



O Impacto da EcoVadis no Desempenho da Sustentabilidade - Case Study EDP Comercial

JÉSSICA CARVALHINHA MADEIRA

dezembro de 2023

INSTITUTO SUPERIOR DE ENGENHARIA DO PORTO

DISSERTAÇÃO
MESTRADO EM ENERGIAS SUSTENTÁVEIS

O Impacto da EcoVadis no Desempenho de
Sustentabilidade - *Case Study* EDP Comercial

Jéssica Carvalhinha Madeira



POLITÉCNICO DO PORTO

Setembro 2023

INSTITUTO SUPERIOR DE ENGENHARIA DO PORTO

DISSERTAÇÃO
MESTRADO EM ENERGIAS SUSTENTÁVEIS (MES)

O Impacto da EcoVadis no Desempenho de
Sustentabilidade - *Case Study* EDP Comercial

Nome do autor: Jéssica Carvalhinha Madeira

Número de estudante: 1200459

Dissertação apresentada ao Instituto Superior de Engenharia do Porto para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Energias Sustentáveis.

Orientador:

Mestre/Especialista José Carlos Sá

Co-orientador:

Doutor Pedro Fontoura

26 setembro 2023

RESUMO

Palavras Chave

Desempenho empresarial, EcoVadis, Percepção do cliente, Sustentabilidade

Os atuais desafios de sustentabilidade e a existência de um mercado cada vez mais competitivo, têm resultado numa maior consciencialização das empresas relativamente à importância de desenvolver os negócios de uma forma responsável, pensando no médio e no longo prazo, e nas necessidades e expectativas dos seus *stakeholders* (incluindo clientes). A adoção de boas práticas torna-se imprescindível para garantir competitividade e criação de valor de uma forma sustentável. A EcoVadis é uma plataforma que avalia o desempenho de sustentabilidade das empresas, de modo a promover cadeias de fornecimento sustentáveis, estimulando a sustentabilidade dos negócios e da sociedade em geral. No entanto, existe um gap na literatura, sobre o efeito da metodologia EcoVadis no desempenho organizacional. Assim surgiu a questão da investigação: Qual é o impacto da EcoVadis no Desempenho de Sustentabilidade das Organizações? Com o intuito de responder a esta questão, a presente investigação explora de que modo a utilização do registo EcoVadis permite potenciar a adoção de estratégias de sustentabilidade, enquanto ferramenta diferenciadora para a criação de valor para as Organizações e respetivos *stakeholders*. Para atingir os objetivos definidos, foi utilizada uma metodologia *case study*, na qual se avalia a evolução do desempenho de sustentabilidade de uma empresa de referência no setor energético português, que utiliza a ferramenta EcoVadis para *report* e melhoria contínua do seu desempenho. Os resultados apresentam as medidas implementadas pela empresa analisada para elevar o seu desempenho de sustentabilidade em 2023, considerando os insights do processo de avaliação EcoVadis em 2022. Verificou-se um aumento do desempenho avaliado pela EcoVadis, entre esse período, e concluiu-se que as medidas que mais impactaram esta melhoria foram a (i) criação de indicadores de monitorização específicos para a empresa analisada (separados do grupo empresarial a que pertence), (ii) o incremento da qualidade do *report*, validado por uma terceira parte, e (iii) os programas de transformação cultural implementados para melhorar o desempenho de sustentabilidade na organização (segurança e saúde no trabalho, *security*, circularidade, *well-being*, gestão sustentável da cadeia de fornecimento, etc.). Através da presente investigação, foi possível constatar que a EcoVadis contribui para potenciar a implementação de boas práticas de sustentabilidade empresarial, através dos insights do processo de avaliação do ano anterior, bem como do estímulo criado junto da empresa para acelerar o processo de melhoria contínua de modo a obter um rating superior, algo que é valorizado pelos clientes e pela sociedade em geral. A EcoVadis provou ser uma mais-valia para a sustentabilidade nas organizações, demonstrando um impacto positivo e significativo não só no desempenho de sustentabilidade das empresas, mas também nas cadeias de fornecimento e na percepção dos *stakeholders* das empresas. Por fim, tendo por base a literatura e os resultados desenvolvidos, foram propostas algumas estratégias para promover a melhoria contínua do desempenho de sustentabilidade nas organizações, entre as quais, antecipar as tendências relacionadas com o desenvolvimento sustentável, de modo a implementar atempadamente iniciativas organizacionais que permitam endereçar as necessidades e expectativas dos clientes e da sociedade em geral. Através de uma maior proximidade entre as empresas, a academia e as organizações que trabalham os temas da sustentabilidade (p.ex. ONG, ratings de sustentabilidade, etc.), será possível criar vantagens competitivas diferenciadores no mercado. No final da dissertação, são apresentadas algumas oportunidades para continuar a aprofundar a investigação no futuro, assim como as limitações do trabalho desenvolvido.

ABSTRACT

Keywords

Business performance, Customer perception, EcoVadis, Sustainability

The current sustainability challenges and the existence of an increasingly competitive market have led to a greater awareness among companies regarding the importance of developing businesses in a responsible manner, thinking in the medium and long term, and considering the needs and expectations of their stakeholders (including customers). The adoption of good practices becomes essential to ensure competitiveness and value creation in a sustainable way. EcoVadis is a platform that assesses the sustainability performance of companies in order to promote sustainable supply chains, stimulating the sustainability of businesses and society in general. However, there is a gap in the literature regarding the effect of the EcoVadis methodology on organizational performance. Thus, the research question arose: What is the impact of EcoVadis on the Sustainability Performance of Organizations? In order to answer this question, the present investigation explores how the use of the EcoVadis registry can enhance the adoption of sustainability strategies as a differentiating tool for creating value for organizations and their respective stakeholders. To achieve the defined objectives, a case study methodology was used, evaluating the evolution of the sustainability performance of a reference company in the Portuguese energy sector that uses the EcoVadis tool for reporting and continuous improvement of its performance. The results present the measures implemented by the analyzed company to increase its sustainability performance in 2023, considering the insights from the EcoVadis assessment process in 2022. An increase in performance evaluated by EcoVadis was observed during this period, and it was concluded that the measures that most impacted this improvement were (i) the creation of specific monitoring indicators for the analyzed company (separate from the business group to which it belongs), (ii) the improvement of report quality, validated by a third party, and (iii) the implementation of cultural transformation programs to improve sustainability performance in the organization (occupational health and safety, security, circularity, well-being, sustainable supply chain management, etc.). Through this research, it was possible to verify that EcoVadis contributes to enhancing the implementation of good corporate sustainability practices, through insights from the previous year's assessment process, as well as the stimulus created with the company to accelerate the continuous improvement process to achieve a higher rating, something valued by customers and society in general. EcoVadis has proven to be an asset for sustainability in organizations, demonstrating a positive and significant impact not only on the sustainability performance of companies but also on supply chains and the perception of companies' stakeholders. Finally, based on the developed literature and results, some strategies were proposed to promote continuous improvement in sustainability performance in organizations, including anticipating trends related to sustainable development in order to timely implement organizational initiatives that address the needs and expectations of customers and society in general. Through closer collaboration between companies, academia, and organizations working on sustainability issues (e.g., NGOs, sustainability ratings, etc.), it will be possible to create differentiating competitive advantages in the market. At the end of the dissertation, some opportunities to further research in the future are presented, as well as the limitations of the work developed.

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, à minha mãe, à minha irmã, ao meu namorado, às minhas amigas Méline e Francisca, e a toda a minha família e amigos, agradeço pelo carinho, pela motivação e pelo apoio constante ao longo de todos os meses de desenvolvimento desta tese.

À Professora Olga Castro, diretora de curso, agradeço pela disponibilidade e pela ajuda prestada durante todo este percurso.

Ao Doutor Pedro Fontoura, co-orientador da EDP Comercial, agradeço pela orientação, pela disponibilidade demonstrada e pelos recursos facultados que me permitiram concluir esta dissertação.

E ao Professor José Carlos Sá, orientador do ISEP, agradeço pela orientação ao longo de todo o processo e pelos conselhos que me guiaram até à reta final.

Jéssica Carvalhinha Madeira

ÍNDICE GERAL

RESUMO	i
ABSTRACT	ii
AGRADECIMENTOS	iii
ÍNDICE GERAL	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ÍNDICE DE TABELAS	vii
LISTA DE ABREVIATURAS	viii
LISTA DE SÍMBOLOS	x
CAPÍTULO 1	1
1 - Introdução	1
1.1 - Enquadramento do tema.....	1
1.2 - Objetivos e sua relevância.....	3
1.3 - Empresa de acolhimento.....	4
1.4 - Estrutura da dissertação.....	5
1.4.1 - <i>Software</i> e sistemas de informação.....	6
CAPÍTULO 2	7
2 - Revisão bibliográfica	7
2.1 - Estratégia da Investigação.....	7
2.2 - Análise das Publicações.....	11
2.3 - Análise Bibliométrica.....	16
2.4 - Análise e Síntese da Literatura.....	20
2.4.1 - Desafios globais para a sustentabilidade.....	20
2.4.2 - Sustentabilidade enquanto elemento de diferenciação.....	21
2.4.3 - Sustentabilidade Empresarial.....	24
2.4.4 - EcoVadis.....	29
2.4.5 - Importância da Sustentabilidade no contexto português.....	38
CAPÍTULO 3	40
3 - Metodologia	40
3.1 - Filosofia da Investigação.....	40
3.2 - Abordagem da Investigação.....	41
3.3 - Estratégia da Investigação.....	41
3.4 - Método da Investigação.....	41
3.5 - Horizonte Temporal.....	42
3.6 - Recolha e Análise de Dados.....	42
CAPÍTULO 4	45

4 - Resultados e discussão.....	45
4.1 - Resultados	45
4.2 - Ambiente	52
4.3 - Trabalho e Direitos Humanos	53
4.4 - Ética	54
4.5 - Compras Sustentáveis.....	54
4.6 - Pontuação Geral	55
4.7 - EDP Comercial e o Setor Elétrico	56
4.8 - Discussão Final	57
CAPÍTULO 5	59
5 - Conclusões e trabalhos futuros.....	59
5.1 - Conclusões	59
5.2 - Trabalhos futuros	60
5.3 - Limitações	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÃO	62
APÊNDICES.....	71
APÊNDICE A – RELEVANCE TREE	71
APÊNDICE B – INDICADORES ESG DA EDP COMERCIAL.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Frameworks de avaliação de sustentabilidade (EDP, 2023a).....	2
Figura 2 - Construção do Propósito da Dissertação.	3
Figura 3 - Compromissos EDP (EDP, 2022a).....	4
Figura 4 - Certificados LRQA e Medalha EcoVadis da EDP Comercial (EDP, 2023e)	5
Figura 5 - RSL aplicada à presente investigação.	7
Figura 6 - Metodologia PRISMA aplicada à presente investigação.....	8
Figura 7 - Publicações e citações do período 1900 – 9 de junho de 2023 (retirado da WoS).	12
Figura 8 - Top 20 países com mais publicações (retirado da WoS).....	15
Figura 9 - Número de artigos publicados por ODS.	16
Figura 10 - Mapa da rede das áreas mais relevantes para a sustentabilidade empresarial (retirado do VOSviewer).....	17
Figura 11 - Os 5 princípios dos ODS (BCSD Portugal, 2023b).....	21
Figura 12 - Os 3 Pilares da Sustentabilidade.	22
Figura 13 - Solução EcoVadis (EcoVadis, 2023k).....	30
Figura 14 - Fundamentos das Soluções EcoVadis (EcoVadis, 2023d).	30
Figura 15 - Rede global da EcoVadis (EcoVadis, 2023b).	31
Figura 16 - Indicadores de gestão EcoVadis (EcoVadis, 2023b).....	33
Figura 17 - Critérios de sustentabilidade EcoVadis (EcoVadis, 2023b).....	33
Figura 18 - Exemplo figurativo de um scorecard EcoVadis (EcoVadis, 2023b).	34
Figura 19 - Medalhas EcoVadis (EcoVadis, 2023f).....	35
Figura 20 - Pontuação mínima em cada tema para que uma empresa seja elegível para uma medalha (EcoVadis, 2023f).	35
Figura 21 - 20 países com a melhor performance de sustentabilidade mundial na EcoVadis (EcoVadis, 2023a).....	39
Figura 22 - Metodologia adotada.....	44

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Palavras-chave e respetivos tópicos.	9
Tabela 2 - Top 20 artigos mais citados (retirado da WoS).....	12
Tabela 3 - Top 20 jornais mais citados (retirado da WoS).....	14
Tabela 4 - Cluster 1: 17 itens e análise.	18
Tabela 5 - Cluster 2: 21 itens e análise.	18
Tabela 6 - Cluster 3: 18 itens e análise.	18
Tabela 7 - Cluster 4: 17 itens e análise.	19
Tabela 8 - Cluster 5: 18 itens e análise.	19
Tabela 9 - Cluster 6: 16 itens e análise.	20
Tabela 10 - Práticas Empresarias e a sua relação com a Sustentabilidade.	24
Tabela 11 - Testemunhos do impacto da EcoVadis (EcoVadis, 2023b).....	31
Tabela 12 - Princípios da metodologia EcoVadis (EcoVadis, 2023j).	32
Tabela 13 - Evolução dos critérios de elegibilidade EcoVadis do ano 2023 para o ano 2024.....	36
Tabela 14 - Práticas identificadas na revisão da literatura com o potencial de alavancar desempenho de sustentabilidade, considerando as dimensões EcoVadis.	37
Tabela 15 – Informação analisada no presente estudo.....	42
Tabela 16 - Resultados Case Study EDP Comercial.	46
Tabela 17 - Peso de cada fator e de cada tema da avaliação.	51
Tabela 18 - Pontuações e a sua evolução.....	51
Tabela 19 - EDP Comercial vs Setor Elétrico.....	52

LISTA DE ABREVIATURAS

- APA – *American Psychological Association*
- B2B – *Business to Business*
- B2C – *Business to Consumer*
- B4SI – *Business For Societal Impact*
- CEO – *Chief Executive Officer*
- CERES – *Coalition for Environmentally Responsible Economies*
- COP – *Conference of the Parties*
- COVID-19 – *Coronavirus Disease 2019*
- CSR – *Corporate Social Responsibility*
- EDP – *Energias de Portugal*
- EDPC – *EDP Comercial*
- ESG – *Environmental, Social and Governance*
- EUA – *Estados Unidos da América*
- FTSE – *Financial Times Stock Exchange*
- GEE – *Gases com Efeito de Estufa*
- GRI – *Global Reporting Initiative*
- ISEP – *Instituto Superior de Engenharia do Porto*
- ISO – *International Organization for Standardization*
- ISS – *Instituto da Segurança Social*
- LRQA – *Lloyd's Register Quality Assurance*
- PRISMA – *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*
- RSC – *Responsabilidade Social Corporativa*
- RSL – *Revisão Sistemática da Literatura*
- OCDE – *Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico*
- ODS – *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*
-

OIT – Organização Internacional do Trabalho

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PwC – *PricewaterhouseCoopers*

VS – Versus

WBA – *World Benchmarking Alliance*

WoS – *Web of Science*

LISTA DE SÍMBOLOS

XXI – 21

% – Percentagem

C-C – *Consumer-Company*

CAPÍTULO 1

1 - Introdução

O presente capítulo irá introduzir a dissertação através de um enquadramento do tema, seguindo-se a apresentação dos objetivos e da sua importância, da estrutura do trabalho e, por fim, uma breve descrição da empresa de acolhimento e do software que será utilizado no âmbito da investigação.

1.1 - Enquadramento do tema

A sustentabilidade é um princípio de vida, de trabalho e de negócio. No entanto, a negligência com a sustentabilidade vivida no último século desencadeou problemas sociais, económicos e ambientais que estão a ser presenciados neste século e que despertaram a consciência dos líderes das empresas, dos governos, e dos consumidores (Shackleton et al., 2023). A COP 28, a decorrer entre novembro e dezembro de 2023 no Dubai, ilustra a preocupação dos países e das organizações com os desafios de sustentabilidade do planeta, e sublinha a urgência de uma ação por parte da sociedade e das empresas para enfrentar a crise climática (United Nations, 2023).

Atualmente, essa preocupação em contribuir para a sustentabilidade do planeta, leva a uma maior procura e demanda por produtos, serviços, cadeias de fornecimento e modelos de negócio sustentáveis. Paralelamente a isso, o mercado despoletou novas tecnologias, novos conceitos e novos negócios que ameaçam os modelos de negócio atuais e conduzem as empresas rumo à inovação.

Portanto, as empresas são cada vez mais pressionadas, instigadas e motivadas a rever e a melhorar a sua performance de sustentabilidade e a promover e a estimular comportamentos mais sustentáveis nos seus clientes. Este facto levou muitas empresas a procurar métodos de análise e estratégias para aperfeiçoar o seu desempenho de sustentabilidade (Costa & Menichini, 2013), e até formas de se anteciparem às alterações do mercado e às exigências futuras da sustentabilidade (Cammarano et al., 2022; De Valon et al., 2022; Milovanov, 2016; White et al., 2019; Xie & Madni, 2023).

Com isto, não só a sustentabilidade se transformou num elemento de diferenciação no mercado atual como também é cada vez mais reconhecida e implementada pelos seus benefícios (Costa & Menichini, 2013; De Valon et al., 2022; Karim & Rabiul, 2022; Román-Augusto et al., 2022). O maior problema, no momento, prende-se com os temas e os requisitos de sustentabilidade que poderão emergir no futuro.

A informação sobre o desempenho de sustentabilidade das organizações, também conhecido como desempenho ESG, é hoje em dia um aspeto essencial para

demonstrar de que modo as empresas estão a criar valor para os seus *stakeholders* integrando não apenas os tradicionais rácios financeiros de curto prazo, mas também variáveis ambientais, sociais e de boa gestão (*governance*), assim como um horizonte temporal que considera o médio e o longo prazo (Pineau et al., 2022). Garantir que a informação reportada é credível, com qualidade e transparência adequada, é essencial para garantir que os *stakeholders* criam lealdade e compromisso com as marcas (evitando o *report* de informação incompleta, errada ou dúbia - Zhu et al., 2023).

A análise da performance por uma terceira parte permite dar uma maior segurança aos *stakeholders* relativamente ao desempenho das organizações (Zhu et al., 2023). Desde o ano 1990, começaram a ser desenvolvidos *frameworks* que avaliam vários aspetos da sustentabilidade das organizações (SUSTAINABILITY ACCOUNTING AND REPORTING, 2006). Existem *frameworks* ESG tipicamente usados no mercado financeiro como por exemplo Sustainalytics, FTSE e S&P Dow Jones, *frameworks* especializados em determinadas dimensões da sustentabilidade como Ethisphere, Gender Bloomberg e + Família, e *frameworks* não financeiros, como Global Compact e GRI, onde se inclui o EcoVadis (Figura 1 - Crews, 2023; Cruz & Matos, 2023; EDP, 2023a).



Figura 1 - *Frameworks* de avaliação de sustentabilidade (EDP, 2023a).

A EcoVadis surge no ano 2007 e apresenta algumas características particularmente relevantes para monitorizar o desempenho das organizações, pelo que tem sido adotado por um conjunto cada vez mais alargado de empresas a nível mundial, sendo um requisito para muitos fornecedores poderem aceder a oportunidades de mercado junto de clientes cada vez mais interessados na sustentabilidade (EcoVadis, 2023b, 2023j).

Sintetizando, a reduzida sustentabilidade do mundo em geral, associada aos problemas sociais, económicos e ambientais do planeta, conduziu a uma maior consciencialização das organizações e dos consumidores sobre estes temas, aumentando, conseqüentemente, a pressão e a competição existente no mercado. Estes fatores colocaram as organizações em alerta, à procura de soluções inovadoras, com o intuito de se diferenciarem no mercado. Com este propósito, hoje em dia, as empresas investem e trabalham cada vez mais para melhorar o seu

desempenho de sustentabilidade, porém, muitas vezes não sabem como fazê-lo, pelo que surge a questão apresentada na Figura 2: **Como melhorar a sustentabilidade empresarial?**

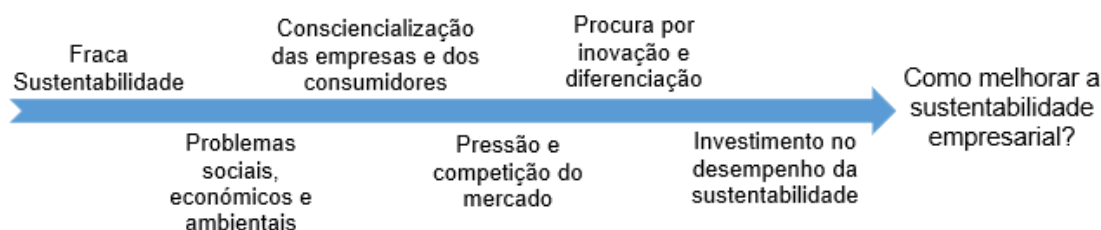


Figura 2 - Construção do Propósito da Dissertação.

1.2 - Objetivos e sua relevância

Considerando o subcapítulo anterior e o apelo de alguns autores em compreender como melhorar o desempenho de sustentabilidade das empresas e contribuir para hábitos mais sustentáveis por parte dos consumidores (Al-Haddad et al., 2022; Costa & Menichini, 2013; Grainger-Brown & Malekpour, 2019; Silva et al., 2022; Vysotska & Vysotskyi, 2022; Xie & Madni, 2023; S. Yang & Chai, 2022), o propósito desta dissertação é identificar de que modo a utilização do registo EcoVadis permite potenciar a adoção de estratégias de sustentabilidade, enquanto ferramenta diferenciadora para a criação de valor para as Organizações e respetivos *stakeholders*.

Assim, os objetivos da presente investigação são os seguintes:

- **Objetivo 1** - Analisar o pensamento académico e as tendências de investigação sobre as práticas sustentáveis das empresas e dos consumidores;
- **Objetivo 2** - Comparar as tendências recentes de investigação com as temáticas analisadas pelo EcoVadis;
- **Objetivo 3** - Analisar os critérios de avaliação da EcoVadis dos anos 2022 e 2023;
- **Objetivo 4** - Comparar o desempenho de sustentabilidade da EDP Comercial na EcoVadis, considerando os diferentes parâmetros de avaliação, relativamente ao ano 2022 e 2023;
- **Objetivo 5** - Propor *guidelines* estratégicos que permitam à EDP Comercial melhorar o seu desempenho de sustentabilidade e potenciar comportamentos mais sustentáveis nos seus clientes, valorizando a marca EDP no mercado enquanto empresa responsável.

A presente investigação será relevante para alargar e fortalecer a literatura existente sobre a adoção de boas práticas de sustentabilidade pelas organizações, utilizando os ratings de sustentabilidade como ferramenta facilitadora da mudança. O

facto das empresas serem avaliadas por entidades externas, que monitorizam o seu desempenho e fornecem *insights* relevantes para a melhoria contínua desse desempenho, apresenta um potencial estratégico para criar organizações mais competitivas, capazes de criar valor de uma forma sustentável. Para além de pretender contribuir para a criação de literatura, que endereçará a lacuna existente na academia relativamente às publicações sobre a utilização de ratings de sustentabilidade nas organizações enquanto ferramenta para a promoção da melhoria contínua do desempenho (nomeadamente do EcoVadis), este estudo também irá ajudar a criar valor para as empresas, através dos seus *insights* sobre como melhorar o desempenho ESG percebido por terceiras partes e, em última análise, pelos clientes.

Atendendo ao exposto, a presente dissertação pretende responder à seguinte questão: **Qual é o impacto da EcoVadis no Desempenho de Sustentabilidade das Organizações?**

1.3 - Empresa de acolhimento

A presente investigação utilizou como *case study* a EDP Comercial que assumiu esta investigação como um projeto a desenvolver tendo colaborado na orientação do mesmo através do Doutor Pedro Fontoura.

A EDP é uma empresa do setor elétrico fundada a 30 de junho de 1976 (EDP, 2019), com uma cultura ESG forte que procura promover nas diferentes geografias onde desenvolve atividade (EDP, 2022b). As várias unidades de negócio (geração, distribuição, comercialização) permitem-lhe assumir um papel de líder no mercado energético nacional (Miguel & Teixeira, 2021). Para além disto, a EDP está comprometida com os ODS e tem vindo a demonstrá-lo através dos compromissos estratégicos (Figura 3) estabelecidos para os anos que se avizinham (EDP, 2022a).

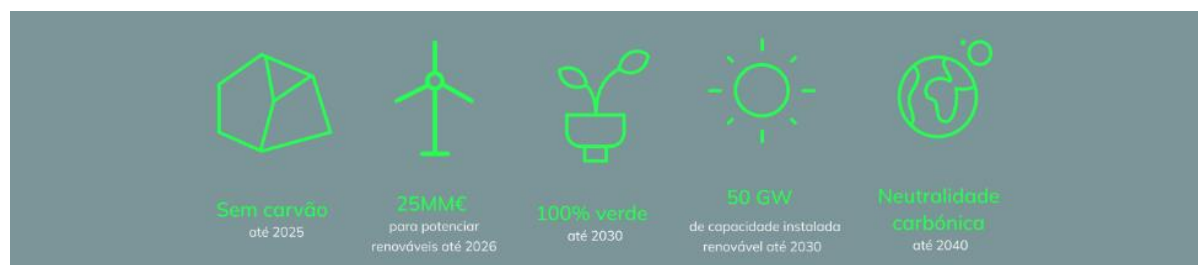


Figura 3 - Compromissos EDP (EDP, 2022a).

Estes objetivos orientam a EDP em direção à sua visão de “Liderar a transição energética para criar valor superior” (EDP, 2023d).

A EDP Comercial é a Unidade de Negócio que comercializa produtos e serviços no mercado livre. Tal como a empresa mãe, investe muito no seu desempenho de sustentabilidade e fá-lo através de diferentes iniciativas, muitas delas decorrentes dos projetos transversais de promoção da cultura ESG do Grupo EDP (p.ex. ESG mindset para promoção de uma abordagem circular ao negócio, PlayItSafe para promoção da cultura de segurança, CITADEL para promoção da

security, diversos programas de promoção do bem estar/clima organizacional, diversos programas/iniciativas de promoção da ética e boa gestão na organização, entre outros). Apesar do Grupo EDP ser avaliado de uma forma positiva por um conjunto alargado de ratings de sustentabilidade (p.ex. Sustainabilitys, S&P Dow Jones, FTSE, entre outros), a EDP Comercial apresenta uma certificação em qualidade, ambiente e segurança, de acordo com as referências ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001 atribuídas pela LRQA, e faz, ainda, parte do 1% das melhores empresas em sustentabilidade classificadas pela EcoVadis, sendo atualmente detentora da medalha de platina (Figura 4 - EDP, 2023c).



Figura 4 - Certificados LRQA e Medalha EcoVadis da EDP Comercial (EDP, 2023e)

Para mais informações sobre o desempenho ESG da EDP Comercial, pode ser consultada a informação publicada anualmente pela empresa, disponível em https://www.edp.pt/pdf/indicadores_esg_edpc.pdf. Nessa página é apresentada a evolução de alguns parâmetros relevantes relacionados com temas como p.ex. diversidade no local de trabalho, segurança e saúde no trabalho, emissões, resíduos, produção de eletricidade, entre outros, sendo toda esta informação validada anualmente pela PwC e utilizada para evidenciar junto dos clientes e ratings de sustentabilidade o compromisso da organização com a criação de valor partilhado, considerando as necessidades e expectativas das partes interessadas.

1.4 - Estrutura da dissertação

A presente dissertação foi dividida em cinco capítulos, de forma a organizar devidamente a investigação e a apresentação do trabalho desenvolvido.

Na **Introdução** (capítulo 1), foi apresentado o contexto da área de estudo, o propósito do presente trabalho, a sua importância e uma breve descrição da empresa de acolhimento, neste caso a EDP Comercial.

Na **Revisão bibliográfica** (capítulo 2), será apresentada a estratégia definida para a investigação teórica do trabalho, uma análise das publicações encontradas, uma análise bibliométrica e uma síntese da literatura sobre o tema.

Na **Metodologia** (capítulo 3), será apresentada a metodologia definida para o *case study* da EDP Comercial.

Nos **Resultados e Discussão** (capítulo 4), os resultados obtidos no *case study* serão apresentados com uma análise e discussão dos mesmos por cada tema avaliado pela EcoVadis.

Nas **Conclusões e Trabalhos Futuros** (capítulo 5), o trabalho será concluído com a resposta à questão da investigação, com uma discussão sobre o impacto dos resultados na sociedade e os trabalhos futuros que possam advir destes.

1.4.1 - *Software* e sistemas de informação

Para o desenvolvimento da investigação foi disponibilizado e utilizado o seguinte *software* e sistemas de informação:

- **EcoVadis** – uma plataforma de avaliação do desempenho de sustentabilidade das empresas (EcoVadis, 2023j), utilizada na presente investigação para avaliar as práticas ESG adotadas pela EDP Comercial.
- **Excel** – um software de armazenamento, organização e manipulação de dados (Tanavalee et al., 2016), utilizado como suporte às fases de recolha e análise dos dados do *case study*;
- **Mendeley** – uma ferramenta de gestão de referências (Mas-Bleda & Thelwall, 2016), utilizada para auxiliar a adição de referências bibliográficas e de outro tipo neste documento;
- **VOSviewer** – um *software* de análise bibliométrica (Orduña-Malea & Costas, 2021), utilizado com o propósito de extrair os *clusters* mais relevantes sobre o desempenho de sustentabilidade das empresas e a perceção dos seus clientes desse desempenho;
- **Web of Science** – uma base de dados (J. Li et al., 2023), utilizada para o estudo e investigação da literatura existente sobre o tema desta dissertação.

Assim, sendo a principal missão do presente trabalho auxiliar a EDP Comercial a desenvolver e a aperfeiçoar o seu desempenho de sustentabilidade e, visto que a empresa considera a sustentabilidade um tema de grande importância, os resultados desta investigação poderão ser úteis para contribuir para a melhoria do desempenho de uma empresa que usa como mote para a sua atividade, frases aspiracionais como as seguintes:

“Estamos a mudar já hoje o amanhã” (EDP, 2023a);

“A nossa energia e coração conduzem a um amanhã melhor” (EDP, 2022b).

CAPÍTULO 2

2 - Revisão bibliográfica

O presente capítulo apresenta uma revisão sistemática da literatura (RSL) existente sobre o desempenho de sustentabilidade das empresas e as práticas sustentáveis dos consumidores. Através de uma abordagem indutiva é construída uma visão dos temas atualmente mais relevantes para a sustentabilidade corporativa.

A RSL é um processo de revisão das investigações publicadas, com o intuito de estabelecer o estado de arte sobre um determinado tópico (Castillo & Grbovic, 2022), e a abordagem indutiva é um método no qual a teoria é construída a partir da análise de dados, neste caso, a partir da revisão de literatura (Iftikhar et al., 2022; Thomas, 2006).

De forma a realizar com rigor a presente revisão bibliográfica, o capítulo desenvolve-se de acordo com as três fases da RSL, planificação, execução e reporte (Tranfield et al., 2003), conforme apresentado na Figura 5.

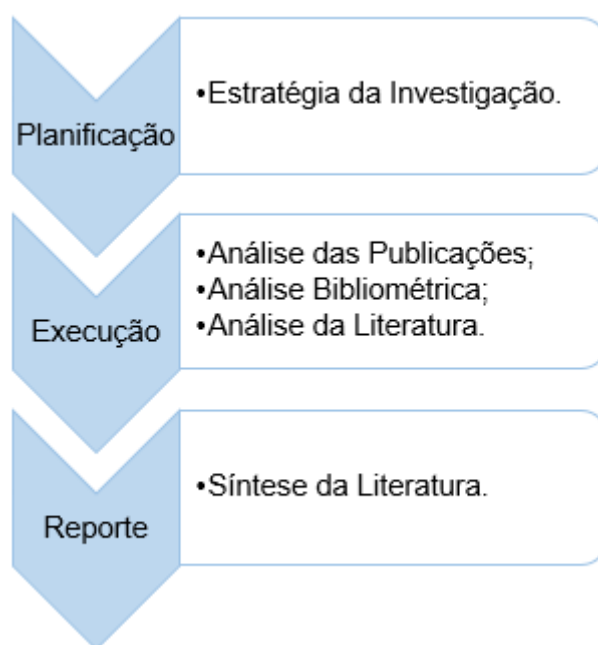


Figura 5 - RSL aplicada à presente investigação.

2.1 - Estratégia da Investigação

A estratégia utilizada na investigação da literatura para selecionar os artigos científicos coerentes com o propósito da dissertação foi a metodologia PRISMA, a

qual permitiu uma pesquisa criteriosa e atenta da literatura existente segundo o esquema da Figura 6.

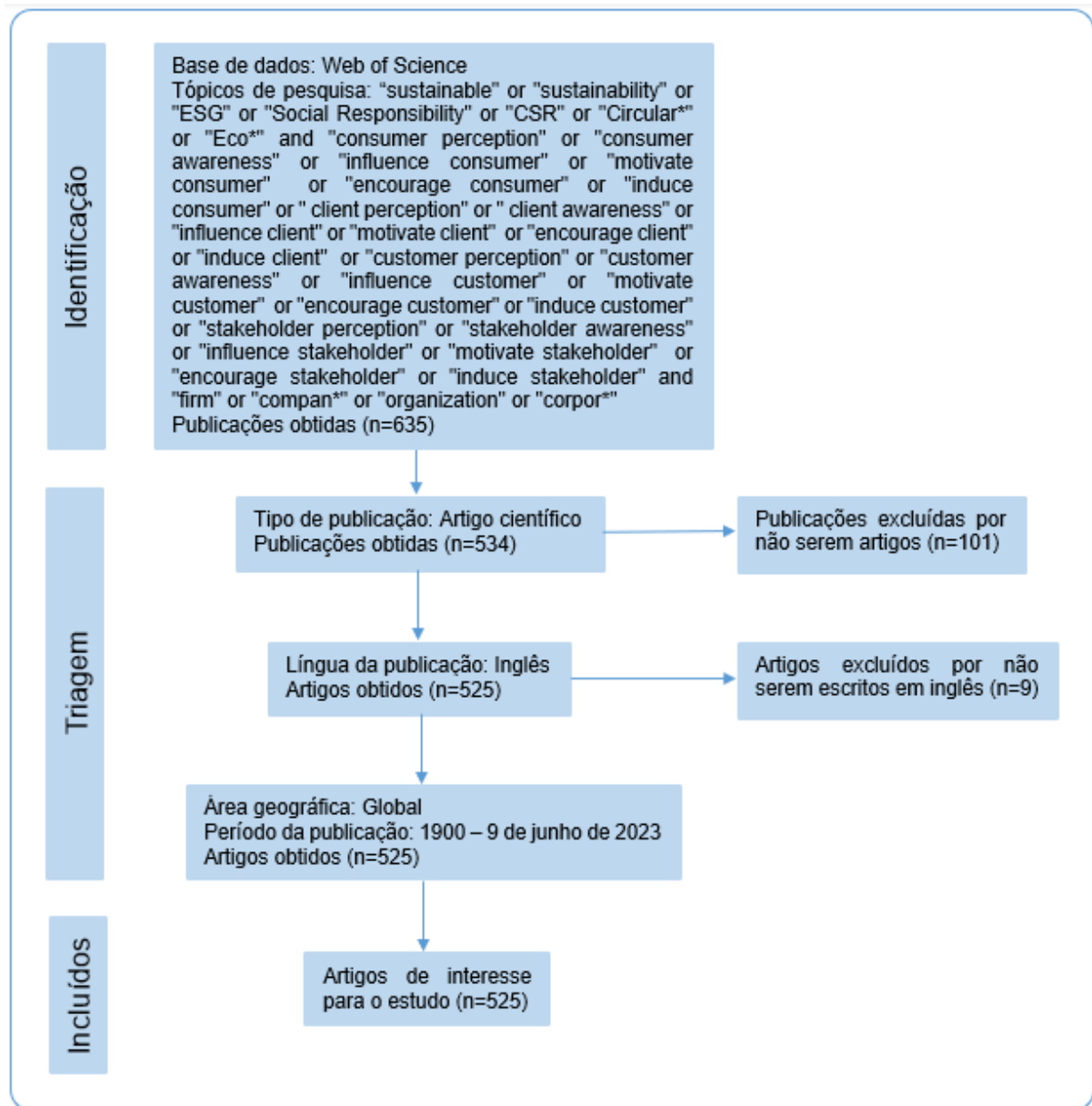


Figura 6 - Metodologia PRISMA aplicada à presente investigação.

A metodologia PRISMA é uma metodologia que orienta a implementação e o reporte da RSL de acordo com os objetivos definidos para uma dissertação, sendo um método que se tem mostrado fidedigno e eficiente (Castillo & Grbovic, 2022).

No presente trabalho, o planeamento desta metodologia passou por três etapas: a definição das fontes da informação, dos tópicos de pesquisa e dos parâmetros de restrição da pesquisa.

Conforme é possível evidenciar pela Figura 6, a fonte de informação utilizada foi uma base de dados, mais concretamente, a WoS. Ao contrário de fontes impressas, uma base de dados permite a realização de pesquisas mais específicas e precisas, possibilita a utilização de combinações de tópicos e, ainda, a seleção de

parâmetros de pesquisa que automaticamente excluem as publicações que não correspondem a esses parâmetros (Saunders et al., 2009). Por estes motivos e por disponibilizar inúmeras publicações num só local permitindo uma maior agilidade e celeridade no desenvolvimento da pesquisa, foi escolhida uma base de dados como fonte de informação para a investigação. Entre muitas bases de dados elegíveis, a WoS foi selecionada devido ao seu rigor, qualidade e fiabilidade das revistas científicas que disponibiliza (Miguel & Teixeira, 2021).

De seguida, procedeu-se à identificação das palavras-chave da investigação, a parte mais importante do planeamento da RSL. As palavras-chave são termos mais básicos para descrever o propósito de uma dissertação e conduzem o trabalho em direção à meta pretendida através da sua utilização na fase de pesquisa (Saunders et al., 2009).

No presente trabalho foram utilizadas duas técnicas para definir as palavras-chave, o método *Brainstorming* e a *Relevance Tree*, ambas apoiadas na grande questão da investigação – **Qual é o impacto da EcoVadis no Desempenho de Sustentabilidade das Organizações?**

Brainstorming é um método que, sem críticas imediatas, procura originar uma solução ou *insights* inovadores a partir da geração livre de ideias em grupo (Nijstad et al., 2003). Esta técnica foi aplicada pela forma natural e espontânea com que permite gerar ideias criativas a partir de diferentes perspetivas. A *Relevance Tree* permite esquematizar as ideias originadas sobre um tema, neste caso, as ideias formadas durante a sessão de *Brainstorming*. Adotou-se este método, pois não só permite constatar mais rapidamente quais as palavras-chave da investigação, como também facilita a identificação das áreas que precisam de um foco imediato e das áreas que precisam de mais trabalho e atenção (Saunders et al., 2009). A *Relevance Tree* criada para auxiliar o desenvolvimento do presente trabalho está representada na Figura A1 (primeira figura do apêndice A) e as palavras-chave encontradas foram: Sustentabilidade, Desempenho Empresarial e Perceção do Cliente.

De modo que os dados recolhidos fossem abrangentes, mas bem direcionados para a questão da investigação, foram consideradas todas as áreas da *Relevance Tree* como tópicos de pesquisa. A Tabela 1 ilustra os tópicos de pesquisa utilizados na WoS e as respetivas palavras-chave que correspondem às áreas de estudo da RSL.

Tabela 1 - Palavras-chave e respetivos tópicos.

Palavras-chave	Tópicos de pesquisa
EcoVadis	"EcoVadis" or "EcoVadis methodology" or "EcoVadis Classification" or "EcoVadis Clients"
Sustentabilidade	"sustainable" or "sustainability" or "ESG" or "Social Responsibility" or "CSR" or "Circular*" or "Eco*"
Desempenho Empresarial	"firm" or "compan*" or "organization" or "corpor*"
Perceção do Cliente	"consumer perception" or "consumer awareness" or "influence consumer" or "motivate consumer" or "encourage consumer" or "induce consumer" or "client perception" or "client awareness" or "influence client" or "motivate client" or "encourage client" or "induce client" or "customer perception" or "customer awareness" or "influence

Palavras-chave	Tópicos de pesquisa
	customer" or "motivate customer" or "encourage customer" or "induce customer" or "stakeholder perception" or "stakeholder awareness" or "influence stakeholder" or "motivate stakeholder" or "encourage stakeholder" or "induce stakeholder"

Certas particularidades da pesquisa desenvolvida foram aplicadas no sentido de otimizar o processo de investigação, como a utilização de um asterisco, de aspas e das palavras *or* e *and*. Os asteriscos representam terminações ilimitadas das palavras em que são empregues e foram utilizados de forma a abranger o máximo de palavras associadas ao tema do presente trabalho. As aspas garantem que a pesquisa considere apenas as publicações que possuam exatamente as palavras que se encontram entre elas e precisamente da forma como estão escritas, e, portanto, previnem ambiguidades. A palavra *or*, ou seja, “ou” em português, foi utilizada para que apenas fosse necessário um tópico da palavra-chave correspondente para que a publicação obtida fosse relevante, e a palavra *and*, isto é, “e” em português, foi utilizada entre os tópicos de cada área de estudo garantindo que pelo menos um tópico de cada área constasse na publicação em causa.

O termo “Desempenho Empresarial” não foi considerado como tópico, pois concluiu-se que limitaria as publicações que iriam surgir no âmbito da sustentabilidade nas empresas.

Em relação à área da EcoVadis, não foi usada qualquer palavra como tópico para a pesquisa desenvolvida na WoS, uma vez que após o teste dos tópicos selecionados para a sua validação, não foram encontrados resultados materialmente relevantes. Esta descoberta, em virtude da lacuna existente na academia, abre portas a novas oportunidades e justifica, e até aumenta, a importância e a relevância desta dissertação, principalmente para o mundo académico.

Com isto, a informação recolhida sobre a EcoVadis e os temas a ela relacionados foi integralmente retirada do *website* da própria empresa. O processo de pesquisa foi realizado tendo em conta os tópicos determinados para essa área de estudo, foram excluídas páginas com restrições de acesso, páginas garantidamente desatualizadas (por existirem páginas com datas mais recentes com informação diferente) e informação que não fosse da autoria da empresa, exceto no caso de testemunhos de clientes.

Estabelecidos os tópicos a utilizar na pesquisa, a etapa seguinte foi a definição dos parâmetros da pesquisa, isto é, o tipo de publicação, a língua, a área geográfica e o período de publicação dos dados. Estes parâmetros permitiram a triagem das publicações e orientaram a pesquisa para que fossem obtidos os dados mais relevantes e coerentes possíveis.

Primeiramente, foi estipulado que as publicações utilizadas seriam artigos, por serem fontes de informação primária (isto é, fontes originais), ou seja, mais credíveis, e pelo rigor científico que conferem à investigação. A língua escolhida foi o inglês, de forma a garantir que o conteúdo utilizado fosse de âmbito internacional. Pelo mesmo motivo e com o intuito de obter um panorama mundial do tema em causa, a área geográfica não foi limitada a nenhuma região. Quanto ao período das publicações, definiu-se que iniciasse em 1900 e que terminasse no dia anterior à recolha dos

dados, isto é, dia 9 de junho de 2023, para que também fosse visível o panorama geral ao longo dos anos.

Por último, através da metodologia PRISMA foram obtidos 525 artigos que foram analisados no âmbito dos objetivos da dissertação e com o intuito de informar os leitores quanto ao tema explorado.

A fim de assegurar a referenciação correta das publicações de acordo com o estilo APA definido pelo ISEP, recorreu-se ao Mendeley de forma a agilizar o processo de referenciação e a torná-lo mais eficaz.

2.2 - Análise das Publicações

Após a seleção dos artigos mais relevantes para a presente investigação a partir da metodologia PRISMA, analisou-se as publicações através das ferramentas disponíveis na WoS.

Primeiro, foi analisado o número de publicações e de citações realizadas entre o ano 1900 e o dia 9 de junho de 2023 (Figura 7). Constatou-se que, de acordo com os critérios de pesquisa utilizados, o primeiro artigo sobre a sustentabilidade empresarial foi publicado em 1994 e que desde esse ano até 2010 apenas foram publicados 17 artigos sobre o tema, o que indica que o maior desenvolvimento académico do tema terá ocorrido a partir da segunda década do século XXI. Desde 2010 até 9 de junho de 2023 foram publicados 508 artigos, ou seja, cerca de 96,7% do total de artigos publicados sobre o desempenho da sustentabilidade. Assim como a publicação de artigos, a curva das citações representada no gráfico da Figura 7, também indica um aumento exponencial do interesse nesta área de investigação.

Para além destes aspetos, é de salientar o salto que foi dado nos anos 2020 (70 artigos publicados), 2021 (81 artigos publicados) e 2022, o ano com um maior número de artigos publicados, 85 artigos.

Verificou-se, também, que em cerca de metade do ano 2023 foram publicados apenas 29 artigos, o que indica que poderá haver um declínio do número de publicações sobre o âmbito de pesquisa no final de 2023, relativamente ao ano anterior.

Em suma, considerando os critérios de pesquisa implementados, registou-se um total de 12850 citações de 525 artigos publicados sobre a temática em estudo.

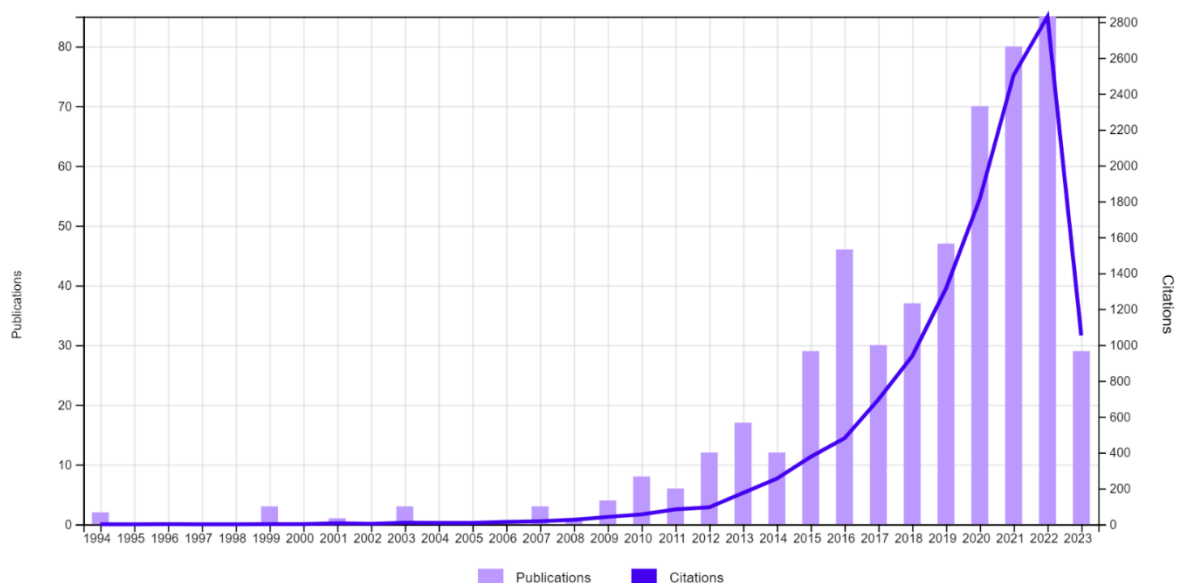


Figura 7 - Publicações e citações do período 1900 – 9 de junho de 2023 (retirado da WoS).

Em segundo lugar, foram analisados os top 20 artigos mais relevantes para a sustentabilidade corporativa, ou seja, os 20 artigos mais citados sobre o tema, conforme apresentado na Tabela 2:

Tabela 2 - Top 20 artigos mais citados (retirado da WoS).

Rank	Artigos	Citações
1º	Título: 'The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness'	949
	Autor: (Servaes & Tamayo, 2013)	
	Jornal: Management Science	
2º	Título: 'Is Doing Good Good For You? How Corporate Charitable Contributions Enhance Revenue Growth'	509
	Autor: (Lev et al., 2008)	
	Jornal: Strategic Management Journal	
3º	Título: 'CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction'	483
	Autor: (Martínez & Rodríguez del Bosque, 2013)	
	Jornal: International Journal of Hospitality Management	
4º	Título: 'Assessing the Prerequisite of Successful CSR Implementation: Are Consumers Aware of CSR Initiatives?'	321
	Autor: (Pomering & Dolnicar, 2009)	
	Jornal: Journal of Business Ethics	
5º	Título: 'The Missing Link Between Corporate Social Responsibility and Consumer Trust: The Case of Fair Trade Products'	306
	Autor: (Castaldo et al., 2009)	
	Jornal: Journal of Business Ethics	
6º	Título: 'Challenges and strategies for effective plastic waste management during and post COVID-19 pandemic'	260
	Autor: (Vanapalli et al., 2021)	
	Jornal: Science of the Total Environment	
7º	Título: 'A new multi-objective stochastic model for a forward/reverse logistic network design with responsiveness and quality level'	225
	Autor: (Ramezani et al., 2013)	

CAPÍTULO 2 – Revisão bibliográfica

Rank	Artigos	Citações
	Jornal: Applied Mathematical Modelling	
8º	Título: 'Doing Poorly by Doing Good: Corporate Social Responsibility and Brand Concepts'	211
	Autor: (Torelli et al., 2012)	
	Jornal: Journal of Consumer Research	
9º	Título: 'Consumer perception of corporate donations - Effects of company reputation for social responsibility and type of donation'	186
	Autor: (Dean, 2003)	
	Jornal: Journal of Advertising	
10º	Título: 'Environmental and Economic Dimensions of Sustainability and Price Effects on Consumer Responses'	181
	Autor: (Choi & Ng, 2011)	
	Jornal: Journal of Business Ethics	
11º	Título: 'Paving the way towards circular consumption: exploring consumer acceptance of refurbished mobile phones in the Dutch market'	168
	Autor: (Van Weelden et al., 2016)	
	Jornal: Journal of Cleaner Production	
12º	Título: "'Green" supply chain management: The role of trust and top management in B2B and B2C markets'	164
	Autor: (Hoejmose et al., 2012)	
	Jornal: Industrial Marketing Management	
13º	Título: 'Embedded premium promotion: Why it works and how to make it more effective'	149
	Autor: (Arora & Henderson, 2007)	
	Jornal: Marketing Science	
14º	Título: 'Consumers' responses to CSR activities: The linkage between increased awareness and purchase intention'	148
	Autor: (K. H. Lee & Shin, 2010)	
	Jornal: Public Relations Review	
15º	Título: 'Does perceived consumer fit matter in corporate social responsibility issues?'	134
	Autor: (E. M. Lee et al., 2012)	
	Jornal: Journal of Business Research	
16º	Título: 'Factors affecting consumers' choices concerning sustainable packaging during product purchase and recycling'	132
	Autor: (Martinho et al., 2015)	
	Jornal: Resources, Conservation and Recycling	
17º	Título: 'An Integrative Framework to Understand How CSR Affects Customer Loyalty through Identification, Emotions and Satisfaction'	123
	Autor: (Pérez & Rodríguez del Bosque, 2015)	
	Jornal: Journal of Business Ethics	
18º	Título: 'A multidimensional approach for CSR assessment: The importance of the stakeholder perception'	123
	Autor: (Costa & Menichini, 2013)	
	Jornal: Expert Systems with Applications	
19º	Título: 'Servicescapes: From modern non-places to postmodern common places'	121
	Autor: (Cova & Paris, 1998)	
	Jornal: Journal of Business Research	
20º	Título: 'Designing supply contracts for the sustainable supply chain using game theory'	116
	Autor: (Raj et al., 2018)	
	Jornal: Journal of Cleaner Production	

Verificou-se que os três artigos mais citados incidem todos na temática da responsabilidade social e foram todos publicados em jornais de gestão, o que pode indicar a ligação deste conceito com os líderes e gestores das empresas. Da mesma

forma, 11, dos 20 artigos da Tabela 2, abordam a questão da responsabilidade social corporativa, o que demonstra a importância deste tema para a sustentabilidade e, ao mesmo tempo, o grau em que já foi explorado.

Constatou-se, ainda, que cerca de metade dos artigos mais relevantes datam da primeira metade da segunda década do século XXI. Uma vez que a Agenda 2030 foi criada no ano 2015 (Rosato et al., 2021), assim como se realizou o Acordo de Paris (Falkner, 2016), esta constatação pode indicar o impulso que a investigação académica deu a estes acontecimentos essenciais para a história do desenvolvimento sustentável.

O ‘Journal of Business Ethics’ é o mais comum neste top 20, com quatro destes artigos publicados.

Em terceiro lugar, foram analisados os jornais mais citados sobre desempenho da sustentabilidade a partir dos dados da Tabela 3.

Tabela 3 - Top 20 jornais mais citados (retirado da WoS).

Rank	Jornais	Artigos	Citações
1º	Journal of Business Ethics	18	1381
2º	Journal of Cleaner Production	27	1197
3º	Management Science	1	949
4º	International Journal of Hospitality Management	3	524
5º	Strategic Management Journal	1	509
6º	Sustainability	49	447
7º	Journal of Business Research	8	358
8º	Journal of Retailing and Consumer Services	9	272
9º	Science of the Total Environment	1	260
10º	International Journal of Consumer Studies	7	260
11º	Corporate Social Responsibility and Environmental Management	13	250
12º	Applied Mathematical Modelling	1	225
13º	Industrial Marketing Management	2	218
14º	Journal of Consumer Research	1	211
15º	International Journal of Production Economics	3	208
16º	Resources, Conservation and Recycling	5	207
17º	European Journal of Marketing	7	187
18º	Journal of Advertising	2	186
19º	Public Relations Review	2	167
20º	Marketing Science	2	164

Conforme é possível verificar na Tabela 3, o jornal com o maior número de citações – ‘Journal of Business Ethics’ – é o terceiro jornal com o maior número de publicações. É interessante referir como o jornal que ocupa o 3º lugar da tabela, ‘Management Science’, apenas com uma publicação a qual corresponde ao artigo mais citado da pesquisa realizada, obteve mais de metade das citações que o ‘Journal of Business Ethics’ obteve com 18 publicações. O jornal ‘Sustainability’ surge apenas no 6º lugar, mas, no entanto, com o maior número de publicações da Tabela 3, 49 artigos, o que demonstra o seu interesse para a investigação enquanto fonte de informação.

O top 20 de países com o maior número de artigos publicados sobre o desempenho de sustentabilidade das empresas e a perceção dos seus clientes está apresentado na Figura 8.



Figura 8 - Top 20 países com mais publicações (retirado da WoS).

A Figura 8 apresenta os 20 países com mais artigos publicados na área do desempenho de sustentabilidade empresarial de acordo com os dados da WoS. Os EUA lideram a tabela com 113 publicações, seguindo-se a China com 64 artigos publicados e, em terceiro lugar, a Inglaterra com 43 artigos publicados sobre o tema. É de referir que estes países estão entre as maiores potências económicas do mundo (Palasca & Jaba, 2015), o que, em parte, pode ser justificado pelo investimento na investigação.

Relativamente a continentes, a Ásia está em primeiro lugar, com 8 países no top 20, publicou 195 artigos, seguindo-lhe a Europa com 7 países e 180 artigos publicados. Contudo, os EUA, sozinhos, conseguiram publicar mais de metade dos artigos publicados por cada um destes continentes.

Portugal não fica muito atrás do top 20, com 7 artigos publicados, o correspondente a 1,333% do total de publicações, ocupa o 23º lugar na escala de países com o maior número de publicações.

Por último, através do gráfico da Figura 9, foi analisada a quantidade de artigos publicados por cada ODS, relativamente ao tema da presente dissertação. Os três primeiros lugares dizem respeito ao ODS 12 ('Produção e Consumo Sustentáveis'), ao ODS 9 ('Indústria, Inovação e Infraestruturas') e ao ODS 3 ('Saúde de Qualidade'), cada um com 36, 25 e 24 artigos publicados, respetivamente. E os quatro ODS menos explorados, todos eles com apenas um artigo publicado, foram o ODS 5 ('Igualdade de Género'), o ODS 8 ('Trabalho Digno e Crescimento Económico'), o ODS 10 ('Reduzir as Desigualdades') e o ODS 16 ('Paz, Justiça e Instituições Eficazes'). Analisou-se os resultados obtidos na WoS e foi visível que, apesar da quantidade de artigos que abordam a responsabilidade social corporativa, as ODS relacionadas com a justiça social foram as menos exploradas no que diz respeito à sustentabilidade empresarial.

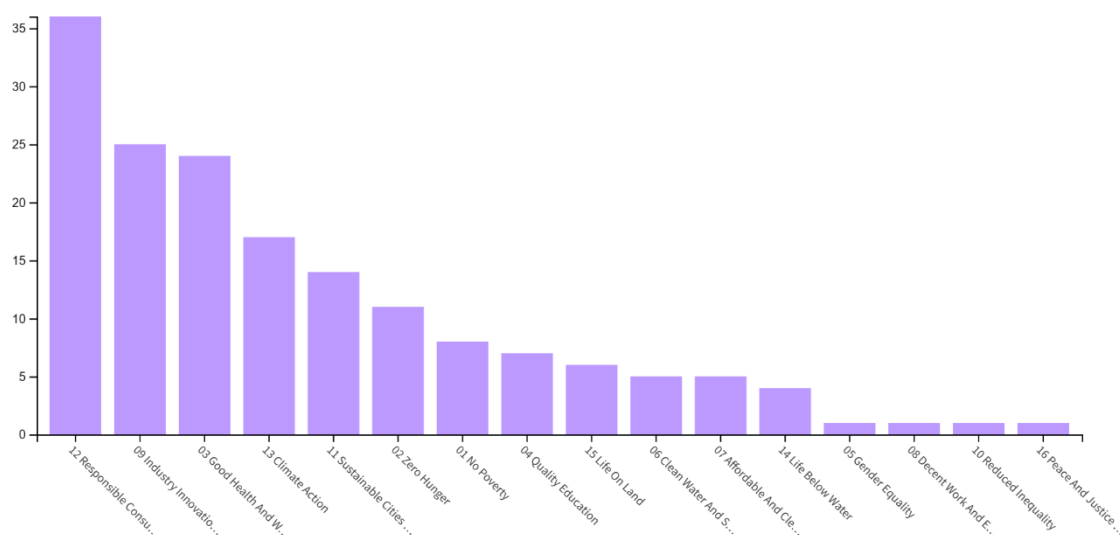


Figura 9 - Número de artigos publicados por ODS.

2.3 - Análise Bibliométrica

A etapa seguinte foi a análise bibliométrica, uma abordagem quantitativa usada para explorar e examinar grandes quantidades de dados científicos, que através de métodos estatísticos e matemáticos avalia a produção acadêmica, analisa padrões bibliográficos, identifica tendências, permite determinar o impacto das investigações e dos autores, e compreender a dinâmica da literatura recolhida (Donthu et al., 2021). Neste caso, após a implementação dos critérios de pesquisa e recolha das publicações a analisar, utilizou-se a análise bibliométrica para identificar os temas mais e menos recorrentes na literatura e, ainda, a ligação entre eles.

Para desenvolver esta análise, os artigos selecionados da WoS foram inseridos no VOSviewer (*software* utilizado pelo seu rigor e precisão científica), que originou uma rede das áreas identificadas, em pelo menos 4 artigos, com os temas mais relevantes sobre o desempenho de sustentabilidade das empresas, conforme representado na Figura 10.

Os 10 temas que surgiram em maior quantidade foram: “*corporate social responsibility*” (165 ocorrências), “*csr*” (152 ocorrências), “*consumer awareness*” (98 ocorrências), “*sustainability*” (90 ocorrências), “*csr activity*” (42 ocorrências), “*customer perception*” (42 ocorrências), “*consumer behavior*” (37 ocorrências), “*technology*” (36 ocorrências), “*customer satisfaction*” (33 ocorrências) e “*consumer attitude*” (31 ocorrências). E os 25 termos que surgiram com menor frequência, cada um deles com apenas 4 ocorrências, foram: “*tbi*”, “*sustainable supply chain management*”, “*sustainable supply chain*”, “*sustainable growth*”, “*service delivery*”, “*product sustainability*”, “*organizational performance*”, “*new technology*”, “*national economy*”, “*global reporting initiative*”, “*food safety*”, “*environmental benefit*”, “*economic benefit*”, “*customers satisfaction*”, “*customers loyalty*”, “*csr report*”, “*corporate credibility*”, “*consumer preference*”, “*consumer skepticism*”, “*consumer*

Tabela 4 - *Cluster 1*: 17 itens e análise.

Cluster 1 (17 itens)	Análise
<i>banking industry</i>	<p>O <i>cluster 1</i> aborda predominantemente a responsabilidade social corporativa e a sua relação com a percepção que o cliente tem da empresa. Esta área abrange as três dimensões da sustentabilidade: o desenvolvimento económico, o desenvolvimento social e a proteção ambiental.</p>
<i>brand trust</i>	
<i>competitive advantage</i>	
<i>corporate social responsibility</i>	
<i>csr</i>	
<i>csr activity</i>	
<i>customer company identification</i>	
<i>customer engagement</i>	
<i>customer loyalty</i>	
<i>customer perception</i>	
<i>customer satisfaction</i>	
<i>economic performance</i>	
<i>environmental responsibility</i>	
<i>ethic</i>	
<i>national economy</i>	
<i>service delivery</i>	
<i>service quality</i>	

Tabela 5 - *Cluster 2*: 21 itens e análise.

Cluster 2 (21 itens)	Análise
<i>certification</i>	<p>O <i>cluster 2</i> foca-se maioritariamente na dimensão ambiental da sustentabilidade, relacionando a preferência e a escolha do consumidor com estratégias empresariais “verdes” como o rótulo ecológico, a eficiência energética e o marketing verde, sendo todas elas práticas que contribuem para o desempenho ambiental de uma empresa.</p>
<i>consumer choice</i>	
<i>consumer decision</i>	
<i>consumer demand</i>	
<i>consumer preference</i>	
<i>corporate credibility</i>	
<i>customer awareness</i>	
<i>eco label</i>	
<i>education</i>	
<i>efficiency</i>	
<i>energy efficiency</i>	
<i>environmental concern</i>	
<i>environmental performance</i>	
<i>environmental policy</i>	
<i>firm performance</i>	
<i>governance</i>	
<i>green marketing</i>	
<i>green practice</i>	
<i>inclusion</i>	
<i>public awareness</i>	
<i>social sustainability</i>	

Tabela 6 - *Cluster 3*: 18 itens e análise.

Cluster 3 (18 itens)	Análise
<i>consumer trust</i>	<p>No <i>cluster 3</i> verificou-se que há uma maior incidência no impacto social de uma empresa, desde ações de reporte e transparência da empresa em relação à sustentabilidade, até à filantropia e adoção da RSC. Estas estratégias</p>
<i>corporate philanthropy</i>	
<i>corporate reputation</i>	
<i>csr engagement</i>	
<i>csr report</i>	
<i>customer trust</i>	
<i>financial performance</i>	

Cluster 3 (18 itens)	Análise
<i>global reporting initiative</i>	procuram ganhar a confiança e o envolvimento dos clientes e dos <i>stakeholders</i> elevando a reputação da empresa.
<i>rbv</i>	
<i>sdgs</i>	
<i>social impact</i>	
<i>stakeholder awareness</i>	
<i>stakeholder engagement</i>	
<i>stakeholder perception</i>	
<i>sustainability report</i>	
<i>sustainable development</i>	
<i>sustainable development goal</i>	
<i>transparency</i>	

Tabela 7 - Cluster 4: 17 itens e análise.

Cluster 4 (17 itens)	Análise
<i>business model</i>	O <i>cluster 4</i> foca-se na vertente económica da sustentabilidade. Com um crescimento sustentável através da economia circular, de benefícios ambientais, da inovação, da tecnologia, de saldos e de estratégias de marketing, procura-se a aceitação do consumidor e a criação de valor empresarial.
<i>circular economy</i>	
<i>consumer acceptance</i>	
<i>consumer awareness</i>	
<i>consumer intention</i>	
<i>csr strategy</i>	
<i>environmental benefit</i>	
<i>innovation</i>	
<i>marketing strategy</i>	
<i>new product</i>	
<i>profitability</i>	
<i>recycling</i>	
<i>sale</i>	
<i>sustainable growth</i>	
<i>technology</i>	
<i>value creation</i>	
<i>waste</i>	

Tabela 8 - Cluster 5: 18 itens e análise.

Cluster 5 (18 itens)	Análise
<i>brand image</i>	O <i>cluster 5</i> dá ênfase à posição do consumidor perante a imagem da empresa, muitas vezes criada através de ações e políticas de índole social, como doações, caridade e a estratégia “ <i>crm</i> ” (gestão de relacionamento com o cliente, em português).
<i>charity</i>	
<i>consumer evaluation</i>	
<i>consumer participation</i>	
<i>consumer purchase intention</i>	
<i>consumer response</i>	
<i>consumer skepticism</i>	
<i>consumers perception</i>	
<i>consumers purchase intention</i>	
<i>corporate image</i>	
<i>crm</i>	
<i>csr communication</i>	
<i>csr performance</i>	
<i>donation</i>	
<i>food safety</i>	
<i>promotion</i>	
<i>revenue</i>	

Tabela 9 - Cluster 6: 16 itens e análise.

Cluster 6 (16 itens)	Análise
<i>business performance</i>	O <i>cluster 6</i> destaca a sustentabilidade como um todo. Mais especificamente, destaca a sustentabilidade corporativa e as práticas sustentáveis que conduzem a um bom desempenho empresarial, tais como a sustentabilidade ambiental, os produtos sustentáveis, as cadeias de fornecimento sustentáveis, o consumo sustentável e a gestão sustentável de cadeias de fornecimento.
<i>corporate sustainability</i>	
<i>environmental sustainability</i>	
<i>natural resource</i>	
<i>organizational performance</i>	
<i>product quality</i>	
<i>product sustainability</i>	
<i>supply chain</i>	
<i>sustainability</i>	
<i>sustainability performance</i>	
<i>sustainable consumption</i>	
<i>sustainable practice</i>	
<i>sustainable product</i>	
<i>sustainable supply chain</i>	
<i>sustainable supply chain management</i>	
<i>tbl</i>	

2.4 - Análise e Síntese da Literatura

Após a análise bibliométrica desenvolveu-se uma análise tradicional da literatura sobre os temas mais relevantes para a sustentabilidade, incluindo uma revisão detalhada da EcoVadis.

2.4.1 - Desafios globais para a sustentabilidade

Nas últimas décadas, o mundo tem vindo a enfrentar inúmeros desafios a nível social, económico e ambiental (Shackleton et al., 2023): as alterações climáticas, a perda da biodiversidade (Mohapatra et al., 2023; Shackleton et al., 2023), o crescimento exorbitante da população (Kadam et al., 2023), a fome e a pobreza extrema que se verificam em várias partes do planeta (Odoom et al., 2023), entre muitos outros obstáculos.

No entanto, nos últimos anos, estes problemas foram agravados por catástrofes naturais, como o sismo que ocorreu na Síria e na Turquia (Dal Zilio & Ampuero, 2023) e os incêndios da Austrália (Levin et al., 2021), por movimentos sociais, como o “Black Lives Matter” que desencadeou manifestações a denunciar o racismo em todos os cantos do mundo (Ellefsen & Sandberg, 2022), a pandemia do COVID-19 que implicou o isolamento da grande maioria da população, condicionando o bem-estar e o modo de viver de todos (Fauzi et al., 2023; Mucci et al., 2020), e a invasão da Ucrânia pela Rússia que deu início a uma guerra que perdura até aos dias de hoje impactando a situação económica, política e social de toda a Europa (Ellison et al., 2023).

Face ao contexto apresentado, a necessidade de uma forma de desenvolvimento justa e igualitária, que proteja o ambiente e as pessoas, sem

negligenciar a economia e a prosperidade da sociedade, tornou-se cada vez mais urgente e cada vez mais evidente.

2.4.2 - Sustentabilidade enquanto elemento de diferenciação

Em 2015, através da criação da Agenda 2030 pelos estados-membros das Nações Unidas, surgem os 17 ODS em resposta e como solução para os problemas apresentados no subcapítulo anterior (Amorós Molina et al., 2023). O princípio destes objetivos é orientar e estabelecer ações em prol das pessoas, do planeta, da paz, da prosperidade e das parcerias (Figura 11 - McLeod & Marshall, 2023), as quais englobam governos, comunidades, a sociedade civil, o setor privado e todos os outros intervenientes, ou seja, este é um trabalho que tem de ser feito por todos em conjunto para que o desenvolvimento sustentável seja alcançável (Grainger-Brown & Malekpour, 2019; White et al., 2019).



Figura 11 - Os 5 princípios dos ODS (BCSD Portugal, 2023b).

Como tal, a conquista do desenvolvimento sustentável depende diretamente da adoção de práticas mais sustentáveis e responsáveis pelos diferentes agentes da sociedade (Grainger-Brown & Malekpour, 2019). Práticas sustentáveis são práticas que implementam os princípios da sustentabilidade, e por isto entende-se todas as ações de âmbito social, económico e/ou ambiental (Elkhwesky et al., 2022) que preenchem as necessidades do presente sem comprometer a satisfação das necessidades do futuro (McLeod & Marshall, 2023).

A sustentabilidade é a abordagem holística que contempla de forma integrada, articulada e transparente as dimensões social, ambiental e económica, os três pilares

da sustentabilidade (Figura 12). A dimensão social é centralizada no ser humano, visa a igualdade, a justiça, a inclusão, a redução de conflitos e, em suma, a estabilidade dos sistemas sociais e culturais. A dimensão ambiental é orientada para os recursos naturais promovendo a sua gestão, conservação e integridade. A dimensão económica refere-se à prosperidade e à eficiência na utilização dos recursos e das tecnologias (Vysotska & Vysotskyi, 2022).

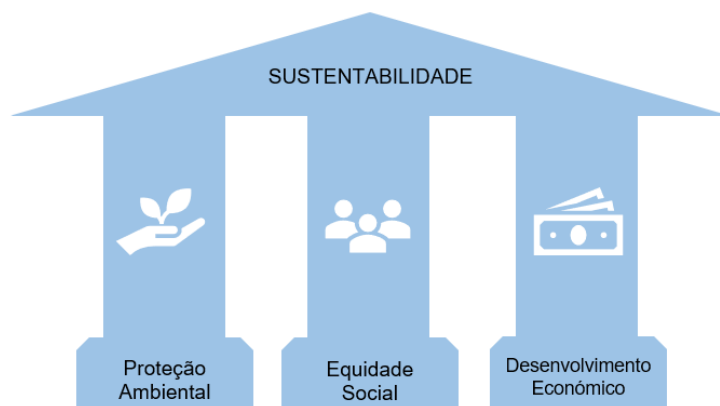


Figura 12 - Os 3 Pilares da Sustentabilidade.

O presente trabalho foca-se no papel das empresas, enquanto um dos principais atores na demanda por uma sociedade totalmente sustentável (Grainger-Brown & Malekpour, 2019), e dos seus clientes, enquanto consumidores responsáveis.

Hoje em dia, devido ao rápido crescimento tecnológico, à digitalização, à globalização, à evolução da educação (Amorós Molina et al., 2023) e à consciencialização e sensibilização a que estão constantemente sujeitos, os consumidores estão cada vez mais atentos ao que os rodeia (De Valon et al., 2022). As novas gerações não só valorizam mais a sustentabilidade e têm um sentido de responsabilidade mais ativo, como querem contribuir para uma causa maior e têm consciência dos seus benefícios (Dragolea et al., 2023; EcoVadis, 2023g, 2023b; White et al., 2019; Xie & Madni, 2023).

As pessoas são agentes cruciais no desenvolvimento sustentável da sociedade (Vysotska & Vysotskyi, 2022; Xie & Madni, 2023) pois, enquanto consumidores, têm o poder de compra que lhes permite regular o mercado mediante as escolhas e aquisições que fazem, “são atores do mercado cuja voz pode promover, mas também manchar gravemente a reputação de uma empresa” (De Valon et al., 2022).

Hoje em dia, os consumidores procuram a identificação C-C, isto é, a capacidade de se identificarem com as ações, as políticas e os princípios de uma empresa (Choi & Ng, 2011), e para serem bem-sucedidas é importante que as empresas considerem esta qualidade.

Portanto, a procura incessante dos clientes por soluções mais sustentáveis tornou o mercado cada vez mais exigente e, conseqüentemente, atualmente, as empresas são altamente pressionadas a elevarem o seu desempenho de

sustentabilidade (Cammarano et al., 2022; De Valon et al., 2022). O desempenho de sustentabilidade de uma empresa é a capacidade de gestão e criação de valor que esta possui, criando, simultaneamente, benefícios sociais e ambientais para os seus *stakeholders* (BCSD Portugal, 2023b). As empresas, enquanto potências económicas, têm meios e recursos para construir soluções sustentáveis. Na maioria dos casos, como entidades independentes, conseguem reagir e ajustar-se ao mercado muito mais rapidamente que os governos, e com as suas equipas de marketing e comunicação, podem promover, publicitar e incentivar a sustentabilidade nas diversas comunidades (Cammarano et al., 2022; De Valon et al., 2022; EcoVadis, 2023g, 2023b; Grainger-Brown & Malekpour, 2019; White et al., 2019).

No entanto, a competição é feroz, existem inúmeras empresas e opções no mercado tornando a diferenciação e a vantagem competitiva cada vez mais difíceis (De Valon et al., 2022).

Por essa razão, as empresas também estão cada vez mais atentas à demanda dos consumidores e para corresponder às suas expectativas precisam de garantir que os modelos de negócio que utilizam estejam alinhados com as metas do desenvolvimento sustentável. Para conseguirem destacar-se e posicionar-se devidamente no mercado, as empresas precisam de agarrar as suas oportunidades e inovar (De Valon et al., 2022; EcoVadis, 2023g, 2023b; Milovanov, 2016; White et al., 2019; Xie & Madni, 2023).

A sustentabilidade é um elemento de diferenciação das empresas no mercado atual e permite-lhes ganhar a confiança e a lealdade dos consumidores dando resposta às suas necessidades (De Valon et al., 2022; Karim & Rabiul, 2022; Román-Augusto et al., 2022). Para além de ser uma vantagem competitiva, a sustentabilidade também oferece outros benefícios às empresas, como por exemplo, alavancar tecnologias emergentes, impulsionar a eficiência organizacional, incentivar a retenção dos funcionários, aumentar o interesse de bancos, investidores e fornecedores, reduzir os custos e aumentar as receitas (EcoVadis, 2023g, 2023b; White et al., 2019).

Schnitzer Steel Industries Inc (EUA), Vestas Wind Systems A/S (Dinamarca), Brambles LTD (Austrália), Brookfield Renewable Partners LP (Bermuda) e Autodesk Inc (EUA), são a prova como o desempenho sustentável potencia a reputação, a credibilidade, o prestígio e o posicionamento das empresas no mercado (CorporateKnights, 2023; EARTH.ORG, 2023; sustainable future news, 2023; The CEO Magazine, 2023).

Com isto, é do interesse de todas as empresas elevar o seu desempenho de sustentabilidade. A questão que se coloca é: Como?

A presente investigação pretende descobrir quais os temas emergentes de sustentabilidade que podem elevar o desempenho de sustentabilidade das empresas, permitir-lhes inovar e destacar-se no mercado. Também se pretende compreender como é que a performance das empresas pode contribuir melhor para os hábitos sustentáveis dos seus clientes.

Esta dissertação procura desvendar algumas práticas que podem ser adotadas pelas empresas para melhorarem o seu desempenho de sustentabilidade. Procura também contribuir para a academia, enriquecendo a literatura existente sobre

sustentabilidade respondendo ao desafio de autores anteriores (Al-Haddad et al., 2022; De Valon et al., 2022; Grainger-Brown & Malekpour, 2019; Kwamboka & Obonyo, 2018; Vysotska & Vysotskyi, 2022; White et al., 2019; S. Yang & Chai, 2022) sobre como potenciar o desempenho de sustentabilidade das organizações.

2.4.3 - Sustentabilidade Empresarial

A sustentabilidade empresarial é caracterizada por conceitos como a RSC e, mais atualmente, a ESG (Yun & Lee, 2022). A RSC é uma abordagem de negócio que, além de considerar os lucros, integra as preocupações da sociedade, tais como o meio ambiente, nas operações e interações da empresa com os seus *stakeholders* (Amadi et al., 2023) e a ESG é uma métrica de governança ambiental, social e corporativa que avalia a performance de uma empresa (Khalil et al., 2022). Estes modelos de negócio não só levaram ao surgimento de novos requisitos legais com custos associados, como mais tarde, conduziram à consciencialização e ao reconhecimento dos benefícios da consideração dos fatores ambientais e sociais nas tomadas de decisão (BCSD Portugal, 2023a).

A cultura ESG, é uma abordagem a salientar, que mesmo tendo sido considerada como um dos tópicos de pesquisa na estratégia da investigação, verificou-se que foi pouco explorada ao nível académico não surgindo sequer na análise bibliométrica. Contudo, este tema, tal como a descarbonização, uma área também pouco investigada, cada vez mais ganham relevo e notoriedade nos modelos de negócio atuais e contribuem para a performance de sustentabilidade de muitas empresas. Duas ferramentas que se juntam a estas abordagens são *Lean-green* e *Lean sustainability* (Teixeira et al., 2021, 2022), também não constaram na análise bibliométrica, no entanto, muito presentes no mercado empresarial atual e em constante desenvolvimento e evolução na comunidade científica.

Hoje em dia, a sustentabilidade empresarial não só valoriza a empresa no mercado, como cria oportunidades de negócio (BCSD Portugal, 2023a) e promove uma atitude de melhoria contínua face aos desafios que surgem no âmbito do desenvolvimento sustentável. Portanto, o seu aperfeiçoamento não só é necessário como é procurado (Costa & Menichini, 2013; Khalil et al., 2022). Com isto, existem várias práticas e estratégias de índole sustentável que foram abordadas na literatura e que contribuem para o desempenho de sustentabilidade de uma empresa, na Tabela 10 estão apresentadas as mais relevantes.

Tabela 10 - Práticas Empresariais e a sua relação com a Sustentabilidade.

Práticas Empresariais	Descrição	Dimensões da Sustentabilidade		
		Ambiental	Social	Governance
<i>Environmental responsibility</i>	Dever de proteger, preservar e cultivar o meio ambiente (Yasmeen et al., 2019).	+		

CAPÍTULO 2 – Revisão bibliográfica

Práticas Empresariais	Descrição	Dimensões da Sustentabilidade		
		Ambiental	Social	Governance
<i>Service quality</i>	Como uma organização percebe e preenche as necessidades dos seus consumidores (García-Dastugue & Eroglu, 2019).		+	+
<i>Certification</i>	Comprovativo emitido por quem tenha autoridade legal ou moral sobre o compromisso de uma entidade com um determinado assunto (Silva et al., 2022).	+	+	+
<i>Eco-label</i>	Marca ou símbolo aplicado num produto para que este seja rápida e facilmente identificado como cumpridor de determinados parâmetros ambientais, conferindo ao produto a designação de produto verde (Delmas & Gergaud, 2021).	+		
<i>Education</i>	Processo de oferecer ou receber instrução (Aramburuzabala & Cerrillo, 2023).	+	+	+
<i>Energy efficiency</i>	Capacidade de atingir um objetivo com o mínimo de energia possível (López-Bernabé et al., 2021).	+		+
<i>Environmental policy</i>	Política que descreve o compromisso da organização em proteger o meio ambiente e metas para melhorar o seu desempenho ambiental (J. Yang et al., 2020).	+		
<i>Green marketing</i>	Estratégia de marketing orientada para o desenvolvimento e a venda de produtos e serviços que beneficiam o ambiente (Choi & Ng, 2011; Román-Augusto et al., 2022).	+		+
<i>Inclusion</i>	Ação de possibilitar igual acesso a oportunidades e recursos a todas as pessoas (Hämäläinen & Matikainen, 2018).		+	
<i>Corporate philanthropy</i>	Ato voluntário de uma corporativa oferecer apoio financeiro, doações em espécie ou outros recursos a organizações ou iniciativas sem fins lucrativos que promovem causas sociais ou ambientais (Lev et al., 2008).	+	+	
<i>GRI</i>	Organização que auxilia no reporte dos impactos de outras organizações na sustentabilidade (Costa & Menichini, 2013).	+	+	
<i>SDGs</i>	17 objetivos globais que pretendem orientar e guiar as organizações em direção ao desenvolvimento sustentável (Erin et al., 2022).	+	+	+

CAPÍTULO 2 – Revisão bibliográfica

Práticas Empresariais	Descrição	Dimensões da Sustentabilidade		
		Ambiental	Social	Governance
<i>Stakeholder awareness</i>	Como os stakeholders percebem a organização, as suas necessidades e o seu papel nas atividades da mesma (Fredriksson et al., 2021).		+	
<i>Transparency</i>	Refere-se à abertura e honestidade de uma organização na divulgação de informações (C. Li et al., 2022).		+	
<i>Circular economy</i>	Modelo de produção e de consumo que pretende alongar o ciclo de vida de um produto, reduzir os desperdícios ao mínimo e criar valor através da união entre economia e sustentabilidade (Van Weelden et al., 2016).	+		+
<i>Innovation</i>	Implementação bem-sucedida de algo novo (Ord, 2022).	+	+	+
<i>Recycling</i>	Recuperação e processamento de resíduos para que possam ser utilizados em novos produtos (Zeiler et al., 2021).	+		+
<i>Customer relationship management</i>	Sistema que utiliza serviços, técnicas e tecnologias de gestão da relação e interação da empresa com os clientes ou potenciais clientes (Kassem et al., 2022).		+	+
<i>Product quality</i>	Característica de um produto que satisfaz as necessidades do consumidor, cumpre os padrões da indústria e o propósito para que foi produzido (Delmas & Gergaud, 2021).	+	+	+
<i>Sustainable consumption</i>	Aquisição de produtos e serviços economicamente viáveis, socialmente equitativos e que beneficiam o meio ambiente (Liobikienė & Brizga, 2022).	+	+	+
<i>Sustainable product</i>	Produto com benefícios económicos, sociais e ambientais durante todo o seu ciclo de vida (Sánchez-Bravo et al., 2021).	+	+	+
<i>Sustainable supply chain</i>	Cadeia de fornecimento que integra práticas económica, social e ambientalmente responsáveis desde a obtenção das matérias-primas até à venda do produto ou serviço final (Moghaddas et al., 2021).	+	+	+
<i>Safety</i>	Condição de proteção contra qualquer risco ou perigo (Randall, 2020).	+	+	+

CAPÍTULO 2 – Revisão bibliográfica

Práticas Empresariais	Descrição	Dimensões da Sustentabilidade		
		Ambiental	Social	Governance
<i>Welfare</i>	Estado de boa saúde, boas finanças e felicidade de uma pessoa ou grupo (Randall, 2020).		+	
<i>Fair Trade</i>	Modelo de comércio internacional que procura conectar empresas, produtores e consumidores através de preços justos, condições de trabalho dignas e padrões ambientais equilibrados (Castaldo et al., 2009).	+	+	+
<i>Waste management</i>	Estratégia de descarte, redução e reutilização de resíduos, desde a sua origem até à eliminação final (Vanapalli et al., 2021).	+		+
<i>Reverse logistic</i>	Gestão da cadeia de fornecimentos que trata do fluxo de produtos, embalagens ou outros materiais do consumidor até ao produtor ou vendedor (ex: processos de devolução e reciclagem -Ramezani et al., 2013) .	+		+
<i>Cause-related Marketing</i>	Colaboração mutuamente entre uma empresa e uma organização sem fins lucrativos ou causa social de forma a elevar o lucro da primeira e a promover a causa da segunda (Dean, 2003).		+	+
<i>Sustainable Marketing Orientation</i>	Modelo corporativo de responsabilidade social, económica e ambiental entre os stakeholders, estimulando um desempenho sustentável positivo (Choi & Ng, 2011).	+	+	+
<i>Remanufacturing</i>	Processo de recuperação e reconstrução de um produto anteriormente usado, para que possa ser utilizado novamente para o mesmo propósito (Van Weelden et al., 2016).	+		+
<i>Environmental management</i>	Sistema de administração que visa proteger o ambiente e a qualidade de vida dos cidadãos através da redução da poluição e o uso eficiente dos recursos (Hoejmosse et al., 2012).	+	+	+
<i>Embedded premium promotion</i>	Estratégia de promoção de vendas a partir de uma melhoria relacionada com uma causa social adicionada a um produto ou serviço (Arora & Henderson, 2007).		+	+
<i>Sustainable Packaging</i>	Desenvolvimento, produção e utilização de embalagens na sustentabilidade (Martinho et al., 2015).	+	+	+

CAPÍTULO 2 – Revisão bibliográfica

Práticas Empresariais	Descrição	Dimensões da Sustentabilidade		
		Ambiental	Social	Governance
<i>Eco-design tools</i>	Ferramentas que consideram os aspetos ambientais em todas as fases do design do produto, procurando o mínimo impacto possível no ambiente (Martinho et al., 2015).	+		
<i>Stakeholder orientation</i>	Estratégia em que a administração de uma empresa integra a perceção dos stakeholders numa deliberação relacionada com CSR (Costa & Menichini, 2013).		+	+
<i>Balanced Scorecard</i>	Ferramenta de gestão estratégica que visiona a empresa na perspetiva financeira, do cliente, dos processos internos e da capacidade organizacional, identificando e melhorando as operações e os resultados da empresa (Costa & Menichini, 2013).			+
<i>Revenue and greening-cost sharing contract</i>	Contrato segundo o qual o cliente paga ao fornecedor uma fração da receita obtida e uma fração do custo de ecologização do fornecedor. Dessa forma, o cliente e o fornecedor partilham as receitas e os custos de ecologização (Raj et al., 2018).	+	+	+
<i>Decarbonization</i>	Medidas de redução da pegada carbónica da empresa, através da utilização de fontes de energia sustentáveis (Goforth & Nock, 2022).	+		
<i>Digitalization</i>	Processo de utilização de tecnologias digitais (Peter & Sprenger, 2022).	+	+	+
<i>Co-creation</i>	Criação de valor pela empresa e pelos seus consumidores em conjunto (De Valon et al., 2022).	+	+	+
<i>Social responsibility</i>	Compromisso ético segundo o qual as empresas são responsáveis pelo cumprimento do seu dever cívico e pela realização de ações que beneficiem a sociedade (Tang et al., 2020).	+	+	
<i>Renewable energy sources</i>	Fontes naturais de energia que não se esgotam (Maimó-Far et al., 2020).	+		+
<i>Life cycle analysis</i>	Método utilizado para avaliar o impacto ambiental de um produto ao longo de todo o seu ciclo de vida, desde a extração de matérias-primas até ao destino final (Matthews et al., 2016).	+		+
<i>Lean-green tools</i>	Ferramentas Lean aplicadas à eliminação de resíduos ambientais (Teixeira et al., 2021, 2022).	+		+

Práticas Empresariais	Descrição	Dimensões da Sustentabilidade		
		Ambiental	Social	Governance
<i>Lean sustainability tools</i>	Ferramentas Lean aplicadas à três dimensões da sustentabilidade (Teixeira et al., 2021).	+	+	+
<i>Lean-green and sustainability tools</i>	Combinação das ferramentas Lean-green e Lean sustainability (Teixeira et al., 2021).	+	+	+

A análise realizada na Tabela 10 proporcionou o conhecimento e o estudo de várias práticas sustentáveis que podem elevar a performance empresarial de uma empresa, assim como possibilitou a investigação do impacto dessas mesmas práticas na sustentabilidade, sendo visível o contexto em que cada uma é melhor aplicada.

No entanto, mesmo com todas estas estratégias, as empresas enfrentam dificuldades a avaliar o seu desempenho de sustentabilidade (Costa & Menichini, 2013; Khalil et al., 2022; Silva et al., 2022), por vezes, por falta de conhecimento, por dificuldade de implementação ou até dificuldade de gestão. A EcoVadis surgiu para colmatar estes problemas e auxiliar na avaliação e aperfeiçoamento da sustentabilidade empresarial.

2.4.4 - EcoVadis

A EcoVadis é uma empresa fundada em Paris, França, em 2007. Conta com uma equipa de 1400 profissionais altamente qualificados de 70 nacionalidades diferentes (EcoVadis, 2023j). Opera e desenvolve-se com o intuito de ser a fornecedora mundialmente mais fidedigna ao nível das classificações de sustentabilidade empresarial, inteligência e ferramentas de melhoria contínua de desempenho para as cadeias de fornecimento (EcoVadis, 2023b, 2023j, 2023m).

Esta empresa atua segundo os seguintes pressupostos (EcoVadis, 2023j):

- ❖ Propósito – “Guiar todas as empresas em direção a um mundo sustentável”;
- ❖ Visão – “Vislumbramos um mercado global em que a inteligência em sustentabilidade influencia cada decisão comercial, melhorando economias, as vidas das pessoas e o planeta do qual todos dependemos”;
- ❖ Missão – “Fornecer classificações e insights de sustentabilidade confiáveis e reconhecidos globalmente, permitindo que todas as empresas reduzam riscos, promovam melhorias e aceleram o impacto positivo em nosso planeta e na sociedade”;
- ❖ Valores – “Tornar a sustentabilidade real, cada cliente é importante, pertencer, integridade na nossa essência, ousar, ser gentil”.

Para além dos princípios indicados anteriormente, a EcoVadis tem um compromisso assumido com a sustentabilidade e com a RSC. A empresa estabelece as práticas sustentáveis como prioridades e promove a transparência, o envolvimento dos funcionários e o seu código de conduta ética (EcoVadis, 2023d).

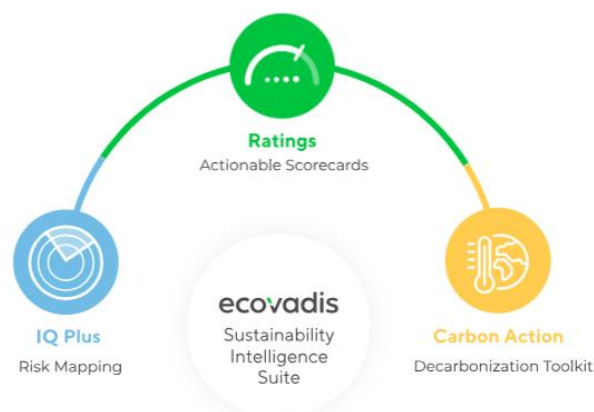


Figura 13 - Solução EcoVadis (EcoVadis, 2023k).

A EcoVadis oferece soluções completas para cadeias de fornecimento sustentáveis conforme o sistema apresentado na Figura 13. Este sistema disponibiliza um mapa e uma análise de risco de toda a cadeia de fornecimento da empresa, *scorecards* com classificações práticas e fidedignas, uma gestão de melhoria e uma auditoria completa (EcoVadis, 2023k).

Todas as soluções assentam nos três fundamentos apresentados na Figura 14, os quais conferem distinção à abordagem EcoVadis em relação às restantes (EcoVadis, 2023k).



Figura 14 - Fundamentos das Soluções EcoVadis (EcoVadis, 2023d).

Portanto, a EcoVadis permite a gestão de riscos a partir da inteligência de risco, IQ Plus, com vista à mitigação dos riscos ambientais, sociais e éticos para as organizações e a gestão da conformidade de ESG. Esta plataforma contribui para um impacto positivo no meio ambiente, promove a transparência e impulsiona a inovação. A EcoVadis possibilita que as empresas colaborem em prol da sustentabilidade através de uma plataforma comum, de um *scorecard* universal, de *benchmarks* e de ferramentas de melhoria de desempenho. Dessa forma, orientando o aperfeiçoamento da performance de sustentabilidade das empresas e das suas cadeias de valor, a EcoVadis ajuda as empresas a atingir as suas metas de sustentabilidade corporativa e a gerar impacto em escala (EcoVadis, 2022d, 2022a, 2023b).

Atualmente, a EcoVadis conta com uma rede global de mais de 1,6 milhões de empresas analisadas e mais de 100 mil empresas avaliadas, em mais de 175 países e mais de 200 indústrias (Figura 15).

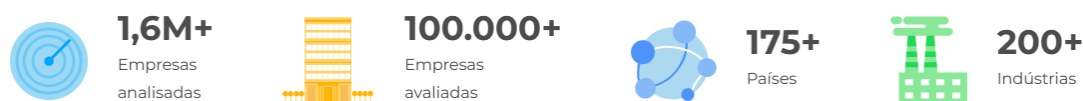





Figura 15 - Rede global da EcoVadis (EcoVadis, 2023b).

Empresas de renome como Schneider Eletric, L’Oréal, Coca-Cola European Partners, ManpowerGroup e Nestlé constituem o seu painel de clientes (EcoVadis, 2023b) e a Tabela 11 apresenta o depoimento de alguns desses clientes relativamente ao impacto da EcoVadis no seu desempenho.

Tabela 11 - Testemunhos do impacto da EcoVadis (EcoVadis, 2023b).

Clientes EcoVadis	Testemunhos
	<p><i>“By partnering with our suppliers, we can strengthen the social, environmental and economic performance of our supply chain, reducing our collective footprints and strengthening our companies as well. EcoVadis helps us to map our supplier conformance to J&J Responsibility Standards.”</i></p>
	<p><i>“It was in great interest to us as an organization to have EcoVadis come in and look at exactly what we are doing to give us some opportunities to learn what we can improve upon, as well as what we are doing well and maybe create opportunities to enhance those aspects of our program.”</i></p>
	<p><i>“We adopted the EcoVadis platform because it was one of the longest established assessment platforms with a good robust approach to assessing and reviewing performance in the sustainability area. (...) a program, which not only was satisfying our clients, but which also was helping us internally to drive sustainable thinking and embedding a sustainable approach to business within each of our organizations.”</i></p>

A EcoVadis pode acolher dois tipos de clientes, os clientes que pretendem obter uma avaliação da própria empresa e os clientes que pretendem obter uma avaliação dos seus parceiros ou fornecedores (EcoVadis, 2023i).

Os clientes que pretendem ter a sua própria avaliação dispõem de quatro planos diferentes – Basic, Premium, Select, Corporate – sendo que os dois primeiros possuem menos benefícios e os dois últimos têm especificidades próprias, no entanto todos eles se processam através da metodologia EcoVadis, embora o plano Basic não contenha todas as suas particularidades (EcoVadis, 2023i).

Os clientes que pretendem obter a avaliação de parceiros, apenas dispõem da Assinatura Enterprise que lhes permite, a partir de uma plataforma terceirizada de gestão de sustentabilidade, convidar os seus parceiros comerciais a serem avaliados e a gerirem o seu desempenho (EcoVadis, 2022d). Esta vertente da EcoVadis permite às empresas promover e potenciar práticas mais sustentáveis nos seus *stakeholders*.

A metodologia EcoVadis é um método de avaliação da qualidade do sistema de gestão de sustentabilidade de uma empresa através das suas políticas, ações e resultados (EcoVadis, 2022c). Esta metodologia assenta nos sete princípios fundamentais apresentados na Tabela 12 (EcoVadis, 2023j).

Tabela 12 - Princípios da metodologia EcoVadis (EcoVadis, 2023j).

Princípios	Avaliação por especialistas internacionais
	Personalização para o setor de atividade, país e tamanho da empresa
	Diversificação das fontes para garantir que a contribuição das partes interessadas seja suficientemente rica para uma pontuação confiável
	Utilização de tecnologias para garantir um processo seguro e confidencial e um tempo de ciclo mais rápido
	Rastreabilidade e transparência da documentação
	Baseado em evidências
	Excelência através da melhoria contínua

O modelo de avaliação EcoVadis foi aprimorado por especialistas em sustentabilidade e consiste nos 7 indicadores de gestão indicados na Figura 16 e nos 21 critérios de sustentabilidade distribuídos pelos quatro grandes temas da EcoVadis: Ambiente, Trabalho e Direitos Humanos, Ética e Compras Sustentáveis (Figura 17 - EcoVadis, 2023b). A EcoVadis definiu estes critérios com base nos padrões internacionais de desenvolvimento sustentável (EcoVadis, 2022b), isto é, os princípios do Pacto Global da ONU, as normas GRI, as convenções da OIT, a norma ISO 26000, o Roteiro CERES e os princípios orientadores da ONU sobre as Empresas e os Direitos Humanos (EcoVadis, 2022c).



Figura 16 - Indicadores de gestão EcoVadis (EcoVadis, 2023b).

O processo de avaliação é totalmente on-line e consiste em quatro etapas (EcoVadis, 2023c):

- 1) Registo on-line – criação do perfil da empresa com as informações necessárias para a elaboração de um questionário personalizado;
- 2) Questionário – responder ao questionário e anexar os documentos solicitados;
- 3) Análise dos especialistas – elaboração do *scorecard* pelos analistas da EcoVadis a partir das respostas do questionário;
- 4) Classificação – aceder ao *scorecard* na plataforma.



Figura 17 - Critérios de sustentabilidade EcoVadis (EcoVadis, 2023b).

No processo de recolha dos dados, esta avaliação considera, para além do questionário a que a empresa respondeu, a documentação que submeteu da própria empresa, os documentos relevantes atribuídos por terceiros (ex: certificações, rótulos) e notícias, *watchlists* e bases de dados monitorados por um mecanismo de inteligência artificial, 360° Watch Findings (EcoVadis, 2023b, 2023m). O 360° Watch Findings é um dos sete indicadores de gestão e uma ferramenta da EcoVadis que recolhe, classifica e introduz contribuições dos *stakeholders* na avaliação da EcoVadis (EcoVadis, 2023o). Esta ferramenta não só distingue o método da EcoVadis como, mais uma, vez envolve os *stakeholders* no processo de desenvolvimento da sustentabilidade empresarial, demonstrando a importância da perceção que os mesmos têm da empresa em questão.

Com todas as informações recolhidas, e considerando apenas os critérios pertinentes para o tamanho, o setor e a localização da empresa (EcoVadis, 2022c), os especialistas em sustentabilidade analisam todo o material e publicam os resultados num *scorecard*, conforme exemplificado na Figura 18 (EcoVadis, 2023b).

No *scorecard* é atribuída uma pontuação, de 0 a 100, para cada um dos grandes temas da EcoVadis e uma pontuação geral do desempenho de sustentabilidade da empresa (EcoVadis, 2023n). Este *scorecard* inclui, ainda, *benchmarks* e o *feedback* minucioso de um especialista sobre os pontos fortes (as forças da empresa) e os pontos fracos (as áreas a melhorar) em cada um dos temas o que permite que a empresa avaliada melhore continuamente o seu desempenho de sustentabilidade e adquira distinção e vantagem no mercado (EcoVadis, 2023b). Caso seja elegível, ainda, será atribuída uma medalha de reconhecimento à empresa (EcoVadis, 2023n).



Figura 18 - Exemplo figurativo de um *scorecard* EcoVadis (EcoVadis, 2023b).

Portanto, a metodologia EcoVadis fornece informações essenciais sobre os riscos e o desempenho de sustentabilidade das empresas e permite-lhes divulgar a sua performance compartilhando o *scorecard* por vários clientes (EcoVadis, 2023b).

Relativamente às medalhas EcoVadis (Figura 19), a plataforma tem um programa que recompensa as empresas que concluíram o processo de avaliação e demonstraram um desempenho de sustentabilidade consideravelmente forte: “A medalha EcoVadis é um reconhecimento da conquista RELATIVAMENTE a outras empresas avaliadas na base de dados EcoVadis” (EcoVadis, 2023f).



Figura 19 - Medalhas EcoVadis (EcoVadis, 2023f).

A classificação percentual é calculada por todas as empresas de todos os setores e as classificações das medalhas que existem, até ao momento, são (EcoVadis, 2023n):

- ❖ Platina - (pontuação geral entre 78 e 100);
- ❖ Ouro - (pontuação geral entre 70 e 77);
- ❖ Prata - (pontuação geral entre 59 e 69);
- ❖ Bronze - (pontuação geral entre 50 e 58).

Contudo, os níveis de reconhecimento são baseados em vários critérios para além da pontuação geral de uma empresa (EcoVadis, 2023n). Para uma empresa ser elegível tem de possuir uma pontuação geral superior a 50 (EcoVadis, 2023n), de respeitar a pontuação mínima de cada tema de acordo com os limites da Figura 20 e o 360° Watch Findings não pode fazer nenhuma descoberta grave em nenhum dos quatro grandes temas nem uma grande descoberta em mais de um tema (EcoVadis, 2023f). É, ainda, de destacar que as empresas nas indústrias do tabaco, do armamento, do carvão, da lenhite e com receitas substanciais provenientes de fontes de carvão e/ou de parte da produção de energia baseada no carvão não podem ser classificadas pela EcoVadis (EcoVadis, 2023e, 2023n).



Figura 20 - Pontuação mínima em cada tema para que uma empresa seja elegível para uma medalha (EcoVadis, 2023f).

Os critérios de elegibilidade são revistos anualmente (EcoVadis, 2023f) e “a elegibilidade da Medalha EcoVadis é baseada na data de publicação, não na do envio do questionário”, como tal, um questionário enviado depois de outubro de um ano pode estar sujeito às regras do ano seguinte, caso o *scorecard* seja publicado no ano seguinte (EcoVadis, 2023n). Como tal, o acompanhamento das alterações dos requisitos das classificações EcoVadis é fundamental para que as empresas consigam estar preparadas e corresponder ao nível que pretendem.

A EcoVadis é uma empresa em constante crescimento e melhoria e pretende estar alinhada com a evolução da sustentabilidade e manter os seus padrões elevados (EcoVadis, 2023e, 2023n). Com isso, os seus critérios também progridem e já existe uma perspetiva de quais serão em 2024, como é possível verificar na Tabela 13.





Tabela 13 - Evolução dos critérios de elegibilidade EcoVadis do ano 2023 para o ano 2024.

	2023	2024
Atribuição de Medalhas e Pontuação geral	Platina: de 78 a 100 pontos – Top 1%; Ouro: de 70 a 77 pontos – Top 5%; Prata: de 59 a 69 pontos – Top 25%; Bronze: de 50 a 58 pontos – Top 50%.	A partir de 2024, as medalhas serão atribuídas com base no <i>rank</i> percentual das empresas, e não na pontuação geral: Platina – Top 1%; Ouro – Top 5%; Prata – Top 15%; Bronze – Top 35%.
Pontuação geral mínima	50	–
Cálculo do <i>Rank</i> percentual	Por todas as empresas de todas as indústrias.	Comparação do desempenho de uma empresa com o de todas as empresas avaliadas nos últimos 12 meses.
Proibições do 360º Watch Findings	Nenhuma descoberta grave; 1 ou mais grandes descobertas em 2 ou mais temas; mais de 5 grandes descobertas num único tema; mais de 25 pequenas descobertas num único tema.	Nenhuma descoberta grave; 1 ou mais grandes descobertas em 2 ou mais temas; mais de 5 grandes descobertas num único tema; mais de 25 pequenas descobertas num único tema.
Limites dos temas	Para as Compras Sustentáveis 25 pontos e 30 para os restantes.	30 pontos para todos os temas.
Indústrias restritas	Tabaco, armamento, carvão, linhite e indústrias com receitas substanciais provenientes de fontes de carvão e/ou de parte da produção de energia baseada no carvão.	(Sujeito a revisão pela EcoVadis)
Novidades	–	Atribuição de emblemas às empresas que não ganhem medalhas, mas que tenham uma pontuação mínima de 45 ou uma pontuação entre 34 – 44 pontos, com uma melhoria mínima de 6 pontos em relação à avaliação anterior, no período de 18 meses.

Como é possível confirmar na Tabela 13, apenas as proibições do 360º Watch Findings se mantêm iguais, os restantes critérios evoluem tornando-se mais exigentes e rigorosos. “Uma medalha conquistada não significa que uma empresa não tenha espaço para melhorar ou para quaisquer potenciais fraquezas nas suas práticas de sustentabilidade” (EcoVadis, 2023f). Portanto, as empresas não podem descansar e têm de persistir e trabalhar para se desenvolver e aperfeiçoar continuamente.

Associando as práticas abordadas no capítulo anterior aos temas da EcoVadis em que melhor se enquadram, pretende-se revelar oportunidades para alavancar o desempenho organizacional. Assim, construiu-se uma proposta de práticas e temas críticos a considerar para melhorar a sustentabilidade de uma empresa utilizando como base as dimensões da metodologia EcoVadis (Tabela 14).

Tabela 14 - Práticas identificadas na revisão da literatura com o potencial de alavancar desempenho de sustentabilidade, considerando as dimensões EcoVadis.

 Ambiente	 Trabalho e Direitos Humanos	 Ética	 Compras Sustentáveis
<i>Environmental responsibility</i>	<i>Education</i>	<i>GRI</i>	<i>Service quality</i>
<i>Eco-label</i>	<i>Inclusion</i>	<i>SDGs</i>	<i>Certification</i>
<i>Energy efficiency</i>	<i>Corporate philanthropy</i>	<i>Transparency</i>	<i>Green marketing</i>
<i>Environmental policy</i>	<i>SDGs</i>	<i>Balanced Scorecard</i>	<i>SDGs</i>
<i>SDGs</i>	<i>Stakeholder awareness</i>		<i>Circular economy</i>
<i>Recycling</i>	<i>Customer relationship management</i>		<i>Innovation</i>
<i>Waste management</i>	<i>Safety</i>		<i>Product quality</i>
<i>Remanufacturing</i>	<i>Welfare</i>		<i>Sustainable consumption</i>
<i>Environmental management</i>	<i>Cause-related Marketing</i>		<i>Sustainable product</i>
<i>Sustainable Packaging</i>	<i>Embedded premium promotion</i>		<i>Sustainable supply chain</i>
<i>Eco-design tools</i>	<i>Balanced Scorecard</i>		<i>Fair Trade</i>
<i>Balanced Scorecard</i>	<i>Social responsibility</i>		<i>Reverse logistic</i>
<i>Decarbonization</i>	<i>Co-creation</i>		<i>Sustainable Marketing Orientation</i>
<i>Digitalization</i>			<i>Balanced Scorecard</i>
<i>Renewable energy sources</i>			<i>Revenue and greening-cost sharing contract</i>
<i>Life cycle analysis</i>			<i>Lean sustainability tools</i>
<i>Lean-green tools</i>			<i>Lean-green and sustainability tools</i>

Com as práticas de sustentabilidade empresarial identificadas na literatura, e utilizando como base o *framework* EcoVadis, as empresas podem potenciar o seu desempenho de sustentabilidade.

Adicionalmente, as empresas que são clientes da EcoVadis, utilizando em simultâneo as ferramentas da própria plataforma, como a Ecovadis Academy (página

que disponibiliza cursos para os clientes aprenderem sobre sustentabilidade e como melhorarem o seu desempenho - EcoVadis, 2022e), o IQ Plus, a Metodologia de avaliação EcoVadis e o Módulo de gestão de carbono (solução de gestão de GEE que impulsiona a descarbonização em toda a cadeia de fornecimento - EcoVadis, 2023h), podem alavancar o seu desempenho através da gestão de riscos, da gestão de GEE, da formação dos colaboradores e da avaliação e monitorização desse mesmo desempenho. Para além disso, uma empresa ao solicitar a classificação de sustentabilidade de outra pela EcoVadis, automaticamente, estimula uma cadeia sustentável, gera práticas mais sustentáveis, e modelos de negócio sustentáveis.

Através da análise do pensamento académico e das tendências de investigação sobre os hábitos sustentáveis das empresas e dos seus clientes foi possível inferir que existe de facto uma ligação entre os resultados da EcoVadis e a melhoria dos desempenhos de sustentabilidade das empresas.

2.4.5 - Importância da Sustentabilidade no contexto português

Dado que o presente trabalho foi desenvolvido em colaboração com uma empresa e uma instituição portuguesas, também é pertinente fazer uma breve contextualização da situação do país perante as metas do desenvolvimento sustentável.

Perante os desafios e problemas de sustentabilidade apontados anteriormente, tal como as empresas, toda a sociedade é pressionada a implementar medidas mais sustentáveis e a colocar a concretização dos ODS como uma prioridade (Firoiu et al., 2022).

Apesar da sua rápida recuperação, Portugal foi bastante afetado pela pandemia do COVID-19 e, atualmente, continua a sentir a subida dos preços da energia e dos alimentos devido à guerra entre a Rússia e a Ucrânia. No entanto, nos últimos anos, o país tem demonstrado o seu comprometimento com o desenvolvimento sustentável e, com apenas 10 milhões de habitantes e uma pequena economia suportada por serviços, tem dado passos significativos em prol da sustentabilidade (Firoiu et al., 2022; OECD, 2023).

“Em 2022, o relatório da ONU sobre desenvolvimento sustentável, conduzido por cientistas independentes, destacou Portugal como um dos países mais sustentáveis do mundo” (BCSD Portugal, 2023b). O país destaca-se especialmente em matérias de paz, segurança e justiça social, boa governança, energias limpas e água para consumo (BCSD Portugal, 2023b; Firoiu et al., 2022). A 14 de março de 2023, a OCDE publicou a última Revisão de Desempenho Ambiental de Portugal na qual elogiou a transição energética, a redução da emissão de GEE, a melhoria na qualidade do ar, a melhoria no tratamento de águas residuais, a qualidade geral da água para consumo humano e a quantidade de produção de resíduos municipais per capita. Em contrapartida, a economia circular e a produção e tratamento de resíduos foram bastante criticadas (Portugal é um dos países com taxas mais elevadas de deposição em aterros) e ainda existem campos em que Portugal enfrenta desafios

significativos, como por exemplo na proteção dos ecossistemas marinhos e na promoção e adoção de um consumo e produção sustentáveis (OECD, 2023).

No que diz respeito à temática da presente dissertação, ao nível da investigação científica, com 7 artigos publicados Portugal posicionou-se internacionalmente no 23º lugar, segundo a WoS. E relativamente às classificações EcoVadis, de acordo com um panorama global desenvolvido pela plataforma referente ao ano 2022 (EcoVadis, 2023a), competindo com o Top 3 dos melhores países, a Noruega, a Finlândia e a Suécia, e sendo a Europa o continente líder no desempenho da sustentabilidade com uma diferença significativa em relação à América do Norte, Portugal surgiu com distinção na 13ª posição da sustentabilidade empresarial mundial (Figura 21).

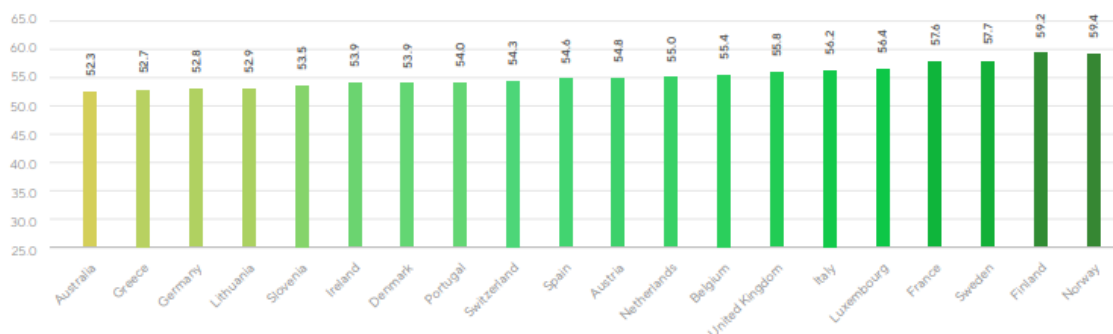


Figura 21 - 20 países com a melhor performance de sustentabilidade mundial na EcoVadis (EcoVadis, 2023a).

Em suma, Portugal está no bom caminho, mas ainda há muito a fazer rumo à neutralidade carbónica e a uma sociedade totalmente sustentável (OECD, 2023), a integração de ferramentas como a plataforma EcoVadis pode ajudar a alcançar mais eficiente e eficazmente esse objetivo.

CAPÍTULO 3

3 - Metodologia

O presente capítulo irá apresentar e justificar a metodologia selecionada para atingir o objetivo desta dissertação, sendo este a identificação de estratégias que possam ser desenvolvidas para melhorar o desempenho de sustentabilidade da EDP Comercial segundo os critérios de elegibilidade da EcoVadis e considerando o exemplo que irão originar para os seus clientes.

Através da análise do pensamento académico e das tendências de investigação sobre os hábitos sustentáveis das empresas e dos seus clientes foi possível inferir que existe de facto uma ligação entre os resultados da EcoVadis e a melhoria dos desempenhos de sustentabilidade das empresas, no entanto esse pressuposto teve de ser comprovado empiricamente.

O propósito da presente metodologia é estabelecer o plano de ação mais indicado para o desenvolvimento e a produção de resultados fiáveis e precisos que respondam à grande questão da investigação: **Qual é o impacto da EcoVadis no Desempenho de Sustentabilidade das Organizações?**

Com os resultados obtidos, o objetivo será propor estratégias para que a EDP Comercial consiga melhorar o seu desempenho de sustentabilidade, elevar a sua pontuação na EcoVadis, e dessa forma, valorizar a sua marca no mercado e potenciar hábitos de vida mais sustentáveis nos seus clientes.

Para tal, a presente metodologia seguiu o modelo *research onion* (Saunders et al., 2009), que considera as seguintes camadas:

1. Filosofia da investigação;
2. Abordagem da investigação;
3. Estratégia da investigação;
4. Método da investigação;
5. Horizonte temporal;
6. Recolha e análise de dados.

3.1 - Filosofia da Investigação

A filosofia da investigação define os princípios e as premissas que orientam a interpretação e a abordagem adotada pelo investigador (Saunders et al., 2009).

A presente metodologia é orientada pelo positivismo. O positivismo é uma filosofia objetiva que procura a generabilidade e a replicabilidade (Saunders et al., 2009).

Sendo que este trabalho de investigação está mais focado na observação, organização e análise de dados, o investigador tem uma postura mais externa e independente dos resultados, como tal, o positivismo é a filosofia mais apropriada para a concretização do trabalho de forma a alcançar os objetivos delineados.

3.2 - Abordagem da Investigação

A abordagem utilizada na metodologia da investigação foi dedutiva, partindo do pressuposto que os resultados da EcoVadis influenciam a EDP Comercial a modificar o seu desempenho de sustentabilidade e, portanto, a alterar a sua classificação de sustentabilidade.

A abordagem dedutiva é utilizada quando se pretende desenhar a metodologia da investigação no sentido de verificar uma teoria previamente concebida que, geralmente, é explicada por uma relação de causalidade entre variáveis (Saunders et al., 2009). Assim sendo, esta foi a abordagem mais adequada para orientar a presente metodologia.

3.3 - Estratégia da Investigação

Relativamente à estratégia da investigação, no presente trabalho utilizou-se um *case study* singular e holístico.

A metodologia *case study* é utilizada quando é necessário compreender uma determinada questão de forma complexa e aprofundada no seu contexto real (Saunders et al., 2009). Neste caso em específico, o *case study* trata do estudo da performance de sustentabilidade da EDP Comercial enquanto variável relacionada com a sua classificação EcoVadis. Trata-se de um caso singular, por ser apenas uma organização em estudo, e de um caso holístico, visto que a empresa EDP Comercial é considerada como um todo, em vez de ser dividida pelos seus departamentos ou equipas (Saunders et al., 2009).

3.4 - Método da Investigação

O método da investigação refere-se à adoção de processos qualitativos ou quantitativos na recolha e análise dos dados da investigação. No presente estudo foi adotado um método mono qualitativo. Um método mono é considerado quando não existem misturas de processos e técnicas qualitativas e quantitativas, ou seja, tanto na recolha como na análise de dados os processos são do mesmo tipo. Um método

qualitativo é um procedimento que usa e gera dados não numéricos (Saunders et al., 2009).

No presente trabalho, apesar da pontuação nos scorecards EcoVadis ser atribuída numericamente nem a recolha nem a análise destas pontuações foi realizada quantitativamente, como tal, o método utilizado foi mono qualitativo, pois foi desenvolvido apenas através de dados não numéricos de relatórios, por meio de comparações e análises de efeitos entre os mesmos.

3.5 - Horizonte Temporal

O horizonte temporal define o período de tempo em que os dados são recolhidos. No caso dos dados serem todos recolhidos num determinado momento, o horizonte temporal é *cross-sectional*, caso a recolha dos dados seja realizada em diversos momentos num longo período de tempo trata-se de um horizonte *longitudinal* (Saunders et al., 2009).

No estudo em causa, apesar dos dados serem todos recolhidos e analisados num determinado momento, esses dados referem-se a um período de 2 anos (Primeiro ano – desde a análise realizada à EDP Comercial pela EcoVadis em 2021 até ao preenchimento do questionário da EcoVadis pela EDP Comercial em 2022; Segundo ano – desde a análise realizada à EDP Comercial pela EcoVadis em 2022 até ao preenchimento do questionário da EcoVadis pela EDP Comercial em 2023) o que indica um horizonte *longitudinal*.

3.6 - Recolha e Análise de Dados

A recolha e a análise dos dados foi realizada qualitativamente, utilizando como base os scorecards EcoVadis de 2022 e 2023, onde são avaliados um conjunto de parâmetros sobre o desempenho de sustentabilidade da EDP Comercial (Tabela15).

Tabela 15 – Informação analisada no presente estudo.

Documentos	Descrição da informação recolhida
Scorecard de 2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dados das <i>improvement areas</i>, isto é, “áreas a melhorar”, do tema Ambiente; 2. Dados das <i>improvement areas</i> do tema Trabalho e Direitos Humanos; 3. Dados das <i>improvement areas</i> do tema Ética; 4. Dados das <i>improvement areas</i> do tema Compras Sustentáveis; 5. Pontuação geral atribuída a cada tema; 6. Pontuação geral atribuída à EDP Comercial e medalha EcoVadis;

Documentos	Descrição da informação recolhida
	7. Dados da relação entre a pontuação da EDP Comercial e a pontuação das outras empresas do mesmo setor avaliadas pela EcoVadis.
Questionário EcoVadis submetido pela EDP Comercial em 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dados das questões e respostas relativos às <i>improvement areas</i> do tema Ambiente do <i>scorecard</i> de 2022; 2. Dados das questões e respostas relativos às <i>improvement areas</i> do tema Trabalho e Direitos Humanos do <i>scorecard</i> de 2022; 3. Dados das questões e respostas relativos às <i>improvement areas</i> do tema Ética do <i>scorecard</i> de 2022; 8. Dados das questões e respostas relativos às <i>improvement areas</i> do tema Compras Sustentáveis do <i>scorecard</i> de 2022.
<i>Scorecard</i> de 2023	Dados dos 7 pontos indicados no <i>scorecard</i> de 2022, mas neste caso, relativos ao <i>scorecard</i> de 2023.

A informação selecionada para a análise teve em conta os objetivos e os recursos disponíveis para a investigação. Uma vez que o principal objetivo era perceber o impacto da EcoVadis no desempenho de sustentabilidade da EDP Comercial foram considerados os aspetos que necessitam de alguma melhoria, visto ser mais fácil verificar alterações de comportamento relativamente a esses resultados do que relativamente a resultados positivos.

No que diz respeito à análise dos resultados, os dados foram organizados e agrupados em categorias, com a ajuda do Excel. O tipo de análise utilizado designa-se por análise qualitativa com recurso a um processo de categorização (Saunders et al., 2009).

Portanto, a metodologia da presente dissertação (Figura 22) foi dividida em 3 etapas. A primeira etapa tratou-se da identificação das oportunidades de melhoria através da análise do *scorecard* 2022. Na segunda etapa, com a análise do *scorecard* 2023, foram verificados os resultados da EDPC após a implementação das medidas de melhoria e, com a análise do questionário 2023, foram identificadas as melhorias implementadas pela empresa para suprir as suas fraquezas. Na terceira etapa foi realizada uma comparação entre os resultados da primeira e da segunda etapa com o intuito de compreender qual foi a evolução da EDPC e que parâmetros poderão ser melhorados em 2024.



Figura 22 - Metodologia adotada.

CAPÍTULO 4

4 - Resultados e discussão

No presente capítulo serão apresentados os resultados obtidos no *case study* através da metodologia discutida no capítulo anterior e será desenvolvida uma discussão com base nos mesmos. A discussão será dividida segundo os temas de avaliação da EcoVadis, serão discutidas as pontuações gerais de cada *scorecard* e por último, será realizada uma análise da posição da EDP Comercial relativamente à indústria em que se insere.

4.1 - Resultados

A Tabela 16 apresenta os principais resultados do *case study* e demonstra a associação entre as áreas a melhorar pela EDP Comercial (P1-P31) de acordo com a avaliação da EcoVadis em 2022, as medidas implementadas para as melhorar (M1-M23) e o resultado dessas medidas segundo a avaliação da EcoVadis em 2023.

De uma forma mais clara e detalhada, na primeira coluna da tabela, encontram-se as políticas, as ações e os resultados dos temas avaliados pela EcoVadis. Na segunda coluna, estão apresentadas as áreas que a EcoVadis, no *scorecard* da EDP Comercial de 2022, indica que precisam de melhorar numeradas pela ordem em que surgem de P1 a P31 e cada área está assinalada com a cor correspondente ao nível de prioridade da sua melhoria, sendo que vermelho indica uma prioridade alta, laranja uma prioridade média e verde uma prioridade baixa. A terceira coluna da tabela, contempla as medidas implementadas pela EDP Comercial para melhorar as áreas assinaladas na segunda coluna, e conseqüentemente, o desempenho de sustentabilidade da empresa. Estas medidas, enumeradas de M1 a M23, foram transcritas do questionário EcoVadis submetido pela EDP Comercial para a sua avaliação de 2023. A quarta coluna diz respeito ao resultado, apresentado no *scorecard* de 2023, do impacto das medidas implementadas pela EDP Comercial nas áreas a melhorar apontadas no *scorecard* de 2022. Algumas áreas melhoraram e, como tal, são apresentadas as forças em que se transformaram para a empresa (F1-F18), outras mantiveram-se iguais sendo apresentadas os mesmos pontos a melhorar, e nos casos excecionais das três últimas linhas, em que forças da empresa ou áreas que não constavam sequer no *scorecard* em 2022, pioraram segundo os resultados de 2023. A quinta, e última, coluna, ilustra a evolução de cada ponto de 2022 para 2023, sendo que o símbolo ↑ significa que a área em causa melhorou, ↓ significa que piorou, e = significa que se manteve igual.

Com o intuito de melhorar a compreensão dos resultados para o leitor, a Tabela 17 mostra o peso das políticas, das ações e do reporte de resultados na pontuação de cada tema e apresenta, também, o impacto da prestação de cada tema na pontuação geral dos *scorecards* da EcoVadis.

CAPÍTULO 4 – Resultados e discussão

Tabela 16 - Resultados Case Study EDP Comercial.

Temas EcoVadis		Scorecard 2022	Medidas implementadas pela EDP Comercial	Scorecard 2023	Evolução
Ambiente	Políticas	<i>P1. Inconclusive documentation for policies on water</i>	<i>M1. "Environmental Policy" (Webpage)</i>	<i>P23. Inconclusive documentation for policies on water</i>	=
	Ações	<i>P2. Declares measures on water management, but no supporting documentation available</i>	M2. "Biodiversity Report 2020-2022" (Pág.16-17); "2022 Annual Integrated Report" (Pág.140,143-145,198); "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1); " Layout para instalação de subestação" (Pág.1); Instalação de bacias de contenção e separadores de hidrocarbonetos nas subestações instaladas pela EDP Comercial; Estaleiros da EDP Comercial com instalações sanitárias com reservatório estanque das águas residuais dos WC, encaminhados posteriormente para tratamento por entidade gestora de resíduos licenciada (adicionalmente, convém referir que os estaleiros EDP Comercial são alimentados por painéis solares, sem recurso a geradores a combustão); Promoção de hábitos sustentáveis relacionados com o consumo de água junto dos diferentes stakeholders da EDP Comercial (colaboradores, clientes, prestadores de serviços e comunidade em geral); "Aprenda a poupar água" (Website)	<i>F1: Environmental emergency measures in place; Control measures to reduce the impacts of radioactive or thermal water pollution; Wastewater quality assessment; On-site or off-site wastewater treatment facilities; Technologies or practices to recycle or reuse water; Employee awareness training on water conservation</i>	↑
	Resultados	<i>P3. Reporting on environmental issues is not specific to the rated scope, but is available at parent company level</i>	M3. "CDP Climate Change 2022" (Pág.1-165); "Indicadores ESG da EDP Comercial" (1-3); "Biodiversity Report 2020-2022" (Pág.1-45); "2022 Annual Integrated Report" (Pág.95, 136-147); "Relatório e Contas da EDP Comercial" (Pág.9-13, 17); "Avaliação ESG na perspetiva clientes" (Pág.16-24);	<i>F2: Reporting in accordance with SASB; Reporting in accordance with GRI Universal Standards; Materiality analysis in sustainability reporting; External assurance of sustainability reporting; Company reports to CDP; Comprehensive reporting on environmental issues; Declares some sites/operations located in or near biodiversity-sensitive areas, but the activities do not negatively affect those areas (not verified)</i>	↑

CAPÍTULO 4 – Resultados e discussão

Temas EcoVadis	Scorecard 2022	Medidas implementadas pela EDP Comercial	Scorecard 2023	Evolução
	<i>P4. No information on reporting on total water consumption</i>	M4. Year: 2022, Unit: cubic meters (m3), Value: 10.29, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F3: Reporting on total water consumption</i>	↑
	<i>P5. No information on reporting on total weight of hazardous waste</i>	M5. Year: 2022, Unit: metric ton (T), Value: 0, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F4: Reporting on total weight of hazardous waste</i>	↑
	<i>P6. No information on reporting on total weight of non-hazardous waste</i>	M6. Year: 2022, Unit: metric ton (T), no Value: 27.9, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F5: Reporting on total weight of non-hazardous waste</i>	↑
	<i>P7. No information on reporting on total energy consumption</i>	M7. Year: 2022, Unit: megawatt-hour (MWh), Value: 2500, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F6: Reporting on total energy consumption</i>	↑
	<i>P8. No information related to reporting on total amount of renewable energy consumed</i>	M8. Year: 2022, Unit: megawatt-hour (MWh), Value: 1815, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F7: Reporting on total amount of renewable energy consumed</i>	↑
	<i>P9. No information on reporting on total Scope 1 GHG emissions</i>	M9. Year: 2022, Unit: tons of CO2 equivalent (tCO2eq), Value: 457.1, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F8: Reporting on scope 1 GHG emissions; Total Scope 1 reporting value confirmed in supporting documentation</i>	↑
	<i>P10. No information on reporting on total Scope 2 GHG emissions</i>	M10. Year: 2022, Unit: tons of CO2 equivalent (tCO2eq), Value: 438.9, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F9: Reporting on scope 2 GHG emissions</i>	↑/=
			<i>P24. Total Scope 2 reporting value not confirmed in supporting documentation</i>	
<i>P11. No information related to reporting on total weight of pollutants emitted to water</i>	M11. Year: 2022, Unit: kilogram (kg), Value: 0, Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F10: Reporting on total weight of pollutants emitted to water</i>	↑	

CAPÍTULO 4 – Resultados e discussão

Temas EcoVadis		Scorecard 2022	Medidas implementadas pela EDP Comercial	Scorecard 2023	Evolução
		<i>P12. No information related to reporting on total weight of waste recovered</i>	M12. Year: 2022, Unit: metric ton (T), Value: 23.4, "2022 Annual Integrated Report" (Pág.195)	<i>F11: Reporting on total weight of waste recovered</i>	↑
		<i>P13. No information on reporting on total energy production</i>	M13. Year: 2022, Unit: megawatt-hour (MWh), no Value: 83200, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F12: Reporting on total energy production</i>	↑
		<i>P14. No information related to reporting on total energy production from renewable energy sources</i>	M14. Year: 2022, Unit: megawatt-hour (MWh), Value: 83200, "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1)	<i>F13: Reporting on total energy production from renewable energy sources</i>	↑
Trabalho e Direitos Humanos	Resultados	<i>P15. Reporting on labor and human rights issues is not specific to the rated scope, but is available at parent company level</i>	M15. "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1-2); "Relatório e Contas da EDP Comercial" (Pág.14-18); "Matriz Organizacional" (Pág.2); "2022 Annual Integrated Report" (Pág.1119-125; 154-159; 555); "Safety, Security and Business Continuity" (Pág.1-57); "Health and Safety Report EDP Comercial" (Pág. 1-13); "Acordo Coletivo de Trabalho" (Pág.1-254); "Ata da reunião da Comissão de Segurança e Saúde no trabalho da EDP Comercial" (Pág.1-6); "People and Organization Report" (Pág.17-19); "Deconstructing ableism" (Pág.1-16); "Disabled People" (Intranet); "Women at EDP: The Road to Equality" (Webpage); "Diversity and Inclusion: Role of EDP" (Webpage); "Inclusion office"; "#REBELSFORCHANGE" (Webpage); "Diversity, Equity, and Inclusion"; "Ethics at EDP" (Webpage); "Code of Ethics 2022" (Pág.1-105)	<i>F14: Reporting in accordance with SASB; Reporting in accordance with GRI Universal Standards; Materiality analysis in sustainability reporting; External assurance of sustainability reporting; Comprehensive reporting on labor and human rights issues</i>	↑
		<i>P16. No information on reporting on workplace diversity</i>	M16. (Reporting year) – 2022; (Percentage of workers from minority groups and/or vulnerable workers employed in relation to the whole organization (if applicable)) - 0,31%; (Percentage of women employed in relation to the whole organization) - Year: 2022, Unit: percent (%), Value: 44.79; (Percentage of women in top executive positions (excluding boards of directors)) - Year: 2022, Unit: percent (%), Value:	<i>F15: Reporting on the percentage of employees from minority and/or vulnerable groups in the whole organization; Reporting on the percentage of women employed in relation to the whole organization; Report on average unadjusted gender pay gap;</i>	↑

CAPÍTULO 4 – Resultados e discussão

Temas EcoVadis		Scorecard 2022	Medidas implementadas pela EDP Comercial	Scorecard 2023	Evolução
			33.01; (Percentage of women within the organization's board) - Year: 2022, Unit: percent (%), Value: 40; (Average unadjusted gender pay gap) - Year: 2022, Unit: percent (%), Value: 0.86; "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.1); "Matriz Organizacional" (Pág.2)	<i>Reporting on the percentage of women in top executive positions</i>	
Ética	Ações	<i>P17. No conclusive documentation regarding information security risk assessments</i>	M17. "Security and Privacy" (Webpage); "2022 Annual Integrated Report" (Pág.99-105); "Speak up (channel)" (Webpage); "Annual Evaluation Report on the Plan for the Prevention of Risks of Corruption and Related Offences" (Pág.1-6); "EDP Integrity Policy" (Pág.1-29); "Digital Information Lifecycle Policy" (Pág.1-70); "EDP's Personal Data Protection Policy" (Webpage)	<i>F16: Whistleblower procedure for stakeholders to report information security concerns; Information security due diligence program on third parties in place; Implementation of a records retention Schedule; Audits of control procedures to prevent information security breaches; Measures for gaining stakeholder consent regarding the processing, sharing and retention of confidential information</i>	↑
		<i>P18. No conclusive documentation regarding an anti-corruption due diligence program on third parties</i>	M18. "Ethics Ombudsperson Report 2021" (Pág.1-28)	<i>P25. No conclusive documentation regarding an anti-corruption due diligence program on third parties</i>	=
	Resultados	<i>P19. The 360°Watch has identified at least one significant controversy, fine or penalty regarding ethics issues in the last ten years.</i>	—	<i>P26. The 360°Watch has identified at least one significant controversy, fine or penalty regarding ethics issues in the last ten years.</i>	=
<i>P20. The 360°Watch has identified at least one significant adverse report regarding anti-competitive practices.</i>			<i>P27. The 360°Watch has identified at least one significant adverse report regarding anti-competitive practices.</i>	=	

CAPÍTULO 4 – Resultados e discussão

Temas EcoVadis		Scorecard 2022	Medidas implementadas pela EDP Comercial	Scorecard 2023	Evolução
Compras Sustentáveis	Políticas	<i>P21. Inconclusive documentation on sustainable procurement policies</i>	M19. "Sustainable Procurement Policy" (Webpage); "Supplier Code of Conduct" (Webpage)	<i>F17: Standard policies on sustainable procurement issues</i>	↑
	Ações	<i>P22. Declares training of buyers on social and environmental issues within the supply chain, but no supporting documentation available</i>	M20. "Manual de Gestão do Ambiente e da Segurança da EDP Comercial" (Pág.1-93)	<i>P28. No conclusive documentation on the training of buyers on social and environmental issues within the supply chain</i>	=
		—	M21. "Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimentos da EDP Comercial" (Pág.12-15); "Indicadores ESG da EDP Comercial" (Pág.2)	<i>P29. No conclusive documentation on on-site audits of suppliers on environmental or social issues</i>	↓
		—	M22. "Manual de Gestão do Ambiente e da Segurança da EDP Comercial" (Pág.1-93)	<i>P30. No conclusive documentation on capacity building of suppliers on environmental or social issues (e.g.corrective actions, training)</i>	↓
		<i>F18 - Sustainable procurement objectives integrated into buyer performance reviews</i>	M23. "2022 Annual Integrated Report" (Pág.148-153, 190-191)	<i>P31. No conclusive documentation on sustainable procurement objectives integrated into buyer performance reviews</i>	↓

Tabela 17 - Peso de cada fator e de cada tema da avaliação.

	Ambiente	Trabalho e Direitos Humanos	Ética	Compras Sustentáveis
Peso das Políticas	Elevado	Elevado	Elevado	Elevado
Peso das Ações	Elevado	Elevado	Elevado	Elevado
Peso dos Resultados	Médio	Médio	Médio	Médio
Impacto do tema na pontuação geral	Elevado	Elevado	Baixo	Baixo

A Tabela 18 é constituída pela pontuação de cada tema, pela pontuação geral e pela medalha do *scorecard* de cada ano, assim como a evolução de cada aspeto de acordo com a simbologia descrita anteriormente.

Tabela 18 - Pontuações e a sua evolução.

	Scorecard 2022	Scorecard 2023	Evolução
Ambiente	70	80	↑
Trabalho e Direitos Humanos	80	80	=
Ética	60	70	↑
Compras Sustentáveis	50	70	↑
Total	71	78	↑
Medalha	Ouro	Platina	↑

A última tabela desenvolvida, Tabela 19, representa o posicionamento da EDP Comercial em relação à sua indústria, de acordo com as classificações de

sustentabilidade atribuídas a todas as empresas do setor elétrico mundialmente avaliadas pela EcoVadis.

Tabela 19 - EDP Comercial vs Setor Elétrico.

	Scorecard 2022	Scorecard 2023	Evolução
Pontuação por tema			↑
Pontuação geral			↑

Nota: Não há registo disso, mas é provável que a pontuação por tema das empresas avaliadas pela EcoVadis seja uma média, uma vez que essas pontuações não correspondem às pontuações gerais apresentadas na Tabela 19.

4.2 - Ambiente

No *scorecard* 2022 as oportunidades de melhoria relacionadas com Ambiente, incidiam maioritariamente na falta de informação sobre o desempenho da EDP Comercial na gestão de água. O *scorecard* 2023 introduz o documento “Indicadores ESG da EDP Comercial”, Figura B1 (primeira figura do apêndice B), que evidencia os esforços da organização em responder a este critério, contribuindo para uma melhoria do rating da EDP Comercial. Este documento, validado pela PwC, foi desenvolvido como complemento ao relato anual de sustentabilidade do Grupo EDP (Relatório Integrado), apresentando informação ESG específica da EDP Comercial. Deste modo, é possível monitorizar a evolução do desempenho de sustentabilidade da empresa de uma forma específica para o negócio da EDP Comercial, em vez de utilizar apenas os dados globais do Grupo EDP (algo que foi efetuado no *scorecard* 2022). Adicionalmente, na área M2 do *scorecard* foram evidenciadas um conjunto de medidas organizacionais que são asseguradas para garantir a gestão da água, nomeadamente (i) a instalação de bacias de contenção e separadores de

hidrocarbonetos nas subestações, (ii) iniciativas de sensibilização como o “aprenda a poupar água”, entre outras.

Apesar das melhorias reportadas de 2022 para 2023, os pontos P1 e P10 são exceções, visto que, no caso da área P1 mesmo com a apresentação da "*Environmental Policy*" do Grupo EDP, essa área não melhorou de 2022 para 2023 e manteve-se com um score exatamente igual, portanto pode-se verificar que esta abordagem não é suficiente para ultrapassar o eventual gap que possa existir. No caso de P10, esta área apenas foi melhorada em parte, isto porque o valor indicado no questionário EcoVadis não corresponde ao indicador relatado nos “Indicadores ESG da EDP Comercial”, retificando esse pormenor, toda a área melhora.

É ainda de referir que, conforme é possível conferir nas medidas M7 e M8 da Tabela 16, a produção total de energia produzida pela EDP Comercial é exatamente igual à produção total de energia produzida pela empresa a partir de fontes de energia renováveis. Este facto não só indica que toda a energia produzida na EDP Comercial tem origem renovável, como também comprova o elevado nível de sustentabilidade da EDP Comercial.

Graças às medidas implementadas (desenvolvimento e publicação online de informação específica ESG para a EDP Comercial e maior detalhe no *report* das práticas de sustentabilidade adotadas pela organização), a pontuação geral deste tema deu um salto considerável de 10 pontos (segundo os valores da Tabela 18) afetando de forma decisiva o resultado geral da EDP Comercial, uma vez que, conforme está explícito na Tabela 17, este tema tem um peso elevado na pontuação geral da classificação EcoVadis.

4.3 - Trabalho e Direitos Humanos

Relativamente ao Trabalho e Direitos Humanos, constatou-se que em 2022 o a informação disponibilizada pela EDP Comercial era maioritariamente de cariz corporativo, ou seja, dados globais relativos ao Grupo EDP (sem detalhe sobre a EDP Comercial). Com a disponibilização de informação da EDP Comercial desassociada do Grupo EDP, a partir das medidas M15 e do *report* detalhado das percentagens da diversidade no local de trabalho, algumas das fragilidades relacionadas com esta temática foram colmatadas e convertidos nas forças F14 e F15 no *scorecard* de 2023. Portanto, através destas medidas, as áreas a melhorar foram todas aperfeiçoadas, e no *scorecard* de 2023, a EDP Comercial apenas apresenta forças no âmbito do Trabalho e Direitos Humanos.

No entanto, a pontuação final deste tema não foi perfeita, este tema apenas obteve 80 em 100 pontos, o que parece incoerente, dado que a EcoVadis não assinalou a necessidade de qualquer melhoria para este tema no *scorecard* de 2023. Este facto pode-se justificar com a hipótese de que a EcoVadis só considere uma área a melhorar se esta apresentar um nível significativo de aperfeiçoamento pela frente. Neste caso, o mais provável é que, apesar dos esforços desenvolvidos, a EDP Comercial ainda possa fazer vários ajustes na sua performance em Trabalho e

Direitos Humanos, os quais podem fazer a diferença para que esta atinja uma melhor pontuação.

Tal como no tema do Ambiente, neste caso os “Indicadores ESG da EDP Comercial” também foram cruciais.

Relativamente à pontuação geral do tema apesar das melhorias evidentes em 2023, o tema manteve-se exatamente com a mesma pontuação com que foi avaliado em 2022. Estes resultados podem-se justificar pelo aumento da exigência nos critérios da avaliação EcoVadis, ou pelo facto das melhorias realizadas não terem um peso significativo na pontuação geral do tema. Tal como é visível na Tabela 17 o reporte dos resultados tem um peso médio na pontuação do tema, quando comparado com as políticas e as ações.

4.4 - Ética

Relativamente ao tema Ética as oportunidades de melhoria referidas em 2022 relacionadas maioritariamente com a disponibilização de documentação sobre a avaliação do risco da segurança da informação, através das medidas M17 transformaram-se integralmente nas forças F16. As medidas M17 foram as únicas a atribuírem melhorias na performance da EDP Comercial no âmbito da Ética, de acordo com o *scorecard* de 2023. O ponto P18, com a medida M18, não sofreu nenhuma alteração, o que indica que não foi a medida apropriada. No caso dos pontos P19 e P20, que se referem a descobertas do 360º Watch Findings, as áreas assinaladas tratam-se de acontecimentos negativos que na história da empresa e que não podem ser alterados, como tal, não foram tomadas quaisquer medidas neste sentido. Estes eventos continuarão a ser identificados pelo 360º Watch Findings da EcoVadis até passar um período de tempo considerável para que estes deixem de ser relevantes para a avaliação da empresa.

Apesar de não ter um peso tão significativo na classificação geral da EDP Comercial como as práticas relacionadas com o Ambiente e com o Trabalho e Direitos Humanos, também o tema da Ética demonstrou um aumento considerável na sua pontuação, aumentou 10 pontos tal como o tema do Ambiente.

4.5 - Compras Sustentáveis

Ao contrário dos restantes temas, as Compras Sustentáveis não apresentaram qualquer problema no reporte dos resultados. No entanto, sendo as políticas e as ações os aspetos com mais impacto para o bom desempenho do tema (Tabela 17), e também as áreas mais críticas, a pontuação geral das Compras Sustentáveis, segundo o *scorecard* de 2022, foi de apenas 50 em 100 pontos.

As medidas aplicadas para melhorar o ponto P22, não foram suficientes, apesar de ser apresentada a documentação requerida, a informação desta não era conclusiva, o que fez com que não houvesse evolução nesta matéria. Contudo,

graças às políticas "*Sustainable Procurement Policy*" e "*Supplier Code of Conduct*", a EDP Comercial supriu os pontos fracos das políticas transformando-os nas forças F17. Uma vez que as políticas têm um peso muito alto na pontuação final do tema, com essas medidas, a EDP Comercial conseguiu elevar a sua pontuação no âmbito das Compras Sustentáveis em 20 pontos, passando de 50 para 70 pontos, um nível avançado do parâmetro. Este foi o tema com uma maior evolução geral.

Neste tema também surgiram três casos particulares, que apareceram apenas no *scorecard* de 2023, as áreas P29, P30 e P31. As áreas P29 e a P30 não eram mencionadas no *scorecard* de 2022, apesar de constarem no questionário submetido pela EDP Comercial para a avaliação de 2023, e o caso do ponto P31 que em 2022 era uma força da empresa e no *scorecard* de 2023 surge como uma área a melhorar. Esta situação resulta provavelmente de um maior rigor do processo EcoVadis, o que demonstra a importância de saber, investigar e estudar os novos critérios de elegibilidade da EcoVadis para que a empresa esteja sempre preparada com as medidas e resultados necessários para cumprir os novos critérios.

4.6 - Pontuação Geral

A Tabela 18, as pontuações gerais, ilustra perfeitamente o impacto da EcoVadis no desempenho de sustentabilidade da EDP Comercial. Face aos resultados de 2022, a EDP Comercial adotou medidas (como ações e reportes adicionais) que elevaram o seu desempenho de sustentabilidade ao ponto de conseguirem, mesmo com o aumento da exigência dos critérios, elevar consideravelmente a sua pontuação final demonstrando um nível avançado de gestão da sustentabilidade empresarial em todos os temas avaliados pela EcoVadis. Por esse motivo, a EDP Comercial foi em 2023 condecorada com uma medalha de platina pela EcoVadis. No entanto, a empresa deve ter cuidado porque a medalha de platina é de 78 a 100 pontos, com o aumento da exigência dos critérios de elegibilidade a empresa pode mais facilmente cair para a medalha de ouro.

É de referir que um ponto comum aos vários temas, foi a exigência na documentação específica à EDP Comercial, tendo sido várias vezes contestado o reporte de dados relativos à empresa mãe (Grupo EDP). No sentido de respeitar os critérios da EcoVadis e superar-se constantemente a si mesma, a EDP Comercial irá continuar a tentar melhorar a sua performance de sustentabilidade para preencher os requisitos estabelecidos e, dessa forma, a EcoVadis influencia a EDP Comercial a elevar continuamente o seu desempenho de sustentabilidade.

Num âmbito geral, a separação dos resultados nos "Indicadores ESG da EDP Comercial" e o reporte atento e cuidadoso dos resultados, foram as medidas mais impactantes no aumento do desempenho da EDP Comercial entre a avaliação da EcoVadis realizada em abril de 2022 e a avaliação realizada em julho de 2023, passando de um total de 71 para 78 pontos, e de uma medalha de ouro para uma medalha de platina, a qual está atribuída a apenas 1% das empresas avaliadas pela EcoVadis, o que reflete a qualidade do sistema de gestão da sustentabilidade da EDP Comercial.

A Tabela 17 justifica o facto de, em 2022, apesar da pontuação dos temas Ética (60 pontos) e Compras Sustentáveis (50 pontos) apresentar valores inferiores relativamente aos restantes parâmetros, a pontuação geral atingiu um nível avançado. Da mesma forma, indica que a melhoria considerável de 2022 para 2023 ocorreu devido essencialmente à melhoria na pontuação do Ambiente, visto ser a melhoria que tem mais peso na pontuação final da empresa.

Adicionalmente, convém referir que as iniciativas transversais desenvolvidas pelo Grupo EDP em 2023 para alavancar a cultura ESG na organização e que foram reportadas na avaliação EcoVadis 2023, contribuíram como aspeto positivo, diferenciador face ao ano anterior, nomeadamente o programa PlayItSafe (promoção da cultura de segurança e saúde no trabalho), CITADEL (implementação do security), ESG mindset (implementação dos princípios de circularidade no negócio) e ESG protocol (gestão sustentável da cadeia de fornecimento).

4.7 - EDP Comercial e o Setor Elétrico

Em relação à posição da EDP Comercial no panorama internacional de sustentabilidade do setor elétrico, a melhoria da EDP Comercial não só se refletiu no desempenho da própria empresa como fez com que elevasse a sua vantagem competitiva no mercado, uma vez que um crescente número de clientes requer empresas com certificação EcoVadis, enquanto critério para celebração de novos contratos.

De acordo com as avaliações realizadas pela EcoVadis às empresas desta indústria (Tabela 19), o panorama geral relativamente às pontuações atribuídas pela EcoVadis não foi praticamente alterado entre 2022 e 2023. Cerca de 80% das empresas avaliadas tem menos de 65 pontos sua pontuação geral de sustentabilidade, ou seja, medalha de bronze ou de prata (se os restantes requisitos para tais medalhas estiverem a ser cumpridos). Os temas Ambiente e Trabalho e Direitos Humanos apresentam as pontuações mais elevadas, seguindo-se a Ética. O tema das Compras Sustentáveis aparenta ser o menos aprofundado, apresentando pontuações inferiores.

A EDP Comercial surgiu com relevo em 2022, numa posição avançada relativamente às restantes empresas do setor, principalmente ao nível do Trabalho e Direitos Humanos. Contudo, em 2023 a EDP Comercial superou-se, assumindo uma posição entre as mais elevadas e destacando-se em todas as áreas de avaliação da EcoVadis, sendo visível nas Tabelas 18 e 19 o progresso que teve nas Compras Sustentáveis relativamente ao *scorecard* de 2022.

Considerando a informação disponibilizada pela EcoVadis, a EDP Comercial atingiu um lugar de distinção na sustentabilidade do setor elétrico internacional.

4.8 - Discussão Final

Em suma, a partir do estudo da sustentabilidade no âmbito empresarial e da EcoVadis como uma plataforma/ferramenta decisiva para a melhoria do desempenho das organizações, foi possível concluir na revisão de literatura que existe uma oportunidade para explorar sobre como desenvolver e melhorar o desempenho de sustentabilidade das empresas. A EcoVadis pode ser uma resposta a esta lacuna, no entanto na literatura científica e académica é um tema inexplorado, o que levou à seguinte questão de investigação: **Qual é o impacto da EcoVadis no Desempenho de Sustentabilidade das Organizações?**

A presente dissertação serviu para colmatar essa lacuna a partir do estudo das estratégias atualmente mais relevantes para a sustentabilidade corporativa e do conhecimento agregado e partilhado sobre a EcoVadis, a sua metodologia, os seus critérios e os seus benefícios. Esta última, não só revela um novo campo de investigação na comunidade científica e académica como poderá impulsionar vários trabalhos nesta área e, com isso, a expansão do conhecimento científico.

Os resultados da revisão de literatura e do *case study* confirmaram como a EcoVadis tem um impacto positivo e importante no desempenho da sustentabilidade. Além de ajudar as empresas a monitorar, a avaliar e a identificar os seus pontos fortes e os pontos a melhorar, a EcoVadis auxilia as empresas a melhorá-los com ferramentas como a EcoVadis Academy, a IQ Plus, o Módulo de Gestão de Carbono e, tal como foi visível neste capítulo, através da sua metodologia de avaliação e classificação. Para além disso, a EcoVadis potencia o desenvolvimento a promoção da sustentabilidade na cadeia de fornecimento, bem como uma maior consciencialização dos diferentes *stakeholders* de uma organização relativamente às boas práticas que podem ser adotadas para melhorar o desempenho de sustentabilidade, enquanto fator de diferenciação num mercado cada vez mais competitivo.

Com os resultados do *case study*, a presente investigação demonstra como elevar o desempenho de sustentabilidade de uma empresa do setor elétrico de acordo com a metodologia EcoVadis.

A EDP Comercial com uma evolução significativa dos seus resultados de sustentabilidade de 2022 para 2023 (Tabela 18), não só evidenciou a qualidade do seu sistema e processos de gestão da sustentabilidade, como também demonstra a contribuição positiva que tem no desenvolvimento sustentável da sociedade.

Para que continue a melhorar e a ser uma referência exemplar da sustentabilidade empresarial para a sociedade, propõe-se que a EDP Comercial:

1. Analise e altere as medidas M1, M10, M16, M20, M21, M22 e M23 através das recomendações atribuídas pela EcoVadis;
2. Estude e investigue antecipadamente os requisitos e critérios da sua avaliação EcoVadis seguinte;
3. Tome decisões considerando os critérios de elegibilidade da sua próxima avaliação EcoVadis;

4. Considere e envolva as estratégias abordadas na tabela 10 do capítulo 2.4.3, nas suas abordagens à sustentabilidade, auxiliando-se com a tabela 14 do capítulo 2.4.4.

No sentido de potenciar práticas mais sustentáveis nos seus clientes e *stakeholders*, aconselha-se à empresa:

1. Solicitar a classificação EcoVadis aos seus parceiros de negócio;
2. Compartilhar e promover os seus resultados de sustentabilidade e da classificação EcoVadis pelos seus clientes e *stakeholders*.

CAPÍTULO 5

5 - Conclusões e trabalhos futuros

O presente capítulo irá encerrar esta dissertação com os pontos chave do trabalho, as conclusões finais da tese, oportunidades para trabalhos futuros e as limitações sentidas ao longo do desenvolvimento da investigação.

5.1 - Conclusões

O presente trabalho pretendia elevar o conhecimento académico sobre a EcoVadis demonstrando o seu impacto no desempenho da sustentabilidade e mostrando a sua importância para a performance empresarial e para a sustentabilidade num âmbito geral.

Com os resultados desenvolvidos, foi possível compreender quais as medidas que elevam, mantêm e diminuem o desempenho de sustentabilidade de uma empresa segundo a avaliação EcoVadis e de acordo com os critérios atuais de classificação. O impacto da EcoVadis no aumento da performance de sustentabilidade da EDP Comercial é visível e as medidas que tiveram mais impacto no aperfeiçoamento do desempenho de sustentabilidade foram a separação dos indicadores de sustentabilidade da EDP Comercial dos indicadores do Grupo EDP, o reporte mais detalhado, cuidadoso e minucioso dos resultados, novas ações e iniciativas de consciencialização e as políticas implementadas no contexto das Compras Sustentáveis.

Para que continue a melhorar o seu desempenho de sustentabilidade e a potenciar comportamentos mais responsáveis nos seus *stakeholders*, mantendo-se como uma referência na sustentabilidade corporativa, foram propostas várias estratégias para ajudar a EDP Comercial a percorrer mais eficiente e eficazmente esse caminho.

Contudo, a performance da EDP Comercial foi excepcional e, não só as melhorias no desempenho de sustentabilidade se refletiram evidentemente na avaliação EcoVadis, como se traduziram em melhorias nos indicadores ESG da empresa, Figura B1 (primeira figura do apêndice B).

O estudo da plataforma EcoVadis e da sua metodologia contribuiu para o desenvolvimento académico sobre o tema. Os resultados do *case study* não só permitem a outras empresas verificar o impacto da EcoVadis na sustentabilidade corporativa como permitem que uma empresa do setor elétrico, quando assinalada com determinados pontos ou áreas específicas a melhorar, consiga saber que medidas aplicar ou não aplicar. O desenvolvimento do desempenho de sustentabilidade de acordo com a metodologia EcoVadis tanto promove e potencia o desempenho de fornecedores, *stakeholders* e clientes, como também contribui para

o aumento do valor da empresa e do desenvolvimento sustentável de toda a sociedade.

5.2 - Trabalhos futuros

No seguimento do estudo desenvolvido, e sendo a EcoVadis um tema tão complexo e por explorar, são abertas muitas portas para inúmeras oportunidades de investigação. De seguida, são sugeridos alguns temas para trabalhos futuros de forma a dar continuidade à presente dissertação.

Recomenda-se o desenvolvimento da mesma investigação com os critérios de elegibilidade da EcoVadis para o ano 2024, de forma a perceber o efeito e o impacto da alteração dos critérios na prestação da empresa.

Sugere-se, também, a reprodução do presente *case study* numa empresa de outro setor industrial de forma a avaliar a diferença dos resultados de sustentabilidade atingidos pelas empresas, dos requisitos exigidos e das medidas implementadas, e a recolha de dados de várias empresas diferentes de forma a testar a viabilidade da metodologia EcoVadis.

No sentido de testar a influência da metodologia selecionada nos resultados, propõe-se a reprodução do mesmo trabalho através de uma metodologia *survey* sobre uma base de dados.

De acordo com a revisão de literatura estima-se que o tema das Compras Sustentáveis da EcoVadis ganhe cada vez mais relevo na melhoria do desempenho empresarial, portanto um estudo do progresso e desenvolvimento deste tema na metodologia EcoVadis e nos resultados das suas avaliações pode ser um fenómeno interessante de explorar

Por último, o Index da EcoVadis, uma ferramenta de *benchmarking*, o Módulo de Gestão de Carbono, a EcoVadis Academy, a IQ Plus e o 360º Watch Findings foram ferramentas pouco exploradas no presente trabalho e que são inovadoras para a gestão da sustentabilidade. A última sugestão consiste no desenvolvimento de literatura sobre estas ferramentas para alargar e expandir o conhecimento científico sobre a gestão e desenvolvimento da sustentabilidade empresarial através da EcoVadis.

5.3 - Limitações

Por fim, apesar do valor acrescentado com o presente trabalho, tanto a nível académico como empresarial, é importante salientar alguns fatores que limitaram o seu desenvolvimento e os seus resultados, como:

- A literatura académica sobre a EcoVadis que, sendo inexistente, circunscreveu as fontes de informação sobre o tema, ao *website* da

EcoVadis e impossibilitou que este tema chave para a investigação constasse na análise bibliométrica;

- O acesso aos dados da plataforma da EcoVadis, uma vez que é necessário um e-mail empresarial para entrar no sistema, apenas foram utilizadas as páginas públicas do *website* para a recolha de informação e o desenvolvimento da investigação;
- O tempo imposto pelo ISEP, que condicionou a metodologia adotada na fase de análise dos dados e o estudo aprofundado das várias ferramentas da EcoVadis;
- Apenas foi analisada uma empresa no *case study* o que condiciona a generalização dos resultados para todas as empresas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÃO

- Al-Haddad, S., Sharabati, A. A. A., Al-Khasawneh, M., Maraqa, R., & Hashem, R. (2022). The Influence of Corporate Social Responsibility on Consumer Purchase Intention: The Mediating Role of Consumer Engagement via Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116771>
- Amadi, C., Ode-Ichakpa, I., Guo, W., Thomas, R., & Dimopoulos, C. (2023). Gender diversity as a CSR tool and financial performance in China. *Cogent Business & Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2207695>
- Amorós Molina, Á., Helldén, D., Alfvén, T., Niemi, M., Leander, K., Nordenstedt, H., Rehn, C., Ndejjo, R., Wanyenze, R., & Biermann, O. (2023). Integrating the United Nations sustainable development goals into higher education globally: a scoping review. Em *Global health action* (Vol. 16, Número 1, p. 2190649). NLM (Medline). <https://doi.org/10.1080/16549716.2023.2190649>
- Aramburuzabala, P., & Cerrillo, R. (2023). Service-Learning as an Approach to Educating for Sustainable Development. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411231>
- Arora, N., & Henderson, T. (2007). Embedded Premium Promotion: Why It Works and How to Make It More Effective. *Marketing Science*, 26(4), 514–531. <https://doi.org/10.1287/mksc.1060.0247>
- BCSD Portugal. (2023a). *O que é a sustentabilidade?* <https://bcdsportugal.org/sustentabilidade/>.
- BCSD Portugal. (2023b). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*. <https://ods.pt/ods/>.
- Cammarano, A., Perano, M., Michelino, F., Del Regno, C., & Caputo, M. (2022). SDG-Oriented Supply Chains: Business Practices for Procurement and Distribution. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031325>
- Castaldo, S., Perrini, F., Misani, N., & Tencati, A. (2009). The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: The case of fair trade products. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 1–15. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9669-4>
- Castillo, S., & Grbovic, P. (2022). The APISSE Methodology for Systematic Literature Reviews in Engineering. *IEEE Access*, 10, 23700–23707. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3148206>
- Choi, S., & Ng, A. (2011). Environmental and Economic Dimensions of Sustainability and Price Effects on Consumer Responses. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 269–282. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0908-8>
- CorporateKnights. (2023, Janeiro 18). *100 most sustainable companies of 2023 still flourishing in tumultuous times*. <https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2023-global-100-rankings/2023-global-100-most-sustainable-companies/>.
- Costa, R., & Menichini, T. (2013). A multidimensional approach for CSR assessment: The importance of the stakeholder perception. *Expert Systems with Applications*, 40(1), 150–161. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.07.028>

- Cova, B., & Paris, E. (1998). Servicescapes: From Modern Non-Places to Postmodern Common Places. *Journal of Business Research*, 44(1), 37–45.
[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00176-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00176-8)
- Crews, C. (2023). The Far Right Culture War on ESG. *Religions*, 14(10).
<https://doi.org/10.3390/rel14101257>
- Cruz, C. A., & Matos, F. (2023). ESG Maturity: A Software Framework for the Challenges of ESG Data in Investment. Em *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Número 3). MDPI.
<https://doi.org/10.3390/su15032610>
- Dal Zilio, L., & Ampuero, J.-P. (2023). Earthquake doublet in Turkey and Syria. *Communications Earth & Environment*, 4(1), 71. <https://doi.org/10.1038/s43247-023-00747-z>
- De Valon, T., Cegarra-Navarro, J. G., Garcia-Perez, A., & Martínez-Martínez, A. (2022). Co-creating sustainable competitiveness in an unpredictable business reality. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 16(1), 47–58.
<https://doi.org/10.2478/picbe-2022-0007>
- Dean, D. H. (2003). CONSUMER PERCEPTION OF CORPORATE DONATIONS Effects of Company Reputation for Social Responsibility and Type of Donation. *Journal of Advertising*, 32(4), 91–102. <https://doi.org/10.1080/00913367.2003.10639149>
- Delmas, M. A., & Gergaud, O. (2021). Sustainable practices and product quality: Is there value in eco-label certification? The case of wine. *Ecological Economics*, 183, 106953.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.106953>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Dragolea, L. L., Butnaru, G. I., Kot, S., Zamfir, C. G., Nuță, A. C., Nuță, F. M., Cristea, D. S., & Ștefănică, M. (2023). Determining factors in shaping the sustainable behavior of the generation Z consumer. *Frontiers in Environmental Science*, 11.
<https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1096183>
- EARTH.ORG. (2023, Abril 17). *The World's 50 Most Sustainable Companies in 2023*.
<https://earth.org/sustainable-companies-2023/>.
- EcoVadis. (2022a, Dezembro). *Como a EcoVadis avalia empresas de setores com alto impacto ambiental? – Central de Ajuda EcoVadis*. <https://support.ecovadis.com/hc/en-us/articles/4417945610130-How-does-EcoVadis-rate-companies-from-industries-with-high-environmental-impacts->.
- EcoVadis. (2022b, Dezembro). *Como posso ver quais critérios são levados em conta na avaliação da minha empresa? – Central de Ajuda EcoVadis*.
<https://support.ecovadis.com/hc/en-us/articles/210460127-How-can-I-see-which-criteria-are-taken-into-account-in-the-evaluation-of-my-company->.
- EcoVadis. (2022c, Dezembro). *O que é a metodologia EcoVadis? – Central de Ajuda EcoVadis*. <https://support.ecovadis.com/hc/en-us/articles/115002531507-What-is-the-EcoVadis-methodology->.
- EcoVadis. (2022d, Dezembro). *O que é EcoVadis? – Central de Ajuda EcoVadis*.
<https://support.ecovadis.com/hc/en-us/articles/115002531307-What-is-EcoVadis->.
- EcoVadis. (2022e, Dezembro). *What is included in the EcoVadis Academy?*
<https://support.ecovadis.com/hc/en-us/articles/4408733173266-What-is-included-in-the-EcoVadis-Academy->.
- EcoVadis. (2023a). *business-sustainability-index-7th-edition*.
-

-
- EcoVadis. (2023b). *As classificações de sustentabilidade empresarial mais confiáveis do mundo*. <https://ecovadis.com/pt/>.
- EcoVadis. (2023c). *Avaliações de Sustentabilidade da Cadeia de Abastecimento*. <https://ecovadis.com/pt/suppliers/>.
- EcoVadis. (2023d). *Compromissos de Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial (RSE)*. <https://ecovadis.com/pt/csr-commitments/>.
- EcoVadis. (2023e). *EcoVadis Medals and Badges Program 2024*. <https://resources.ecovadis.com/ecovadis-medals-and-badges-program-2024-resources-for-rated-customers/ecovadis-medals-and-badges-program-2024>.
- EcoVadis. (2023f). *EcoVadis Medals Recognizing our customers' achievements*. <https://resources.ecovadis.com/library/ecovadis-medals-recognizing-our-customers-achievements>.
- EcoVadis. (2023g). <https://ecovadis.com/>.
- EcoVadis. (2023h). *Módulo de Gestão de Carbono*. <https://ecovadis.com/pt/solutions/carbon/>.
- EcoVadis. (2023i). *Planos e preços de classificação de sustentabilidade empresarial*. <https://ecovadis.com/pt/plans-pricing/?from=154>.
- EcoVadis. (2023j). *Sobre a nossa empresa*. <https://ecovadis.com/pt/about-us/>.
- EcoVadis. (2023k). *Soluções Empresariais para Cadeias de Abastecimento Sustentáveis*. <https://ecovadis.com/pt/enterprise/>.
- EcoVadis. (2023l). *Soluções Empresariais para Cadeias de Abastecimento Sustentáveis*. <https://ecovadis.com/pt/enterprise/>.
- EcoVadis. (2023m, Junho 17). *EcoVadis Ratings Methodology Overview and Principles*. <https://resources.ecovadis.com/ecovadis-solution-materials/ecovadis-ratings-methodology-overview-and-principles-2022-neutral>.
- EcoVadis. (2023n, Setembro). *Entendendo as medalhas EcoVadis – Central de Ajuda EcoVadis*. <https://support.ecovadis.com/hc/en-us/articles/210460227-Understanding-EcoVadis-Medals>.
- EcoVadis. (2023o, Setembro). *How the 360° Watch Findings works*. https://support.ecovadis.com/hc/en-us/articles/115005125328-How-the-360-Watch-Findings-works#h_01H9P4NAE4F5CMWZZQSCWJ7NRJ.
- EDP. (2019, Agosto 14). *Uma história de dois séculos: Portugal acende a primeira lâmpada*. <https://www.edp.com/pt-pt/historias-edp/uma-historia-de-dois-seculos-portugal-acende-a-primeira-lampada>.
- EDP. (2022a). *Changing tomorrow now*. <https://www.edp.com/pt-pt/changing-tomorrow-now>.
- EDP. (2022b). *Sobre nós*. <https://www.edp.com/pt-pt/sobre-nos>.
- EDP. (2023a). *Sustainability by design training*.
- EDP. (2023b). *Sustainability Performance*.
- EDP. (2023c). *EDP no mundo*. <https://www.edp.pt/edp-no-mundo/>.
- EDP. (2023d). *Estratégia*. <https://www.edp.com/pt-pt/edp/estrategia>.
- EDP. (2023e). *Quem somos*. <https://www.edp.pt/quem-somos/>.
- Elkhwesky, Z., Salem, I. E., Varmus, M., & Ramkissoon, H. (2022). Sustainable practices in hospitality pre and amid COVID-19 pandemic: Looking back for moving forward post-COVID-19. Em *Sustainable Development* (Vol. 30, Número 5, pp. 1426–1448). John Wiley and Sons Ltd. <https://doi.org/10.1002/sd.2304>
-

- Ellefsen, R., & Sandberg, S. (2022). Black Lives Matter: The Role of Emotions in Political Engagement. *Sociology*, 56(6), 1103–1120. <https://doi.org/10.1177/00380385221081385>
- Ellison, J., Cox, M., Hanhimäki, J. M., Harrison, H. M., Ludlow, N. P., Romano, A., Spohr, K., & Zubok, V. (2023). The war in Ukraine. Em *Cold War History*. Routledge. <https://doi.org/10.1080/14682745.2023.2162329>
- Erin, O. A., Bamigboye, O. A., & Oyewo, B. (2022). Sustainable development goals (SDG) reporting: an analysis of disclosure. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 12(5), 761–789. <https://doi.org/10.1108/JAEE-02-2020-0037>
- Falkner, R. (2016). The Paris agreement and the new logic of international climate politics. *International Affairs*, 92(5), 1107–1125. <https://doi.org/10.1111/1468-2346.12708>
- Fauzi, R., Mohd Yusoff, M., Roslan, A. R., Ahmad Rozlan, S. N., Marzuki, M. F., Said, M. M., & Jusoff, K. (2023). Measuring the Struggle of Small-Scale Businesses in the COVID-19 Environment. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054445>
- Firoiu, D., Ionescu, G. H., Pîrvu, R., Bădîrcea, R., & Patrichi, I. C. (2022). ACHIEVEMENT OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG) IN PORTUGAL AND FORECAST OF KEY INDICATORS UNTIL 2030. *Technological and Economic Development of Economy*, 28(6), 1649–1683. <https://doi.org/10.3846/tede.2022.17645>
- Fredriksson, A., Janné, M., Nolz, P., de Radiguès de Chennevière, P., van Lier, T., & Macharis, C. (2021). Creating stakeholder awareness in construction logistics by means of the MAMCA. *City and Environment Interactions*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.cacint.2021.100067>
- García-Dastugue, S., & Eroglu, C. (2019). Operating Performance Effects of Service Quality and Environmental Sustainability Capabilities in Logistics. *Journal of Supply Chain Management*, 55(3), 68–87. <https://doi.org/10.1111/jscm.12185>
- Goforth, T., & Nock, D. (2022). Air pollution disparities and equality assessments of US national decarbonization strategies. *Nature Communications*, 13(1). <https://doi.org/10.1038/s41467-022-35098-4>
- Grainger-Brown, J., & Malekpour, S. (2019). Implementing the sustainable development goals: A review of strategic tools and frameworks available to organisations. Em *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Número 5, p. 1381). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su11051381>
- Hämäläinen, J., & Matikainen, P. (2018). Mechanisms and Pedagogical Counterforces of Young People’s Social Exclusion: Some Remarks on the Requisites of Social Sustainability. *Sustainability*, 10(7), 2166. <https://doi.org/10.3390/su10072166>
- Hoejmose, S., Brammer, S., & Millington, A. (2012). «Green» supply chain management: The role of trust and top management in B2B and B2C markets. *Industrial Marketing Management*, 41(4), 609–620. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2012.04.008>
- Iftikhar, R., Ahola, T., & Butt, A. (2022). Learning from interorganizational projects. *International Journal of Managing Projects in Business*, 15(1), 102–120. <https://doi.org/10.1108/IJMPB-11-2020-0361>
- Kadam, R., Khanthong, K., Park, B., Jun, H., & Park, J. (2023). Realizable wastewater treatment process for carbon neutrality and energy sustainability: A review. Em *Journal of Environmental Management* (Vol. 328). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.116927>
- Karim, R. Al, & Rabiul, M. K. (2022). The Relationships of Corporate Sustainability, Customer Loyalty, and Word of Mouth: The Mediating Role of Corporate Image and Customer

- Satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*.
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2022.2135054>
- Kassem, G., Asfoura, E., Hart, S. W., & Althuwaini, S. (2022). Social Customer Relationship Management: A Process Model Approach to Develop a Closer Relationship Between Customer and Company. *TEM Journal*, 11(1), 202–209.
<https://doi.org/10.18421/TEM111-25>
- Khalil, M. A., Khalil, R., & Khalil, M. K. (2022). Environmental, social and governance (ESG) - augmented investments in innovation and firms' value: a fixed-effects panel regression of Asian economies. *China Finance Review International*. <https://doi.org/10.1108/CFRI-05-2022-0067>
- Kwamboka, J., & Obonyo, D. D. (2018). Corporate Social Irresponsibility and Purchase Intention. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 7(2), 30–46. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v7i2.884>
- Lee, E. M., Park, S. Y., Rapert, M. I., & Newman, C. L. (2012). Does perceived consumer fit matter in corporate social responsibility issues? *Journal of Business Research*, 65(11), 1558–1564. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.02.040>
- Lee, K. H., & Shin, D. (2010). Consumers' responses to CSR activities: The linkage between increased awareness and purchase intention. *Public Relations Review*, 36(2), 193–195. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.10.014>
- Lev, B., Petrovits, C., Radhakrishnan, S., Yeung, B., Ryan, S., Zarowin, P., Livnat, J., Levine, D., & Abarbanell, J. (2008). *Is Doing Good Good for You? How Corporate Charitable Contributions Enhance Revenue Growth*.
- Levin, N., Yebra, M., & Phinn, S. (2021). Unveiling the factors responsible for Australia's black summer fires of 2019/2020. *Fire*, 4(3). <https://doi.org/10.3390/fire4030058>
- Li, C., Wu, M., Chen, X., & Huang, W. (2022). Environmental, social and governance performance, corporate transparency, and credit rating: Some evidence from Chinese A-share listed companies. *Pacific-Basin Finance Journal*, 74, 101806. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2022.101806>
- Li, J., Xue, E., Cao, J., He, Y., Wu, Y., & Hou, H. (2023). Knowledge Mapping of the Rural Teacher Development Policy in China: A Bibliometric Analysis on Web of Science. Em *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Número 9). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su15097057>
- Liobikienė, G., & Brizga, J. (2022). Sustainable Consumption in the Baltic States: The Carbon Footprint in the Household Sector. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031567>
- López-Bernabé, E., Foudi, S., Linares, P., & Galarraga, I. (2021). Factors affecting energy-efficiency investment in the hotel industry: survey results from Spain. *Energy Efficiency*, 14(4), 41. <https://doi.org/10.1007/s12053-021-09936-1>
- Maimó-Far, A., Tantet, A., Homar, V., & Drobinski, P. (2020). Predictable and unpredictable climate variability impacts on optimal renewable energy mixes: The example of Spain. *Energies*, 13(19). <https://doi.org/10.3390/en13195132>
- Martínez, P., & Rodríguez del Bosque, I. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 89–99. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.009>
- Martinho, G., Pires, A., Portela, G., & Fonseca, M. (2015). Factors affecting consumers' choices concerning sustainable packaging during product purchase and recycling.

- Resources, Conservation and Recycling*, 103, 58–68.
<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2015.07.012>
- Mas-Bleda, A., & Thelwall, M. (2016). Can alternative indicators overcome language biases in citation counts? A comparison of Spanish and UK research. *Scientometrics*, 109(3), 2007–2030. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-2118-8>
- Matthews, E., Friedland, C. J., & Orooji, F. (2016). Optimization of Sustainability and Flood Hazard Resilience for Home Designs. *Procedia Engineering*, 145, 525–531.
<https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.04.040>
- McLeod, S., & Marshall, J. (2023). Communication for all and the Sustainable Development Goals. *International Journal of Speech-Language Pathology*, 25(1), 1–8.
<https://doi.org/10.1080/17549507.2022.2160494>
- Miguel, P., & Teixeira, P. (2021). ESTUDO DO IMPACTO DAS PRÁTICAS LEAN GREEN NA SUSTENTABILIDADE E COMPETITIVIDADE DAS ORGANIZAÇÕES.
- Milovanov, O. (2016). *Marketing and Sustainability: Identifying the Profile of Green Consumers*. <https://www.researchgate.net/publication/289345272>
- Moghaddas, Z., Vaez-Ghasemi, M., & Hosseinzadeh Lotfi, F. (2021). A novel dea approach for evaluating sustainable supply chains with undesirable factors. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, 55(2), 177–192.
<https://doi.org/10.24818/18423264/55.2.21.11>
- Mohapatra, S., Mohanachandran, D., Dwivedi, G., Kesharvani, S., Harish, V. S. K. V., Verma, S., & Verma, P. (2023). A Comprehensive Study on the Sustainable Transportation System in India and Lessons to Be Learned from Other Developing Nations. Em *Energies* (Vol. 16, Número 4). MDPI. <https://doi.org/10.3390/en16041986>
- Mucci, F., Mucci, N., & Diolaiuti, F. (2020). Lockdown and isolation: Psychological aspects of covid-19 pandemic in the general population. *Clinical Neuropsychiatry*, 17(2), 63–64.
<https://doi.org/10.36131/CN20200205>
- Nijstad, B. A., Stroebe, W., & Lodewijkx, H. F. M. (2003). Production blocking and idea generation: Does blocking interfere with cognitive processes? *Journal of Experimental Social Psychology*, 39(6), 531–548. [https://doi.org/10.1016/S0022-1031\(03\)00040-4](https://doi.org/10.1016/S0022-1031(03)00040-4)
- Odoom, D., Mensah, E. O., Dick-Sagoe, C., Lee, K. Y., Opoku, E., & Obeng-Baah, J. (2023). Examining the level of public awareness on the Sustainable Development Goals in Africa: An empirical evidence from Ghana. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-02959-x>
- OECD. (2023). *OECD Environmental Performance Reviews: Portugal 2023*. OECD.
<https://doi.org/10.1787/d9783cbf-en>
- Ord, J. (2022). Innovation as a neoliberal ‘silver bullet’: critical reflections on the EU’s Erasmus + Key Action 2. *Discourse*, 43(1), 130–144.
<https://doi.org/10.1080/01596306.2020.1812053>
- Orduña-Malea, E., & Costas, R. (2021). Link-based approach to study scientific software usage: the case of VOSviewer. *Scientometrics*, 126(9), 8153–8186.
<https://doi.org/10.1007/s11192-021-04082-y>
- Palasca, S., & Jaba, E. (2015). Leaders and Followers in the Business Cycle Game. A Case Study of the G7. *Procedia Economics and Finance*, 20, 478–484.
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00099-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00099-4)
- Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2015). An Integrative Framework to Understand How CSR Affects Customer Loyalty through Identification, Emotions and Satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 129(3), 571–584. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2177-9>
-

-
- Peter, C., & Sprenger, S. (2022). DIGITALIZATION AND GEOGRAPHY EDUCATION A CURRICULUM ANALYSIS. *Erdkunde*, 76(1), 3–19. <https://doi.org/10.3112/erdkunde.2022.01.01>
- Pineau, E., Le, P., & Estran, R. (2022). Importance of ESG factors in sovereign credit ratings. *Finance Research Letters*, 49. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.102966>
- Pomeroy, A., & Dolnicar, S. (2009). Assessing the prerequisite of successful CSR implementation: Are consumers aware of CSR initiatives? *Journal of Business Ethics*, 85(SUPPL. 2), 285–301. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9729-9>
- Raj, A., Biswas, I., & Srivastava, S. K. (2018). Designing supply contracts for the sustainable supply chain using game theory. *Journal of Cleaner Production*, 185, 275–284. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.046>
- Ramezani, M., Bashiri, M., & Tavakkoli-Moghaddam, R. (2013). A new multi-objective stochastic model for a forward/reverse logistic network design with responsiveness and quality level. *Applied Mathematical Modelling*, 37(1–2), 328–344. <https://doi.org/10.1016/j.apm.2012.02.032>
- Randall, A. (2020). On intergenerational commitment, weak sustainability, and safety. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/su12135381>
- Román-Augusto, J. A., Garrido-Lecca-Vera, C., Lodeiros-Zubiria, M. L., & Mauricio-Andia, M. (2022). Green Marketing: Drivers in the Process of Buying Green Products—The Role of Green Satisfaction, Green Trust, Green WOM and Green Perceived Value. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710580>
- Rosato, P. F., Caputo, A., Valente, D., & Pizzi, S. (2021). 2030 Agenda and sustainable business models in tourism: A bibliometric analysis. Em *Ecological Indicators* (Vol. 121). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2020.106978>
- Sánchez-Bravo, P., Chambers V, E., Noguera-Artiaga, L., Sendra, E., Chambers IV, E., & Carbonell-Barrachina, Á. A. (2021). Consumer understanding of sustainability concept in agricultural products. *Food Quality and Preference*, 89, 104136. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104136>
- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A., Lewis, S. •, & Thornhill, •. (2009). *Research methods for business students fi fth edition*. www.pearsoned.co.uk
- Servaes, H., & Tamayo, A. (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness. *Management Science*, 59(5), 1045–1061. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1630>
- Shackleton, S., Taylor, A., Gammage, L., Gillson, L., Sitas, N., Methner, N., Barmand, S., Thorn, J., McClure, A., Cobban, L., Jarre, A., & Odume, O. N. (2023). Fostering transdisciplinary research for equitable and sustainable development pathways across Africa: what changes are needed? *Ecosystems and People*, 19(1). <https://doi.org/10.1080/26395916.2022.2164798>
- Silva, V., Lima, V., Sá, J. C., Fonseca, L., & Santos, G. (2022). B Impact Assessment as a Sustainable Tool: Analysis of the Certification Model. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9). <https://doi.org/10.3390/su14095590>
- SUSTAINABILITY ACCOUNTING AND REPORTING. (2006).
- sustainable future news. (2023, Janeiro 26). *Most sustainable companies of 2023 revealed*. <https://sustainablefuturenews.com/sustainability/corporate-knights-most-sustainable-companies-of-2023/>.
- Tanavalee, C., Luksanaprukka, P., & Singhatanadgige, W. (2016). Limitations of Using Microsoft Excel Version 2016 (MS Excel 2016) for Statistical Analysis for Medical
-

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Research. *Clinical Spine Surgery: A Spine Publication*, 29(5), 203–204.
<https://doi.org/10.1097/BSD.0000000000000382>
- Tang, J., Sipiläinen, T., & Fu, G. (2020). How could cooperatives successfully develop their social responsibility: The perspective of life cycle. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12219282>
- Teixeira, P., Coelho, A., Fontoura, P., Sá, J. C., Silva, F. J. G., Santos, G., & Ferreira, L. P. (2022). Combining lean and green practices to achieve a superior performance: The contribution for a sustainable development and competitiveness—An empirical study on the Portuguese context. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(4), 887–903. <https://doi.org/10.1002/csr.2242>
- Teixeira, P., Sá, J. C., Silva, F. J. G., Ferreira, L. P., Santos, G., & Fontoura, P. (2021). Connecting lean and green with sustainability towards a conceptual model. *Journal of Cleaner Production*, 322. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129047>
- The CEO Magazine. (2023, Janeiro 30). *Ten of the most sustainable companies to watch out for in 2023*. <https://www.theceomagazine.com/business/news/sustainable-companies-2/>.
- Thomas, D. R. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation*, 27(2), 237–246.
<https://doi.org/10.1177/1098214005283748>
- Torelli, C. J., Monga, A. B., & Kaikati, A. M. (2012). Doing poorly by doing good: Corporate social responsibility and brand concepts. *Journal of Consumer Research*, 38(5), 948–963. <https://doi.org/10.1086/660851>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- United Nations. (2023). *COP28: Climate action can't wait*.
<https://www.un.org/en/climatechange/cop28>.
- Van Weelden, E., Mugge, R., & Bakker, C. (2016). Paving the way towards circular consumption: Exploring consumer acceptance of refurbished mobile phones in the Dutch market. *Journal of Cleaner Production*, 113, 743–754.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.11.065>
- Vanapalli, K. R., Sharma, H. B., Ranjan, V. P., Samal, B., Bhattacharya, J., Dubey, B. K., & Goel, S. (2021). Challenges and strategies for effective plastic waste management during and post COVID-19 pandemic. *Science of the Total Environment*, 750.
<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.141514>
- Vysotska, O. Y., & Vysotskyi, O. Y. (2022). Green consumer culture as a factor of sustainable development of society. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(1), 171–185. <https://doi.org/10.15421/112217>
- White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>
- Xie, S., & Madni, G. R. (2023). Impact of Social Media on Young Generation's Green Consumption Behavior through Subjective Norms and Perceived Green Value. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/su15043739>
- Yang, J., Chen, M.-L., Fu, C.-Y., & Chen, X.-D. (2020). Environmental policy, tax, and the target of sustainable development. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(12), 12889–12898. <https://doi.org/10.1007/s11356-019-05191-1>
-

-
- Yang, S., & Chai, J. (2022). The Influence of Enterprises' Green Marketing Behavior on Consumers' Green Consumption Intention—Mediating Role and Moderating Role. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(22). <https://doi.org/10.3390/su142215478>
- Yasmeen, H., Wang, Y., Zameer, H., & Ismail, H. (2019). Modeling the Role of Government, Firm, and Civil Society for Environmental Sustainability. *International Journal of Agricultural and Environmental Information Systems*, *10*(2), 82–97. <https://doi.org/10.4018/IJAEIS.2019040104>
- Yun, J., & Lee, J. (2022). Analysis of the Relationship between Corporate CSR Investment and Business Performance Using ESG Index—The Use-Case of Korean Companies. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(5). <https://doi.org/10.3390/su14052911>
- Zeiler, B., Bartl, A., & Schubert, W. D. (2021). Recycling of tungsten: Current share, economic limitations, technologies and future potential. *International Journal of Refractory Metals and Hard Materials*, *98*. <https://doi.org/10.1016/j.ijrmhm.2021.105546>
- Zhu, Q., Zhao, X., & Wu, M. (2023). Third-party certification: how to effectively prevent greenwash in green bond market? –analysis based on signalling game. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03292-z>

APÊNDICES

APÊNDICE A – RELEVANCE TREE



Figura A1 - Relevance Tree.

APÊNDICE B – INDICADORES ESG DA EDP COMERCIAL

Indicadores ESG da EDP Comercial

complementares aos indicadores reportados no relatório único da EDP

Versão 2 de 23 de Maio de 2023

	UN	2020	2021	2022
Indicadores operacionais				
Volume de vendas	M€	3 006,2	3 265,5	3 559,0
EBITDA	M€	75,4	116,1	226,3
VAB	M€	127,7	157,5	286,3
Clientes - Eletricidade - B2C	#	3 633 596	3 594 097	3 505 455
Clientes - Eletricidade - B2B	#	394 353	423 194	407 771
Clientes - Gás B2C	#	635 017	631 337	532 107
Clientes - Gás B2B	#	16 107	18 670	17 958
Carteira Clientes Serviços Subscrição (Funciona, EDP Saúde e Fatura Segura)	#	936 323,0	1 045 175,0	1 109 774,0
Capacidade instalada - Solar B2C (acumulado, "as a service" e transacional)	MWp	10,4	21,2	34,0
Capacidade instalada - Solar B2B (acumulado, "as a service" e transacional)	MWp	22,5	45,6	123,6
Gás fornecido aos clientes da EDP Comercial	GWh	4 127,0	4 235,0	3 518,0
Água				
Origem da água (consumo de água municipal)	%	100%	100%	100%
Consumo de água (lojas e escritórios)	m ³ x 10 ³	4,14	2,89	4,49
Emissões de poluentes para a água	litros	0,0	0,0	0,0
Emissões				
Emissões de CO ₂ equivalente (Âmbito 1)	tCO ₂	255,8	378,2	457,1
Emissões de CO ₂ equivalente (Âmbito 2)	tCO ₂	606,9	343,0	371,7
Outras emissões atmosféricas	t	0,0	0,0	0,0
Resíduos				
Resíduos perigosos produzidos (total)	t	0,0	0,0	0,0
Resíduos não perigosos produzidos (total)	t	14,1	16,6	31,7
Consumo de eletricidade				
Consumo de eletricidade (lojas e escritórios)	GWh	3,5	2,6	3,0
Consumo proveniente de fontes renováveis (lojas e escritórios)	%	40,0	63,7	72,6
Produção de eletricidade				
Solar B2B (capacidade instalada, acumulado, "as a service ")	MWp	13,4	52,1	103,5
Solar B2B (produção, YoY, "as a service ")	GWh	15,3	55,4	96,9
Proveniente de fontes renováveis	%	100,0	100,0	100,0
Comercialização de eletricidade				
		https://www.edp.pt/origem-energia/		
Proveniente de fontes renováveis (global)	%	59,54	34,59	36,74
<i>Empresas</i>	%	58,60	30,08	26,82
<i>Empresas - Verde</i>	%	100,00	100,00	100,00
<i>Residências e Pequenos Negócios</i>	%	58,37	29,99	29,74
<i>Residências e Pequenos Negócios - Verde</i>	%	100,00	100,00	100,00
Diversidade no local de trabalho				
Mulheres	%	44,42	44,61	44,79
Mulheres em funções de liderança	%	31,82	33,04	33,01
Mulheres STEM	%	48,28	44,68	59,72
Disabilities	%	0,64	0,67	0,31
Geração Y em funções de liderança	%	44,32	48,70	55,34
Baby Boomers	%	3,86	5,22	4,04
Geração X	%	22,75	21,38	19,28
Geração Y	%	71,03	67,85	67,34
Geração Z	%	2,36	5,56	9,33
Nacionalidade	-	-	-	-
<i>Brazil</i>	%	1,07	0,84	0,78
<i>Cabo Verde</i>	%	0,21	0,17	0,00
<i>El Salvador</i>	%	0,21	0,17	0,16
<i>Itália</i>	%	0,21	0,51	0,31
<i>México</i>	%	0,00	0,00	0,16
<i>Peru</i>	%	0,00	0,00	0,16
<i>Portugal</i>	%	98,07	98,15	98,29
<i>Espanha</i>	%	0,21	0,17	0,16
Relações laborais				
Rácio salário mínimo EDP / Salário mínimo nacional	rácio	2,04	1,97	1,78
Rácio salarial M/H por categoria profissional	rácio	0,84	0,85	0,86
<i>Técnicos</i>	rácio	0,79	0,84	0,86

Indicadores ESG da EDP Comercial

complementares aos indicadores reportados no relatório único da EDP

Versão 2 de 23 de Maio de 2023

	UN	2020	2021	2022
<i>Especialistas</i>	rácio	0,96	0,95	0,93
<i>Gestores</i>	rácio	0,96	0,93	0,99
<i>Quadros Diretivos</i>	rácio	0,84	0,87	0,93
Satisfação dos colaboradores	-	-	-	-
<i>Engagement</i>	%	77,00	76,00	85,00
<i>Empowerment</i>	%	75,00	73,00	74,00
Índice de rotatividade ou turnover	%	9,87	13,80	9,49
Índice de rotatividade ou turnover voluntário	%	3,22	5,56	7,47
Cobertura de Acordos Coletivos de Trabalho	%	97,21	98,82	98,44
Formação (total de horas)				
ESG (ambiente, social, ética, qualidade)	#	647,9	977,80	1 904,20
Outra	#	9 733,50	13 544,94	13 225,03
Gestão de Fornecedores				
Número de Fornecedores	#	-	-	299
Volume de Compras a Fornecedores	10 ⁶ €	-	-	272
<i>Volume de Compras a Fornecedores Locais</i>	%	-	-	66
Novos fornecedores com DD em ESG	%	-	-	100
Total de Volume de Compras com DD ESG	%	-	-	100
Volume de compras com monitorização ESG	%	-	-	79
Prestadores de Serviços/contractors/outsourcers	#	-	-	45
<i>Com assessment contínuo</i>	%	-	-	100
Fornecedores expostos a riscos de acidentes laborais:	#	-	-	25
<i>Certificados de Saúde e Segurança</i>	%	-	-	80
<i>Com assessment contínuo</i>	%	-	-	92
Fornecedores expostos a riscos de impactos ambientais:	#	-	-	7
<i>Certificados Ambientais</i>	%	-	-	100
<i>Com assessment contínuo</i>	%	-	-	86
Fornecedores de Elevado Risco ESG	#	-	-	0
Fornecedores com sede em países de elevado risco	#	-	-	1
Segurança e Saúde no Trabalho				
Global (Colaboradores + Prestadores de Serviços)	-	-	-	-
<i>Índice de frequência</i>	rácio	8,2	3,9	2,5
<i>Índice de gravidade</i>	rácio	327,0	394,0	191,0
Colaboradores	-	-	-	-
<i>Índice de frequência</i>	rácio	0,0	0,0	0,0
<i>Índice de gravidade</i>	rácio	0,0	0,0	0,0
Prestadores de Serviços	-	-	-	-
<i>Índice de frequência</i>	rácio	13,4	5,4	3,3
<i>Índice de gravidade</i>	rácio	539,0	544,0	246,0
Nº de visitas de acompanhamento de ambiente, segurança e saúde no trabalho	#	1 408,0	1 677,0	1 936,0
Nº de ações de sensibilização "on job" de ambiente, segurança e saúde no trabalho	#	142,0	276,0	194,0
Investimento Social (incl. Voluntariado)				
Número de Voluntários Únicos	#	95	180	205
Total de Horas de voluntariado em tempo laboral	#	591	1037	1180
Total de Horas de voluntariado fora do horário laboral	#	238	342	393
Número de Organizações Sociais apoiadas	#	4	29	22
Investimento Social	k€	126,1	116,9	83,0
Complaint Channel				
Reclamações de Clientes	#	86 750	94 761	79 669
Reclamações potencialmente Éticas	#	1	3	2
Reclamações efetivamente Éticas	#	0	1	0
Speak Up Channel		https://www.edp.com/pt-pt/sobre-nos/edp/speak-up		
Public Channel		https://www.livroreclamacoes.pt/Inicio/		
Customer Ombudsperson channel		https://provedordocliente.edp.pt/		
Políticas ESG - Grupo EDP, incluindo a EDP Comercial				
Ética		https://www.edp.com/pt-pt/codigo-de-etica-da-edp		
Integridade		https://www.edp.com/en/edps-integrity-policy		
Proteção de dados pessoais I		https://www.edp.com/en/edps-personal-data-protection-policy		
Proteção de dados pessoais II		https://www.edp.pt/politica-de-privacidade/		

Indicadores ESG da EDP Comercial

complementares aos indicadores reportados no relatório único da EDP

Versão 2 de 23 de Maio de 2023

	UN	2020	2021	2022
Direitos Humanos e Laborais				https://www.edp.com/en/human-rights
Compras Sustentáveis				https://www.edp.com/en/sustainable-procurement-policy
Código de Conduta do Fornecedor				https://www.edp.com/en/edp-supplier-code-conduct
Ambiente				https://www.edp.com/en/sustainability/environmental-policy
Segurança e Saúde no Trabalho				https://www.edp.com/en/health-and-safety-work-policy
Partes Interessadas				https://www.edp.com/en/sustainability/stakeholder-management-appro
Investimento Social				https://www.edp.com/en/social-investment-policy
Certificações				
EDP Comercial	-			
ISO 9001	Sim			
ISO 14001	Sim			
ISO 45001	Sim			
ECOVADIS	Sim			
Grupo EDP, incluindo a EDP Comercial	-			
ISO 37001	Sim			
ISO 27001	Sim			
EFR	Sim			
Value Chain significant risks				
Segurança	Sim			
Subcontratação	Sim			
Proteção de dados pessoais	Sim			
Pegada ESG indireta	Sim			
Integridade				
A gestão de compliance e a gestão anticorrupção na EDP Comercial é efetuada de acordo com as normas ISO 37301 e ISO 37001, estando a EDP SA certificada de acordo com estes referenciais. A EDP Comercial rege-se por um conjunto de referenciais corporativos para garantir a integridade e boa governação na organização, nomeadamente o Código de Ética e a Política de Integridade da EDP.				https://www.edp.com/pt-pt/a-edp/politicas-e-documentacao#politicas
Segurança da informação				
A gestão da informação na EDP Comercial é efetuada de acordo com a Norma ISO 27001, estando os serviços de gestão da informação da EDP certificados de acordo com este referencial. A EDP Comercial rege-se pela Política de Segurança de Informação da EDP, prestando uma especial atenção em garantir e reforçar a conformidade com a regulamentação e exigências legais em vigor, assegurando a integridade, confidencialidade e disponibilidade.				https://www.edp.com/pt-pt/politica-de-seguranca-de-informacao
Política da água				
Na EDP Comercial é utilizada água municipal no abastecimento de instalações (escritórios e lojas) e na implementação de projetos de energia (estaleiros de obra), não havendo uma utilização em contexto industrial. A EDP Comercial rege-se pela Política Ambiental da EDP, prestando uma especial atenção ao recurso água, promovendo a sua gestão sustentável.				https://www.edp.com/pt-pt/sustentabilidade/politica-de-ambiente
Controvérsias				
A explicação das controvérsias relativas à atividade comercial podem ser consultadas no relatório anual integrado 2022 (pág. 104, pág. 322).				https://www.edp.com/pt-pt/relatorio-anual-integrado-2022
Quality				
Relatório de qualidade.				www.edp.pt/pdf/relatorio_qualidade_servico.pdf
Nota Metodológica				
A informação acima, foi preparada em conformidade com as diretrizes para reporte e os princípios de relato identificados no anexo 6 do Relatório Anual Integrado 2022 da EDP.				https://www.edp.com/pt-pt/relatorio-anual-integrado-2022