

JORNADA 2030

MATURIDADE DAS EMPRESAS EM SUSTENTABILIDADE

RETRATO AGREGADO 2022



Sumário Executivo

O presente estudo reflete o trabalho que tem sido desenvolvido pelo BCSD Portugal no âmbito da sua iniciativa Carta de Princípios e Jornada 2030. Este relatório concretiza e sistematiza os dados fornecidos por 67 empresas portuguesas signatárias, através de um questionário *online*, entre junho e outubro de 2022. Da análise destes dados, resultou um **retrato agregado do estado de maturidade das empresas portuguesas em termos de sustentabilidade**.

Assim, neste documento, partindo de um breve enquadramento da Carta de Princípios e do roteiro associado (a Jornada 2030), e de um *benchmarking* de estudos que tratam aspetos de sustentabilidade das empresas portuguesas, é feita uma caracterização da amostra e são apresentados os resultados do estudo. Estes foram analisados segundo 3 tópicos: o posicionamento nas etapas de maturidade da jornada de sustentabilidade, os temas ESG trabalhados e as práticas de gestão da sustentabilidade.

No *benchmarking* realizado, foram identificados 6 estudos, publicados entre 2019 e 2022, que procuram retratar o setor empresarial português em termos de sustentabilidade, evidenciando que há ainda falta de dados e análises neste contexto. Concluiu-se, assim, que o presente Retrato Agregado da Jornada 2030 vem complementar os estudos já existentes, com novos parâmetros e maior detalhe das fases de planeamento estratégico, posicionando as empresas

em etapas de maturidade em sustentabilidade e analisando a sustentabilidade sob a ótica ESG, aplicável transversalmente às empresas.

No retrato resultante do presente estudo, verificou-se que **as empresas ainda apresentam uma reduzida maturidade em sustentabilidade**. A maioria das empresas analisadas (68%) encontra-se nas etapas iniciais da jornada de sustentabilidade (*Conhecer* e *Construir*), associadas à definição das prioridades estratégicas de sustentabilidade e respetivos planos de ação. Adicionalmente, um número significativo de empresas (21%) encontra-se num estágio prévio à jornada da sustentabilidade, a *Despertar* para a necessidade e as oportunidades da sustentabilidade como estratégia corporativa.

Enquanto nas etapas iniciais da jornada se encontram principalmente microempresas e PME's, as empresas nas etapas de maior maturidade são, maioritariamente, de grande dimensão.

Observou-se, ainda, que os temas ambientais são os mais trabalhados desde uma fase inicial da jornada de sustentabilidade, seguidos dos temas sociais. Já os temas de governança são os menos endereçados no início, mas são os que mais evoluem ao longo das etapas de maturidade, encontrando-se a par dos temas ambientais nas etapas de maior maturidade.

Da análise efetuada, as empresas já compreendem a importância e relevância da sustentabilidade, sendo

que a grande maioria (93%) alinham a sua missão/visão com compromissos de sustentabilidade. Contudo, apenas cerca de metade das empresas (55%) desenvolve, aprova e monitoriza a estratégia de sustentabilidade e somente 37% define um plano de ação com as boas práticas consideradas. Adicionalmente, observou-se que:

- A maioria das empresas (73%) opta por ter uma estrutura interna que trabalha a sustentabilidade (responsável, equipa ou departamento).
- Cerca de metade das empresas (52%) desenvolve projetos de investigação e inovação em sustentabilidade. No entanto, esta inovação é essencialmente incremental e não disruptiva.
- Mais de metade (55%) das empresas capacita os seus colaboradores para a sustentabilidade.
- Cerca de metade das empresas (54%) já produz um relatório de sustentabilidade.

O presente estudo permitiu, ainda, identificar **oportunidades de melhoria na jornada de sustentabilidade das empresas, desde logo ao nível do planeamento estratégico** e da informação de base considerada, **assim como ao nível da implementação**, integrando o longo prazo e a cadeia de valor nesta jornada de transformação do setor empresarial português.



Índice

1 | Enquadramento

- 1.1 Carta de Princípios
- 1.2 Jornada 2030
- 1.3 *Benchmarking*

2 | Metodologia

3 | Caracterização da amostra

4 | Análise da maturidade das empresas em sustentabilidade

- 4.1 Cultura e estratégia empresarial
- 4.2 Da estratégia à ação
- 4.3 Práticas de sustentabilidade
- 4.4 Comunicação de sustentabilidade
- 4.5 Temas ESG trabalhados pelas empresas
- 4.6 Posicionamento nas etapas da Jornada 2030

5 | Conclusões

6 | Referências

7 | Anexos

A graphic illustration of a staircase with green steps and a light yellow wall at the top, set against a light blue background with abstract geometric shapes.

1. Enquadramento

1.1 Carta de Princípios

1.2 Jornada 2030

1.3 *Benchmarking*

1.1 Carta de Princípios

A Carta de Princípios do BCSD Portugal, publicada em 2017, é o documento que reúne as empresas portuguesas em torno de **compromissos comuns de desenvolvimento sustentável** para Portugal.

A Carta estabelece os princípios que constituem as linhas orientadoras para uma boa gestão empresarial e pretende criar um **referencial voluntário**, aplicável a empresas de várias dimensões e setores, baseado em **seis princípios**.

A Carta é inspirada na Declaração Universal dos Direitos Humanos, nos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho da Organização Internacional do

Trabalho e no Pacto Global das Nações Unidas e estabelece o compromisso com os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável** (ODS) das Nações Unidas.

O BCSD Portugal pretende, com esta iniciativa, incentivar as boas práticas de gestão e os princípios de sustentabilidade junto de todas as empresas e das suas cadeias de valor.

A Carta está aberta a todas as empresas que partilham a ambição de um futuro sustentável.

No final de 2022, a Carta de Princípios contava com **181 entidades signatárias**.

6 PRINCÍPIOS PARA UMA BOA GESTÃO EMPRESARIAL

- 1 **Conformidade legal & Conduta ética**
- 2 **Direitos Humanos**
- 3 **Direitos laborais**
- 4 **Prevenção, Saúde e Segurança**
- 5 **Ambiente**
- 6 **Gestão**

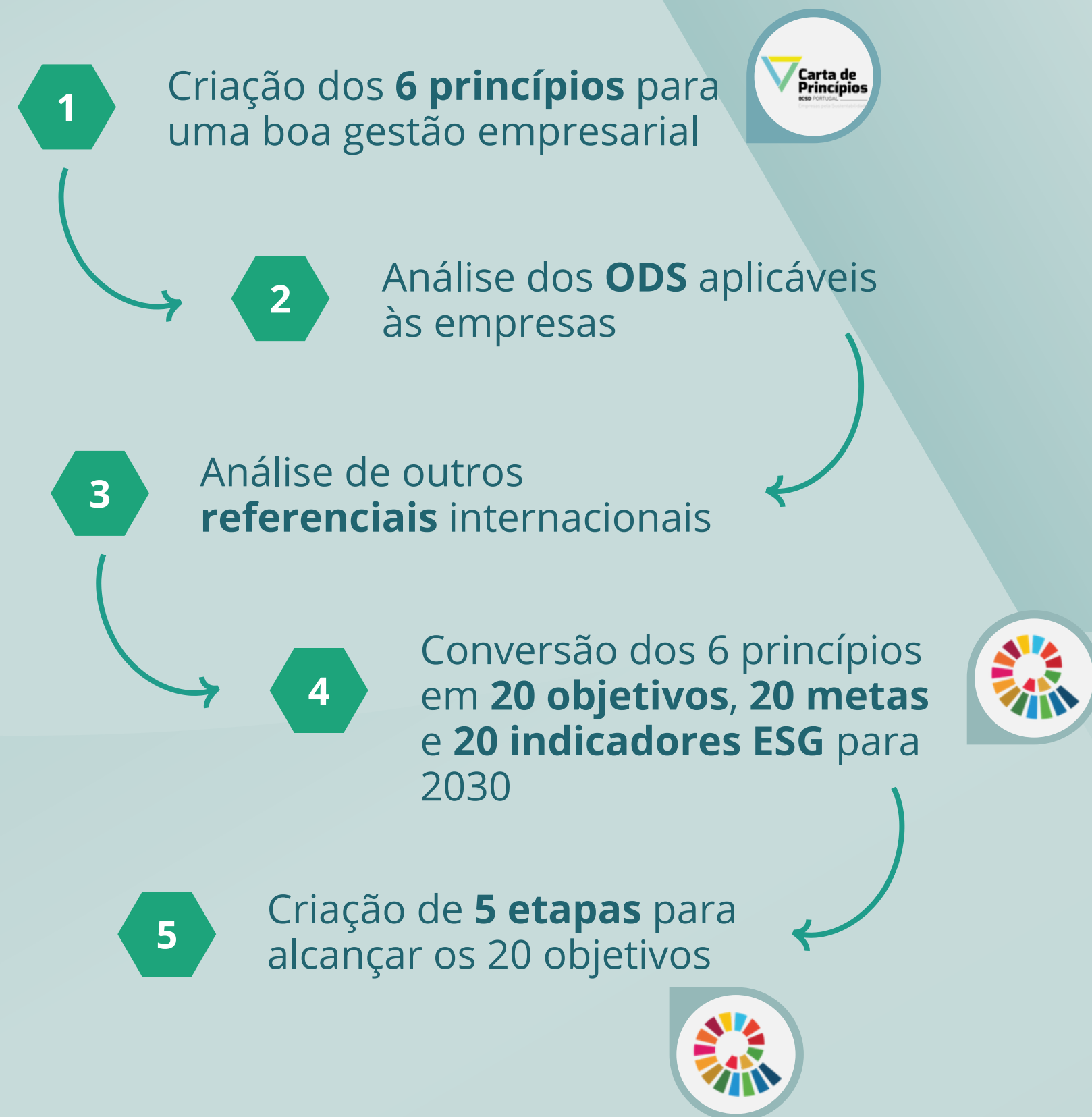
181 ENTIDADES SIGNATÁRIAS



1.2 Jornada 2030

A **Carta de Princípios** é implementada pela Jornada 2030 – a agenda comum das empresas pela sustentabilidade em Portugal, que pretende apoiar as empresas a converter a sustentabilidade em ações concretas. Ao subscreverem a Carta, as empresas comprometem-se com a realização da Jornada 2030.

A **Jornada 2030**, lançada em 2021, é composta por 20 objetivos, 20 metas e 20 indicadores transversais de âmbito ambiental, social e de governo corporativo (ESG, sigla inglesa), demonstrando a contribuição das empresas para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Desenvolve-se ao longo de **5 etapas** – Conhecer, Construir, Comunicar, Consolidar e Coliderar.



1.2 Jornada 2030

PROPÓSITO

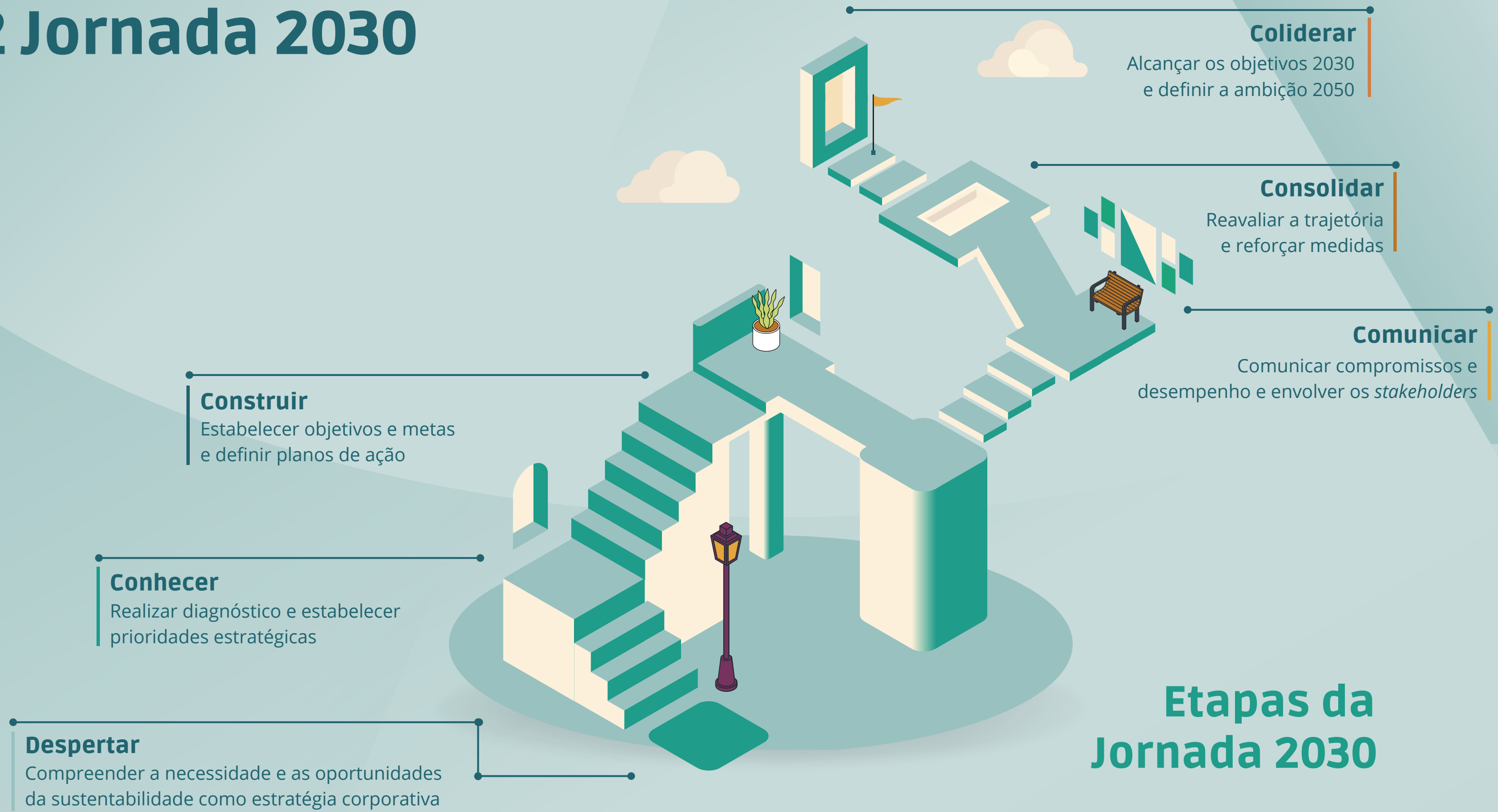
- Alinhar e demonstrar a contribuição das empresas para os ODS;
- Apoiar as empresas a converter a sustentabilidade em ações concretas;
- Apoiar as empresas na identificação de ferramentas e melhores práticas que poderão alavancar a jornada para a sustentabilidade nas suas organizações e cadeia de valor;
- Fornecer às empresas um **roteiro** para a internalização da sustentabilidade nos seus modelos de negócio.

OS 20 OBJETIVOS DA JORNADA 2030 E A RELAÇÃO COM OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)



<p>OBJETIVO 1 Descarbonizar a economia</p> <p>9 INDÚSTRIA, ENERGIA E INFRAESTRUTURAS 13 AGO CLIMÁTICA Indicador 9.4.1 13.2.2</p>	<p>OBJETIVO 2 Atuar pela natureza</p> <p>15 PROTEÇÃO E USO TERRESTRE Indicador 15.9.1</p>	<p>OBJETIVO 3 Inovar para a economia circular</p> <p>12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS Indicador 12.2.1 12.2.2</p>	<p>OBJETIVO 4 Investir na atração e desenvolvimento de talento</p>
<p>OBJETIVO 5 Valorizar a conciliação entre a vida profissional, familiar e pessoal</p>	<p>OBJETIVO 6 Capacitar para a sustentabilidade</p> <p>4 EDUCAÇÃO E QUALIDADE Indicador 4.3.1</p>	<p>OBJETIVO 7 Dialogar para desenvolver as relações laborais</p> <p>8 TRABALHO DECENTO E CRESCIMENTO ECONÓMICO Indicador 8.8.2</p>	<p>OBJETIVO 8 Fortalecer a igualdade e a diversidade</p> <p>5 IGUALDADE DE GÉNERO Indicador 5.c.1</p>
<p>OBJETIVO 9 Garantir a cultura de bem-estar e segurança</p> <p>8 TRABALHO DECENTO E CRESCIMENTO ECONÓMICO Indicador 8.8.11</p>	<p>OBJETIVO 10 Respeitar e promover os direitos humanos</p> <p>10 REDUÇÃO DAS DESIGNADEZES Indicador 10.3.1</p>	<p>OBJETIVO 11 Pertencer às comunidades locais</p>	<p>OBJETIVO 12 Criar valor para todos os stakeholders</p> <p>16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES Indicador 16.6.2</p>
<p>OBJETIVO 13 Divulgar o desempenho em sustentabilidade</p> <p>12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS Indicador 12.6.1</p>	<p>OBJETIVO 14 Comunicar com responsabilidade e transparência</p>	<p>OBJETIVO 15 Aperfeiçoar as práticas de gestão</p>	<p>OBJETIVO 16 Viver a ética em todas as decisões</p>
<p>OBJETIVO 17 Assegurar a integridade dos sistemas de informação</p>	<p>OBJETIVO 18 Alavancar a sustentabilidade através da cadeia de fornecimento</p> <p>12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS Indicador 12.7.1</p>	<p>OBJETIVO 19 Acelerar a jornada para a sustentabilidade</p>	<p>OBJETIVO 20 Expandir a Carta de Princípios do BCSD Portugal</p>

1.2 Jornada 2030



Etapas da Jornada 2030

1.2 Jornada 2030



Conhecer

- Compromisso pela gestão de topo
- Definir responsável pela gestão da sustentabilidade
- Mapeamento de *stakeholders*
- Diagnóstico interno
- Análise da cadeia de valor
- Análise de materialidade
- Definir prioridades estratégicas de sustentabilidade
- Identificar instrumentos e práticas de gestão da sustentabilidade



Construir

- Estabelecer objetivos e metas SMART* e baseadas em ciência
- Definir planos de ação com indicadores de monitorização, a respetiva calendarização e alocando responsabilidades
- Utilizar referenciais/diretrizes (ex.: ODS, GRI, ISO)
- Implementar instrumentos e práticas de gestão da sustentabilidade

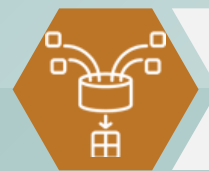
** Specific/Específicos, Measurable/Mensuráveis, Additional/Adicionais, Realistic/Realistas e Time-bound/Delimitados no tempo*



Comunicar

- Definir estratégia de envolvimento com *stakeholders*
- Auscultar *stakeholders*
- Comunicar compromissos
- Relatar desempenho (relatório de sustentabilidade)
- Subscrever princípios, iniciativas e/ou compromissos de sustentabilidade
- Capacitar os colaboradores em sustentabilidade
- Exercer influência na cadeia de valor

1.2 Jornada 2030



Consolidar

- Rever e atualizar as etapas anteriores, nomeadamente:
 - Mapeamento e estratégias de envolvimento com *stakeholders*
 - Diagnóstico interno
 - Análise da cadeia de valor
 - Análise de materialidade
 - Prioridades estratégicas de sustentabilidade
- Rever e atualizar plano de ação para garantir o alcançar das metas



Coliderar

- Estabelecer compromissos, objetivos e metas para 2050
- Adotar instrumentos e práticas de gestão adequados aos novos objetivos e metas



1.3 Benchmarking

De modo a perceber qual o valor acrescentado do presente estudo e identificar possíveis oportunidades de complementaridade e/ou de novidade em relação aos retratos nacionais já existentes, foi realizado um *benchmarking*. Neste processo, não exaustivo, destacaram-se **6 estudos - 3 artigos científicos e 3 relatórios** - publicados entre 2019 e 2022. As tabelas das páginas seguintes sintetizam as informações principais de cada um deles.

Através desta análise, observou-se que os artigos científicos apresentam um **foco de investigação** mais restrito, que se traduz numa análise mais concreta e direcionada para o objetivo de investigação em questão. Em oposição, os relatórios abordam a temática em estudo de forma mais transversal e abrangente, permitindo ter uma visão mais holística do estado da sustentabilidade nas empresas em Portugal.

No contexto dos três pilares da sustentabilidade, constatou-se a prevalência do **pilar ambiental**, transversal aos 6 relatórios/artigos. Contudo, uma parte significativa dos estudos aborda os **três pilares (ambiental, social e governança)**. É ainda de salientar que, à exceção dos estudos onde o foco de investigação são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), o pilar social, quando abordado,

tende a considerar exclusivamente os colaboradores, sem fazer referência, por exemplo, aos direitos humanos.

Relativamente aos **dados analisados**, no caso dos artigos científicos, estes foram maioritariamente obtidos de fontes secundárias, como o *website* das empresas. No caso dos relatórios, os dados foram recolhidos especificamente para a análise em questão, em particular através de questionários e, num dos casos, com recurso a entrevistas. Em relação à **dimensão da amostra**, observa-se que os estudos que recorrem à análise de informação presente nos *websites* das empresas apresentam, tendencialmente, uma amostra de maior dimensão.

Desta análise, concluiu-se que os **retratos** do setor empresarial português em termos de sustentabilidade são **escassos**, embora tenham vindo a surgir alguns nos últimos anos. Contudo, os retratos existentes são maioritariamente **focados numa temática específica** (como a economia circular, a cadeia de valor ou o impacto da COVID-19) ou analisam a sustentabilidade através da **lente dos ODS**. Como tal, verificou-se a necessidade de novos estudos, não só sobre a maturidade das empresas portuguesas em termos de sustentabilidade, mas também abordando a sustentabilidade de uma forma mais abrangente.

TABELA RESUMO

REFERÊNCIA	FORMATO	DIMENSÃO DA AMOSTRA	TIPOLOGIA DA AMOSTRA	TIPOLOGIA DE DADOS	FOCO DA ANÁLISE
Carvalho, 2019 <i>"Critical analysis of information about integrated management systems and environmental policy on the Portuguese firms' website, towards sustainable development"</i>	Artigo científico	422	Empresas portuguesas Multissetorial Certificadas em QEOHS*	Dados secundários (<i>website</i>)	Sistemas de gestão integrados (IMS), Política ambiental, Sustentabilidade corporativa (CS) e Responsabilidade social corporativa (CSR)
Pinto, 2019 <i>"Green supply chain practices and company performance in Portuguese manufacturing sector"</i>	Artigo científico	8	Empresas com fábricas em Portugal Setor Industrial Grandes e médias empresas	Dados primários (entrevistas) Dados secundários (relatórios, <i>websites</i> , documentos internos)	<i>Green supply chain</i>
Fonseca & Carvalho, 2019 <i>"The Reporting of SDGs by Quality, Environmental, and Occupational Health and Safety-Certified Organizations"</i>	Artigo científico	235	Empresas portuguesas Multissetorial Certificadas em QEOHS*	Dados secundários (relatórios presentes no <i>website</i>)	ODS
E+C, 2021 <i>"Avaliação geral da realidade do tecido empresarial em Portugal em matéria de Economia Circular: Resultados do inquérito E+C"</i>	Relatório	202	Empresas portuguesas Multissetorial Grandes empresas e PMEs	Dados primários (questionário)	Economia Circular
PBS, 2021 <i>"Estudo de impacto COVID-19 na sustentabilidade"</i>	Relatório	39	Empresas portuguesas Multissetorial Grandes empresas e PMEs	Dados primários (questionário)	COVID-19
Observatório ODS, 2022 <i>"Relatório anual 2022: A análise e resultados do estudo sobre a implementação dos ODS nas empresas portuguesas"</i>	Relatório	163	Empresas portuguesas Multissetorial Grandes empresas e PMEs	Dados primários (questionário, entrevistas)	ODS
BCSD Portugal, 2023 <i>"Jornada 2030: Maturidade das empresas em sustentabilidade - Retrato agregado 2023"</i>	Relatório	67	Empresas portuguesas Multissetorial Grandes empresas e PMEs	Dados primários (questionário)	ESG

* Quality, Environmental, Occupational Health & Safety

TEMAS ABORDADOS

COMPARAÇÃO COM O RETRATO AGREGADO DA JORNADA 2030

REFERÊNCIA	CULTURA EMPRESARIAL ¹	ESTRUTURA/ RESPONSÁVEL ²	ESTRATÉGIA DE SUSTENT. ³	PLANO DE AÇÃO ⁴	INSTRUMENTOS E PRÁTICAS ⁵	ENVOLVIMENTO C/ STAKEHOLDERS ⁶	INFLUÊNCIA NA CADEIA DE VALOR ⁷	INOVAÇÃO ⁸	FORMAÇÃO DOS COLABORADORES ⁹	TEMAS ESG ¹⁰	RELATÓRIO DE SUSTENT. ¹¹	CLUSTERS DE MATURIDADE ¹²
BCSD Portugal, 2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Carvalho, 2019	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-	X	-
Pinto, 2019	-	-	-	X	X	-	X	-	-	-	X	-
Fonseca & Carvalho, 2019	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X	-
E+C, 2021	X	X	X	-	X	-	X	X	X	-	-	-
PBS, 2021	-	X	X	-	X	X	-	X	X	X	X	-
Observatório ODS, 2022	X	X	X	X	-	X	-	X	X	X	X	X

LEGENDA

- 1 - Integração do compromisso com a sustentabilidade na cultura empresarial (ex.: inclusão na missão/visão formal da empresa)
- 2 - Existência de estrutura formal ou responsável pela área de sustentabilidade
- 3 - Visão da sustentabilidade como um vetor estratégico para a empresa
- 4 - Existência de objetivos, metas e/ou indicadores de monitorização de sustentabilidade
- 5 - Implementação de instrumentos, práticas e/ou iniciativas de sustentabilidade (ex.: certificações, sistemas de gestão)
- 6 - Implementação de iniciativas e parcerias com stakeholders e/ou adesão a redes/grupos de stakeholders

- 7 - Implementação de ações de influência na cadeia de valor (ex.: procurement, sensibilização e formação de stakeholders)
- 8 - Implementação de práticas, projetos e iniciativas de inovação para a sustentabilidade
- 9 - Implementação de ações de sensibilização e capacitação dos colaboradores
- 10 - Temas de sustentabilidade trabalhados pelas empresas, quer seja na perspetiva ESG ou pela lente dos ODS
- 11 - Publicação de relatório de sustentabilidade
- 12 - Se o estudo agrupa e caracteriza as empresas analisadas de acordo com o seu grau de maturidade em sustentabilidade

1.3 Benchmarking

Da **análise comparativa** dos 6 estudos com o presente relatório, observa-se que existe um conjunto de parâmetros que são mais frequentemente analisados. A existência de relatório de sustentabilidade é o parâmetro mais estudado, seguido da implementação de instrumentos, práticas e/ou iniciativas de sustentabilidade. Adicionalmente, a existência de uma estrutura formal de governança de sustentabilidade, a presença da sustentabilidade como vetor estratégico da empresa, o envolvimento com *stakeholders*, a inovação para a sustentabilidade, a formação dos colaboradores e os temas de sustentabilidades trabalhados pelas empresas foram tópicos abordados em metade dos estudos analisados. Por outro lado, os parâmetros menos analisados incluem a integração da sustentabilidade na cultura empresarial, a existência de planos de ação e a influência na cadeia de valor. Realça-se, ainda, que existem alguns parâmetros abordados pelos estudos em análise que não são tratados no presente relatório, como as barreiras e os fatores facilitadores da implementação da sustentabilidade.

Através desta análise, observa-se que os estudos já existentes abordam 3 grandes aspetos cobertos pela jornada de sustentabilidade: a importância/comprometimento com a sustentabilidade, as ações já implementadas pelas empresas e a forma como estas comunicam. Contudo, a **fase da definição de prioridades estratégicas e de planos de ação é pouco abordada.**

Dos estudos analisados, os que mais se assemelham ao presente retrato são os **relatórios da PBS e do Observatório ODS**, uma vez que existe um grande alinhamento dos parâmetros analisados e permitem ter uma visão mais holística do estado da sustentabilidade no setor empresarial em Portugal. Contudo, o relatório da PBS, ao incidir a análise na influência da COVID-19 na sustentabilidade empresarial, restringe o foco da análise. Destaca-se, assim, o estudo do Observatório ODS que, apesar de abordar a sustentabilidade especificamente sob a ótica dos ODS, faz uma análise bastante abrangente. Este estudo contém, ainda, um diagnóstico de maturidade das empresas, através da criação de *clusters*, à semelhança do presente relatório. Porém, no presente estudo, os grupos foram definidos previamente, e no Observatório ODS, estes estágios de maturidade surgem na sequência da análise dos dados. Além disso, as propostas de sistematização de maturidade nos dois estudos são bastante distintas.

Concluiu-se, assim, que o presente **Retrato Agregado da Jornada 2030 permite complementar os estudos já existentes**, uma vez que aborda novos parâmetros, explora em maior detalhe as fases de planeamento estratégico, posiciona as empresas em graus de maturidade em sustentabilidade e analisa a sustentabilidade sob a ótica ESG, abrangendo o âmbito ambiental, social e de governança aplicáveis transversalmente às empresas.

A 3D isometric illustration of a staircase with green steps and a light yellow wall at the top, set against a light blue background with abstract geometric shapes.

2. Metodologia

2. Metodologia



Universo

Empresas signatárias da Carta de Princípios (181 entidades)



Recolha da informação

Questionário *online* numa plataforma desenvolvida em parceria com a **NTT DATA**
Trusted Global Innovator



Amostra

67 empresas
Taxa de resposta de 37%



Duração da recolha

junho - outubro 2022
(5 meses)

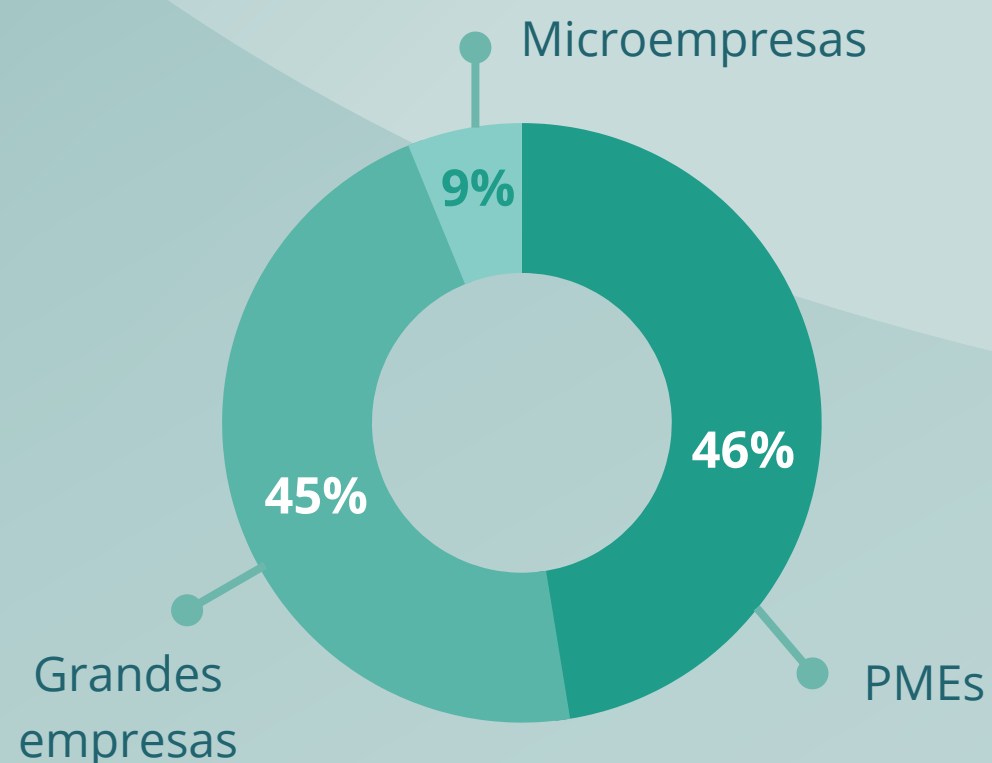
A graphic illustration of a staircase with green steps and a light yellow wall, set against a light blue background with abstract geometric shapes.

3. Caracterização da amostra

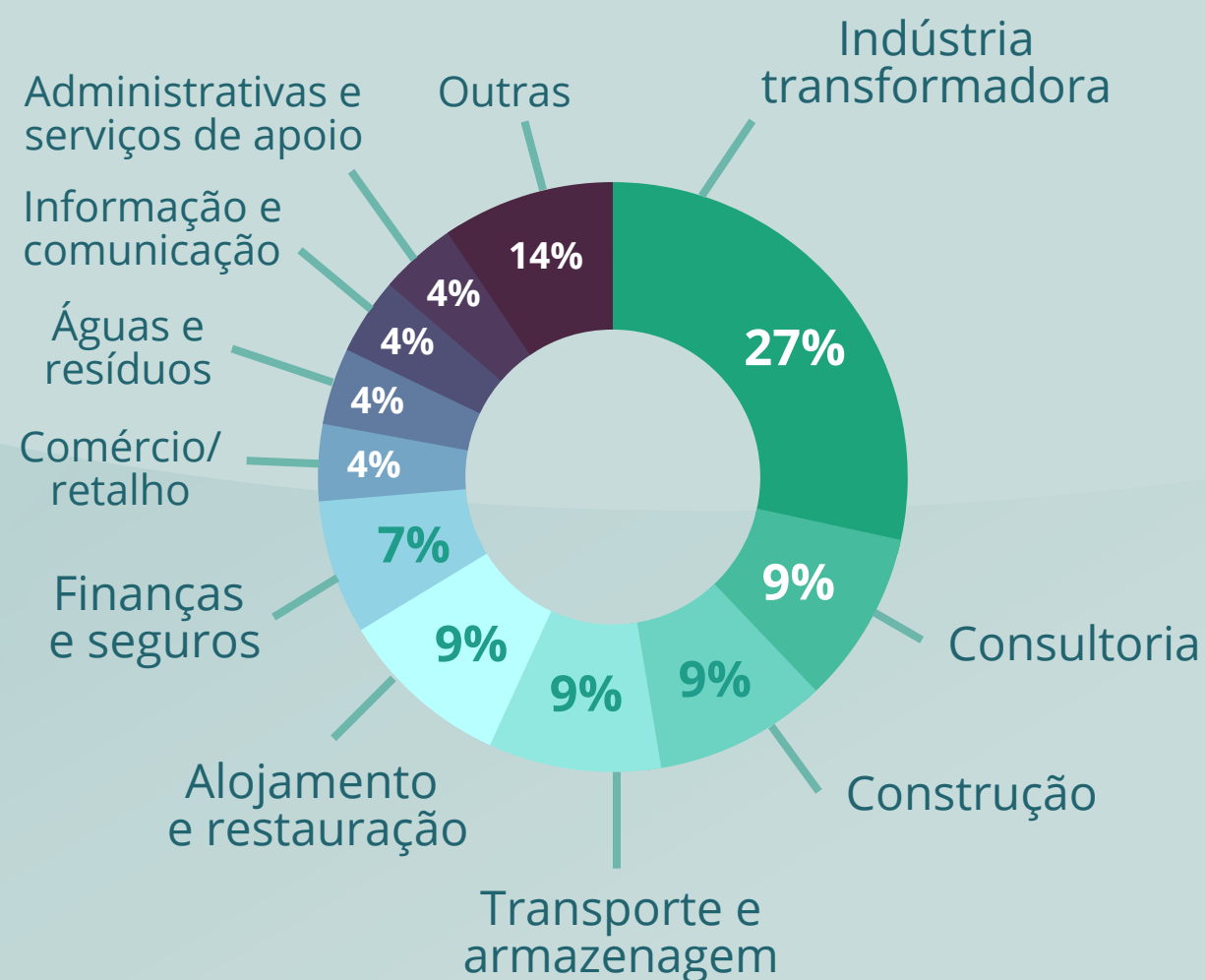
3. Caracterização da amostra

O presente retrato agregado foi elaborado a partir dos dados de **67 empresas**.

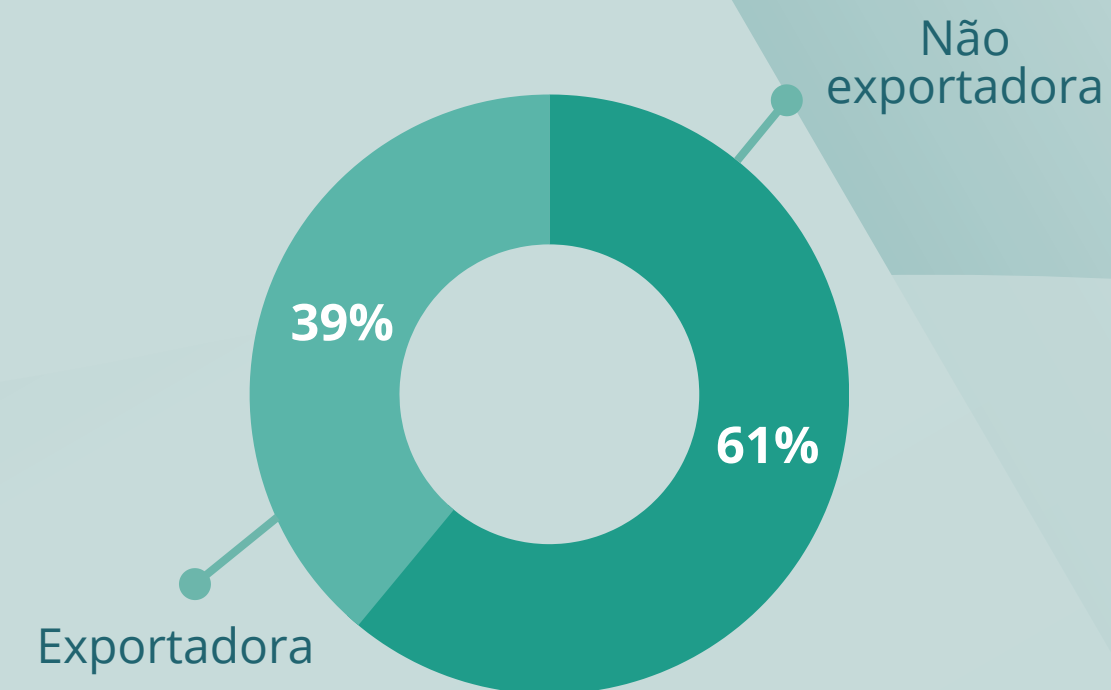
Dimensão*



Setor de atividade**



Âmbito de atividade



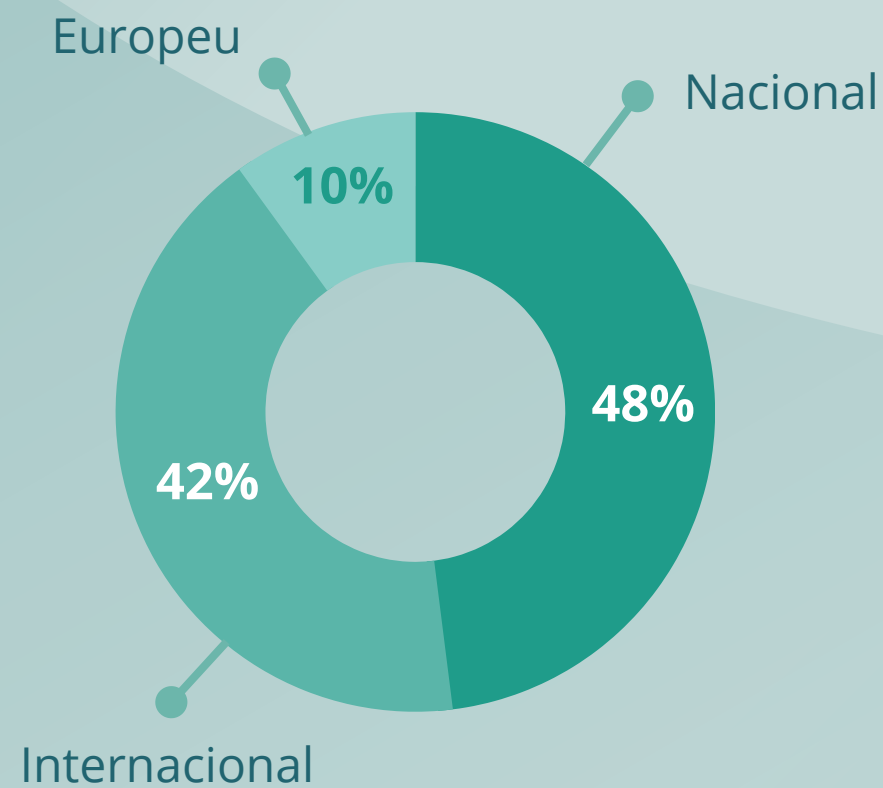
* Microempresas: < 10 colaboradores; PMEs: entre 10 e 250 colaboradores; Grandes empresas: > 250 colaboradores

** Setores baseados na Classificação Portuguesa das Atividades Económica (CAE), revisão 3 - Correspondência no Anexo II

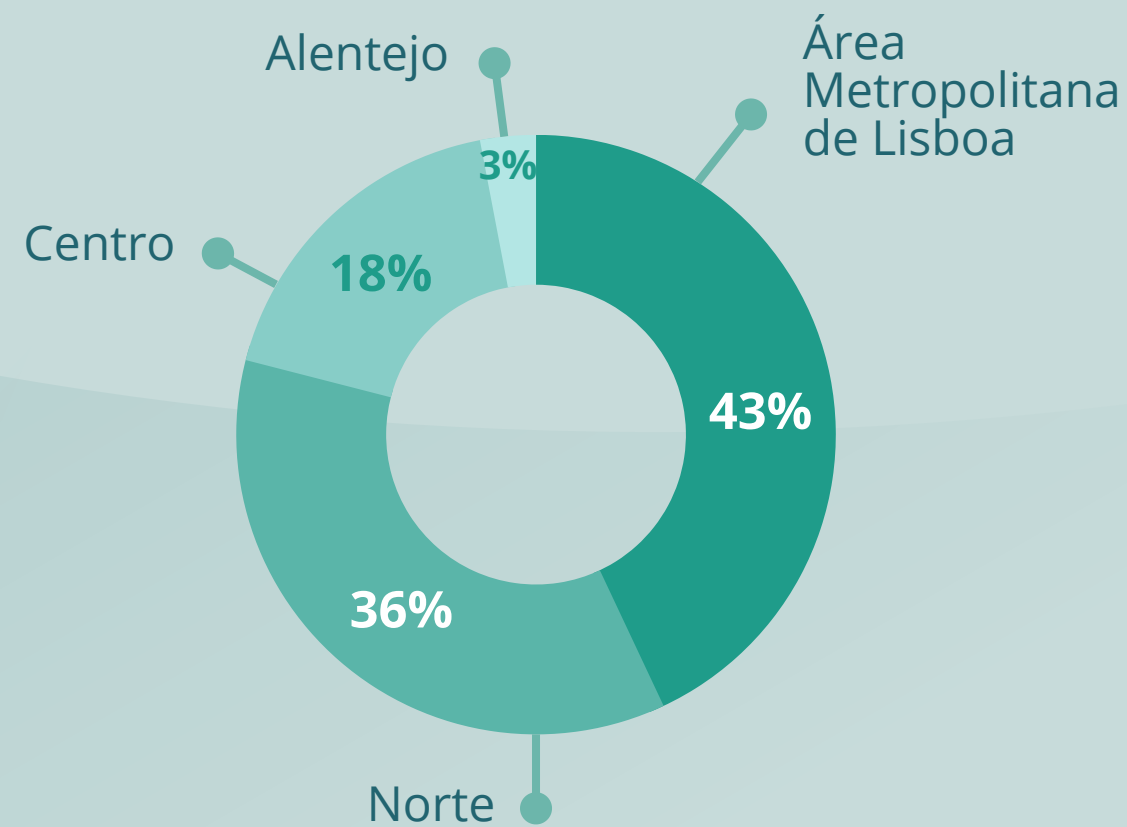
3. Caracterização da amostra

O presente retrato agregado foi elaborado a partir dos dados de **67 empresas**.

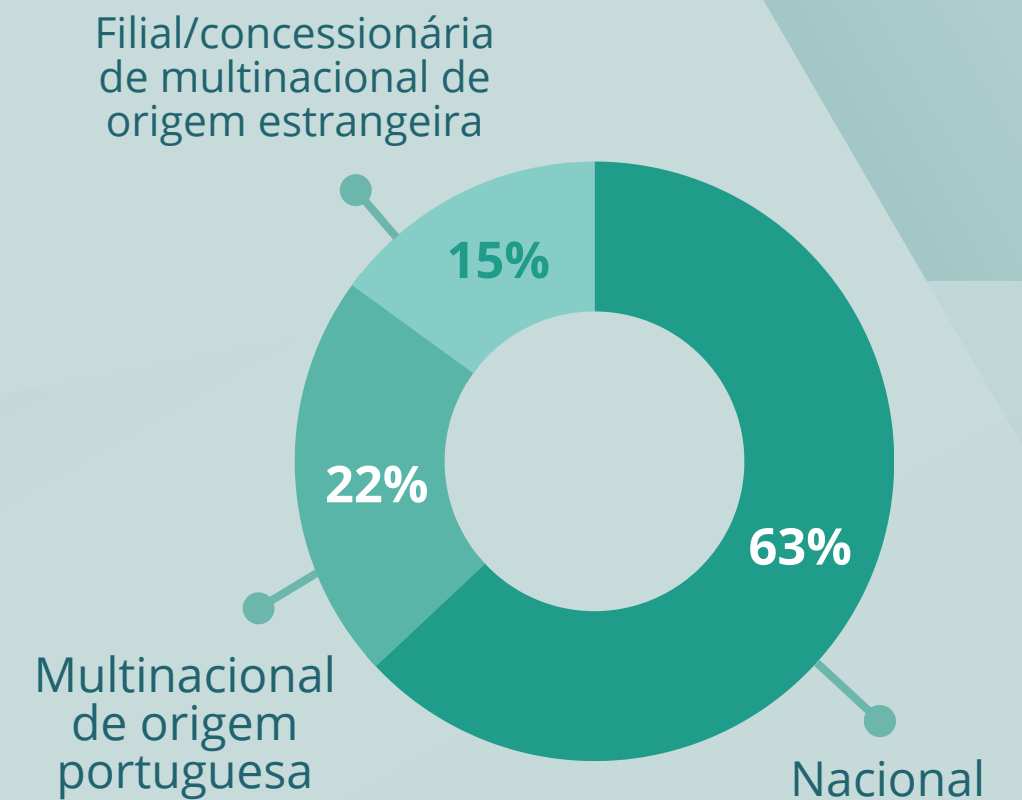
Geografia de atuação




Localização da sede*



Natureza da empresa



* NUTS II



4. Análise da maturidade das empresas em sustentabilidade

- 4.1 Cultura e estratégia empresarial
- 4.2 Da estratégia à ação
- 4.3 Práticas de sustentabilidade
- 4.4 Comunicação de sustentabilidade
- 4.5 Temas ESG trabalhados pelas empresas
- 4.6 Posicionamento nas etapas da Jornada 2030

4.1 Cultura e estratégia empresarial

93%

das empresas inclui um **compromisso** de sustentabilidade na **missão/ visão**

78%

das empresas integra a **sustentabilidade** na **estratégia de negócio**

55%

das empresas desenvolve, aprova e monitoriza a **estratégia de sustentabilidade**



56%

destas inclui um **compromisso geral**

44%

destas inclui um **compromisso específico**

A grande maioria das empresas (93%) inclui um compromisso de sustentabilidade na sua missão/visão formal. Destas empresas, 56% inclui um compromisso geral (ex.: combate à pobreza, preservar o ambiente) e as restantes 44% incluem um compromisso específico (ex.: igualdade de género, reutilização de resíduos, comunidade educativa local).

Ainda que 93% das empresas incluía um compromisso de sustentabilidade na missão/visão, nem todas refletem esta intenção na estratégia empresarial. Com efeito, 78% das empresas indicaram integrar a sustentabilidade na estratégia de negócio. A percentagem de empresas que desenvolve, aprova e monitoriza uma estratégia de sustentabilidade é ainda mais reduzida (55%).

4.1 Cultura e estratégia empresarial

73%



das empresas tem um **responsável, equipa ou departamento** dedicado à sustentabilidade

48%



das empresas tem um **administrador responsável** pela sustentabilidade



71%

das empresas com responsável pela sustentabilidade, tem nessa equipa **colaboradores com formação ou experiência na área**

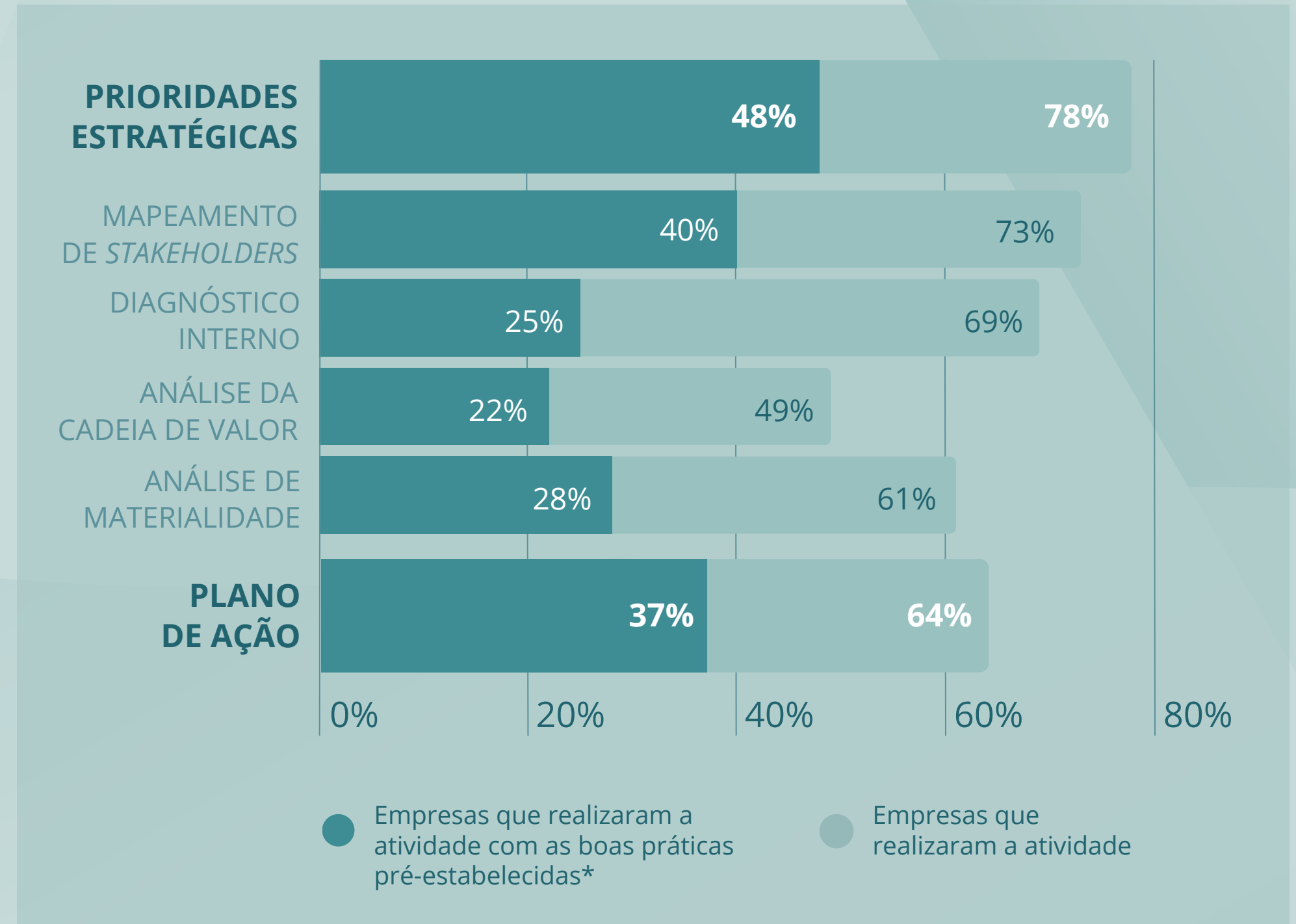
A maioria das empresas (73%) opta por ter uma estrutura interna que trabalha a sustentabilidade (responsável, equipa ou departamento). Destas, 29% das empresas dispõe de colaboradores responsáveis pela sustentabilidade que não têm formação ou experiência na área. Das empresas que não têm nenhum responsável pela sustentabilidade, 28% recorre a consultores externos.

Ao nível da gestão de topo, cerca de metade das empresas (48%) designa um administrador responsável pela sustentabilidade.

4.2 Da estratégia à ação

A maioria das empresas (78%) afirma já ter definido prioridades estratégicas de sustentabilidade. No entanto, ao analisar-se as boas práticas para a definição de prioridades estratégicas (mapeamento de *stakeholders*, diagnóstico interno, análise da cadeia de valor e análise de materialidade), observa-se que o número de empresas que já efetuaram estas etapas diminui. Destas etapas, o mapeamento de *stakeholders* foi a atividade mais realizada (73%), enquanto que a análise da cadeia de valor é a etapa menos executada (49%).

Por outro lado, nem todas as empresas concretizaram as suas prioridades estratégicas em planos de ação. Ainda que 78% das empresas tenha definido prioridades estratégias de sustentabilidade, apenas 64% definiram planos de ação para as concretizar.



* As boas práticas pré-estabelecidas encontram-se nas próximas páginas.

** Todas as percentagens são apresentadas em função da amostra total.

4.2 Da estratégia à ação

Prioridades estratégicas



78%

das empresas define **prioridades estratégicas de sustentabilidade**

PRÁTICAS NA DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES ESTRATÉGICAS*

Define prioridades estratégicas de sustentabilidade com base numa análise de materialidade	62%
Revê as suas prioridades estratégicas de sustentabilidade com regularidade	48%

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que define prioridades estratégicas.

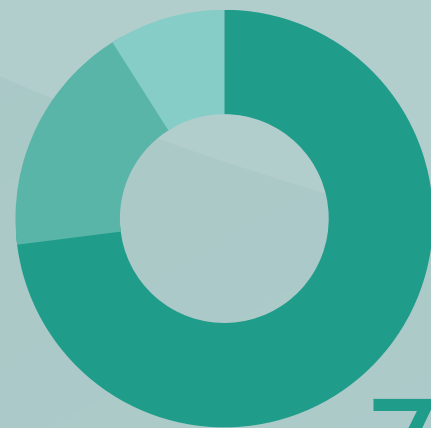
A maioria das empresas (78%) já definiu prioridades estratégicas de sustentabilidade. Contudo, apenas cerca de metade do total da amostra analisada (48%) o fez seguindo a boa prática considerada, isto é, tendo por base uma análise de materialidade.

4.2 Da estratégia à ação

Mapeamento de *stakeholders*

9%

das empresas não faz mapeamento dos *stakeholders*, **nem conhece o conceito**



18%

das empresas não faz mapeamento dos *stakeholders*, **mas conhece o conceito**

73%

das empresas faz **mapeamento dos *stakeholders***

PRÁTICAS REALIZADAS NO MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS**

Identifica e prioriza os <i>stakeholders</i>	92%
Define estratégias de envolvimento adaptadas a cada grupo de <i>stakeholders</i> (internos e externos)	57%
Atualiza o mapa de <i>stakeholders</i> e respetiva estratégia de envolvimento com regularidade	71%

40%

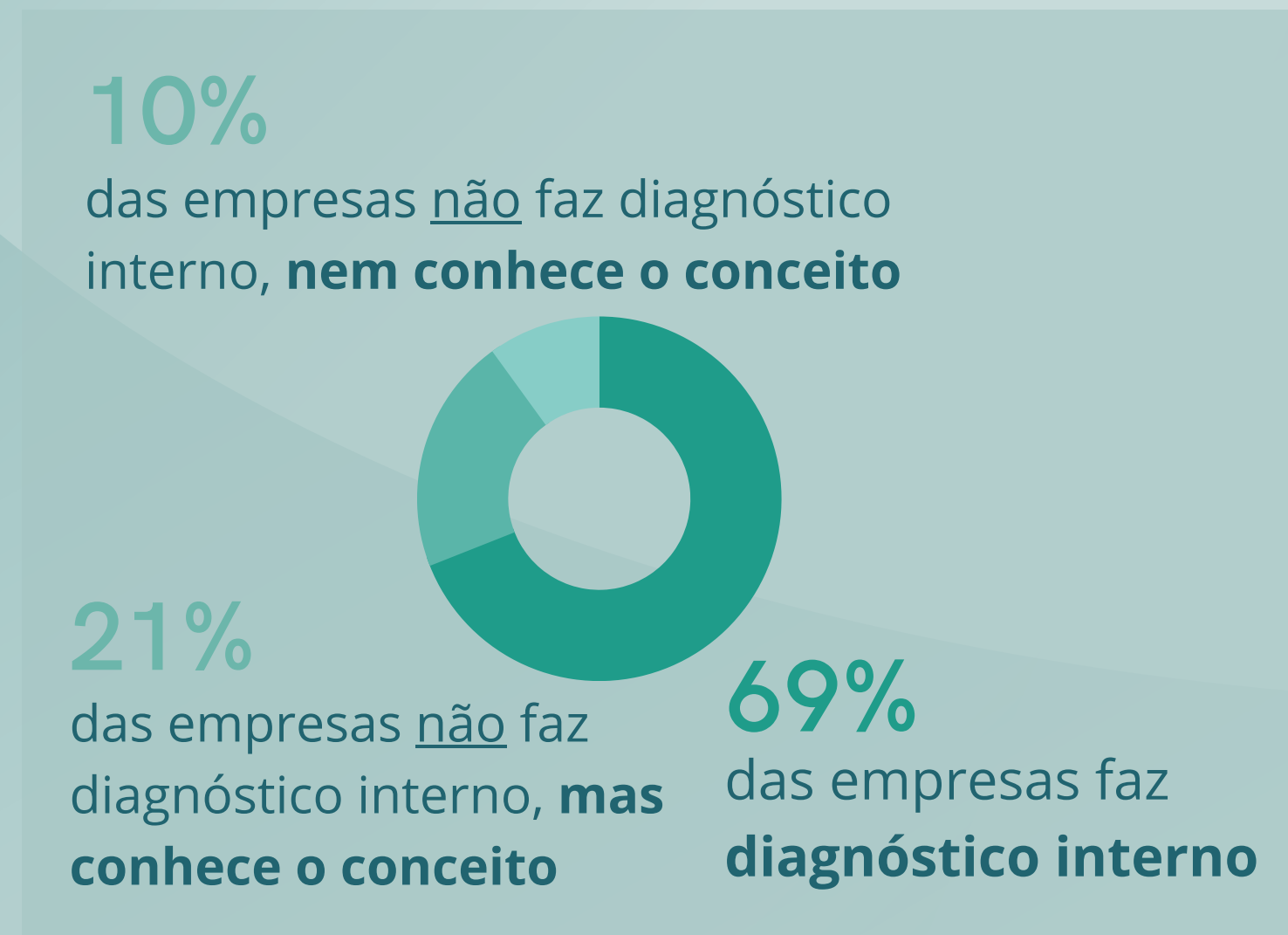
das empresas faz o mapeamento completo

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que faz mapeamento de *stakeholders*.

A maioria das empresas (73%) realiza o mapeamento dos *stakeholders*. Existem, contudo, algumas empresas (9%) que não o fazem, nem conhecem o conceito. Embora 73% das empresas tenha realizado o mapeamento dos *stakeholders*, apenas 40% o fizeram de acordo com as boas práticas consideradas, isto é, identificando e priorizando os *stakeholders* e definindo estratégias de envolvimento adaptadas a cada grupo de *stakeholders*.

4.2 Da estratégia à ação

Diagnóstico interno



PRÁTICAS REALIZADAS NO DIAGNÓSTICO INTERNO*

Analisa o contexto, nomeadamente do setor, das principais tendências nacionais e internacionais e de <i>benchmarking</i> (análise dos principais concorrentes e empresas de referência)	80%
Analisa o seu negócio e desempenho	87%
Analisa as competências da organização em sustentabilidade	48%
Utiliza diretrizes e normas de referência para identificar oportunidades de melhoria	65%
Ausculata os <i>stakeholders</i> (internos e externos)	72%
Atualiza o diagnóstico interno com regularidade	57%

25%
das empresas faz o diagnóstico completo

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que faz diagnóstico interno.

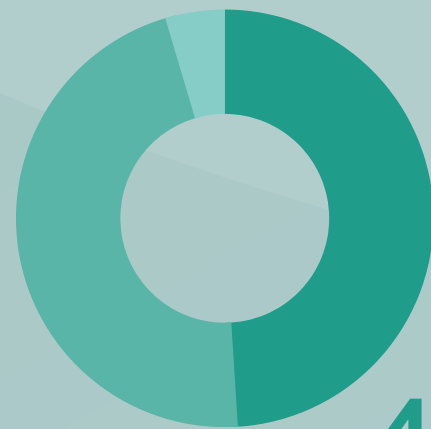
Mais de dois terços das empresas (69%) realiza o diagnóstico interno. Existem, contudo, algumas empresas (10%) que não o fazem, nem conhecem o conceito. Embora 69% das empresas tenha realizado o diagnóstico interno, apenas 25% o fizeram de acordo com as boas práticas consideradas, isto é, analisaram o contexto, analisaram o seu negócio e o desempenho, analisaram as competências internas em sustentabilidade, utilizaram diretrizes e normas e auscultaram os *stakeholders*.

4.2 Da estratégia à ação

Análise da cadeia de valor

5%

das empresas não faz análise da cadeia de valor, **nem conhece o conceito**



46%

das empresas não faz análise da cadeia de valor, **mas conhece o conceito**

49%

das empresas faz **análise da cadeia de valor**

PRÁTICAS REALIZADAS NA ANÁLISE DA CADEIA DE VALOR*

Identifica os seus impactos positivos e negativos ao longo da cadeia de valor	88%
Utiliza referenciais de diagnóstico da cadeia de valor	55%
Revê a análise da cadeia de valor com regularidade	48%

22%

das empresas faz a análise completa

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que faz análise da cadeia de valor.

Cerca de metade das empresas (49%) realiza a análise da cadeia de valor. Existem, contudo, algumas empresas (5%) que não a fazem, nem conhecem o conceito. Embora 49% das empresas tenha realizado a análise da cadeia de valor, apenas 22% o fizeram segundo as boas práticas consideradas, isto é, identificaram os seus impactos positivos e negativos ao longo da cadeia de valor e utilizaram referenciais de diagnóstico.

4.2 Da estratégia à ação

Análise de materialidade

18%

das empresas não faz análise de materialidade, **nem conhece o conceito**



21%

das empresas não faz análise de materialidade, **mas conhece o conceito**

61%

das empresas faz **análise de materialidade**

PRÁTICAS REALIZADAS NA ANÁLISE DE MATERIALIDADE*

Analisa as tendências de sustentabilidade internacionais e setoriais	80%
Analisa a concorrência	76%
Identifica riscos e oportunidades de sustentabilidade	78%
Utiliza referenciais de análise de materialidade	61%
Ausulta os <i>stakeholders</i> (internos e externos)	71%
Revê a análise de materialidade com regularidade	59%

28%

das empresas faz a análise completa

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que faz análise de materialidade.

Mais de metade das empresas (61%) realiza a análise da materialidade. Existem, contudo, um número significativo de empresas (18%) que não a fazem, nem conhecem o conceito. Embora 49% das empresas tenha realizado a análise de materialidade, apenas 28% o fizeram segundo as boas práticas consideradas, isto é, analisaram as tendências, assim como a concorrência, identificaram riscos e oportunidades, utilizaram referenciais, e auscultaram os *stakeholders*.

4.2 Da estratégia à ação

Objetivos e metas



93%
das empresas já definiu **objetivos e metas de sustentabilidade**



57%
das empresas definiu **objetivos e metas com horizonte temporal**

HORIZONTE TEMPORAL

Até 2030	74%
Até 2050	26%

PRÁTICAS AO DEFINIR OBJETIVOS E METAS*

Definiu alguns objetivos e metas de sustentabilidade de forma não estruturada	35%
Definiu objetivos e metas para concretizar as suas prioridades estratégicas de sustentabilidade	55%
Definiu objetivos e metas SMART (específicos, mensuráveis, adicionais, realistas e delimitados no tempo)	46%
Definiu objetivos e metas baseadas em ciência	11%
Atualiza os objetivos e metas de sustentabilidade com regularidade	45%

9%
das empresas definiu objetivos e metas com todas as boas práticas

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que define objetivos e metas de sustentabilidade.

A grande maioria das empresas (93%) já definiu objetivos e metas. Contudo, apenas 57% das empresas definiu objetivos e metas com horizonte temporal de 2030 ou 2050. Destas, 74% definiu objetivos e metas para 2030 e 24% definiu objetivos e metas para 2050.

Embora 93% das empresas tenha definido objetivos e metas, apenas 9% o fizeram seguindo as boas práticas consideradas, isto é, definiram objetivos e metas para as prioridades estratégicas, de forma SMART (específicos, mensuráveis, alcançáveis, realistas e balizados no tempo) e baseando-se em ciência.

4.2 Da estratégia à ação

Plano de ação



64%

das empresas define **plano de ação** para operacionalizar objetivos e metas de sustentabilidade

PRÁTICAS AO DEFINIR PLANO DE AÇÃO*

Define plano de ação com indicadores de monitorização	86%
Define plano de ação com a respetiva calendarização	77%
Define plano de ação alocando responsabilidades	70%
Revê plano de ação com regularidade	72%

37%

das empresas faz o plano de ação completo

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que define plano de ação de sustentabilidade.

Embora 64% das empresas tenha elaborado um plano de ação para operacionalizar objetivos e metas de sustentabilidade, apenas 37% o fizeram seguindo as boas práticas consideradas, isto é, definiram o plano de ação com indicadores de monitorização, com calendarização e alocando responsabilidades.

4.3 Práticas de sustentabilidade

Instrumentos e práticas



88%

das empresas implementa **instrumentos e práticas** de sustentabilidade

INSTRUMENTOS E PRÁTICAS IMPLEMENTADOS

Desenvolve políticas e/ou códigos corporativos para um ou mais temas materiais	48%
Tem um sistema de gestão interno para um ou mais temas materiais	40%
Tem um sistema de gestão certificado para um ou mais temas materiais	61%
Tem certificações/rótulos de produtos/serviços	22%
Tem metodologias de otimização de processos	24%
Subscreve princípios, iniciativas ou compromissos que monitorizam o seu desempenho	31%

A grande maioria das empresas (88%) já implementa instrumentos e práticas de sustentabilidade. Os instrumentos e práticas mais adotados são os sistemas de gestão certificados (61%), as políticas e códigos corporativos (48%) e os sistemas de gestão internos (40%). Por outro lado, os instrumentos e práticas menos adotados são as certificações e rótulos de produtos/serviços (22%), as metodologias de otimização de processos (24%) e a subscrição de iniciativas ou compromissos que monitorizem o desempenho da empresa (31%).

4.3 Práticas de sustentabilidade

Envolvimento com *stakeholders*

Quanto às práticas da empresa em termos de envolvimento com *stakeholders*, observou-se que a prática mais adotada é a auscultação dos *stakeholders* de forma regular para identificação das suas necessidades e expetativas (57%). Contudo, o número de empresas que integram os resultados da auscultação aos *stakeholders* no seu planeamento estratégico é consideravelmente mais reduzido (36%). É, ainda, de assinalar a percentagem de empresas cuja gestão de topo participa ativamente no processo de envolvimento com *stakeholders* (39%). Por outro lado, a utilização de referenciais de gestão de *stakeholders* e a capacitação dos colaboradores para esta gestão são práticas adotadas apenas por um reduzido número de empresas (16% e 12%, respetivamente).

57%



das empresas **ausculta** os *stakeholders* para identificar necessidades e expetativas

36%



das empresas **ausculta** os *stakeholders* e **integra resultados da auscultação** no planeamento estratégico

39%



das empresas tem uma **gestão de topo ativa** com os *stakeholders*

16%



das empresas utiliza **referenciais de gestão de *stakeholders***

12%



das empresas dá **formação** aos colaboradores sobre gestão de *stakeholders*

4.3 Práticas de sustentabilidade

Inovação

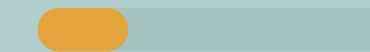
Ao nível das ferramentas de inovação em prol da sustentabilidade, 52% das empresas desenvolve projetos de investigação e inovação e 25% das empresas recorre a soluções tecnológicas. Através da inovação, 96% das empresas implementou melhorias nos processos existentes; 45% das empresas criaram um novo produto/ serviço com critérios de sustentabilidade e 45% das empresas reduziu significativamente as operações de atividades que prejudicam objetivos de sustentabilidade. Já 27% das empresas transformou totalmente o seu negócio. Salienta-se que a inovação é essencialmente incremental (através da melhoria dos processos, por exemplo) e não disruptiva (transformação total do negócio).

52%



das empresas desenvolve projetos de **investigação e inovação em sustentabilidade**

25%



das empresas utiliza **recursos tecnológicos** que inovam **para a sustentabilidade**

96%



das empresas implementa **melhorias nos processos existentes**

45%



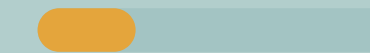
das empresas criaram um **novo produto/serviço** com **critérios de sustentabilidade**

45%



das empresas **reduziu** significativamente a sua operação em **atividades que prejudicam objetivos de sustentabilidade**

27%



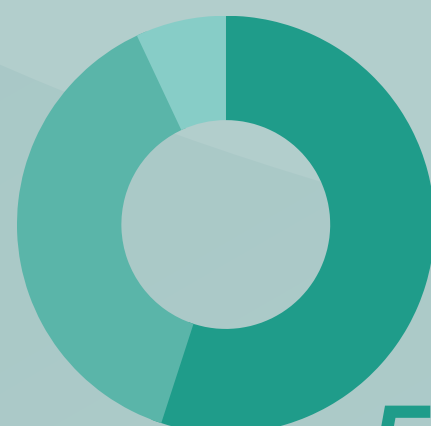
das empresas **transformou totalmente** o seu **negócio** **segundo critérios de sustentabilidade**

4.3 Práticas de sustentabilidade

Competências e capacitação

7%

das empresas **não sensibiliza nem capacita os colaboradores**



38%

das empresas **sensibiliza os colaboradores**

55%

das empresas **capacita os colaboradores**

PRÁTICAS AO CAPACITAR OS COLABORADORES*

Capacita para a sustentabilidade os colaboradores da equipa de sustentabilidade, de forma regular	95%
Capacita para a sustentabilidade os colaboradores das restantes áreas da organização, de forma regular	62%
Faz um diagnóstico das competências da organização em sustentabilidade	49%

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que capacita os colaboradores.

Mais de metade das empresas (55%) capacita os seus colaboradores para a sustentabilidade e uma percentagem considerável (38%) apenas sensibiliza os colaboradores. Ainda assim, apenas um número reduzido de empresas (7%) não implementa ações de sensibilização interna nem capacita os colaboradores.

As empresas que capacitam não o fazem exclusivamente para a equipa de sustentabilidade, 62% das empresas também capacita colaboradores de outras áreas. Ainda, das empresas que capacitam, cerca de metade (49%) baseia-se num diagnóstico das competências da organização em sustentabilidade.

4.3 Práticas de sustentabilidade

Cadeia de valor



78%

das empresas implementa
**ações de influência na
cadeia de valor**

PRÁTICAS DE INFLUÊNCIA NA CADEIA DE VALOR*

Implementa canais de comunicação e sensibilização para <i>stakeholders</i> externos	88%
Solicita o reporte de indicadores de sustentabilidade aos seus fornecedores, clientes e/ou parceiros	23%
Avalia, regularmente, os seus fornecedores em termos de risco de sustentabilidade	35%
Implementa práticas de <i>procurement</i> com critérios de sustentabilidade	35%
Dá formação sobre sustentabilidade aos seus fornecedores, clientes e/ou parceiros	21%

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que implementa ações de influência na cadeia de valor.

A maioria das empresas (78%) já implementa ações de influência na sua cadeia de valor. A ação mais adotada é a implementação de canais de comunicação e sensibilização para *stakeholders* externos. As restantes ainda são adotadas por uma pequena percentagem das empresas, sendo a ação menos adotada a formação dos fornecedores, clientes e/ou parceiros para a sustentabilidade (21%).

4.4 Comunicação de sustentabilidade

Divulgação

54%

das empresas publica as suas **prioridades estratégicas de sustentabilidade**

37%

das empresas publica os seus **objetivos e metas de sustentabilidade**

Cerca de metade das empresas (54%) publica as suas prioridades estratégicas de sustentabilidade, no entanto este número é mais reduzido quando se questiona sobre a publicação dos seus objetivos e metas de sustentabilidade (37%).



4.4 Comunicação de sustentabilidade

Relatório de sustentabilidade



54%

das empresas faz **relatório de sustentabilidade**

PRÁTICAS AO PRODUZIR RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE*

Faz análise de materialidade	58%
Faz alinhamento com os ODS	92%
Utiliza outros referenciais internacionais	69%
Apresenta o desempenho em sustentabilidade com base em indicadores de monitorização	81%
Apresenta os resultados/impactes negativos e como está a endereçá-los	64%
Ausulta os <i>stakeholders</i> para avaliar as suas expetativas e necessidades	61%
Faz a verificação externa do relatório	39%

15%

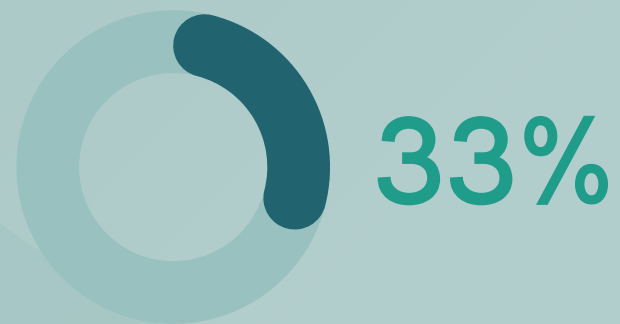
das empresas realiza todas as práticas

* Percentagens apresentadas em função do grupo de empresas que produz relatório de sustentabilidade.

Cerca de metade das empresas (54%) já produz um relatório de sustentabilidade, contudo apenas 15% o fizeram seguindo as boas práticas consideradas (todas as apresentadas na tabela em cima). Ao produzirem o seu relatório de sustentabilidade, as práticas mais adotadas pelas empresas são o alinhamento com os ODS (92%), a utilização de indicadores de monitorização para apresentação do desempenho (81%) e a utilização de referenciais internacionais (69%). Por outro lado, a prática menos adotada é a verificação externa do relatório (39%).

4.4 Comunicação de sustentabilidade

Reconhecimento externo



das empresas já recebeu um **prémio de sustentabilidade**



das empresas participa em **índices e/ou ratings de sustentabilidade**

Um terço das empresas (33%) afirma já ter recebido algum prémio de sustentabilidade e cerca de um quinto das empresas (19%) afirma participar em índices e/ou *ratings* de sustentabilidade (ex.: DJSI, FSTE4Good, *Ethicsphere*, CDP, *Sustainalytics*, *EcoVadis*, MSCI, *Bloomberg Gender-Equality Index*). Verifica-se, assim, que apenas um reduzido número de empresas procura o reconhecimento das suas práticas de sustentabilidade através de mecanismos externos.



4.5 Temas ESG trabalhados pelas empresas

A listagem de temas ESG encontra-se ordenada de forma decrescente, dos temas em que mais empresas desenvolvem ações para os temas em que menos empresas desenvolvem ações, acompanhados da respetiva percentagem. A lista de temas foi construída com base nos objetivos da Jornada 2030, desdobrando-os, sempre que pertinente, em vários temas.

Observa-se que os temas mais trabalhados correspondem a tópicos que são comumente endereçados pelas empresas no início da sua jornada de sustentabilidade. Por outro lado, os temas menos abordados correspondem a questões complexas e que as empresas ainda têm dificuldade em endereçar, mesmas as que já se encontram numa fase mais avançada da jornada.

Hierarquização dos temas ESG trabalhados pelas empresas



4.5 Temas ESG trabalhados pelas empresas

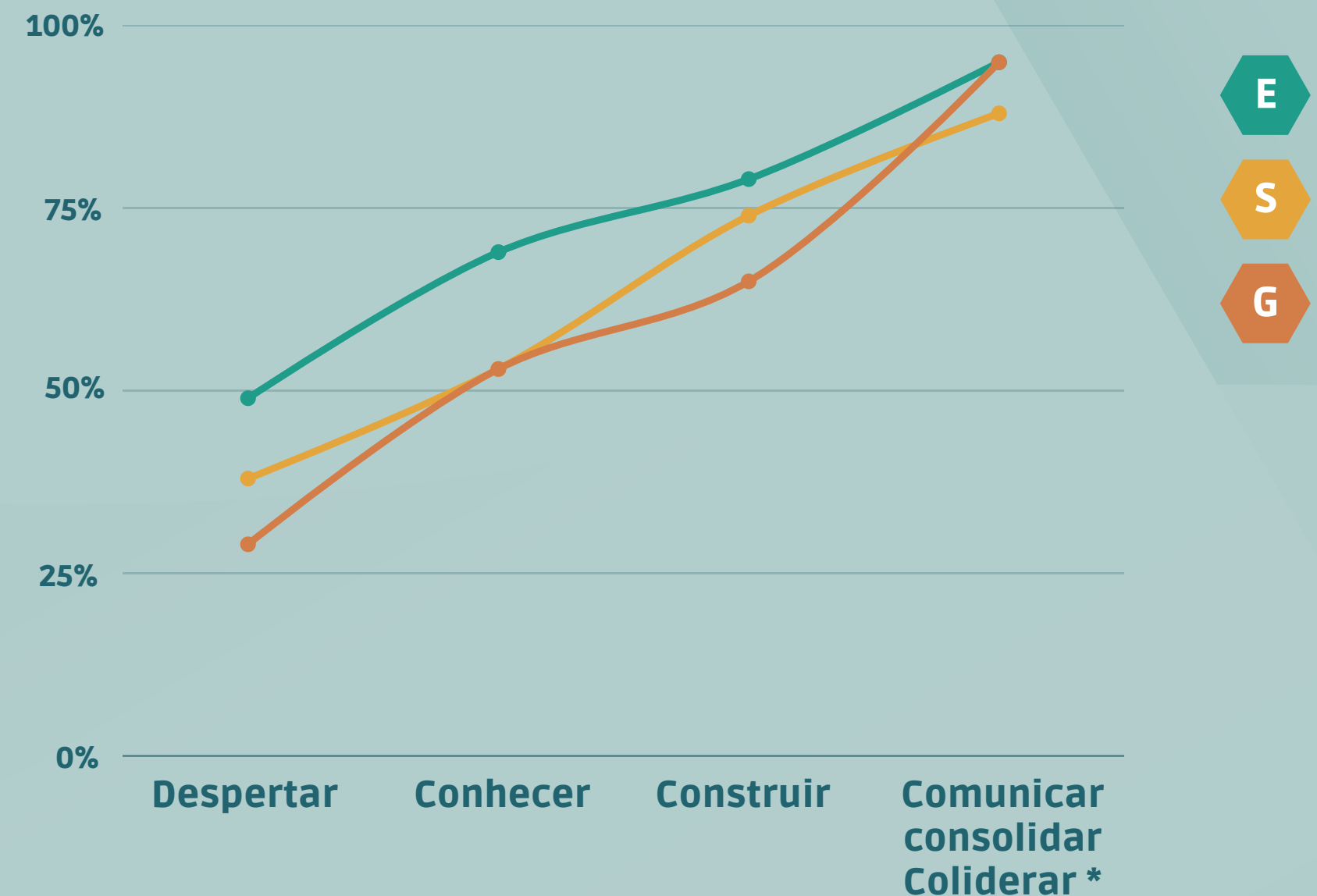
Os temas ambientais são os mais endereçados pelas empresas (70% das empresas), seguidos dos temas sociais (59%) e, por último, dos temas de governança (56%).

Analisando a evolução dos temas ESG ao longo das etapas, é possível verificar que os temas ambientais são os mais trabalhados desde uma fase inicial da jornada de sustentabilidade, seguidos dos temas sociais. O número de empresas a trabalhar temas ambientais duplica ao longo das etapas de maturidade.

Já os temas de governança, são os menos endereçados numa fase inicial, mas são os que mais evoluem ao longo das etapas de maturidade, encontrando-se a par dos temas ambientais nas últimas etapas de maturidade – Comunicar, Consolidar e Coliderar. O número de empresas a trabalhar temas de governança triplica ao longo das etapas de maturidade.

Evolução de temas ESG trabalhados pelas empresas

Por etapa da Jornada 2030

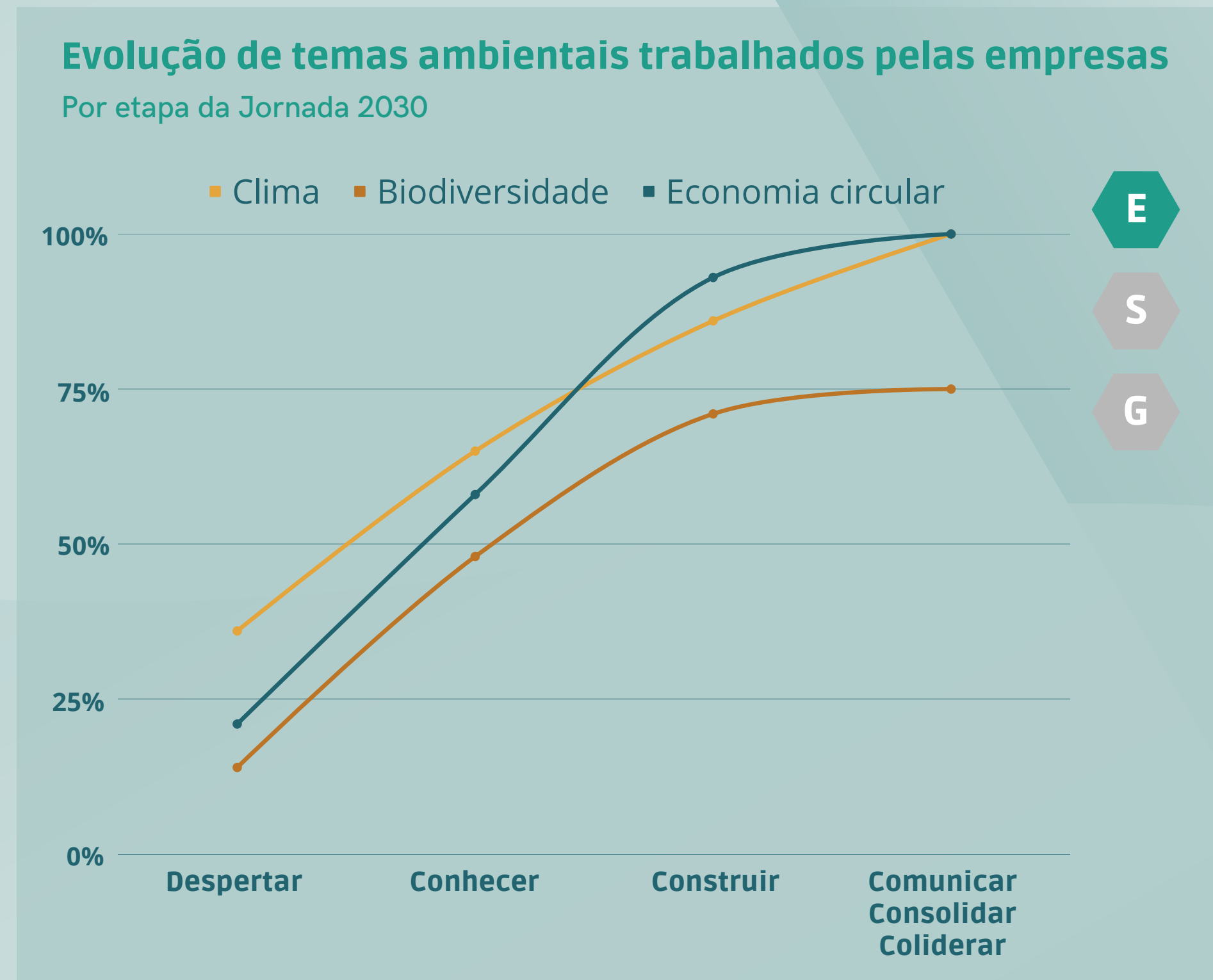


* Uma vez que o número de empresas posicionadas em cada uma das últimas etapas - Comunicar, Consolidar e Coliderar - foi reduzido e dado que, face aos temas ESG trabalhados, os seus dados não apresentavam variações significativas de etapa para etapa, optou-se por agrupar estas 3 etapas e os respetivos dados.

4.5 Temas ESG trabalhados pelas empresas

Ao analisar a evolução de 3 temas ambientais (E) - clima, biodiversidade e economia circular, ao longo das etapas de maturidade, verifica-se que o clima é bastante endereçado desde uma fase inicial da jornada de sustentabilidade. Já a biodiversidade é o tema ambiental menos endereçado.

Quanto à economia circular, é interessante notar a evolução significativa ao longo das etapas. Sem grande destaque nas etapas iniciais, a economia circular ganha expressão dentro das empresas nas etapas Construir e seguintes, sendo um tema endereçado por quase todas as empresas nestas etapas.



4.5 Temas ESG trabalhados pelas empresas

Ao analisar a evolução de 5 temas sociais (S) - igualdade, diversidade e inclusão, direitos humanos, comunidades locais, capacitação para a sustentabilidade e prevenção, saúde e segurança ao longo das etapas de maturidade, é possível identificar que a prevenção, saúde e segurança, a par da igualdade, diversidade e inclusão, são bastante endereçadas desde as primeiras etapas, evoluindo ao longo da jornada.

Já o tema dos direitos humanos, assim como a capacitação para a sustentabilidade vão ganhando peso, dentro das empresas, ao longo das etapas. Por contraste, o tema das comunidades locais, não apresenta uma grande evolução ao longo das etapas de maturidade.



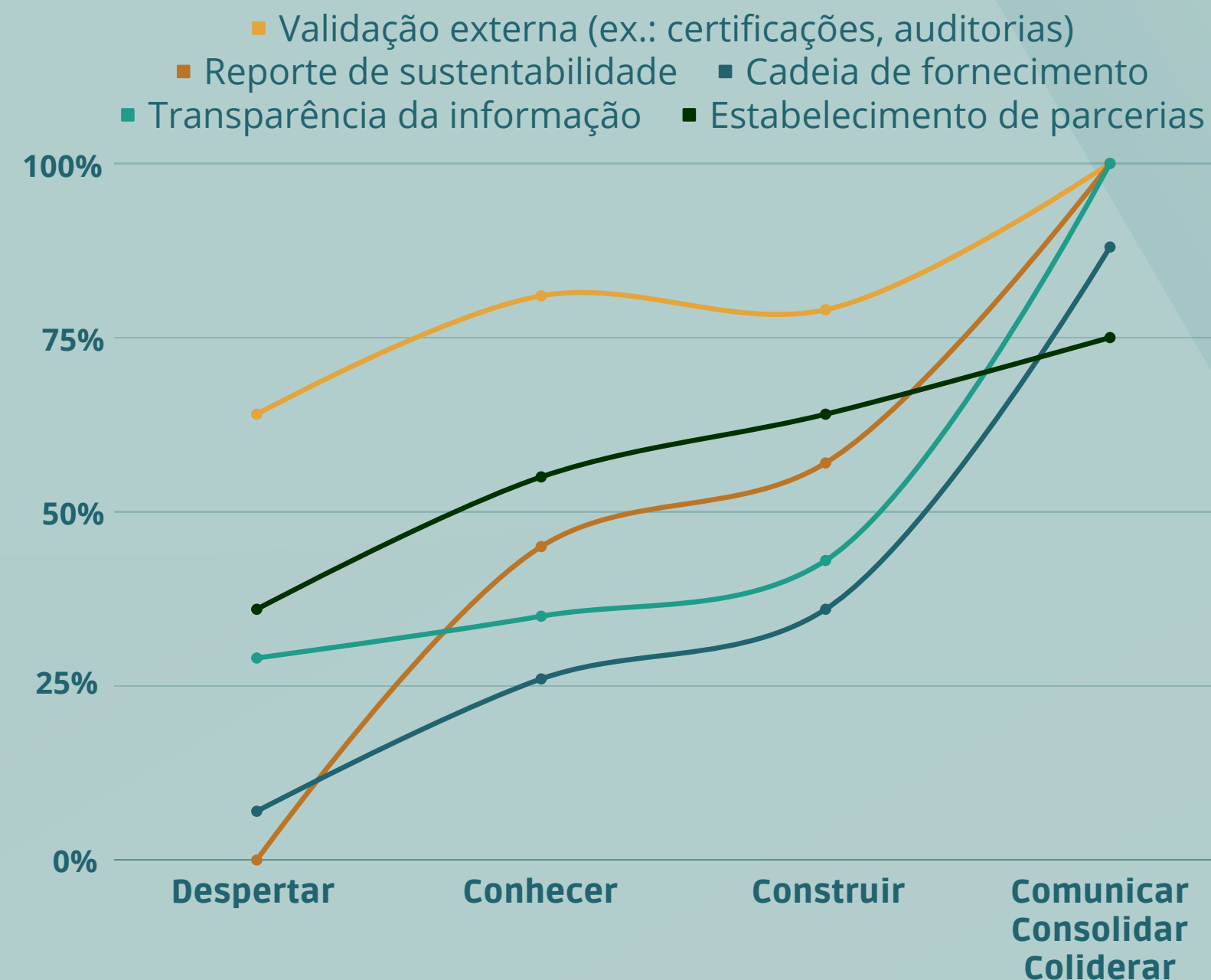
4.5 Temas ESG trabalhados pelas empresas

Ao analisar a evolução de 5 temas de *governance* (G) - validação externa, reporte de sustentabilidade, cadeia de fornecimento, transparência de informação e estabelecimento de parcerias, é possível verificar que a validação externa é um tema bastante endereçado em todas as etapas e que todas as empresas posicionadas nas últimas 3 etapas realizam relatórios de sustentabilidade. Contudo, é possível identificar que, na primeira etapa, existe um *gap* entre o tema da transparência da informação e a realização de ações de reporte.

Já o tema da cadeia de fornecimento vai ganhando peso ao longo das etapas e o estabelecimento de parcerias tem um menor crescimento ao longo das etapas. Este é ainda um dos temas de governança menos endereçados pelas empresas posicionadas nas últimas 3 etapas.

Evolução de temas de governance trabalhados pelas empresas

Por etapa da Jornada 2030



4.6 Posicionamento das empresas nas etapas da Jornada 2030

Previamente ao lançamento do questionário utilizado para recolher os dados que serviram de base ao presente estudo, definiram-se critérios de posicionamento das empresas nas etapas da Jornada 2030 de acordo com as suas respostas ao questionário. Este posicionamento permite caracterizar o grau de maturidade das empresas portuguesas em termos de sustentabilidade

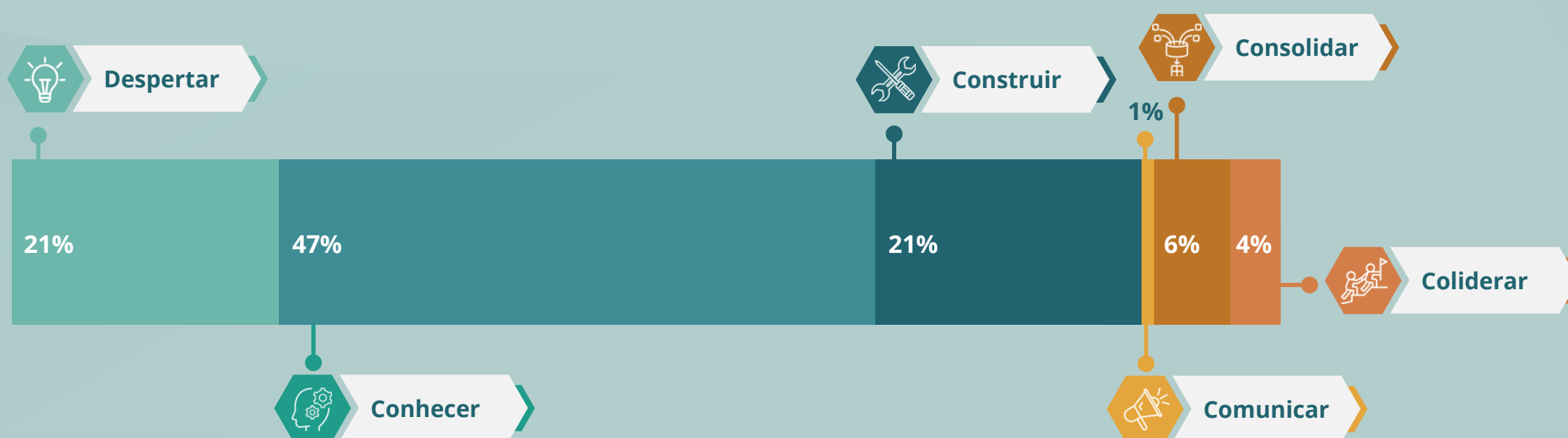
Pela análise, conclui-se que as empresas ainda apresentam **pouca maturidade em termos de sustentabilidade**, como se compreende pelo número significativo de empresas (**21%**) que se encontra num estágio prévio da jornada da sustentabilidade - **Despertar** - no qual começam a compreender a necessidade e as oportunidades da sustentabilidade como estratégia corporativa. Este estágio foi criado de modo a incluir todas as empresas que não se qualificavam para a etapa Conhecer e, conseqüentemente, para nenhuma das etapas seguintes.

Além disso, dentro das 5 etapas da jornada de sustentabilidade, cerca de dois terços (**68%**) das empresas encontram-se nas etapas iniciais - **Conhecer e Construir**. Nestas etapas, as empresas já reconhecem a necessidade e as oportunidades da sustentabilidade e começam a realizar diagnósticos, estabelecer prioridades estratégicas, objetivos e metas e a definir planos de ação de sustentabilidade.

Em contraste, apenas **11%** das empresas já construíram esta base sólida e encontram-se numa das últimas etapas da Jornada 2030 - **Comunicar, Consolidar e Coliderar** - comunicando e envolvendo os *stakeholders*, reavaliando a trajetória e reforçando medidas ou, depois de alcançados os objetivos 2030, definindo a ambição 2050.

POSICIONAMENTO DAS EMPRESAS NAS ETAPAS DA JORNADA 2030

Global



4.6 Posicionamento das empresas nas etapas da Jornada 2030

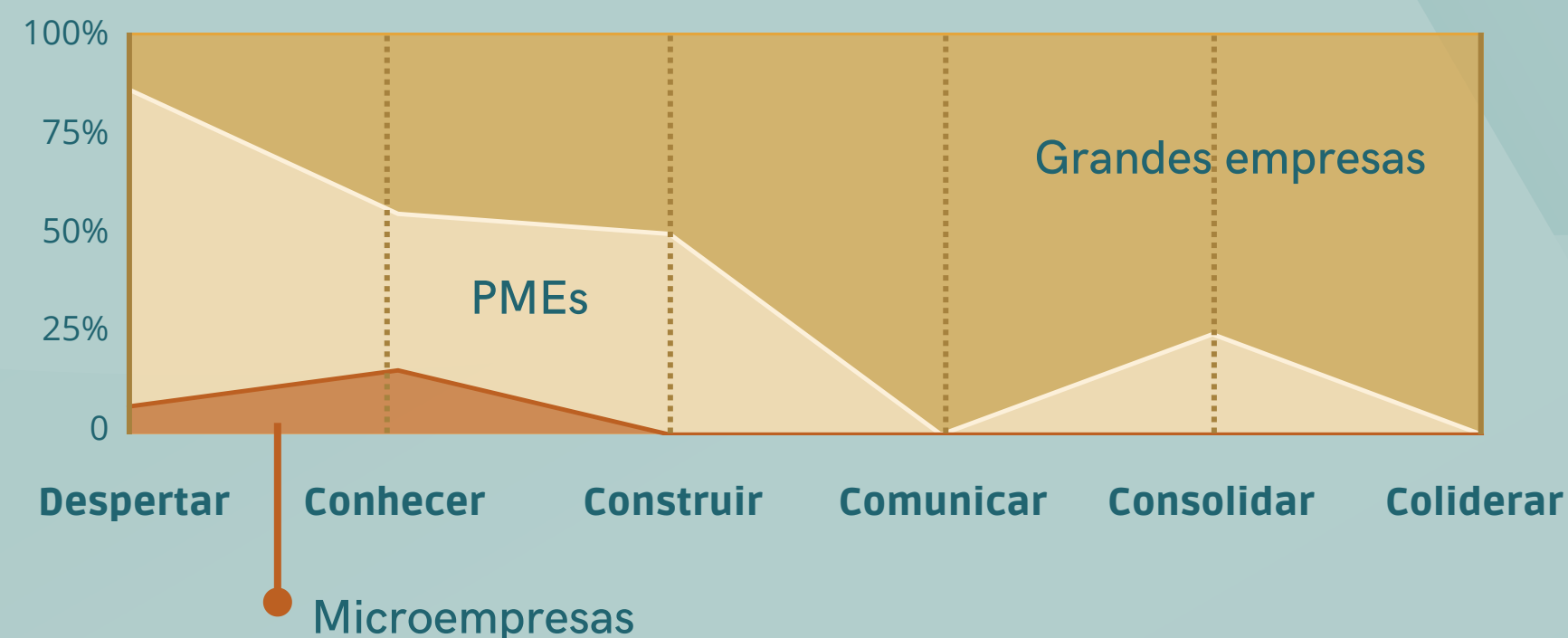
Ao analisar a distribuição das empresas na jornada de sustentabilidade, verifica-se que nas etapas de **menor maturidade** se encontram maioritariamente **microempresas e PMEs**.

Por outro lado, e apesar do número reduzido de empresas colocadas nas últimas 3 etapas, nestas de **maior maturidade** posicionam-se, maioritariamente, **empresas de grande dimensão**. Além disso, na última etapa - Coliderar - encontram-se, apenas, grandes empresas.

Esta distribuição poderá dever-se às exigências de reporte que já recaem sobre algumas grandes empresas, assim como a uma maior disponibilidade de recursos para alocar às questões da sustentabilidade por parte destas empresas.

Distribuição das empresas em cada uma das etapas da Jornada 2030

Por dimensão da empresa*



* Microempresas: < 10 colaboradores; PMEs: entre 10 e 250 colaboradores; Grandes empresas: > 250 colaboradores

A 3D isometric illustration of a staircase with green steps and a light yellow wall at the top, set against a light blue background with abstract geometric shapes.

5. Conclusões

5. Conclusões

O presente relatório apresenta um retrato da maturidade das empresas signatárias da Carta de Princípios do BCSD Portugal em termos de sustentabilidade, perspetivando o que poderá ser a situação do setor empresarial português e complementando outros estudos nacionais considerados no *benchmarking* efetuado.

Deste estudo conclui-se que a grande maioria das empresas se encontra na primeira metade da jornada da sustentabilidade, que corresponde às etapas de definição de prioridades estratégicas e planos de ação, com apenas um décimo das empresas na segunda metade da jornada. De notar que a jornada da sustentabilidade proposta pelo BCSD Portugal - a **Jornada 2030** - tem 2030 como horizonte temporal, pelo que é expectável que a maioria das empresas esteja ainda a percorrê-la.

Da análise efetuada, as empresas já compreendem a importância e relevância da sustentabilidade, tentando alinhar a sua missão/visão com compromissos de sustentabilidade, definindo responsáveis pela área (tanto ao nível operacional como da gestão de topo) e implementando ações de sensibilização e capacitação dos seus colaboradores nesta temática. Adicionalmente, verificou-se que um número considerável de empresas já definiu prioridades estratégicas e planos de ação de sustentabilidade.

No entanto, esta fase de análise e planeamento estratégico é, ainda, realizada de forma incompleta e com reduzida informação de base (ex.: estudos, análises, referenciais). Esta fragilidade pode dificultar a correta identificação dos principais impactes da empresa e as respetivas oportunidades de melhoria, o que poderá resultar na implementação de ações que não estejam a endereçar as questões mais prioritárias ou com maiores benefícios para a empresa e para a sustentabilidade. Por outro lado, esta fragilidade no planeamento estratégico permite, também, explicar os resultados de reduzida maturidade das empresas em sustentabilidade observados.

Ao nível da implementação, observa-se que a maioria das empresas já desenvolve práticas e iniciativas de sustentabilidade. Contudo, as ações implementadas correspondem, maioritariamente, a melhorias nos processos existentes (inovação incremental), por oposição a ações de inovação ao nível disruptivo e de completa integração da sustentabilidade no modelo de negócio da empresa. Esta interpretação também se faz através dos temas ESG (ambientais, sociais e de governança, na sigla inglesa) mais trabalhados pelas empresas, os quais correspondem a questões já comumente endereçadas pelo mercado e cujas oportunidades de melhoria permitem, no curto prazo, às empresas tornarem-se mais eficientes, reduzindo

custos (ex.: resíduos, água).

Adicionalmente, para a maioria das empresas, as ações de sustentabilidade ainda se restringem aos seus processos internos e atividades diretas, havendo apenas um reduzido número de empresas que já exercem influência na sua cadeia de valor, tentando levar a sustentabilidade aos seus fornecedores, clientes, parceiros, etc.

Em suma, **apesar das empresas já considerarem a sustentabilidade necessária aos seus negócios e já implementarem ações e iniciativas nesta área, ainda existem diversas oportunidades de melhoria, principalmente ao nível da implementação de estratégias robustas e que deem resposta aos principais impactes e dependências das empresas e suas cadeias de valor.**

O presente relatório é o primeiro retrato agregado da maturidade das empresas em sustentabilidade realizado no âmbito da Carta de Princípios e Jornada 2030. O BCSD Portugal pretende continuar a monitorizar e analisar a evolução da maturidade em sustentabilidade das empresas signatárias da Carta de Princípios. É, assim, expectável a produção regular de retratos agregados em linha com o que aqui se apresenta.

O BCSD Portugal

O BCSD Portugal – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável agrega e representa empresas que se comprometem ativamente com a sustentabilidade e é um dos dinamizadores nacionais da transição para uma economia de baixo carbono, que valorize os ecossistemas e que seja geradora de bem-estar na sociedade.

Através do desenvolvimento de projetos interempresas que estimulam o desenvolvimento sustentável, o BCSD Portugal é um ator influente e inspirador de novos modelos de negócio, competitivos, inovadores, responsáveis, sustentáveis e inclusivos. Ao intervir no desenvolvimento de políticas públicas, o BCSD Portugal fomenta a colaboração entre a comunidade empresarial, os decisores políticos e a sociedade civil.

Com ampla representação setorial, o BCSD Portugal conta com mais de 150 empresas de diferentes dimensões, desde as que integram o índice bolsista PSI a outras de menor dimensão. O volume de vendas dos seus associados representa cerca de 10% do PIB nacional.

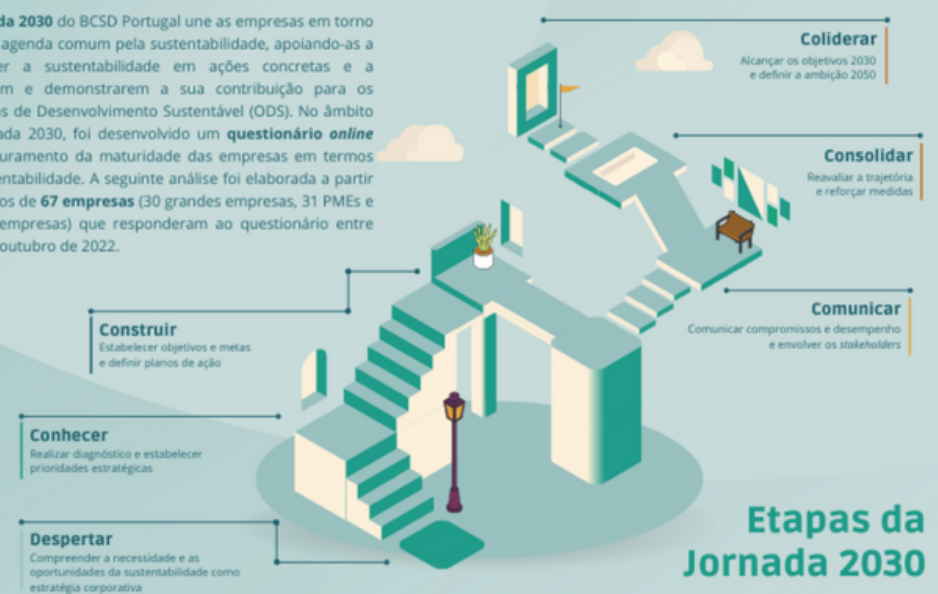


VISITAR SITE

JORNADA 2030

MATURIDADE DAS EMPRESAS EM SUSTENTABILIDADE

A **Jornada 2030** do BCSD Portugal une as empresas em torno de uma agenda comum pela sustentabilidade, apoiando-as a converter a sustentabilidade em ações concretas e a alinharem e demonstrarem a sua contribuição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). No âmbito da Jornada 2030, foi desenvolvido um **questionário online** para apuramento da maturidade das empresas em termos de sustentabilidade. A seguinte análise foi elaborada a partir dos dados de **67 empresas** (30 grandes empresas, 31 PME e 6 microempresas) que responderam ao questionário entre junho e outubro de 2022.



Etapas da Jornada 2030

Posicionamento das empresas nas etapas da Jornada 2030
Global

Distribuição das empresas em cada uma das etapas da Jornada 2030
Por dimensão da empresa

Temas ESG mais trabalhados pelas empresas

- TOP 10
- 1 Resíduos
 - 2 Prevenção, saúde e segurança
 - 3 Água
 - 4 Validação externa (ex: certificações, auditorias)
 - 5 Igualdade, diversidade e inclusão
 - 6 Conduta ética
 - 7 Conformidade legal
 - 7 Clima
 - 8 Economia circular
 - 9 Sistemas de gestão
 - 9 Comunidades locais
 - 10 Conciliação entre vida profissional, familiar e pessoal

Evolução de temas ESG trabalhados pelas empresas



Consulte a infografia disponível em bcspdportugal.org

VER INFOGRAFIA

A decorative graphic in the top-left corner consisting of a series of green and grey 3D-style steps leading up to a bright yellow rectangular light source, casting a soft glow on the steps below.

6. Referências

Referências

- [1] Carvalho, F., Santos, G., & Gonçalves, J. (2019). Critical analysis of information about Integrated Management Systems and environmental policy on the Portuguese firms' website, towards Sustainable Development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 1069–1088. <https://doi.org/10.1002/csr.1866>
- [2] Pinto, L. (2020). Green Supply Chain Practices and Company Performance in portuguese manufacturing sector. *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1832–1849. <https://doi.org/10.1002/bse.2471>
- [3] Fonseca, L., & Carvalho, F. (2019). The reporting of sdgs by quality, environmental, and Occupational Health and safety-certified organizations. *Sustainability*, 11(20), 5797. <https://doi.org/10.3390/su11205797>
- [4] CIP - Confederação Empresarial de Portugal (2021). Avaliação geral da realidade do tecido empresarial em Portugal em matéria de Economia Circular - Resultados do inquérito E+C. Disponível em: <https://cip.org.pt/3d-flip-book/avaliacao-geral-da-realidade-do-tecido-empresarial-em-portugal-em-materia-de-economia-circular/>
- [5] PBS - Porto Business School (2021). Estudo de impacto - COVID-19 na sustentabilidade. Disponível em: https://www.pbs.up.pt/media/4442/estudo_impacto_pandemia.pdf
- [6] Observatório ODS (2022). Relatório Anual 2022 - Observatório dos ODS nas empresas portuguesas. Disponível em: <https://www.observatorio-ods.com/relatorio2022>

7. Anexos

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 1. Caracterização da empresa

1. Indique o nome da empresa.
2. Indique o setor de atividade principal (CAE) da empresa.
3. Indique a dimensão da empresa.
 - o Microempresa (<10 trabalhadores)
 - o Pequena empresa (10-50 trabalhadores)
 - o Média empresa (50-250 trabalhadores)
 - o Grande empresa (>250 trabalhadores)
4. A empresa é multinacional?
 - o Não
 - o Sim, de origem portuguesa
 - o Sim, é uma filial/concessionária de uma multinacional de origem estrangeira
5. Indique as geografias onde a empresa tem atuação direta. Selecione todas as opções que se aplicam.
 - Nacional
 - Europeu (excluindo Portugal)
 - Internacional (excluindo Europa)
6. A empresa é exportadora?
 - o Sim
 - o Não

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 2.1. Gestão da sustentabilidade – Cultura empresarial

7. A missão ou visão formal da empresa inclui compromissos de sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A missão da empresa não inclui nenhum compromisso de sustentabilidade.
- A missão da empresa inclui um compromisso geral de sustentabilidade (ex.: combate à pobreza, preservar o ambiente).
- A missão da empresa inclui um compromisso de sustentabilidade para um impacto positivo específico (ex.: igualdade de género, reutilização de resíduos) ou para um grupo de beneficiários específico (ex.: comunidade educativa local).

8. Qual a relação da gestão de topo com a sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A sustentabilidade não é uma área estratégica para a empresa e sua gestão de topo.
- A gestão de topo considera as questões da sustentabilidade em decisões específicas.
- A gestão de topo desenvolve, aprova e monitoriza a estratégia de sustentabilidade da empresa.
- A gestão de topo integra a sustentabilidade na estratégia de negócio da empresa.
- A gestão de topo designa um administrador responsável pela área da sustentabilidade (ex.: *Chief Sustainability Officer* ou equiparável).
- A experiência e formação em sustentabilidade são critérios no recrutamento de novos membros da gestão de topo.

9. De que modo é que a empresa integra a sustentabilidade no seu modelo de negócio? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não integra a sustentabilidade no seu modelo de negócio.
- A empresa cumpre os requisitos legais aplicáveis à sua atividade.
- A empresa implementa melhorias nos processos existentes (ex.: minimização de impactes, utilização eficiente de recursos).
- A empresa desenvolve projetos de investigação e inovação em sustentabilidade.
- A empresa criou um novo produto/serviço com integração de critérios de sustentabilidade ao longo de todo o processo de conceção e design.
- A empresa reduziu significativamente a sua operação em atividades que prejudicam objetivos de sustentabilidade (ex.: produção de energia a partir de combustíveis fósseis, recurso a fornecedores que violam os direitos humanos).
- A empresa utiliza recursos tecnológicos para inovar para a sustentabilidade (ex.: Indústria 4.0, como Blockchain e RFID, para soluções de rastreabilidade da cadeia de valor).
- A empresa estabeleceu ou transformou totalmente o seu modelo de negócio segundo critérios de sustentabilidade (ambientais, sociais e de governança).

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 2.2. Gestão da sustentabilidade - Estratégia

10. Em termos operacionais, existe um responsável pela gestão da sustentabilidade na empresa? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não tem um responsável pela gestão da sustentabilidade.
- A empresa não tem um responsável pela gestão da sustentabilidade, mas recorre pontualmente a consultoria externa ou prestação de serviços ambientais/sociais sempre que necessário.
- A empresa tem um responsável, equipa ou departamento dedicado à gestão da sustentabilidade.
- O responsável, equipa ou departamento dedicado à gestão da sustentabilidade tem formação/experiência na área da sustentabilidade.

11. Quais as práticas da empresa ao fazer o mapeamento de *stakeholders*? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não conhece o conceito de mapeamento de *stakeholders*.
- A empresa ainda não fez o mapeamento de *stakeholders*.
- A empresa identificou e priorizou os seus *stakeholders*.
- A empresa definiu estratégias de envolvimento adaptadas a cada grupo de *stakeholders* (internos e externos).
- A empresa atualiza o seu mapa de *stakeholders* e respetiva estratégia de envolvimento com regularidade.

12. Quais as práticas da empresa ao efetuar um diagnóstico interno para avaliar o seu desempenho atual relativamente a questões de sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não conhece o conceito de diagnóstico interno no âmbito da sustentabilidade.
- A empresa ainda não realizou um diagnóstico interno no âmbito da sustentabilidade.
- A empresa analisou o contexto, nomeadamente do setor, das principais tendências nacionais e internacionais e de benchmarking (análise dos principais concorrentes e empresas de referência).
- A empresa analisou o seu negócio e desempenho.
- A empresa fez uma análise de competências da organização em sustentabilidade.
- A empresa utilizou diretrizes e normas de referência para identificar oportunidades de melhoria (ex.: GRI, B *Impact Assessment*, ISO 26000, AA1000APS, Análise de Ciclo de Vida).
- A empresa auscultou os seus *stakeholders* (internos e externos).
- A empresa atualiza o seu diagnóstico interno com regularidade.

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 2.2. Gestão da sustentabilidade - Estratégia

13. Quais as práticas da empresa ao fazer a sua análise da cadeia de valor, ou seja, da cadeia de atividades da empresa na criação de um produto ou serviço – desde as matérias-primas iniciais até à colocação do produto/serviço no mercado? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não conhece a sua cadeia de valor.
- A empresa ainda não fez uma análise da cadeia de valor.
- A empresa identificou os seus impactos positivos e negativos ao longo da cadeia de valor.
- A empresa utiliza referenciais de diagnóstico da cadeia de valor (ex.: Análise de Ciclo de Vida).
- A empresa revê a sua análise da cadeia de valor com regularidade.

14. Quais as práticas da empresa ao fazer uma análise de materialidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não conhece o conceito de materialidade.
- A empresa ainda não fez uma análise de materialidade.
- A empresa analisa as tendências de sustentabilidade internacionais e setoriais.
- A empresa analisa a concorrência.
- A empresa identifica os riscos e as oportunidades de sustentabilidade.
- A empresa utiliza referenciais de análise de materialidade (ex.: GRI, ISSB, EFRAG, SEC, SASB).
- A empresa ausculta os *stakeholders* (internos e externos).
- A empresa revê a sua análise de materialidade com regularidade.

15. A empresa definiu prioridades estratégicas de sustentabilidade com base na análise de materialidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa ainda não definiu prioridades estratégicas de sustentabilidade.
- A empresa definiu prioridades estratégicas de sustentabilidade, mas não teve por base uma análise de materialidade.
- A empresa definiu prioridades estratégicas de sustentabilidade com base numa análise de materialidade.
- A empresa revê/atualiza as suas prioridades estratégicas de sustentabilidade com regularidade.

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 2.3. Gestão da sustentabilidade – Plano de ação

16. Quais as práticas da empresa ao estabelecer objetivos e metas para as prioridades estratégicas de sustentabilidade definidas? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa ainda não definiu objetivos e metas de sustentabilidade.
- A empresa definiu alguns objetivos e metas de sustentabilidade de forma não estruturada.
- A empresa definiu objetivos e metas para concretizar as suas prioridades estratégicas de sustentabilidade.
- A empresa definiu objetivos e metas SMART (específicos, mensuráveis, adicionais, realistas e delimitados no tempo).
- A empresa definiu objetivos e metas baseadas em ciência.
- A empresa atualiza os seus objetivos e metas de sustentabilidade com regularidade.

17. Qual o horizonte temporal dos objetivos e metas de sustentabilidade da empresa? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa ainda não definiu objetivos e metas de sustentabilidade.
- Os objetivos e metas de sustentabilidade da empresa não têm horizonte temporal.
- Até 2030 (inclusive).
- Entre 2030 e 2050.

18. Quais as práticas da empresa ao definir um plano de ação para operacionalizar objetivos e metas de sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa ainda não definiu um plano de ação.
- A empresa definiu um plano de ação com indicadores de monitorização.
- A empresa definiu um plano de ação com a respetiva calendarização.
- A empresa definiu um plano de ação alocando responsabilidades.
- A empresa revê o seu plano de ação com regularidade.

19. Quais os instrumentos e práticas de gestão da sustentabilidade que a empresa implementa? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não conhece os instrumentos ou práticas de gestão que pode implementar.
- A empresa já identificou instrumentos e práticas de gestão que pode implementar.
- A empresa desenvolve políticas e/ou códigos corporativos para um ou mais temas materiais.
- A empresa tem um sistema de gestão interno para um ou mais temas materiais.
- A empresa tem um sistema de gestão certificado para um ou mais temas materiais (ex.: ISO 14001, ISO 45001/OHSAS 18001).
- A empresa tem certificações/rótulos de produtos/serviços (ex.: FSC, EU Ecolabel, FairTrade, Produção biológica).
- A empresa tem metodologias de otimização de processos (ex.: Lean & Green).
- A empresa revê e atualiza, regularmente, os instrumentos e práticas de gestão da sustentabilidade implementados.

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 2.4. Gestão da sustentabilidade – Comunicação e *stakeholders*

20. A empresa publica a sua estratégia de sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não publica a sua estratégia de sustentabilidade.
- A empresa publica as suas prioridades estratégicas de sustentabilidade.
- A empresa publica os seus objetivos e metas de sustentabilidade.
- A empresa publica o seu desempenho em sustentabilidade.

21. Quais as práticas que a empresa utiliza ao realizar o relatório de sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não faz o relatório de sustentabilidade.
- A empresa faz uma análise de materialidade.
- A empresa faz o alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).
 - A empresa utiliza outros referenciais internacionais (ex.: GRI, Pacto Global das Nações Unidas, SASB).
 - A empresa apresenta o seu desempenho em sustentabilidade com base em indicadores de monitorização.
 - A empresa apresenta os seus resultados/impactos negativos e como está a endereçá-los.
 - A empresa ausculta os *stakeholders* para avaliar as suas expectativas e necessidades.
 - A empresa faz a verificação externa do seu relatório.

22. A empresa já foi distinguida com algum prémio de sustentabilidade?
 o Sim.
 o Não.

23. A empresa subscreve princípios, iniciativas ou compromissos de sustentabilidade (ex.: Pacto Global das Nações Unidas, act4nature Portugal, Carta de Princípios do BCSD Portugal)?

- A empresa não subscreve princípios, iniciativas ou compromissos de sustentabilidade.
- A empresa subscreve princípios, iniciativas ou compromissos de sustentabilidade.
- A empresa subscreve princípios, iniciativas ou compromissos de sustentabilidade que monitorizam o seu desempenho.

24. A empresa participa em índices e/ou ratings de sustentabilidade (ex.: DJSI, FSTE4Good, Ethicsphere, CDP, Sustainalytics, EcoVadis, MSCI, Bloomberg Gender-Equality Index)?

- Sim.
- Não.

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 2.4. Gestão da sustentabilidade – Comunicação e *stakeholders*

25. Quais as práticas da empresa em termos de envolvimento com *stakeholders* no âmbito da sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não ausculta os *stakeholders* no âmbito da sustentabilidade.
- A empresa ausculta os *stakeholders* com regularidade para identificar as suas necessidades e expetativas.
- A empresa integra os resultados da auscultação de *stakeholders* no processo de planeamento estratégico.
- A empresa utiliza referenciais de gestão de *stakeholders* (ex.: AA1000 SES).
- A empresa dá formação aos seus colaboradores sobre gestão de *stakeholders*.
- A gestão de topo da empresa participa ativamente no processo de envolvimento com *stakeholders*.

26. Quais as práticas da empresa ao capacitar os seus colaboradores para a sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não capacita os seus colaboradores para a sustentabilidade.
- A empresa desenvolve iniciativas de sensibilização interna.
- A empresa capacita para a sustentabilidade os colaboradores da equipa de sustentabilidade, de forma regular.
- A empresa capacita para a sustentabilidade os colaboradores das restantes áreas da organização, de forma regular.

27. Quais as ações de influência na cadeia de valor que a empresa implementa para cumprir os seus objetivos de sustentabilidade? Selecione todas as opções que se aplicam.

- A empresa não implementa ações de influência na sua cadeia de valor.
- A empresa implementa canais de comunicação e sensibilização para *stakeholders* externos.
- A empresa solicita o reporte de indicadores de sustentabilidade aos seus fornecedores, clientes e/ou parceiros.
- A empresa avalia, regularmente, os seus fornecedores em termos de risco de sustentabilidade.
- A empresa implementa práticas de *procurement* com critérios de sustentabilidade.
- A empresa dá formação sobre sustentabilidade aos seus fornecedores, clientes e/ou parceiros.

Anexo 1 - Perguntas do Questionário de autoavaliação do grau de maturidade em sustentabilidade

Secção 3. Temas ESG

28. A empresa desenvolve ações em que temas ambientais? Selecione todas as opções que se aplicam.

- Clima
- Biodiversidade
- Economia circular
- Água
- Resíduos
- Nenhum
- Outro(s):

29. A empresa desenvolve ações em que temas sociais? Selecione todas as opções que se aplicam.

- Gestão de talento
- Conciliação entre a vida profissional, familiar e pessoal
- Capacitação para a sustentabilidade
- Relações laborais
- Igualdade, diversidade e inclusão
- Prevenção, saúde e segurança
- Direitos humanos
- Comunidades locais
- Nenhum
- Outro(s):

30. A empresa desenvolve ações em que temas de governança? Selecione todas as opções que se aplicam.

- Envolvimento com *stakeholders*
- Reporte de sustentabilidade
- Transparência da informação (ex.: informação socioambiental em produtos/serviços)
- Sistemas de gestão
- Conduta ética
- Integridade dos sistemas de informação (cibersegurança)
- Cadeia de fornecimento
- Anticorrupção
- Conformidade legal (*compliance*)
- Remuneração justa
- Validação externa (ex.: certificações, auditorias)
- Estabelecimento de parcerias
- Gestão de risco ESG
- Nenhum
- Outro(s):

Anexo 2 - Correspondência entre setor de atividade e a designação CAE

SETORES DE ATIVIDADE	CAE	DESIGNAÇÃO DO CAE
Indústria transformadora	C	Indústrias transformadoras
Consultoria	M	Actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares
Construção	F	Construção
Transporte e armazenagem	H	Transportes e armazenagem
Alojamento e restauração	I	Alojamento, restauração e similares
Finanças e seguros	K	Actividades financeiras e de seguros
Comércio/retalho	G	Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos
Águas e resíduos	E	Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição
Informação e comunicação	J	Actividades de informação e de comunicação
Administrativas e serviços de apoio	N	Actividades administrativas e dos serviços de apoio
Outras	R	Actividades artísticas, de espectáculos, desportivas e recreativas
	L	Actividades imobiliárias
	A	Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca
	D	Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio
	P	Educação
	Q	Actividades de saúde humana e apoio social
	S	Outras actividades de serviços