto de cabine incomparável, versatilidade operacional e aviónica aprimorada.

Na área de Defesa & Segurança, consolidamos ainda mais a presença do cargueiro militar C-390 Millennium entre os países da OTAN e seus aliados. Dois novos países europeus, Áustria e República Tcheca, selecionaram o C-390 para renovar suas frotas de transporte tático, somando-se a Portugal, Hungria e Holanda. As atividades de vendas se intensificaram devido ao interesse crescente pelo do jato multimissão em

"Desde 2008, a Embraer é signatária e reafirma seu compromisso com o pacto global da ONU. Em 2023, avançamos em nossa jornada para uma economia de baixo carbono e uma empresa mais diversa, mantendo o mais alto padrão em governança corporativa".

Francisco Gomes Neto - Presidente da Embraer

praticamente todos os continentes. No final do ano, a Coreia do Sul também decidiu incorporar o C-390 à sua frota.

Expandimos a base de clientes da Aviação Comercial, com aumento das encomendas das aeronaves E190-E2 e E195-E2. As companhias aéreas Scoot (Singapura), Royal Jordanian (Jordânia), SKS Airways (Malásia) e Luxair (Luxemburgo) anunciaram pedidos para os E2, enquanto a Porter (Canadá), Binter (Espanha) e a empresa de arrendamento de aeronaves Azorra ampliaram seus pedidos existentes. O E195-E2, o maior jato da família, recebeu a Certificação de Tipo da Administração de Aviação Civil da China, a CAAC, abrindo uma nova oportunidade de inserção do produto naquele país.



Já o E175-E1 manteve sua liderança no segmento com vendas adicionais para a American Airlines, para operação na subsidiária Envoy Air; e a SkyWest, para operação na malha da United Airlines; e a Air Peace, maior companhia aérea da África Ocidental. Foi apresentado em São José dos Campos, como parte do projeto P2F (Passenger-to-Freight), o 1º jato E190 da geração E1 em processo de conversão para cargueiro.

A área de Serviços & Suporte manteve o forte desempenho, celebrando novos acordos e extensões dos programas Pool e de suporte logístico integrado, ao mesmo tempo em que avançou na expansão de centros de treinamentos com novos simuladores de voo. Anunciamos também um acordo que permitirá dobrar a nossa capacidade de serviços de manutenção para os clientes da aviação executiva nos Estados Unidos, e seguimos avançando na preparação das instalações do novo Centro de Serviço Autorizado na OGMA, em Portugal, dedicado aos motores GTF da Pratt & Whitney, e que será inaugurado neste ano.

Na área de inovação, outro pilar da nossa estratégia, estamos investindo fortemente em diversas frentes para impulsionar a



transição para uma aviação com emissões zero no futuro. No ano passado, por exemplo, criamos a Nidec Aerospace, uma joint-venture com a japonesa Nidec, líder global em motores elétricos, para combinar nossas expertises e fornecer sistemas de propulsão elétricos para a indústria aeroespacial.

Também tivemos avanços no programa do eVTOL da Eve, com a definição dos principais fornecedores do veículo e do local da primeira fábrica de veículos elétricos de pouso e decolagem vertical no Brasil, que será na nossa unidade em Taubaté (SP). A Eve continua avançando no desenvolvimento das soluções para o mercado de Mobilidade Aérea Urbana (UAM), que inclui um sistema de controle de tráfego aéreo (UATM) para os eVTOLs e uma rede global de serviços e suporte. A Eve encerrou 2023 com 29 clientes de eVTOL, com pedidos potenciais para 2.850 veículos, em um valor estimado de US\$8,6 bilhões, o maior backlog da indústria, além de 14 clientes para seu sistema de UATM e 10 clientes para sua solução de serviços e operações.

O fortalecimento da cultura interna tem sido um dos diferenciais da Embraer para viabilizar o plano de crescimento, criando um ambiente de trabalho mais diverso, inclusivo e colaborativo, priorizando sempre qualidade e segurança. Um bom exemplo de colaboração e do espírito "One Embraer" vem do nosso departamento de Engenharia, que atua de forma integrada para permitir a troca de conhecimento e tecnologia entre as diferentes unidades de negócio, e superar os desafios tecnológicos inerentes da indústria aeroespacial e de defesa.

Em 2023, também avançamos no compromisso de promover uma aviação mais sustentável. Os jatos Phenom 300E e o Praetor 600 realizaram com sucesso voos de teste utilizando combustível de aviação 100% sustentável (SAF 100%) e juntam-se agora ao E195-E2, que havia realizado testes similares

em 2022, como parte da nossa meta de adequar todo o portfólio de aeronaves comerciais e executivas ao uso de SAF 100% até 2030.

Além disso, a American Airlines e Air New Zealand passaram a integrar o grupo consultivo do Projeto Energia, somando-se à ampla colaboração que busca definir e estabelecer requisitos de sustentabilidade para o transporte aéreo comercial baseados na visão de operadores.

Essas realizações são alguns destaques entre as diversas iniciativas das várias áreas da empresa em nossa jornada que une crescimento rentável e a transição para uma economia de baixo carbono. Por isso, aproveitamos para agradecer toda a equipe da Embraer, que sempre demonstra total comprometimento, foco e competência na execução do nosso plano estratégico. Também gostaríamos de agradecer toda a confiança e suporte contínuo dos nossos clientes, parceiros e investidores.

Neste ano de 2024, vamos celebrar o 55º aniversário da Embraer prontos para colher os resultados do trabalho dos últimos anos e crescer de forma rentável. Continuamos confiantes na nossa estratégia de crescimento e geração de valor para clientes, acionistas e para a sociedade, por meio de parcerias estratégicas, eficiência empresarial, inovação e ESG.



Francisco Gomes Neto
Presidente da Embraer



Alexandre Silva
Presidente do Conselho de Administração

/ BENEFÍCIOS (GRI 401-2)

A Embraer possui um amplo pacote de benefícios que abrange 100% de seus(suas) colaboradores(as) ao redor do globo, podendo apresentar pequenas variações em razão das práticas de mercado e realidade local do país ou região em que se encontra.

SEGURANÇA E SAÚDE DO(A) TRABALHADOR(A)

GRI 402-3-3

Para proporcionar um ambiente seguro e saudável, a Embraer possui um conjunto de práticas de prevenção para proteger o(a) colaborador(a) de riscos ocupacionais e acidentes de trabalho.

Em 2023, a empresa ampliou essas práticas, estabelecendo a unificação de EPIs (Equipamento de Proteção Individual), processo que consiste em padronizar os equipamentos utilizados, e garantir ainda mais a segurança.

Também foi realizada uma avaliação mensal de indicadores de segurança do trabalho, com a supervisão da liderança da Embraer, tanto em reuniões de visibilidade com as diretorias quanto em reuniões do Conselho de Administração.

Além disso, a companhia manteve o Sistema Integrado e Cooperativo, que inclui Gestão Global, Regional e Local, criado em 2022. Isso visa as sinergias para que todos os dados e informações sejam tratados de forma mais dinâmica e objetiva, integrando o trabalho de todas as unidades da Embraer pelo mundo.

Outro processo que continua é a aposta em exoesqueletos, equipamentos robóticos que auxiliam o corpo humano a desenvolver determinadas tarefas, além de auxiliar nas articulações humanas. Vestir o equipamento traz suporte aos movimentos e reduz a necessidade de força humana, colaborando com a segurança e a ergonomia da equipe.

SAÚDE, SEGURANÇA E BEM-ESTAR

GRI 403-1

A Embraer busca a excelência no seu desempenho de saúde e segurança ocupacional. A empresa possui um conjunto de práticas de prevenção para proteger o(a) colaborador(a) de riscos ocupacionais e acidentes de trabalho, proporcionando um ambiente seguro e saudável, com as melhores condições para que todos(as) possam executar suas tarefas. Ações educativas e preventivas são oferecidas de forma contínua e direcionadas pela política MASS (Meio Ambiente, Saúde e Segurança no Trabalho), que possui abrangência global.

Todos(as) os(as) colaboradores(as) e empresas parceiras (prestadores de serviço) são

abrangidos pelo Sistema Integrado de Gestão de Meio Ambiente, Saúde e Segurança no Trabalho – SIGMASS. A equipe é composta por auxiliares, técnicos de enfermagem, técnicos(as) de segurança do trabalho, engenheiros(as) de segurança do trabalho, coordenadores(as) e o(a) Head Global de Meio Ambiente, Saúde e Segurança.

Além disso, estabelecer de forma detalhada o processo de identificação e gerenciamento de perigos, avaliação de riscos e sistematizar a divulgação das obrigações e proibições que devam ser conhecidas e cumpridas sobre os aspectos de segurança e saúde no trabalho fazem parte do Gerenciamento de Riscos Ocupacionais (GRO), que integra o SIGMASS. Os indicadores de segurança do trabalho são avaliados mensalmente e possuem a supervisão da liderança da empresa, tanto em reuniões de visibilidade com as diretorias quanto em reuniões do Conselho de Administração.

→ Saiba mais
Política MASS
Política de Compliance

Anexo VI-Siemens

1	Siemens at a glance	
1.1	Our DEGREE sustainability framework sets measurable ambitions	
1.2	Company profile	
1.3	Strategy	
2	Our sustainability management	
2.1	Materiality assessment	20
2.2	Sustainability governance and organization	21
2.3	Partnerships and collaborations for sustainability	23
2.4	Sustainability ratings reflect our performance	26
3	Governance	
3.1	Compliance and Ethics	29
3.2	Human rights	31
3.3	Sustainable supply chain practices	32
3.4	Cybersecurity and data privacy	40
4	Environment	
	Holistic environmental protection	44
4.1	Climate action	49
4.2	Conserving resources	54
4.3	Product stewardship	55
4.4	EU taxonomy	58
5	Social	
5.1	Working at Siemens	65
5.2	Diversity, Equity & Inclusion	71
5.3	Professional education and lifelong learning	76
5.4	Occupational health and safety management	81
5.5	Corporate citizenship	82
6	Our sustainability indicators	
		106
7	Annex	
7.1	Reporting methodology	124
7.2	Reporting principles for Customer Avoided Emissions	125
7.3	Our contribution to sustainable development of societies	128
7.4	Task Force on Climate-Related Financial Disclosure (TCFD)	132
7.5	GRI Standards – key topics and boundaries	136
7.6	WEF IBC Metric	144
7.7	SASB – Electrical Electronic Equipment Index	146
7.8	United Nations CEO Water Mandate	150
7.9	Independent auditor’s report on a limited assurance engagement	152
7.10	Notes and forward-looking statements	154
7.11	Further information and information resources	156

Scaling sustainability impact

In a tumultuous year of record-shattering heatwaves, wildfires and floods, and despite rising energy prices, inflation, supply chain challenges, labor shortages, plus the impact of growing geopolitical tensions, we remain optimistic about technology as the answer to some of the world’s biggest challenges. Our technology empowers our customers and partners to scale their sustainability impact faster across the backbone of our economies. As we approach a critical tipping point for our planet, the demand to accelerate the digital and sustainability transformations has never been greater.

As a leading technology company, Siemens supports customers all over the world to become more competitive, resilient, and, above all, more sustainable. Our portfolio enables a positive impact on our planet and society at scale. Today, it is about more than just managing negative footprints; it is about a company’s handprint and increasingly expanding businesses’ net-positive impact on the world. That is why Siemens has integrated its sustainability strategy in our business activities, technology roadmap, investment decisions, own operations, and governance. We empower our customers to accelerate their sustainability goals along three impact areas: decarbonization & energy efficiency, resource efficiency & circularity, people centrality & societal impact.

Our purpose – which has guided us for 176 years – is to create technology to transform the everyday, for everyone. This technology with purpose touches the lives of customers, partners, and consumers everywhere – improving the quality of life for billions of people worldwide. Technology with purpose is about leveraging digitalization for optimized resource usage and circularity readiness and accelerating the energy transition through renewable integration, energy efficiency, and electrification. It is about societal impact by designing and operating the most efficient train and e-mobility solutions within sustainable communities, built upon decarbonized building technologies. And it is about pioneering breakthroughs in healthcare to improve the lives of patients and their families.

Combining the real and digital worlds

Our strategy is to combine the real and digital worlds – harnessing the power of hardware and software, or OT and IT. More than 90% of Siemens AG’s business enables positive sustainability outcomes for our customers. Worth highlighting is that our products sold to customers in fiscal 2023 will, over the course of their lifetime, avoid around 190 million metric tons of CO₂ equivalent emissions – a significant increase in avoided emissions over the prior year. This represents more than the equivalent emissions of the Netherlands. In contrast, our own operations and supply chain accounted for around 12 million tons of greenhouse gas emissions.

To help our customers and partners accelerate their transformation, we recently introduced Siemens Xcelerator, an open digital business platform that makes digital transformation easier, faster, and more scalable for companies of all sizes. A key element of this platform is a growing ecosystem of partners. The sustainability impact we create is more powerful when all partners pool their strengths and work together toward a common goal.

We are able to empower our customers to scale sustainability impact because we address challenges across the entire value chain – with deep domain know-how across many industries and across ecosystems of suppliers, partners, and customers.

An excellent example of the power of ecosystems is how software can track and manage carbon footprints throughout lifecycles and along supply chains. SiGREEN, an emissions-tracking tool on our Siemens Xcelerator platform, enables companies to connect to all their suppliers, enabling data-driven decisions to reduce product carbon footprints and decarbonize at scale.

Our DEGREE sustainability framework

And we do not stop at the sustainability impact of our portfolio. We define our environmental, social, and governance (ESG) ambitions within our DEGREE sustainability framework – a 360-degree approach reflecting our core sustainability values. We look at sustainability from every angle with clear ambitions in six fields of action – Decarbonization, Ethics, Governance, Resource efficiency, Equity, and Employability.

We have a clear position on responsible business conduct. And our DEGREE commitments are based on that. Ethical behavior, integrity and compliance are nonnegotiable. They go beyond strict adherence to rules by firmly placing responsible action sustainably at the core of our culture and business conduct.

We are also focused on our own environmental footprint: In 2015, as one of the first global companies to do so, we committed to becoming carbon neutral by 2030. Today, we are on track, and we have already accelerated. We are proud to have reduced our CO₂ footprint from our operations by 50% (without offsetting) since 2019 and are targeting 90% in 2030. We reduced our energy consumption by 9% since fiscal 2021, meanwhile 96% of our locations have implemented a water strategy.

Applying our own technologies in our own operations is key to achieving these ambitions. In Nanjing, China, for example, we consolidated three production sites into one lean and green digital native factory, which was first built as a digital twin. This led to annual savings of 5,000,000 kWh of energy, 3,300 metric tons of CO₂, and 6,000 m³ of water. At the same time, productivity went up by 20%. For Siemens, rethinking scalable products and services for a sustainable world should go hand in hand with savings, efficiency gains, and customer value.

Our sustainability ambitions are supported by 320,000 colleagues who bring our purpose to life every day – in an increasingly inclusive environment in 190 countries around the world. Within Siemens AG, women now hold 31% of top management roles, having achieved our 2025 ambition for 30% two years ahead of time. Our people are at the heart of this company. In fiscal 2023 we invested €416 million in our active learning culture, ensuring sustainable employability in rapidly changing markets. We have also made progress in the number of hours our people spent learning across the three strategic focus areas of digitalization, sustainability, and leadership: On average, our people have accrued 23 digital learning hours per person per year. And they are on track to increase that to our ambition of 25 digital learning hours by 2025.

Easier, faster, and at scale

We create technology to transform the everyday, for everyone. By combining the real and digital worlds we can accelerate digital and sustainability transformations easier, faster, and at scale. Together, by scaling across ecosystems, we will continue to leverage the power of the digital world to have a positive sustainability impact in our precious real world. At Siemens, what's good for business and good for the planet and society go hand in hand.



Dr. Roland Busch



Judith Wiese

Social: Equity, Employability

Equal treatment and respect are the core of our corporate values. Our goal is to position Siemens as the inclusive employer of choice in all our relevant talent markets. We foster diversity, equity, inclusion, and community development in order to create a sense of belonging and a healthy and safe environment where all our people can give their best. At Siemens, we invest in the education, development, and individual growth of our people. We maintain a strong focus on digital learning, employee assistance programs, and occupational health and safety.

Management approach

At Siemens we are committed to creating a healthy and safe work environment for our people and to sustainably supporting their well-being and performance.

Internal investigations are conducted based on binding, clearly defined standards to ensure the fair and respectful treatment of employees. These standards prohibit unlawful or disproportionate actions. However, if an internal investigation leads to the finding that an employee has demonstrably violated any laws or internal regulations, they can expect appropriate disciplinary consequences.

Continuous expansion of health services

We are continuously expanding our spectrum of health services to support the resilience and health of our people at work and beyond. In fiscal 2023, 99%¹ of our employees have access to company medical care. This includes the prevention and early identification of health problems through health checks, screenings, and vaccinations. We treat health issues seriously and in a timely manner, which includes leveraging telemedicine consultations or referrals to experts. In addition, we facilitate a successful return to work by supporting our employees with reintegration measures and ergonomic advice.

maintaining green spaces. Siemens employees are actively engaged in protecting and increasing biodiversity at their locations: for example, by volunteering for tree-planting campaigns and participating in cleanup events.

Work-life balance

To provide our people with even more flexibility and individual solutions, we offer flexible working models. These models are structured according to local requirements and in ways that are compatible with the employees' roles. For instance, Siemens offers mobile working, part-time hours, sabbaticals, time-outs, parental/family leave, and partial early retirement. Parental leave for first and second care enables our people to manage their unique work-life needs.

Employee benefits and opportunities for today and tomorrow

In an ever-changing world, we continuously review and modernize employee benefits. We offer flexible benefits programs that support our people's physical, mental, financial, career, and social well-being throughout their work-life journey. With equity and inclusion in mind, the Siemens benefits programs² aim to empower our people to realize their full potential and strengthen their resilience through a variety of benefits programs, insurance policies, retirement arrangements, and elective coverage. With an eye on sustainability as well as the diverse and evolving needs of our global team and their families, the external market is closely monitored for the latest industry trends and innovations.

1 SIEMENS FINANCIAL REPORT FOR FISCAL 2023, COMBINED MANAGEMENT REPORT, PENSIONS

Our information campaigns on World Environment Day and Earth Overshoot Day aim to raise awareness of environmental protection in a global context. As part of the "Thank You" campaign, we recognize employees who have made exceptional contributions to environmental conservation, and we share their portraits and success stories on our Siemens World internal information platform.

Anexo VII- Dados CUF (Grupo José de Mello)



Presidente do Conselho de Administração

Em 2023, a CUF manteve firme a sua intenção de estar mais próxima da população portuguesa, salvaguardando a qualidade e o profissionalismo das suas equipas, que representam os valores da empresa. É, pois, com orgulho que dizemos que, em todas as vertentes da nossa atividade, há mais CUF em Portugal.

Há mais CUF em Portugal porque servimos mais portugueses, através da abertura de novas unidades de saúde e da aquisição de unidades já implantadas, entre hospitais e clínicas. Há mais CUF em Portugal porque estamos mais perto dos portugueses. Não só temos mais unidades de saúde, como estamos a alargar a oferta clínica e os serviços disponíveis, com a preocupação de atender às diferentes fases da vida e às necessidades de toda a família.

Há mais CUF em Portugal porque reforçamos o apoio ao nosso talento. O cuidado dedicado àqueles que trabalham connosco acompanha a CUF desde a sua fundação, há 78 anos. Faz parte da nossa identidade e reflete os nossos valores fundamentais. Sabemos que um projeto clínico inovador passa, incontornavelmente, pelo empenho das suas equipas.

Apoliar os nossos colaboradores revelou-se ainda mais necessário perante a conjuntura inflacionária, e de subida das taxas de juro, que vivemos em 2023. Assim, além das diversas iniciativas da "Rede de Apoio ao Colaborador", a CUF deu prioridade à adoção de medidas com reflexo direto no rendimento mensal dos colaboradores e das suas famílias.

Há mais CUF em Portugal porque apostámos na tecnologia e inovação. A tecnologia é, inquestionavelmente, um dos ativos estratégicos da CUF, acompanhando o nosso talento na missão de assegurar cuidados de saúde de excelência. Continuamos, por isso, a investir em soluções como a digitalização de alguns dos nossos serviços, o que nos permite proporcionar uma maior comodidade e flexibilidade a quem nos procura. Estamos certos de que só através da antecipação das tendências e das solicitações da população conseguiremos estar na dianteira dos cuidados de saúde.

Há mais CUF em Portugal porque fortalecemos o nosso compromisso com a sustentabilidade e de proximidade com a comunidade. Através do "Programa CUF Inspira", assumimos

o compromisso de gerar um impacto positivo nas pessoas — no seu bem-estar, na sua saúde e no seu desenvolvimento —, ao mesmo tempo que preservamos os recursos naturais. Em 2023, não poderia deixar de destacar o envolvimento da CUF na Jornada Mundial da Juventude.

Estivemos envolvidos neste grande evento mundial desde a primeira hora. Os colaboradores da CUF dedicaram o seu tempo a diversas tarefas, nas mais diversas áreas: da alimentação ao alojamento, passando pela segurança e, naturalmente, pela saúde. Desempenharam, portanto, um papel ativo na organização do evento e no acolhimento dos peregrinos. Foram, sem dúvida, meses de empenho, entrega e dedicação plena, que culminaram numa semana de partilha, comunhão e generosidade.

Por todos estes motivos, podemos afirmar, com orgulho, que há mais e melhor CUF em Portugal. Mas queremos ainda mais. Temos a ambição de chegar a todas as pessoas, melhorando a acessibilidade aos cuidados de saúde em Portugal e mantendo a missão de sempre: promover a prestação de serviços de saúde com os mais elevados níveis de qualidade e conhecimento, respeitando o primado da vida e o ambiente.

A matriz de materialidade da CUF contempla 15 temas materiais



Formação em Gestão de Risco

A CUF reconhece a importância de capacitar os colaboradores para uma tomada de decisão informada e, assim, reforçar uma cultura organizacional de gestão de risco. Alinhada a esta necessidade, em 2023, foi dada continuidade à formação dos profissionais elegíveis - colaboradores em posições de liderança e seus colaboradores de reporte direto - nos módulos de gestão de risco disponibilizados.

Há mais CUF em Portugal porque reforçamos o apoio ao nosso talento. O cuidado dedicado àqueles que trabalham connosco acompanha a CUF desde a sua fundação, há 78 anos. Faz parte da nossa identidade e reflete os nossos valores fundamentais. Sabemos que um projeto clínico inovador passa, incontornavelmente, pelo empenho das suas equipas.

Responsabilidade social interna

Construção e implementação de medidas para colaboradores e suas famílias, que visam promover o seu desenvolvimento pessoal e o seu bem-estar e prestar apoio durante os momentos mais relevantes das suas vidas.

A CUF tem implementado o **Programa de Prevenção e Bem-Estar**, dirigido a colaboradores e familiares, que integra iniciativas com foco na saúde e bem-estar. Com o aumento da atividade da CUF em novas geografias, tornou-se essencial, em 2023, reforçar iniciativas que promovem um ambiente saudável, no qual os colaboradores têm acesso a medidas em prol do seu bem-estar físico e mental.

A atração e retenção do talento, têm, portanto, grande relevância na empresa, especialmente pelo setor que representa. A CUF tem a responsabilidade permanente de criar as melhores condições para os seus colaboradores, incluindo um ambiente de trabalho saudável e seguro, além de proporcionar oportunidades constantes para o seu desenvolvimento. A CUF prioriza a progressão dos seus colaboradores e implementa iniciativas que contribuem para a sua realização profissional e pessoal.

Investimento na formação dos colaboradores

Manter o compromisso com o desenvolvimento das competências de todos os colaboradores, identificando e capacitando os líderes do futuro.

A Diversidade na CUF

As diferenças e singularidades de cada pessoa são encarados como motores fundamentais para a coesão e inclusão no ambiente profissional da CUF.

Género	Geração	
81% Feminino	12,9% Geração Z (entre 1997 e 2010)	51,1% Millennials (entre 1981 e 1996)
19% Masculino	31% Geração X (entre 1965 e 1980)	5,1% Baby Boomers (entre 1945 e 1964)

Em 2023

+ 2,6 mil consultas de Psicologia e Coaching

Reforço do número de consultas gratuitas de Psicologia para colaboradores e as suas famílias, no âmbito da **Rede de Apoio ao Colaborador**, reconhecendo a importância da ação no contexto atual.

+ de 600 participantes

Ciclo de **Webinars** de Prevenção e Bem-estar, com a participação de médicos e especialistas CUF, dedicados aos temas "Saúde Mental na Adolescência", "Síndrome de Burnout" e "Mindfulness". As iniciativas apresentaram estratégias mais responsáveis e modelos mais positivos com foco no bem-estar físico e psicológico dos colaboradores e suas famílias, incentivando-os a adotarem comportamentos e estilos de vida saudáveis, dentro e fora do trabalho.

formação e sensibilização

+80%

de colaboradores dos Hospitais CUF Viseu e CUF Trindade receberam formação em gestão de resíduos não perigosos



48 colaboradores

realizaram

135 horas

em voluntariado ambiental em ações promovidas em parceria com a Câmara Municipal de Torres Vedras, no qual foi adotado um troço do Rio Sizandro para a monitorização e controlo da água e flora local

20 colaboradores

participaram numa ação de voluntariado ambiental em Vouzela. Em parceria com a Associação Montis, a iniciativa teve por objetivo a plantação de árvores autóctones e poda de carvalhos e sobreiros em regeneração. Foram plantadas mais de 150 árvores.

Anexo VIII- Datos Nestlé

Contents

2 Chairman and CEO message	46 Supporting balanced and sustainable diets
3 Our business model and progress against commitments	51 Food safety and quality
4 Governance	53 Our diverse and inclusive culture
5 Our material topics	57 Opportunities for young people
6 Stakeholder engagement	60 An employer of choice
7 On the road to net zero	65 The foundations of ethical business
15 Restoring nature, protecting biodiversity	70 Community giving
18 Looking at the whole landscape	71 About this report
22 More regenerative practices on farms	72 Statutory Non-Financial Matter Report Index (article 964b CO)
26 Water stewardship	76 Child labor reporting index
31 Responsible sourcing	77 TCFD Index
35 Advancing human rights	79 Nestlé's 2023 Creating Shared Value and Sustainability key performance indicators

Table of contents | Leadership message

A message from our Chairman and CEO.

In a year of continued turbulence, our focus on addressing societal challenges and generating value for all our stakeholders only increased. Consumers and customers, as well as those throughout our supply chain, depend on us and our products. To ensure that we can continue to deliver in the long term, we are helping make the production of food more regenerative and are supporting farmers and their communities.

Regenerative agriculture is at the heart of our Net Zero Roadmap and we remain focused on progressing toward our 2025 and 2030 greenhouse gas emissions targets. We are encouraged by the collaborative work with farmers and suppliers to reduce our supply chain emissions, particularly from dairy. Helping growers and their families as they transition to regenerative agricultural practices is vital in this task.

Our work in coffee through the Nescafé Plan 2030 and the Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program continues to meet the

demands of consumers for more sustainable products. These initiatives are also benefiting communities, through increased productivity, as well as helping to improve livelihoods for growers.

In cocoa, the income accelerator program will now be expanded from Côte d'Ivoire to Ghana, allowing us to help close the living income gap for a total of 30 000 cocoa-farming families. We aim to reach an estimated 160 000 cocoa-farming families in our global cocoa supply chain by 2030 to create impact at scale.

2023 has been a significant year for nutrition at Nestlé. We announced our intention to boost the sales of our more nutritious products by CHF 20 to 25 billion by 2030, and have stepped up our work to help guide people towards a balanced diet. This includes strengthening our responsible marketing practices, making the nutritional value of our portfolio more transparent and providing more information about balanced diets via digital tools.

People are at the heart of our business. Our employees' health and well-being remain

fundamental to our success, and by the end of 2023, we had embedded the Nestlé Roadmap for Employee Health across all of our markets. We also launched our Salient Issue Action Plans, which will support human rights, both within Nestlé and across our value chain for the years to come.

As a global food and beverage company, we are committed to safety and quality. Last year, we further enhanced the safety controls in our factories, and are deploying new digital technologies that help us to anticipate and prevent issues before they arise.

We do business in a way that creates value for all of our stakeholders. Our goal is to remain the Good food, Good life company that people can depend on.



Paul Bulcke
Chairman



U. Mark Schneider
Chief Executive Officer

Our people are at the heart of our business and success. We believe that by strengthening our focus on workplace physical and mental health and well-being, we can actively create a positive and supportive work environment where all our employees can thrive.

Social dialogue

By engaging with our employees and their representatives, and by including them as the Company evolves.

Social performance

By providing our employees with good working conditions, a safe and healthy work environment, and flexible and contemporary employment opportunities.

Our focus on employee health and well-being is fundamental to our success.

Having a resilient, agile and overall healthy workforce is essential to the quality of our work and future success of our business. That is why for Nestlé, when we talk about caring about employee health, this includes a strong focus on physical and mental health and well-being.

We have also recently launched our first Global Guidance for Menopause at Work to provide support to Nestlé employees experiencing menopause symptoms.

We measure and review the progress of our employee health and well-being initiatives using an Employee Health Dashboard that allows us to track progress in this area, providing real-time data and metrics. This equips us to make data-driven decisions about which initiatives are most impactful.

Compensation and benefits

We ensure that our employees are rewarded and recognized for their contributions with competitive pay and benefits. Our Nestlé Total Rewards Policy provides a framework where our teams can create programs that attract, motivate and retain talent.

Anexo IX-Dados Volkswagen Group Services

<h1>Contents</h1>	
	Focus Topics
	1 Decarbonization
	48 Decarbonization
	69 EU Taxonomy
	2 Circular Economy
	83 Circular Economy
	3 People in the Transformation
	90 People in the Transformation
	4 Diversity
	104 Diversity
	5 Integrity and Compliance
	109 Integrity and Compliance
	6 Supply Chain and Human Rights
	117 Supply Chain and Human Rights
	131 Appendix
	132 Independent Auditor's Limited Assurance Report
	135 Contact Information
6 Foreword	
9 About This Report	
12 Sustainability in the Group's DNA	
13 Corporate Governance	
17 NEW AUTO Group Strategy	
22 ESG Performance Management and Materiality Analysis	
25 Sustainability Management	
27 Sustainability Impact of New Mobility Options	
30 Stakeholder Management	
33 Environmental Compliance Management	
42 Risk Management	
45 Corporate Citizenship	
<small>Navigation</small> → References to chapters in the Sustainability Report → References to websites	

Dear stakeholders and colleagues,

Values create value. We in the Volkswagen Group remain true to this principle. It's an important compass for our actions. And this stance lets us sustainably create long-term added value. For our staff, for our customers, for our investors – and for society as a whole. As one of the world's largest industrial groups, we carry a special responsibility. We can make a difference. We want to and will seize this opportunity.

We think of sustainability holistically – in terms of nature, people, society and value-adding entrepreneurship. From the supply chain through our production to the delivery and use of our products. Our goal is to help to shape nature and society positively. That's ambitious. And it will take a great deal of work. At the same time, achieving this goal is an obligation – internally to our colleagues and externally to our customers, society and, in particular, future generations.

Sustainability Strategy: Clear Goals, Clear Responsibility
Sustainability is one of our top priorities. As a strategic field, we set ourselves clear goals and plans for sustainability – which are binding with clear responsibilities. The focus is on implementing our strategic measures.

We also leverage the synergies in the Volkswagen Group here: All goals are systematically broken down into goals for the brands and Group companies. Management has personal responsibility for complying with these.

Decarbonization: What Drives Us
The Volkswagen Group is clearly committed to electric mobility. Inspirational product innovations of recent weeks and months – such as the Audi Q6 e-tron, the VW ID.7, the Porsche Macan electric or the long wheelbase version of the ID. Buzz – show that e-mobility is synonymous with emotion and fascination. Our delivery figures confirm this trend too. In 2023, the Volkswagen Group delivered 771,100 all-electric vehicles. This is equivalent to a year-on-year rise of 34.7%. The share of deliveries accounted for by all-electric vehicles increased to 8.3%.

Creating a Better Work/Life Balance

Volkswagen has recognized its employees' need to be able to respond at short notice and flexibly to changed life circumstances. We are therefore constantly working on improving our employees' work/life balance through flexible working time models. For example, we want not only to take into account the specific needs of parents, single parents or carers for relatives but to facilitate more flexibility for all employees. The rules and programs here vary from country to country and are determined by the legal framework, cultural circumstances and the results of collective negotiations.

Hybrid Working at Volkswagen

Hybrid working – a combination of remote working and working at the office – has become the "new normal" for many employees. It can give employees greater flexibility in terms of when and where they work. To strengthen collaboration between teams in this changed environment, we offer accompanying knowledge transfer and training formats on the topic of virtual and hybrid collaboration.

We want to systematically improve the employee experience and are striving to ensure that all employees have the best possible conditions in which to do their job. That starts with excellent equipment and tools, continues via the avoidance of red tape and overly complex process steps through state-of-the-art workspaces, 360-degree feedback opportunities, individual health coaching and personally tailored advanced training opportunities.

The Team: Engine of the Transformation

Employees are any company's most valuable asset. The Volkswagen Group is only as strong as the people who work for it. Particularly in times of skills shortages, employer attractiveness is vital for companies' future viability.

People & Transformation

As it becomes a global tech company, the Volkswagen Group will see the biggest transformation of its workforce in its corporate history. To ensure the Group remains competitive in the future, we need to attract top talent and support existing employees by providing extensive training where required. Our aim is to retain staff for the long term. It is therefore fundamental that we address the changing needs of our employees and offer them an outstanding employee experience. To achieve our Group's ambitious objectives, we must also create and promote an environment for productive teams, resulting in a strong, sustainable and socially responsible corporate culture that fosters a sense of belonging and loyalty to the Company. A further focus is on aligning the Company with society and the environment.

comprehensively and across brands. This is achieved, for instance, by supporting aid organizations in the crisis regions with the transportation of goods, through financial donations and the provision of housing and food, and by supporting cities and municipalities in Germany with the accommodation, care and integration of refugees. In addition, the refugee assistance program organizes opportunities for refugees to meet our employees and coordinates fundraising campaigns. Since the start of the Russian war on Ukraine, Volkswagen employees have donated more than €2 million to alleviate the suffering of Ukrainian refugees. Donations from Volkswagen Group companies to improve the humanitarian situation in Ukraine have reached more than €15 million since the war started. In 2022, the activities of Volkswagen's refugee assistance program were strengthened by the specially established Refugee Aid Ukraine Group Task Force.

ethical corporate conduct. Volkswagen sees itself as an equal opportunities employer. The intention is therefore for at least a fifth of Group management positions to be held by women by 2025, and for at least a quarter to be held by international managers.

Successfully Contributing Their Own Ideas

Through their creativity, knowledge and initiative, employees take on responsibility for improving processes and products and ultimately help us to achieve our sustainability goals. In 2023, 15,363 ideas were submitted as part of idea management, and savings of around €43 million were achieved at Volkswagen AG's sites.

Preventive Health and Occupational Safety

Particularly in the transformation, ensuring a safe and healthy working environment is a significant component of sustainable corporate governance and an important building block of employer attractiveness. Sustainability in the context of occupational health and safety for us means developing and implementing long-term strategies and measures that aim to ensure the health and safety of employees and, at the same time, take account of environmental and social aspects. This long-term approach also helps the Volkswagen Group to cope with demographic change, which is now typical of many industrial countries. Open communication in which employees can express concerns and suggestions for im-

Anexo X- Datos IKEA

Contents



Summary FY23

About Ingka Group	4
A few words from our leadership	5
Our four movements	6
Our business impact on people and planet	7
Materiality	8
Young Leaders' opinion letter	9
Our performance at a glance	10

Our progress FY23

Better homes	13
Progress against targets FY23	14
Affordability and accessibility of products and services	15
Healthy and sustainable living	18
Customer and end-user safety	22
Better lives	24
Progress against targets FY23	25
Equality, diversity and inclusion	27
Health, safety and wellbeing	30
Skills development	33
Fair income	36
Human rights	38
Community impact	41

Better planet	44
Progress against targets FY23	45
Climate change	47
Resource use, circularity and waste	58
Water	63
Biodiversity and forestry	65
Better company	68
Progress against targets FY23	69
Financial resilience	70
Ethical business conduct	73
Digital trust	75
Responsible sourcing	77
Governance	81

Our data FY23

About our reporting	9
Better homes data	9
Better lives data	9
Women's empowerment principles	9
Better planet data	10
Better company data	11
UN Sustainable Development Goals	12
Assurance report of the independent auditor	12



A few words from our leadership

In FY23 we celebrated 80 years of IKEA. So much has changed in eight decades, but we are still guided by the same vision: to create a better everyday life for the many people. That has never been more important or relevant than it is today.

We succeed as a business by remaining relevant and affordable for our customers, by keeping our costs low, by reinvesting for the future, and by taking care of people and planet. Each element is equally important and that's why we judge our performance holistically across four areas: Better homes for our customers, Better lives for the many people and our co-workers, a Better planet for all, and a Better company now and for future generations. To us, good performance means performing well in each and all of the four areas.

The past few years have been unprecedented in so many ways and while FY23 was a less eventful year than some, we continued to operate in an environment of economic uncertainty and disruption. Yet together with our co-workers, we delivered on our vision to create a better life at home and in the world, while growing the business in a healthy way. We are proud

"We are proud to be in a team of optimistic entrepreneurs, demonstrating together that it is good business to be a good business."

to be in a team of optimistic entrepreneurs, demonstrating together that it is good business to be a good business. Highlights from this year include opening 60 new locations to bring IKEA closer to more people, expanding our range of plant-based food options and enabling more customers to buy and sell secondhand IKEA furniture. We pride ourselves on providing a great place to work for our co-workers and were pleased that 84% told us that they feel they can be themselves at work. Our financial performance was good in FY23, with revenues of EUR 44.3 billion and a 5.7% increase in retail sales. We reinvested 85% of our net income into the company and the remaining 15% was paid as a dividend to the Stichting INGKA Foundation, to achieve its charitable purpose.

We have reduced our total climate footprint (scope 1, 2 and 3) by 24.3% since FY16 and this year we invested a further 0.7 billion (including committed investments) in onsite renewable energy generation and the wider energy transition (EUR 3.8 billion since 2009). To build on this progress, we have strengthened our climate targets in alignment with the Science Based Targets initiative (SBTi) Net Zero standard and submitted these for approval to SBTi. The revised target is a reduction of the climate footprint across the value chain by at least 50% by 2030 (compared to our 2016 baseline). We will report against these from FY24 once they have been approved.

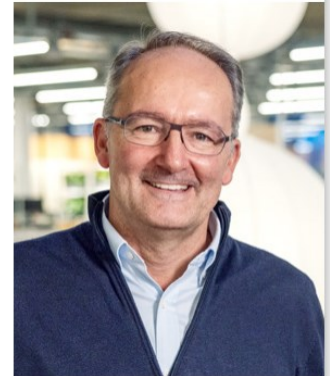
As we transform our business to be ever more affordable, accessible and sustainable, we are on a journey to strengthen our reporting too. We want to share our successes and achievements but also to be open about the challenges we face and to make sure we focus on the issues that

matter most. We have taken some important steps this year and this will remain a priority in FY24 and beyond.

We are 80 years old but young at heart. We look to the future with curiosity and humbleness and remain inspired by the words of our founder Ingvar Kamprad: We will move ahead only by constantly asking ourselves how what we are doing today can be done better tomorrow.


Jesper Brodin, President and CEO, Ingka Group*


Juvenio Maertu, Deputy CEO and CFO, Ingka Group*



Health and safety performance

We want all co-workers to feel and be safe at work, no matter what their role.

Our Group Rule on Health and Safety and our framework on Occupational Health and Safety (OH&S) provide guidance on how our locations should evaluate and mitigate safety risks. We have health and safety training for all co-workers and more detailed training for managers.

Our Lost Time Accident Frequency Rate (LTAFR), the number of lost time accidents (more than one day of lost time) per million hours worked, was 13.07 in FY23 (FY22: 15.19, FY21: 12.61).^{*} Our OH&S induction and refresher training was completed over 46,000 times in FY23. There were no co-worker fatalities.

During FY23 we worked with our country teams to ensure safety metrics are being used correctly and we established a safety network, with regular meetings and communications to encourage consistency and more best practice sharing around the Ingka Group.

We continued to roll out our safety training for managers and began developing further safety standards for contractors and third parties operating on our sites. We also reviewed and updated our Group Rule on Health, Safety and Security in FY23 and will roll it out in FY24.

Developing our wellbeing programmes

Our Ingka Group Health and Wellbeing Framework helps us to create consistency across our markets in the quality and extent of support we provide to co-workers.

We focus on three aspects of wellbeing:

- **Mental wellbeing** – We provide an inclusive and open working environment where our co-workers feel supported and able to seek help when needed, can realise their potential, work productively and cope with the normal stresses of life. We encourage open and honest conversations about mental health to break down taboos and stigma. We run our global mental health training and support World Mental Health Day to help tackle stigma around mental health.
- **Physical wellbeing** – We promote healthy lifestyle choices, from offering nutritious food in our canteens to providing facilities for exercise, helping co-workers to stay fit and well and avoid preventable diseases.
- **Financial wellbeing** – We want to help our co-workers to build a strong financial foundation through access to financial education and resources including tax advice, pension planning, support during major life events and learning modules

focusing on budgeting and financial planning. We offer flexible benefits to help co-workers manage their economic lives, both in the present and future. By supporting our co-workers' financial wellbeing, we aim to alleviate financial stress and promote security and stability.

We are exploring how flexible working solutions can help to improve business efficiency and co-worker wellbeing. For example, we are trialling self-scheduling systems in several countries which give shop-floor co-workers more control over their work schedules and help them to maintain a good work-life balance.

Employee Assistance Programme

Our Employee Assistance Programme, available in all countries, provides access to experts, counselling, and resources to support co-workers' mental, physical and financial wellbeing and promote healthy lifestyles.



Exoskeletons: an exciting new technology

A wearable exoskeleton may sound futuristic but this technology is already helping to protect the physical health of co-workers in our warehouses. Worn over clothing, the exoskeleton reduces the impact of heavy lifting on joints and muscles. For co-workers lifting many heavy boxes and packages every day, it can prevent injuries and reduce repetitive strain and fatigue. This benefits the business, too, with fewer days off work. We have received positive feedback from co-workers already using the exoskeletons and have worked with the supplier to ensure the technology is available and cost effective across our locations.

^{*} Data is for retail employees only. We identified an error in our previously reported data for FY22 and as a result we have restated this figure (previously reported as 17.16). Data for FY21 has also been restated.

A fair income is essential to improving the wellbeing of all co-workers and at the heart of building a more inclusive IKEA. We define it as an income that is perceived by co-workers as fair reward for the work they do and which enables them to live a decent life. Fair income is part of our Total Rewards offer which includes: our culture and values, purposeful jobs, choice-driven benefits, supporting wellbeing and sustainability, performance appreciation and safeguarding a decent standard of living.

Treat all women and men fairly at work – respect and support human rights and non-discrimination

Challenges we are addressing

- Many co-workers will need new or additional skills in the near future to meet changing business needs and to adapt to the changing nature of work. We're preparing for this challenge through our upskilling and reskilling programmes.
- We are working to further adapt our learning offer to ensure we are providing relevant training and development for each role and work environment alongside our broader learning programmes.

The survey also identified areas where we can do better. For example, co-workers expressed concerns about managing workloads and lacking resources, tools and equipment. We have established a taskforce to address concerns relating to workload including giving co-workers more flexibility and control over scheduling and improving our people planning processes. We're also investing to make sure that co-workers have the tools and equipment they need.

- **Increasing access to better homes** – exploring innovative approaches and partnerships to increase access to essential products, services and affordable housing, using our knowledge of life at home, our products, donations and input from our co-workers.

“Reflecting on FY23, I am so proud of our co-workers, who, together with our partners have achieved good progress on many of our sustainability ambitions, including reducing our emissions and helping more refugees to find work. Yet with so many complex challenges facing the world - from climate to rising inequality – we know there is still much more we must do.