

5

Análise Evolutiva do Estudo

O capítulo 5 tem como objetivo apresentar a análise dos dados recolhidos ao longo do Ano 2 do Observatório dos ODS nas empresas portuguesas. Compreende também uma análise comparativa com os dados recolhidos no Ano 1 do projeto. Todos os dados presentes neste capítulo são apresentados de forma agregada, sendo analisados os dados dos Questionários realizados às 61 Grandes Empresas (GEs) e 108 Pequenas e Médias Empresas (PMEs), bem como das Entrevistas realizadas a 20 Grandes Empresas e a 10 PMEs.

Este capítulo incorpora também uma análise aprofundada (de *gaps* e de variabilidade entre grupos) das Grandes Empresas e PMEs. Esta análise tem como objetivo responder a algumas questões mais pertinentes no estudo, nomeadamente no que se refere à relação entre a adoção dos ODS e as características das empresas, bem como o seu posicionamento estratégico face à sustentabilidade.

A equipa do projeto continuará a trabalhar nesta base de dados de forma contínua, de modo a ampliar o conhecimento sobre o estado da arte da implementação dos ODS nas empresas portuguesas e a promover a sua maior adoção pelo setor empresarial. Além disso, este projeto pressupõe uma análise longitudinal de dados, o que implicará a realização de mais questionários e entrevistas no Ano 3, com o objetivo de expandir a base de dados.

5.1

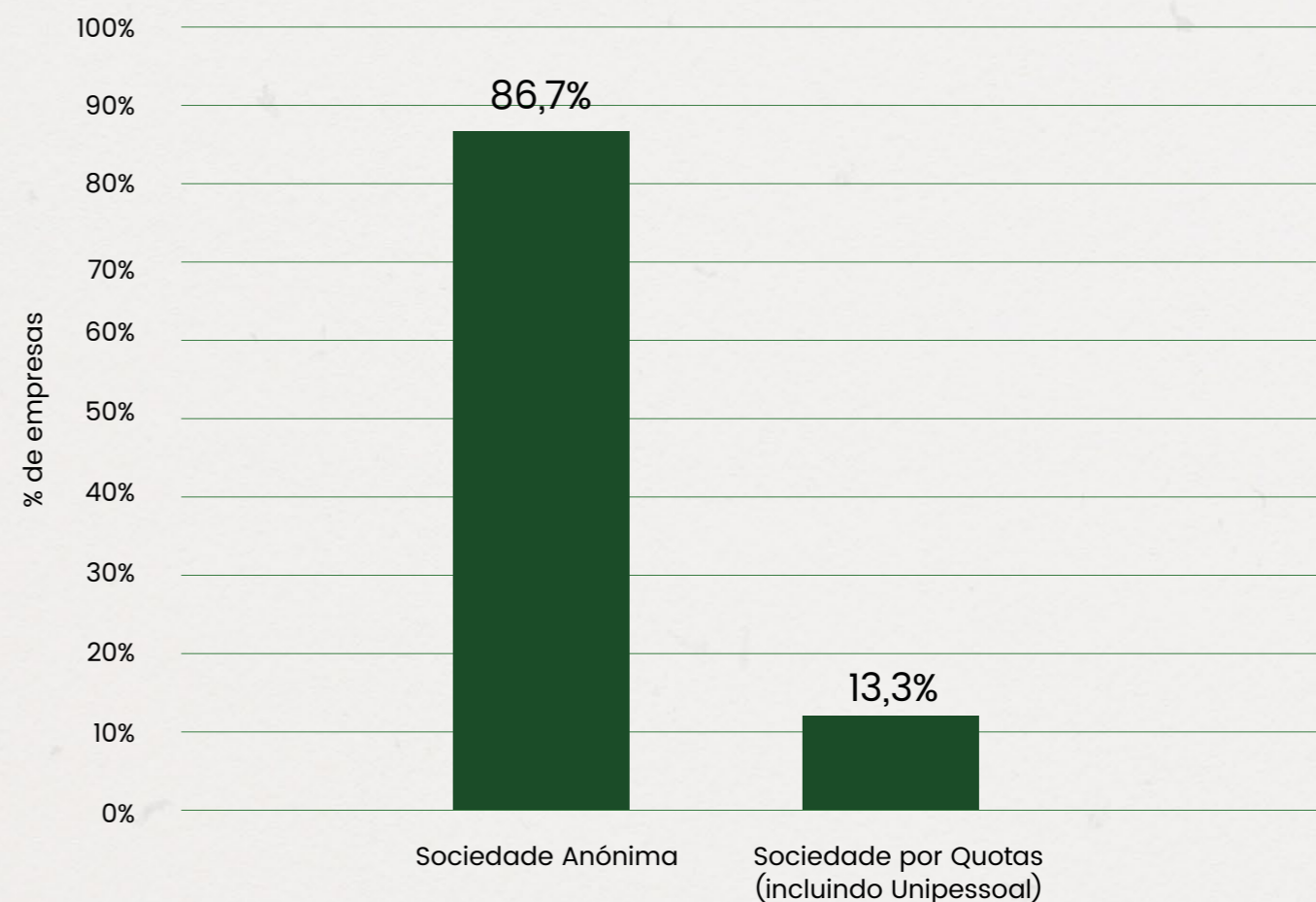
Análise agregada: Caracterização das empresas em estudo

A presente secção compreende os resultados dos dados dos Questionários e das Entrevistas às Grandes Empresas e às Pequenas e Médias Empresas selecionadas para estudo neste projeto de investigação. No Ano 2 do projeto, são objeto de estudo 108 PME (das quais 101 são multinacionais) e 61 Grandes Empresas (das quais 54 são multinacionais) a operar em Portugal.

5.1.1. Caracterização das Grandes Empresas Estrutura legal e estrutura de capital

Figura 5.1.1.

Estrutura legal (GEs Ano 2: Questão B)



Das 61 Grandes Empresas em estudo, verificou-se que a maioria são Sociedades Anónimas (86,7%) enquanto que as restantes 13,3% são Sociedades por Quotas.

Figura 5.1.2.

Estrutura do capital

(GEs Ano 2: Questão C)

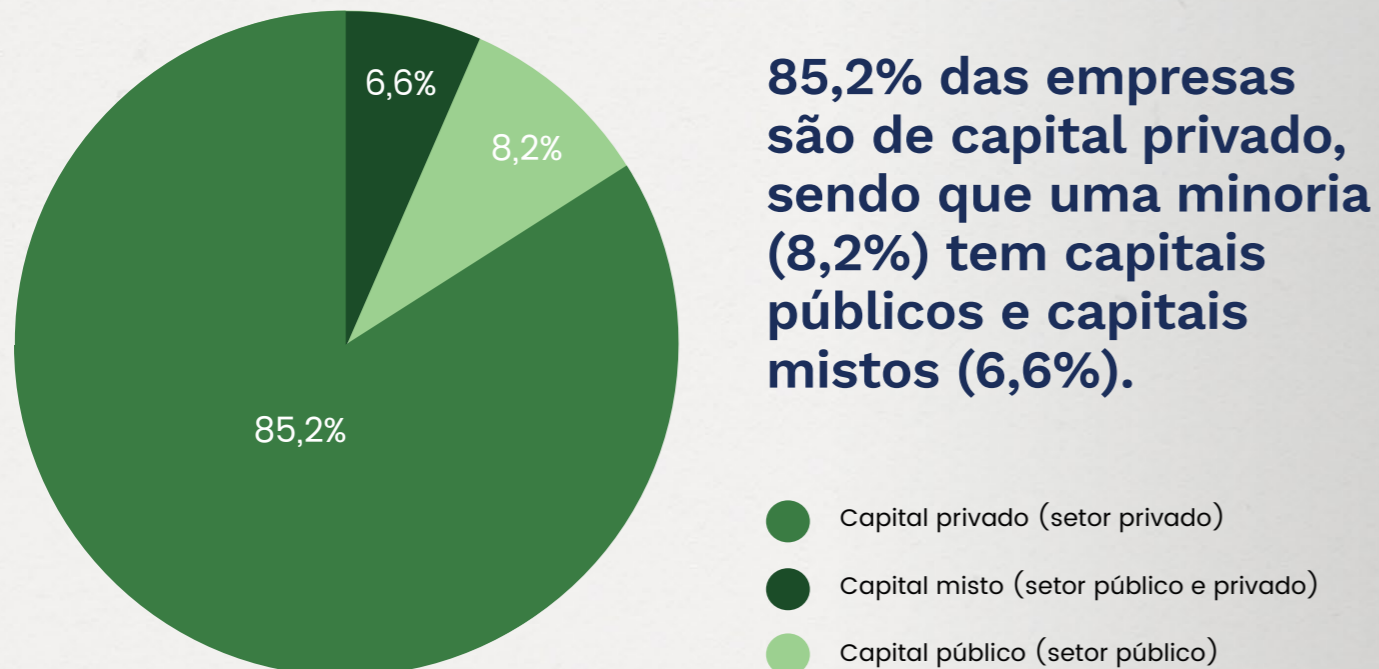
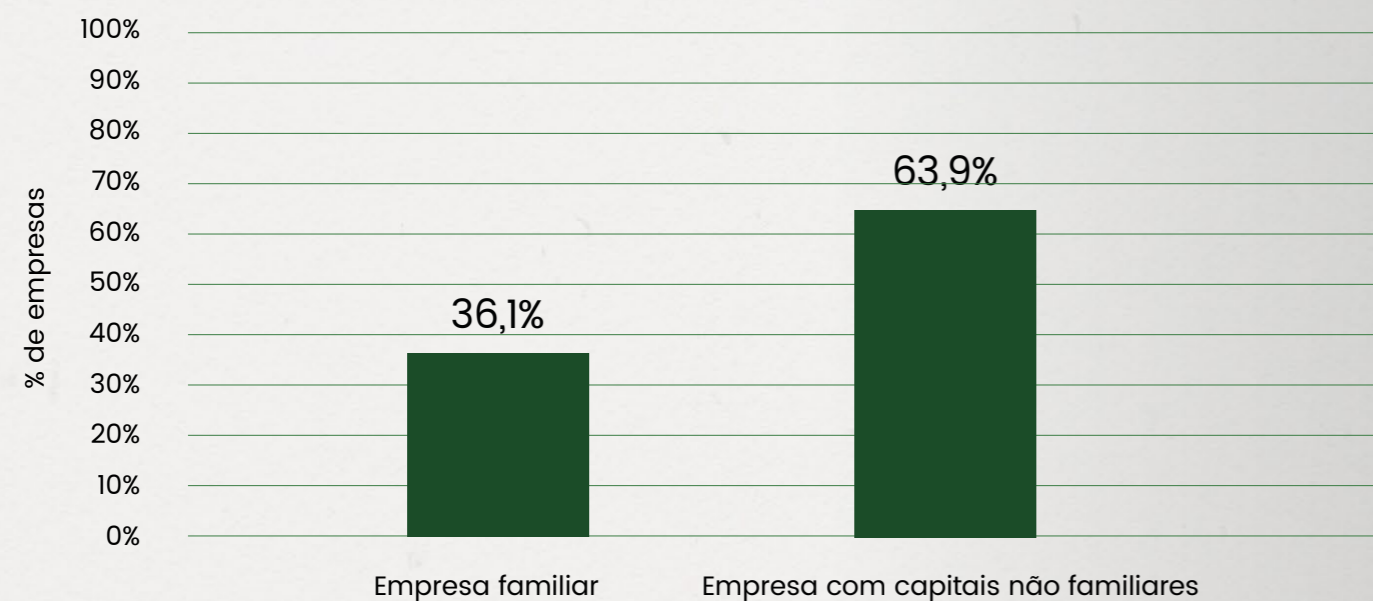


Figura 5.1.3.

Empresas familiares

(GEs Ano 2: Questão D)

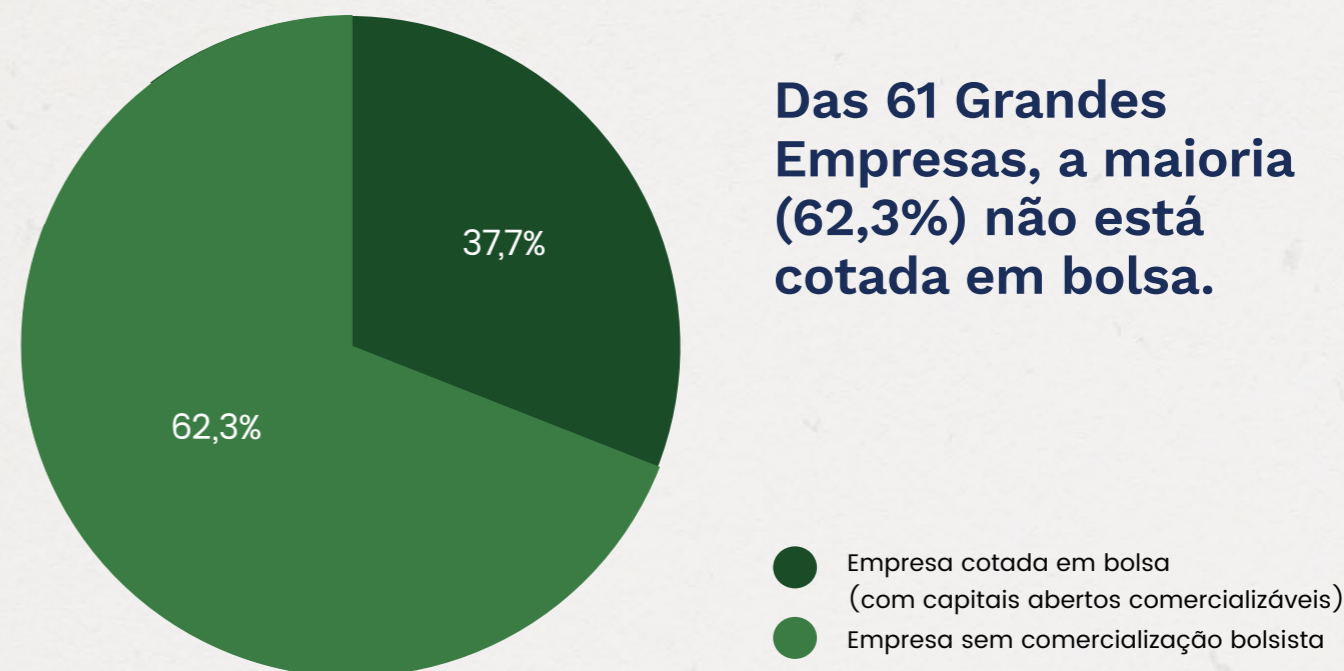


A maioria (cerca de dois terços) das Grandes Empresas detêm capitais não familiares (63,9%), o que indica que 36,1% das empresas são consideradas "empresas familiares", ou seja, aquelas em que a maioria do capital e controlo está nas mãos de uma família.

Figura 5.1.4.

A empresa é cotada na bolsa comercializada no mercado?

(GEs Ano 2: Questão E)

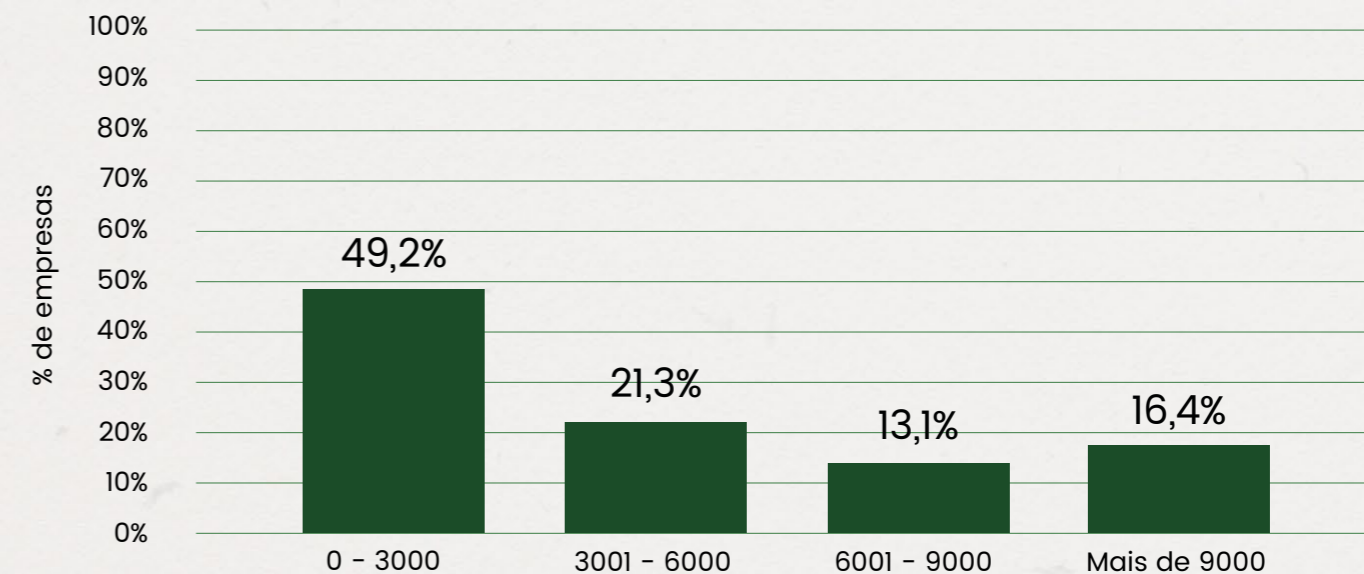


Número de colaboradores, faturação e localização da sede

Figura 5.1.5.

Número de colaboradores

(GEs Ano 2: Questão F)

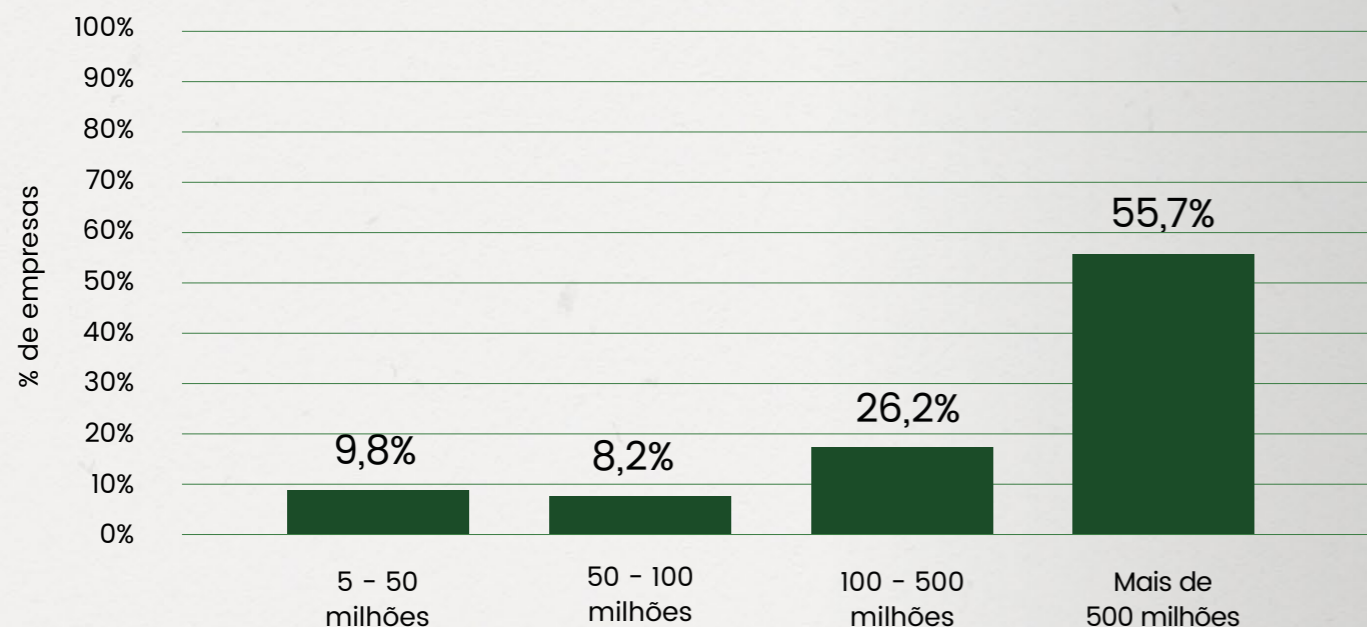


Em termos de número de colaboradores, 49,2% das Grandes Empresas possuem entre 0 e 3.000 colaboradores. A maioria das empresas possui até 6.000 colaboradores, sendo que 16,4% possui mais de 9.000 colaboradores.

Figura 5.1.6.

Receitas das Grandes Empresas no Ano 2

(GEs Ano 2: Questão G)

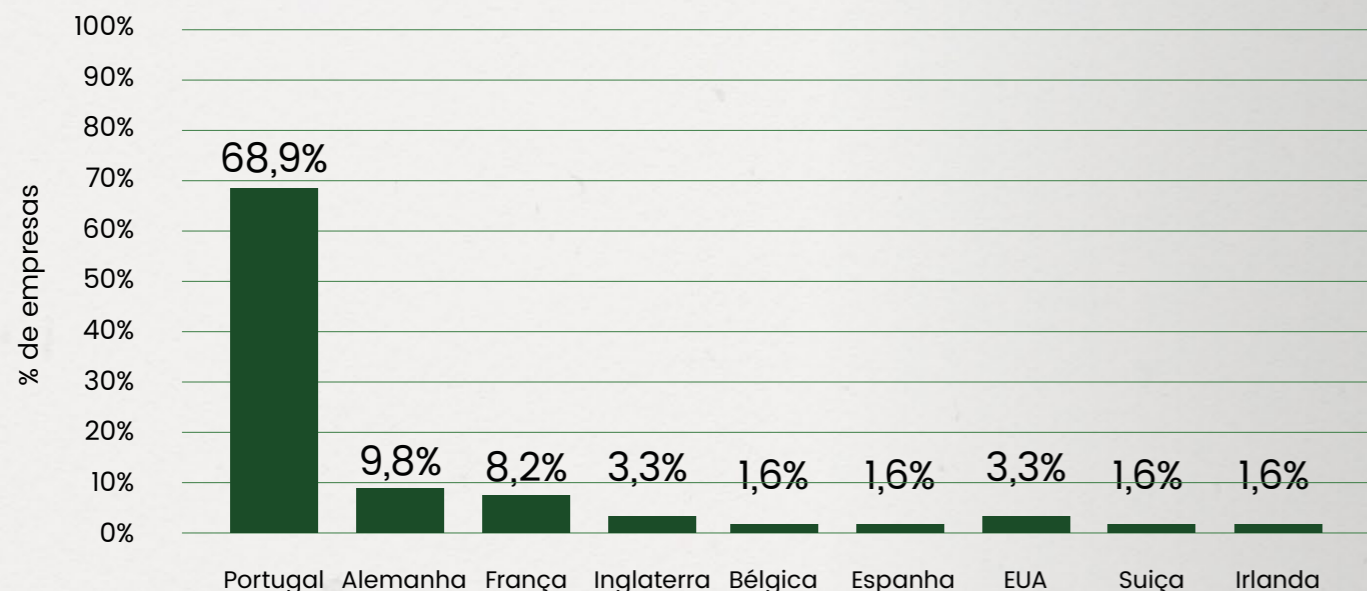


Em termos de faturação, durante o Ano 2 a maioria das empresas faturou mais de 500 milhões de euros (55,7%). 26,2% faturaram entre 100 e 500 milhões de euros, 8,2% faturaram entre 50 e 100 milhões e 9,8% das empresas faturaram entre 5 e 50 milhões de euros. Nenhuma das 61 Grandes Empresas faturou um valor inferior a 5 milhões de euros.

Figura 5.1.7.

Onde está localizada a sede da sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão H)



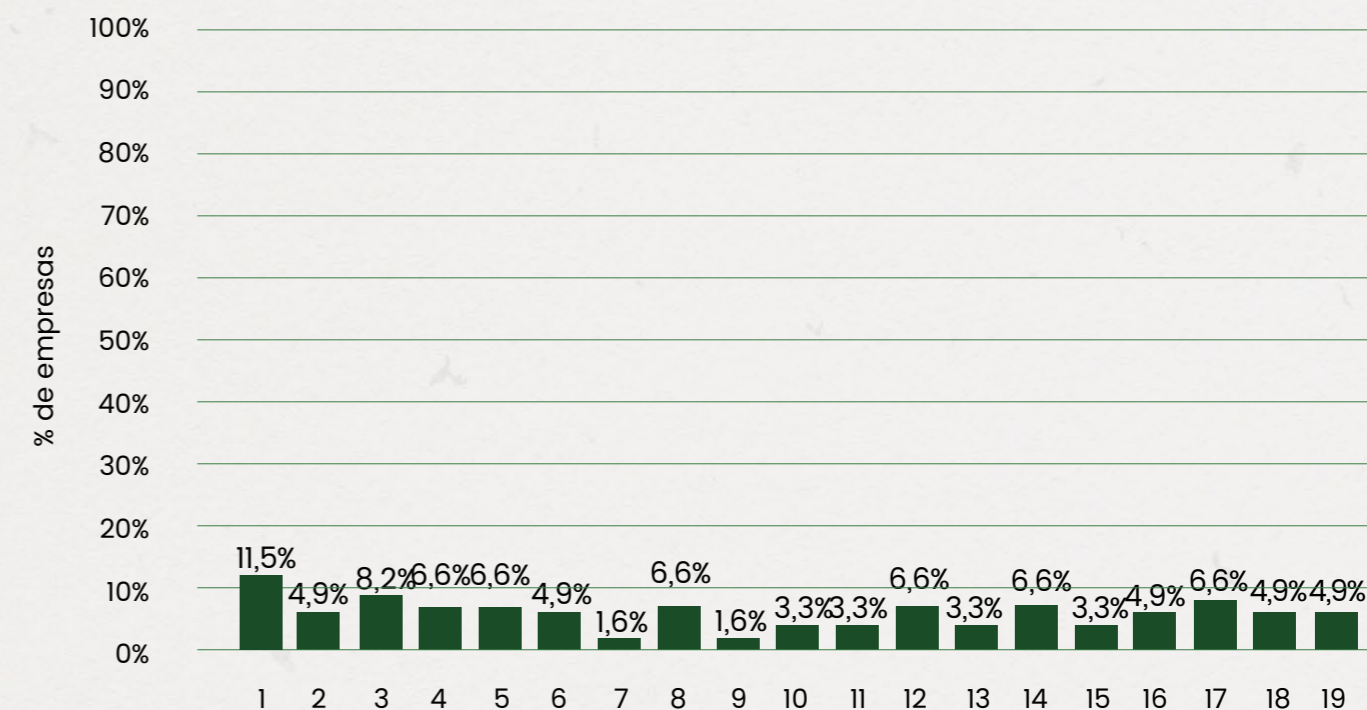
A maioria das empresas tem a sede localizada em Portugal (68,9%). Ainda relativamente à localização da sede, destacam-se países dentro da União Europeia, como a Alemanha (9,8%) e a França (8,2%).

Setor de Atividade/Indústria

Figura 5.1.8.

Qual é o setor de atividade/indústria principal da sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão L)



- | | | |
|----------------------------------|---|----------------------------|
| 1. Alimentação, Bebidas e Tabaco | 7. Cuidados pessoais, Drograrias e Lojas de Consumo | 13. Recursos Naturais |
| 2. Automóveis e Partes | 8. Energia e Serviços de Utilidade | 14. Retalho |
| 3. Banca e Serviços Financeiros | 9. Imobiliário | 15. Seguros |
| 4. Bens e Serviços Industriais | 10. Indústria Química | 16. Serviços Profissionais |
| 5. Construção e Materiais | 11. Media e Comunicação | 17. Tecnologia |
| 6. Cuidados de Saúde | 12. Produtos de Consumo e Serviços | 18. Viagens e Lazer |
| | | 19. Telecomunicações |

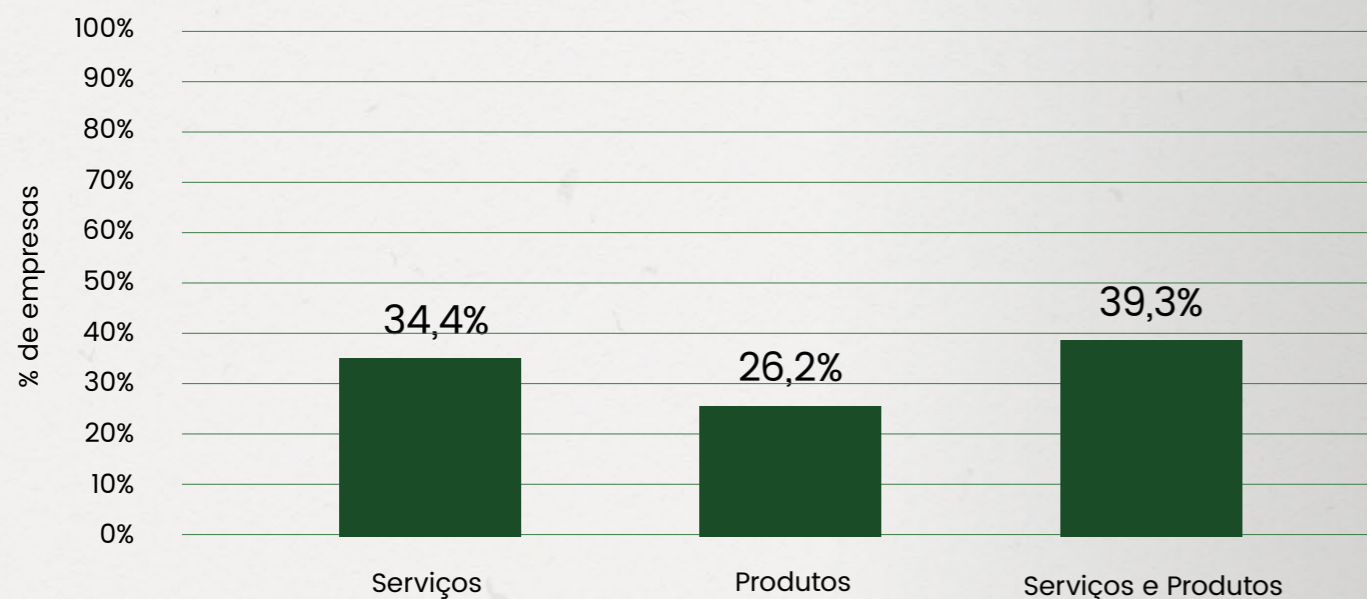
Em termos de setor de atividade/indústria principal, há uma distribuição equilibrada pelas diferentes atividades industriais, com destaque para as categorias Alimentação, Bebidas e Tabaco, e Banca e Serviços Financeiros, que apresentam percentagens ligeiramente mais elevadas (11,5% e 8,2%, respetivamente).

Tipologia de negócio e data de fundação

Figura 5.1.9.

A sua empresa é um negócio de serviços e/ou um negócio de produtos?

(GEs Ano 2: Questão M)

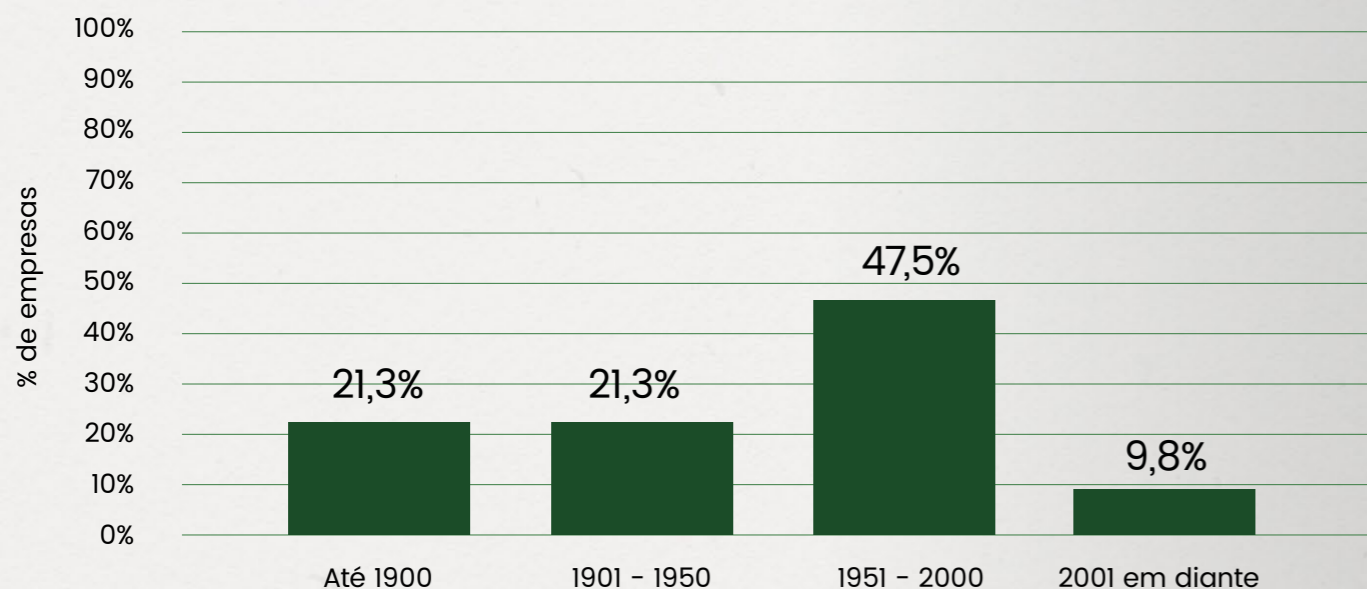


34,4% das empresas comercializam serviços, 26,2% comercializam produtos e 39,3% comercializam tanto produtos como serviços.

Figura 5.1.10.

Data de fundação

(GEs Ano 2: Questão I)



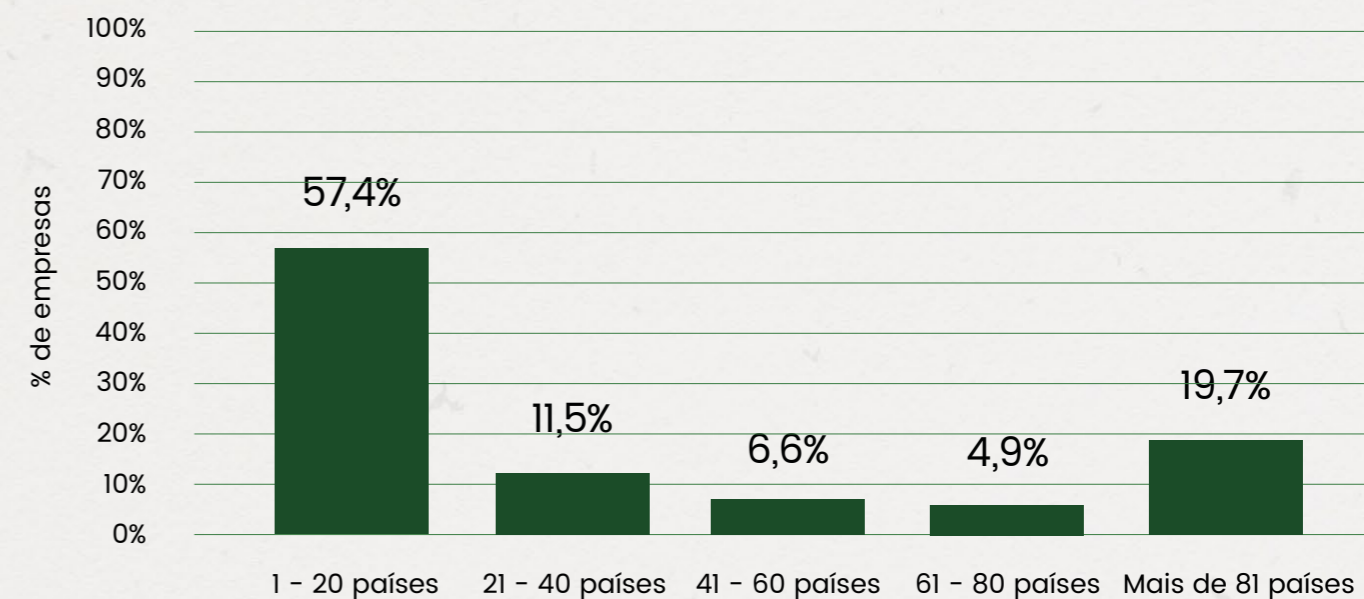
As 61 empresas foram fundadas entre 1520 e 2014, com a seguinte distribuição: 21,3% até 1900, 21,3% entre 1901 e 1950, 47,5% entre 1951 e 2000 e 9,8% foram fundadas de 2001 em diante. A média da data de fundação encontra-se no ano de 1941 (Média=1941,08; Desvio-Padrão=77,758).

Número de países e continentes em que opera / para onde exporta

Figura 5.1.11.

Em quantos países opera a sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão J)

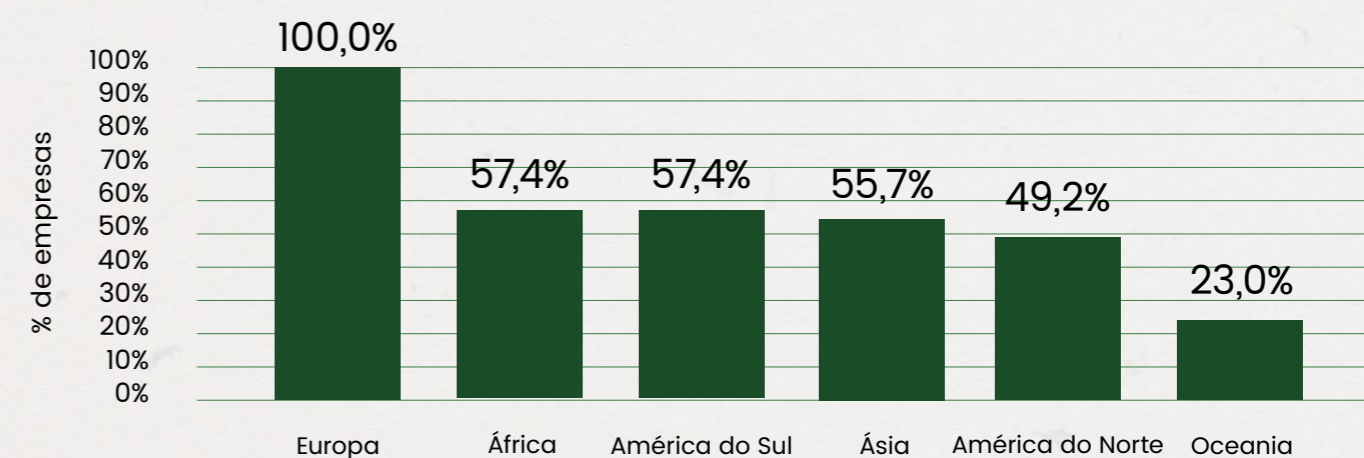


O número de países em que as empresas operam varia entre 1 e 190 países. 57,4% das empresas operam entre 1 e 20 países. As restantes empresas operam em mais de 20 países sendo que 19,7% operam em 81 ou mais. Os resultados mostram que a maioria das empresas é multinacional e exporta para uma grande diversidade de países.

Figura 5.1.12.

Em que regiões do mundo opera a sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão K)



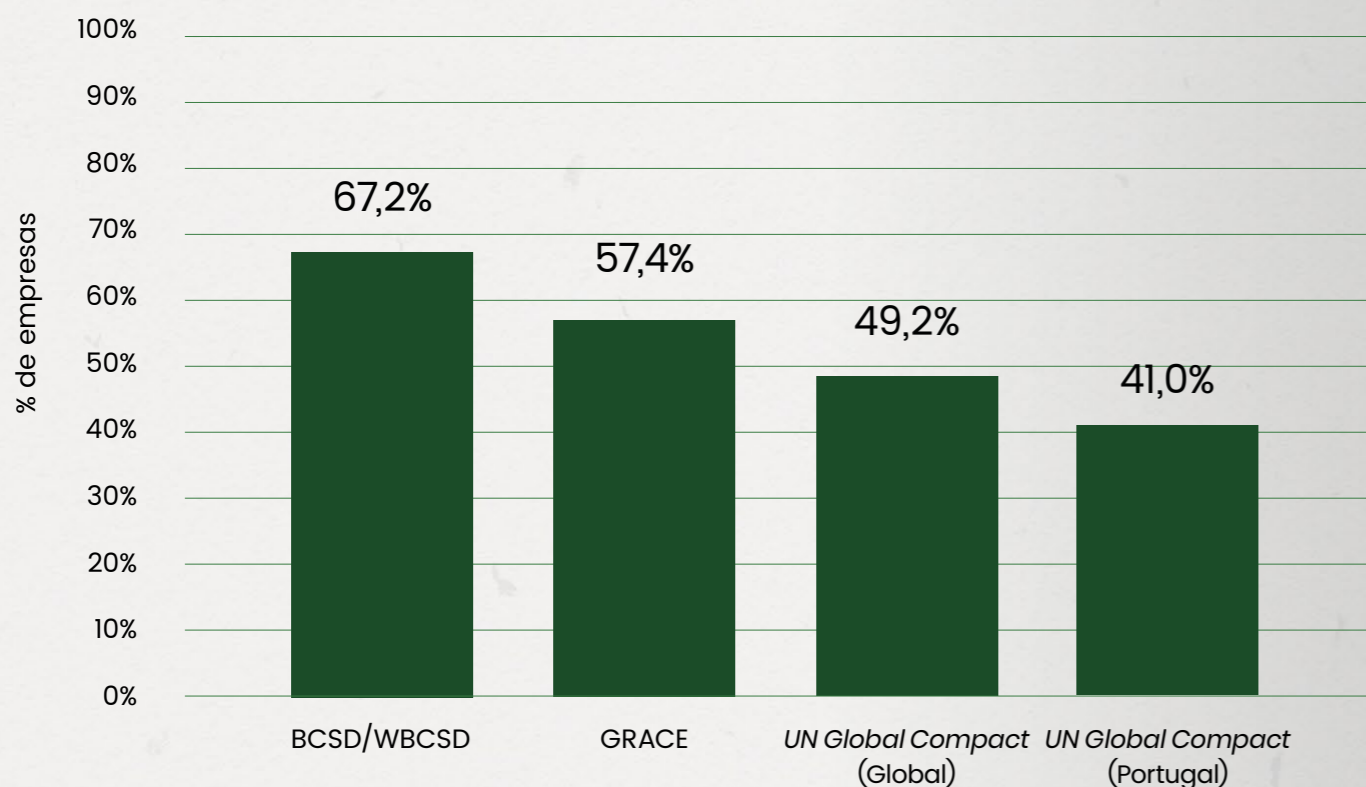
Todas as empresas operam na Europa, sendo que a maioria opera também em África (57,4%), na América do Sul (57,4%) e na Ásia (55,7%).

Redes Empresariais

Figura 5.1.13.

Identifique de quais redes empresariais a sua organização faz parte

(GEs Ano 2: Questão 2)



36% das empresas não faz parte de qualquer rede empresarial que aborde temas de sustentabilidade. As restantes empresas (64,0%) referem pertencer a pelo menos uma organização relacionada com a sustentabilidade. De facto, a maioria das empresas que responde afirmativamente está envolvida simultaneamente em várias iniciativas. As empresas em estudo mencionam pertencer na sua maioria (67,2%) ao *Business Council for Sustainable Development* (BCSD) Portugal. 57,4% pertencem ao GRACE – Empresas Responsáveis, 49,2% pertencem ao *UN Global Compact* (Global) e 41,0% pertencem ao *UN Global Compact Network Portugal*.

62,3% das empresas que compõem a amostra deste estudo mencionam pertencer a outras redes empresariais mencionadas na seguinte tabela:

Tabela 5.1.1.

Outras redes empresariais

(GEs Ano 2: Questão 3)

Outras redes/Plataformas empresariais mencionadas	Frequência
Aliança para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	1
Associação Empresarial de Portugal (AEP)	1
Associação Empresários pela Inclusão (EPIS)	1
Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN)	1
Associação Portuguesa de Bancos	1
Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED)	1
Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE)	4
Associação Portuguesa para a Diversidade e Inclusão (APPDI)	1
Business and Science Network - Rede do Empresário (BSN)	1
Business Roundtable Portugal (BRP)	3
Carta Portuguesa para a Diversidade	1
<i>The Community for Telecom Professionals</i> (ETIS)	1
Conselho Português para a Saúde e Ambiente (CPSA)	1
<i>Consumer Goods Forum</i>	1
<i>Council for the Portuguese Forestry Sector</i> (PEFC Portugal)	1
<i>Digital with Purpose</i> (DwP)	1
<i>Ellen MacArthur Foundation</i>	1
<i>European Banking Federation</i> (EBF)	1
<i>European Green Digital Coalition</i> (EGDC)	1
<i>European Plastics Pact</i>	1
<i>Forests Forward Program</i> (WWF)	1
<i>Forest Stewardship Council</i> (FSC International/Portugal)	1

<i>Fórum iGen Act4Nature Portugal</i>	1
Fórum Organizações para a Igualdade (IGEN)	3
<i>Girl Move</i>	1
<i>Global Enabling Sustainability Initiative (GeSI)</i>	1
<i>Global Green and Healthy Hospitals</i>	1
Grupo Embraer	1
<i>Initiative Women's Empowerment Principles (WEPS)</i>	1
<i>Institute of Science and Innovation for Bio-Sustainability (IB-S)</i>	1
Instituto Civil da Autodisciplina da Publicidade (ICAP)	1
Instituto de Empreendedorismo Social (IES)	1
<i>International Post Corporation (IPC)</i>	1
<i>International Wineries for Climate Action (IWCA)</i>	1
Movimento pela Utilização Digital Ativa	1
<i>Net Zero Banking Alliance</i>	1
Nova SBE - <i>Inclusive Community Forum (ICF)</i>	1
Nova SBE - <i>Junior Achievement Portugal</i>	1
Oeiras Solidária	1
Pacto do Porto para o Clima	4
Pacto Mais e Melhores Empregos para os Jovens	1
Pacto para a Gestão da Água	2
Pacto Português para os Plásticos	1
Plataforma Vidro	1
<i>PostEurop</i>	1
Programa <i>LEAN&GREEN</i>	1
Rede RSO PT	1

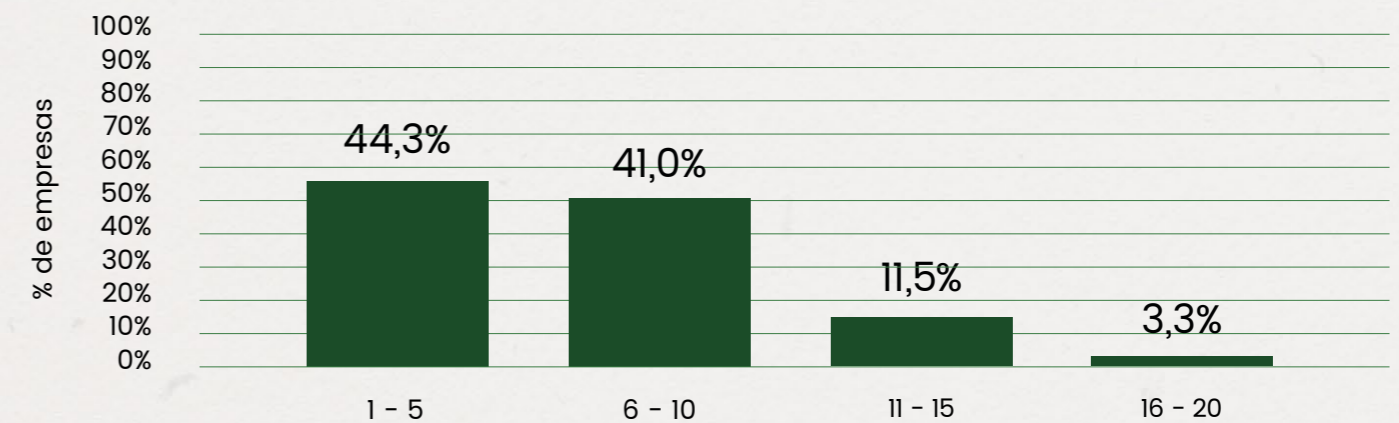
Sistema de Depósito e Reembolso (SDR)	1
Smart Waste Portugal	4
<i>Sustainable Wine Roundtable</i>	1
<i>Transport4nature</i>	1
<i>Renewables Grid</i>	1
<i>Science Based Targets Network (SBTN)</i>	1
<i>The Forest Dialogue (TFD)</i>	1
União Internacional dos Caminhos de Ferro (UIC)	1
<i>United Nations Environment Program Finance Initiative (UNEP-FI)</i>	1
<i>Urban Land Institute (ULI)</i>	1
<i>World Economic Forum (WEF)</i>	2
VINCI Airports	1

Direção Executiva

Figura 5.1.14.

Quantos membros tem a sua Direção Executiva?

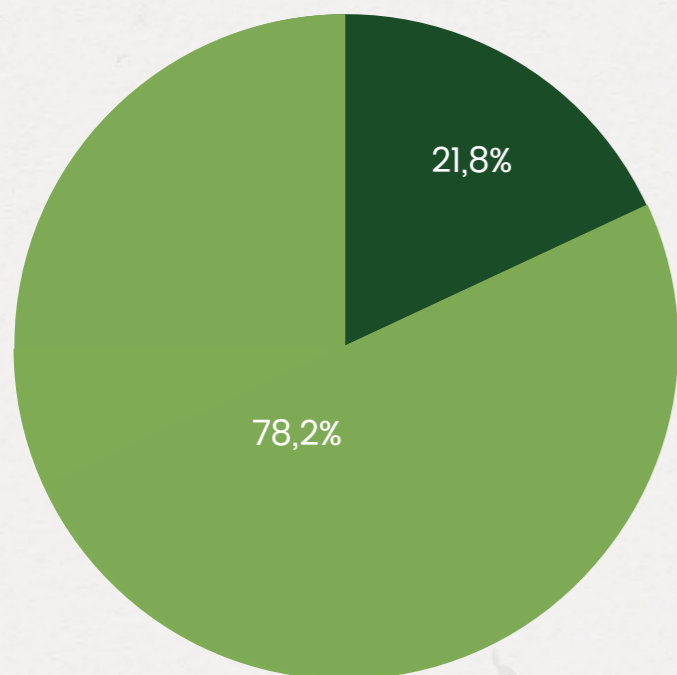
(GEs Ano 2: Questão 4)



O número de membros da Direção Executiva varia entre 1 e 20: 44,3% das empresas possui uma Direção Executiva com 1 a 5 membros, 41,0% com 6 a 10 membros.

Figura 5.1.15.

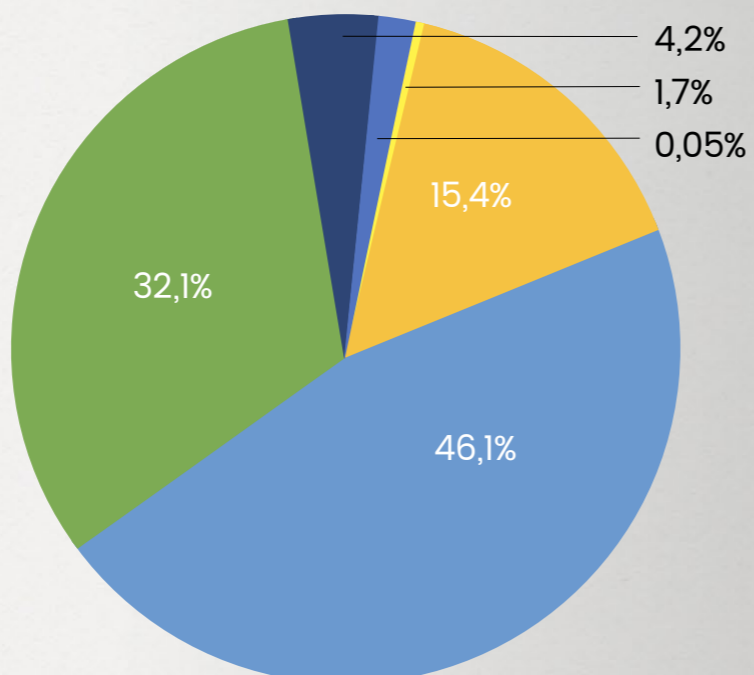
Género dos membros da Direção Executiva
(GEs Ano 2: Questão 5)



● Homem
● Mulher

Figura 5.1.16.

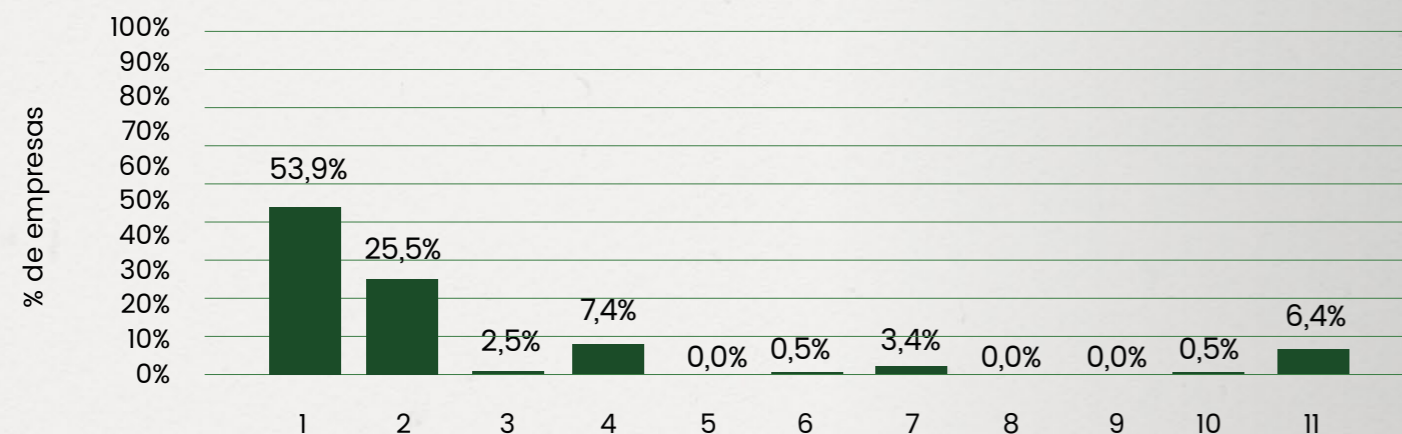
Faixa etária dos membros da Direção Executiva
(GEs Ano 2: Questão 5)



● 20 - 25 (1,7%) ● 36 - 45 (15,4%) ● > 65 (4,2%)
● 26 - 30 (0,0%) ● 46 - 55 (46,1%)
● 31 - 35 (0,05%) ● 56 - 65 (32,1%)

Figura 5.1.17.

Background dos membros da Direção Executiva
(GEs Ano 2: Questão 5)



1 - Negócios e Economia 5 - Filosofia 9 - Artes
2 - Engenharia 6 - Psicologia 10 - Ciências Naturais e Ambiente
3 - Ciência e Matemática 7 - Outras Ciências Sociais
4 - Direito 8 - Literatura e Idiomas 11 - Outros

Em conjunto, as 61 empresas possuem 408 membros nos seus Conselhos de Administração – uma média de 6,7 membros por empresa.

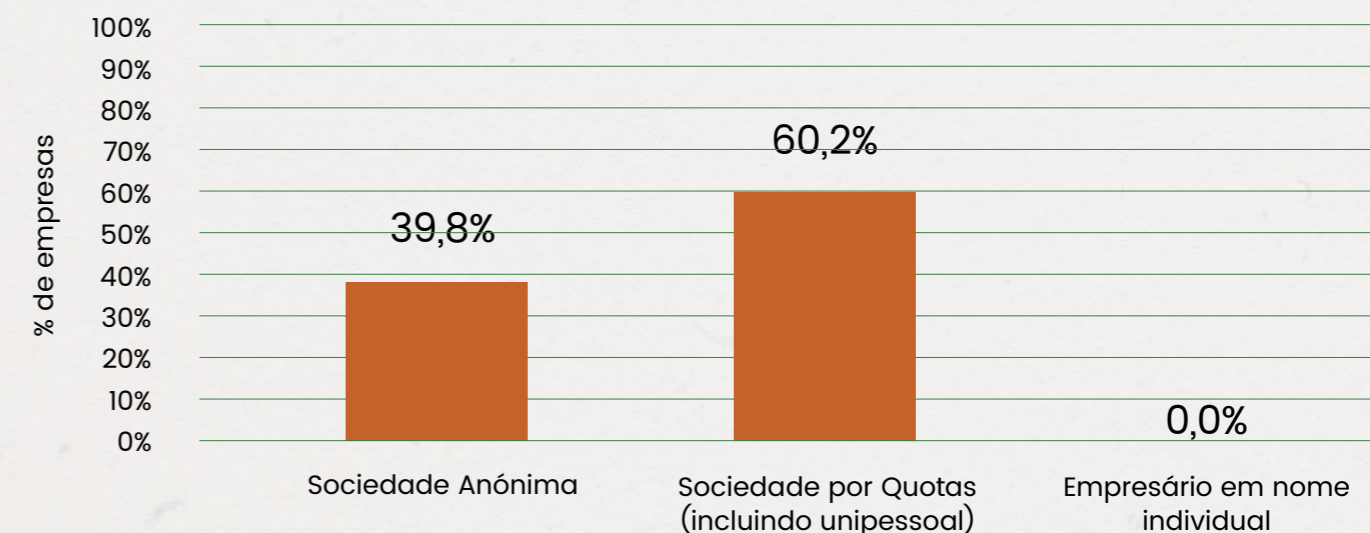
- 78,2% dos membros do Conselho de Administração são homens e 21,8% são mulheres;
- 46,1% dos Diretores Executivos possui entre 46 e 55 anos, 32,1% possui entre 56 e 65 anos, 15,4% possui entre 36 e 45 anos, 4,2% possui mais de 65 anos e 0,5% possui entre 31 e 35 anos;
- 53,9% dos membros do Conselho de Administração das 61 empresas têm como *background* de formação Negócios e Economia e 25,5% Engenharia. Direito segue-se apenas com 7,4% dos membros. Os restantes *backgrounds* de formação não são representativos.

5.1.2. Caracterização das Pequenas e Médias Empresas

Estrutura legal, estrutura de capital

Figura 5.1.18.

Estrutura legal
(PMEs Ano 2: Questão 3)



A maioria das PMEs (60,2%) são Sociedades por Quotas (incluindo unipessoal). 39,8% são Sociedades Anónimas e nenhuma PME assume a estrutura de empresário em nome individual. Esta estrutura difere das Grandes Empresas quer na estrutura legal quer na de capital.

Número de colaboradores, faturação e localização da sede

Figura 5.1.19.

Estrutura do capital

(PMEs Ano 2: Questão 4)

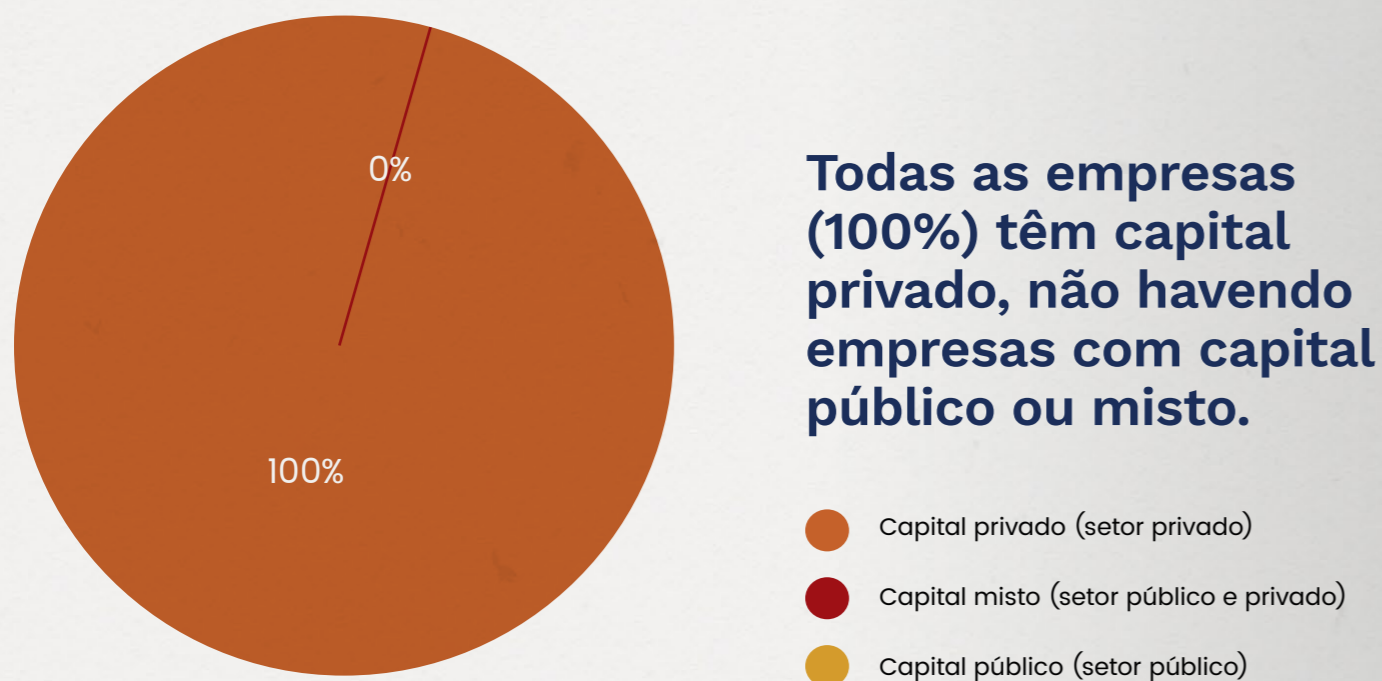
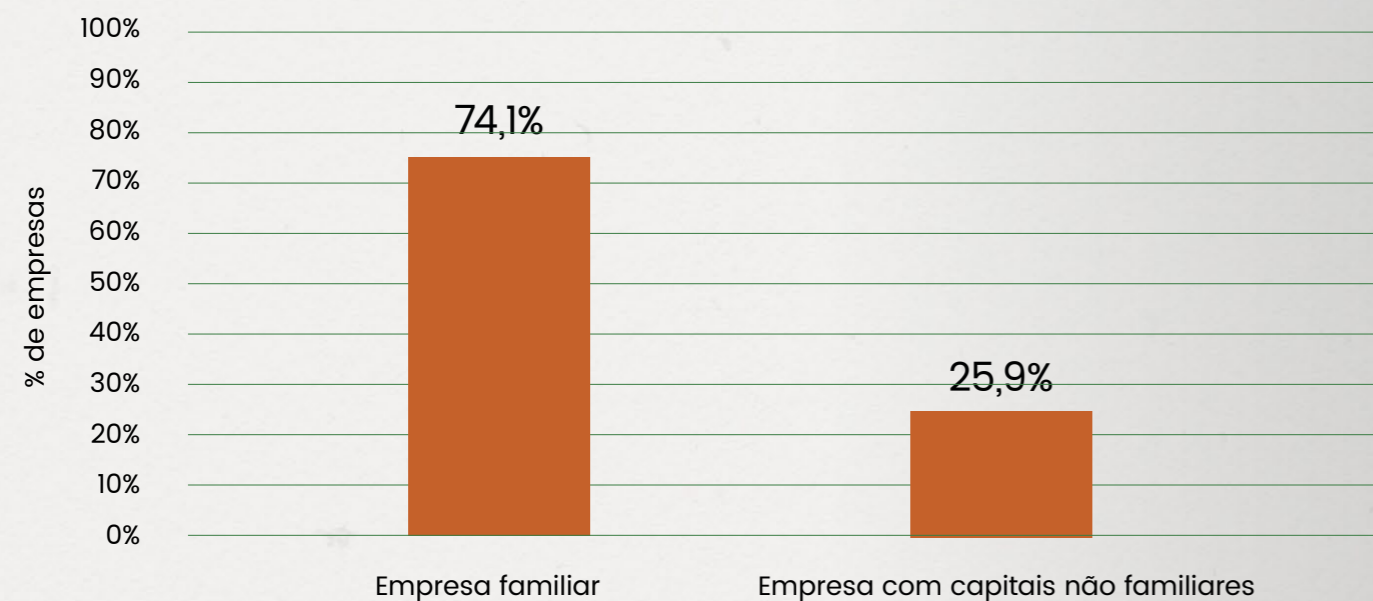


Figura 5.1.20.

Empresas familiares

(GEs Ano 2: Questão D)

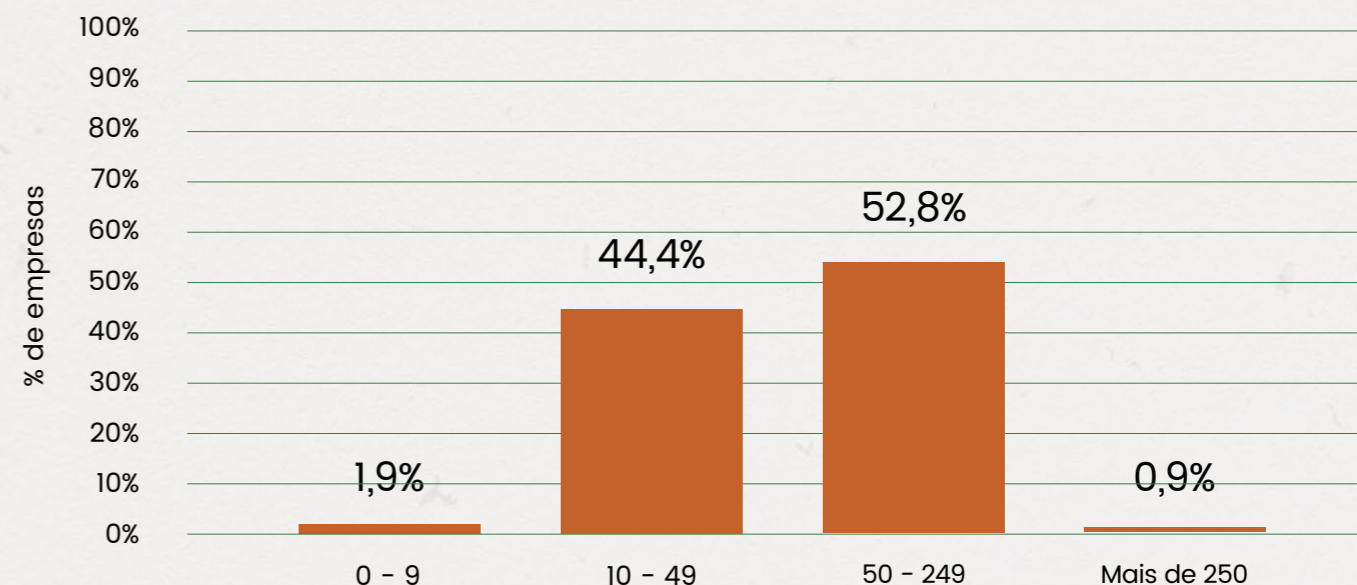


A maioria das PMEs (74,1%) são empresas com capitais familiares, sendo que 25,9% têm capitais não familiares. Esta distribuição é inversa à verificada nas Grandes Empresas.

Figura 5.1.21.

Número de colaboradores

(PMEs Ano 2: Questão 6)

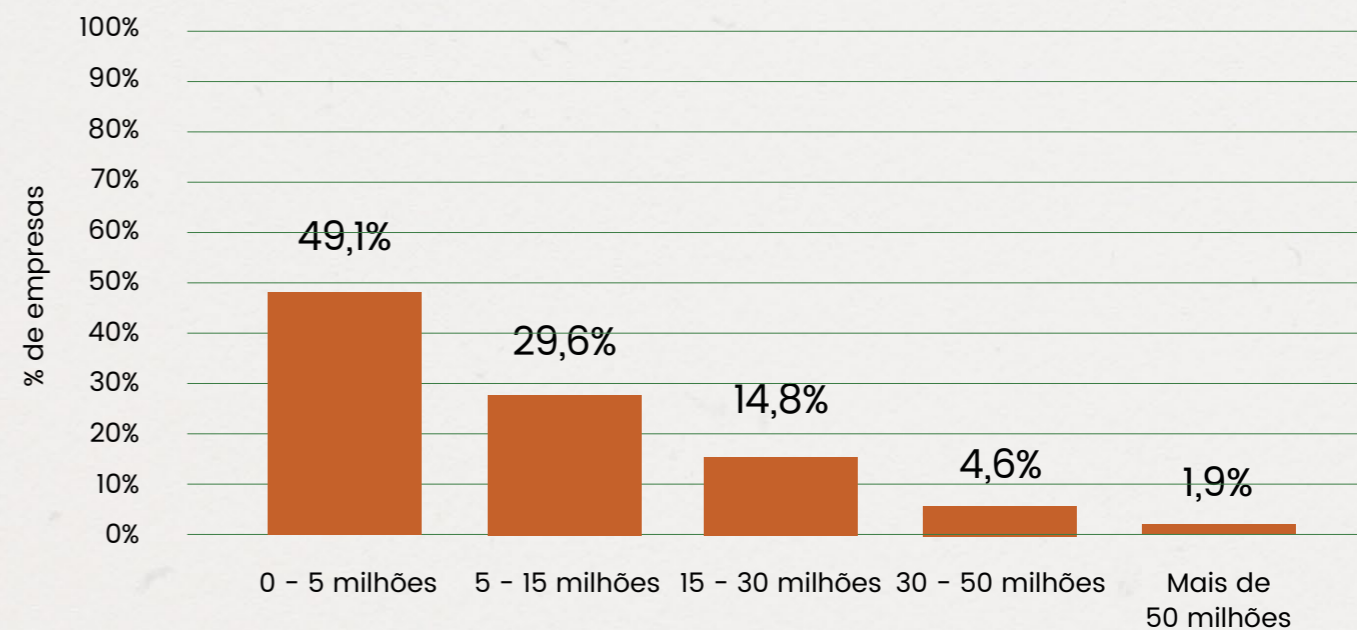


A maioria das empresas (52,8%) tem entre 50 e 249 colaboradores. 44,4% têm entre 10 e 49 colaboradores, 1,9% têm entre 0 e 9 colaboradores.

Figura 5.1.22.

Receitas das PMEs no Ano 2

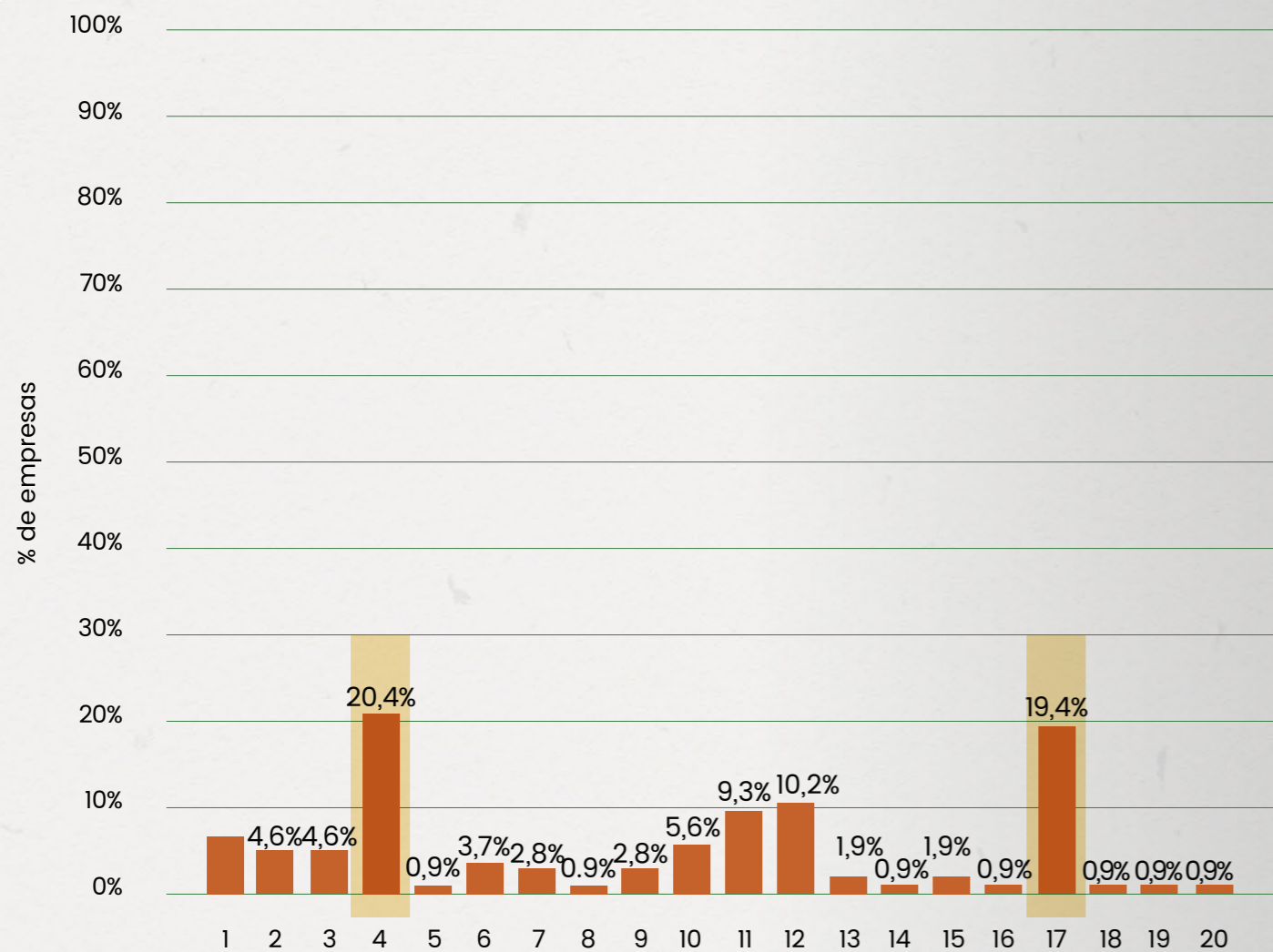
(PMEs Ano 2: Questão 7)



A grande parte das empresas (49,1%) faturou entre 0 e 5 milhões de euros no Ano 2. 29,6% faturaram de 5 a 15 milhões de euros, 14,8% faturaram entre 15 e 30 milhões, 4,6% faturaram de 30 a 50 milhões e apenas 1,9% faturou mais de 50 milhões de euros.

Figura 5.1.23.

Região de Portugal onde se localiza a sede da sua empresa Ano 2
(PMEs Ano 2: Questão 14)



- 1. Alto Minho
- 2. Cávado
- 3. Ave
- 4. Área Metropolitana do Porto
- 5. Alto Tâmega
- 6. Tâmega e Sousa
- 7. Douro
- 8. Terras de Trás-os-Montes
- 9. Algarve
- 10. Oeste
- 11. Região de Aveiro
- 12. Região de Leiria
- 13. Viseu Dão-Lafões
- 14. Beira Baixa
- 15. Médio Tejo
- 16. Beiras e Serra da Estrela
- 17. Área Metropolitana de Lisboa
- 18. Alentejo Litoral
- 19. Baixo Alentejo
- 20. Lezíria do Tejo

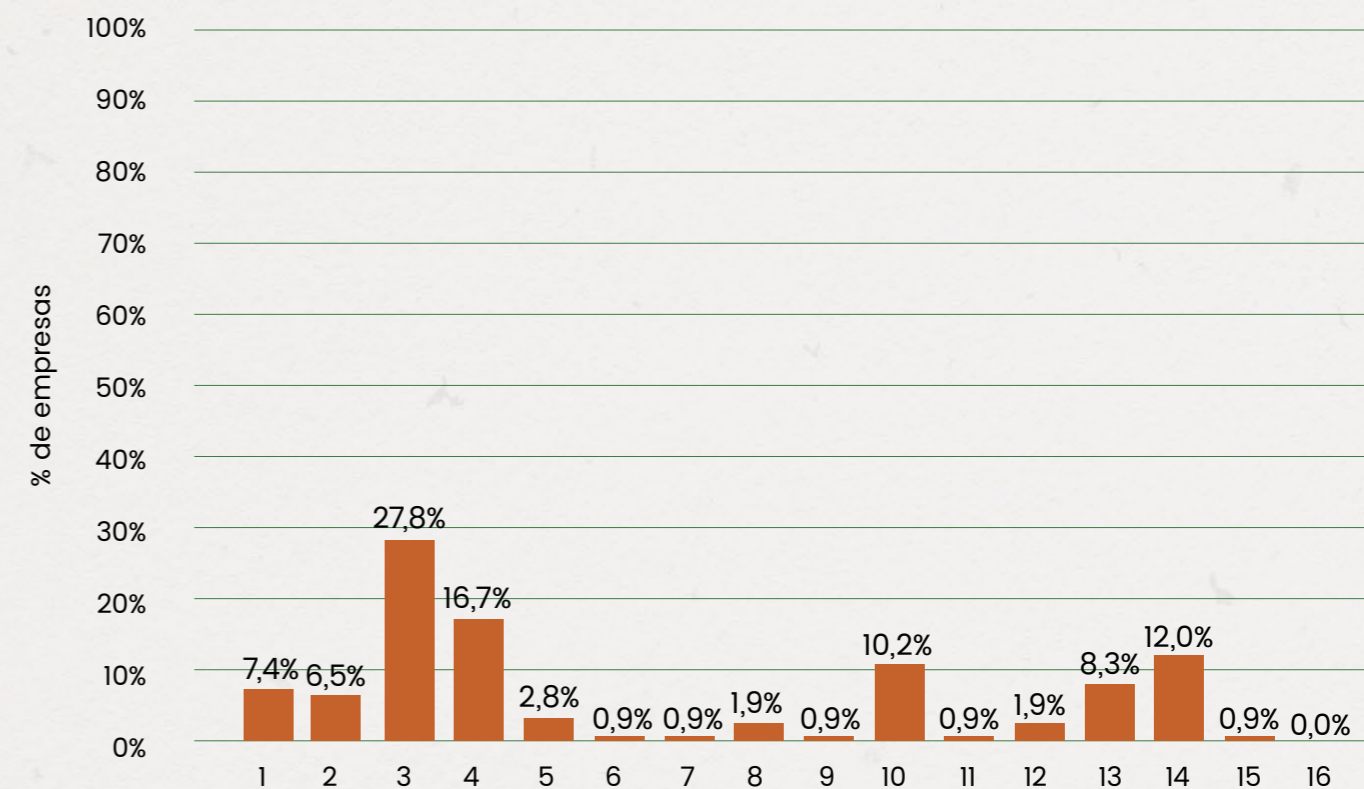
Todas as PMEs (100%) têm a sede localizada em Portugal.

A maioria das PMEs localiza-se nas áreas metropolitanas do Porto (20,4%) e de Lisboa (19,4%). É de notar que existe uma prevalência da Região Norte no que diz respeito à sede das PMEs (55,6%).

Setor de Atividade / Indústria

Figura 5.1.24.

Qual é o setor de atividade/indústria principal da sua empresa?
(PMEs Ano 2: Questão 12)



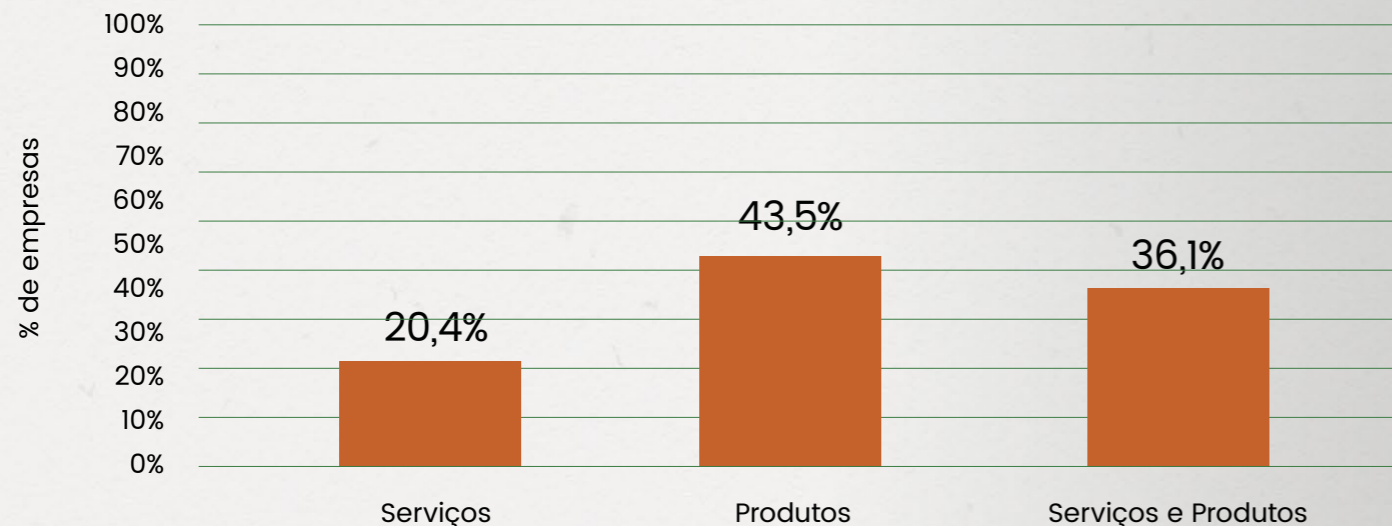
- 1. Alimentação, Bebidas e Tabaco
- 2. Automóveis e Partes
- 3. Bens e Serviços Industriais
- 4. Construção e Materiais
- 5. Cuidados de Saúde
- 6. Cuidados pessoais, Drogarias e Lojas de Consumo
- 7. Imobiliário
- 8. Indústria Química
- 9. Media e Comunicação
- 10. Produtos de Consumo e Serviços
- 11. Recursos Naturais
- 12. Retalho
- 13. Serviços Profissionais
- 14. Tecnologia
- 15. Viagens e Lazer
- 16. Telecomunicações

Em termos de setor de atividade/indústria principal, verifica-se uma predominância da indústria de Bens e Serviços Industriais (27,8%), e destacam-se ainda as indústrias de Construção e Materiais (16,7%), Tecnologia (12,0%) e Produtos de Consumo e Serviços (10,2%).

Figura 5.1.25.

A sua empresa é um negócio de serviços e/ou um negócio de produtos?

(PMEs Ano 2: Questão 13)

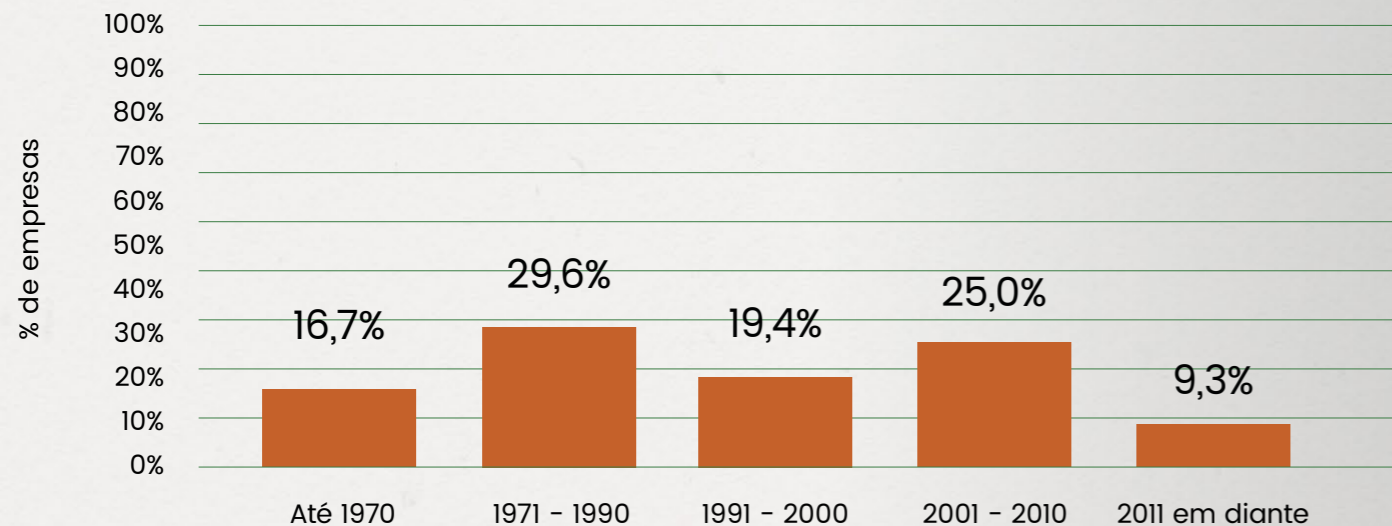


A maioria das PMEs em estudo (43,5%) comercializam produtos e 20,4% comercializam serviços (em oposição ao que se verifica para as Grandes Empresas). 36,1% comercializam Produtos e Serviços.

Figura 5.1.26.

Data de fundação

(PMEs Ano 2: Questão 9)



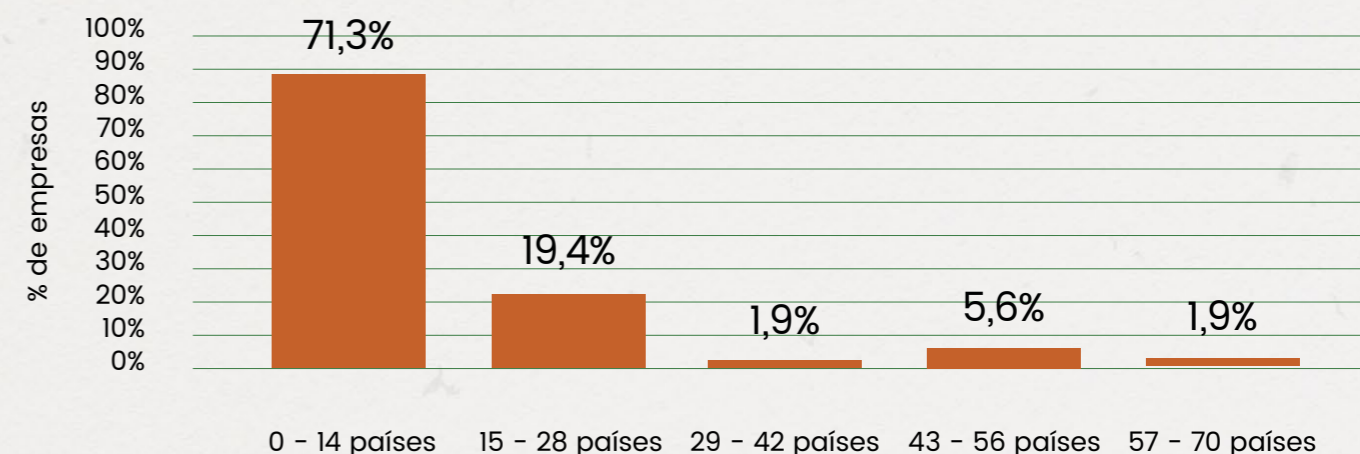
As 108 PMEs foram fundadas entre 1848 e 2016, com a seguinte distribuição: 16,7% até 1970, 29,6% entre 1971 e 1990, 19,4% entre 1991 e 2000, 25,0% entre 2001 e 2010 e 9,3% foram fundadas de 2011 em diante. A média da data de fundação encontra-se no ano de 1987 (Média=1987,68; Desvio-Padrão=25,234).

Número de países e continentes em que opera / para onde exporta

Figura 5.1.27.

Em quantos países opera a sua empresa?

(PMEs Ano 2: Questão 10)

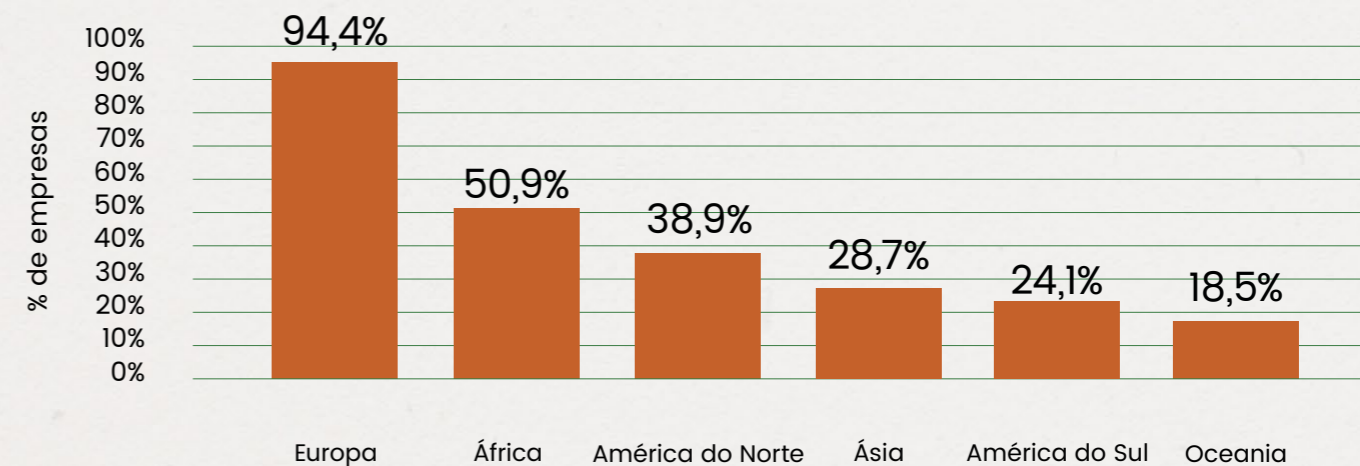


A maioria das empresas opera em até 14 países (71,3%). 19,4% operam em entre 15 a 28 países, 1,9% operam em 29 a 42 países, 5,6% operam em 43 a 56 países e somente 1,9% operam em 57 a 70 países. Somente 1,9% não opera em mais do que um país (Portugal).

Figura 5.1.28.

Em que regiões do mundo opera a sua empresa?

(PMEs Ano 2: Questão 11)



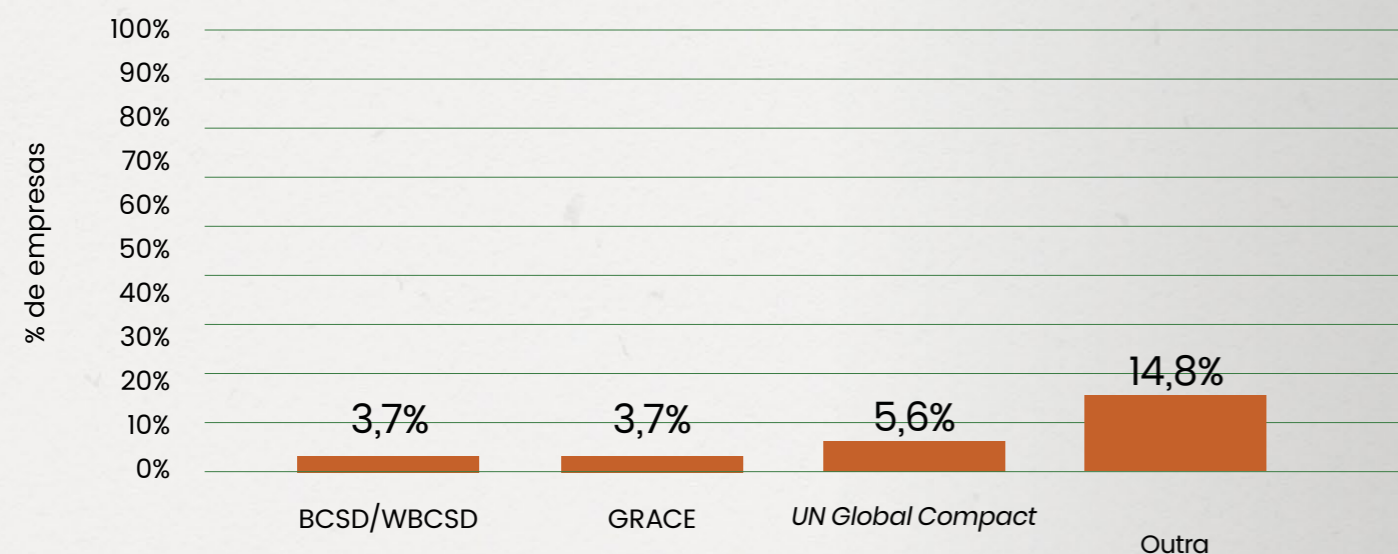
A grande maioria das empresas que opera no estrangeiro opera na Europa (94,4%). 50,9% operam em África, 38,9% na América do Norte, 28,7% na Ásia, 24,1% na América do Sul e 18,5% na Oceania. As PMEs têm assim uma grande presença nos diferentes continentes, apesar de terem uma menor presença fora da Europa, comparando com as Grandes Empresas.

Redes Empresariais

Figura 5.1.29.

Identifique quais redes empresariais a sua organização faz parte

(PMEs Ano 2: Questão 15)



No que concerne à pertença a redes empresariais, 3,7% pertencem ao *Business Council for Sustainable Development (BCSD/WBCSD) Portugal*, 3,7% das empresas pertencem à GRACE, 5,6% pertencem à *UN Global Compact Network Portugal* e 14,8% pertencem a outras redes empresariais. Há, portanto, uma grande diferença entre PMEs e Grandes Empresas na pertença a estas redes empresariais que congregam empresas em volta dos temas da sustentabilidade no nosso país.

No grupo das PMEs, 14,8% das empresas mencionam pertencer a outras redes empresariais, das quais se destacam:

Tabela 5.1.2.

Outras redes empresariais mencionadas

(PMEs Ano 2: Questão 16)

Outras redes empresariais mencionadas	Freq.
AICCOPN – Associação dos Industriais da Construção Civil e Obras Públicas	1
<i>Smart Waste Portugal</i>	2
Associação Nacional de Transporte Públicos Rodoviários de Mercadorias	1
BCI	1

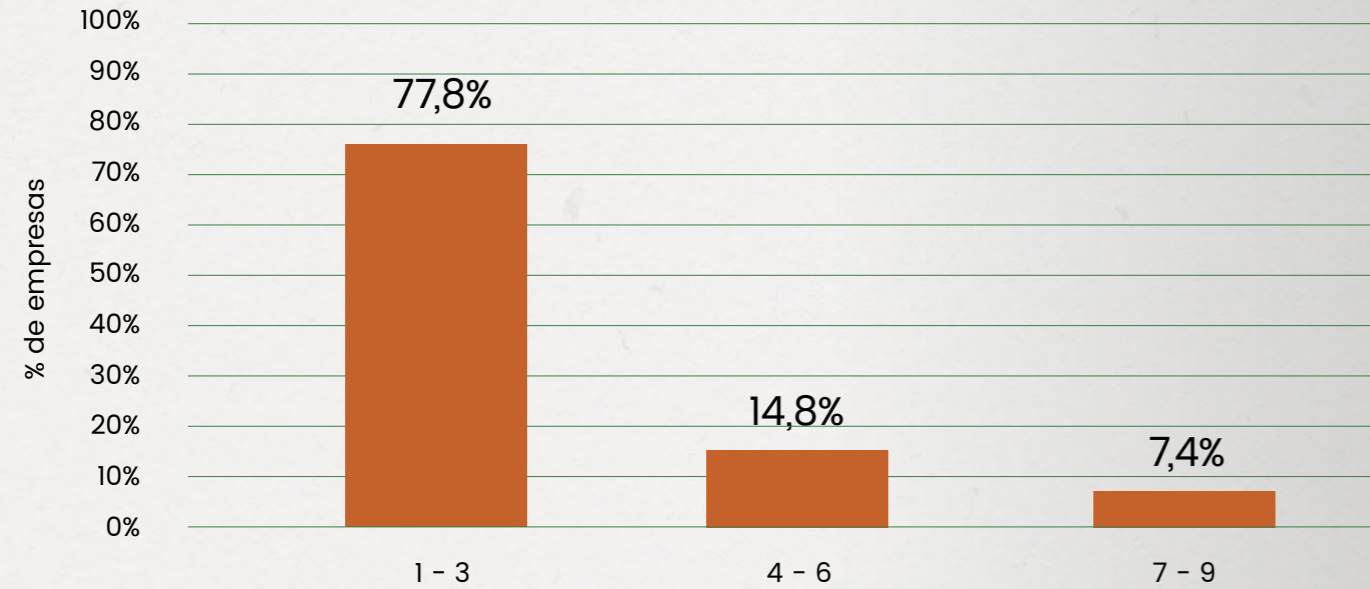
<i>Biosphere Euromicapavt</i>	1
Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã	1
CIE – <i>Sustainable Packaging Initiative</i>	1
CONEBI – <i>Confederation of the European Bicycle Industry</i>	1
COTEC – Associação Empresarial para a Inovação	1
DWP – <i>Digital with Purpose</i>	1
EcoVadis	1
FEM – <i>HIGG Facility Environmental Module</i>	1
GESI – <i>Global Enabling Sustainability Initiative</i>	1
GOTS – <i>Global Organic Textile Standard</i>	1
MPS	1
OCS 100 – <i>Organic Content Standard</i>	1
Pacto Português dos Plásticos	1
PACTO RML	1
RCS 100 – <i>Recycled Claim Standard</i>	1
Rede Mulher Líder (IAPMEI)	1
SEDEX – <i>Sustainability Supply Chain Solutions</i>	1
<i>Shift Cycling Culture</i>	1
SLCP – <i>Social & Labor Convergence Program HIGG</i>	1

Direção Executiva

Figura 5.1.30.

Quantos membros tem a sua Direção Executiva?

(PMEs Ano 2: Questão 17)

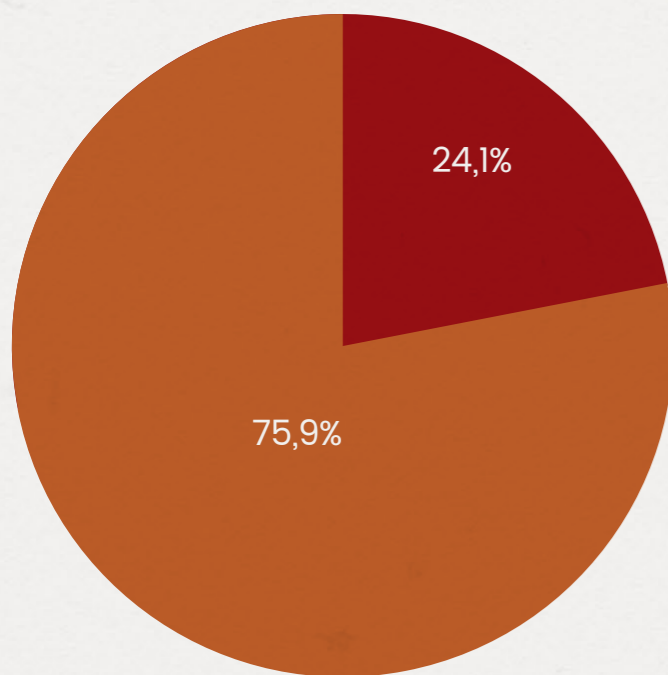


Verifica-se que 77,8% dos membros das Direções Executivas das PMEs possuem entre 1 e 3 membros, seguido de 14,8% que possuem de 4 a 6 membros.

Figura 5.1.31.

Género dos membros da Direção Executiva

(PMEs Ano 2: Questão 18)

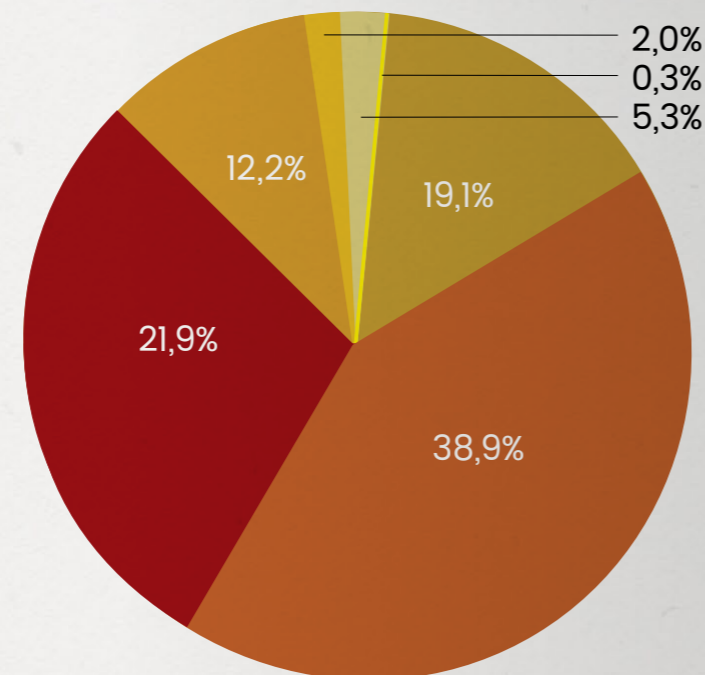


Homem
Mulher

Figura 5.1.32.

Faixas etárias dos membros da Direção Executiva

(PMEs Ano 2: Questão 18)

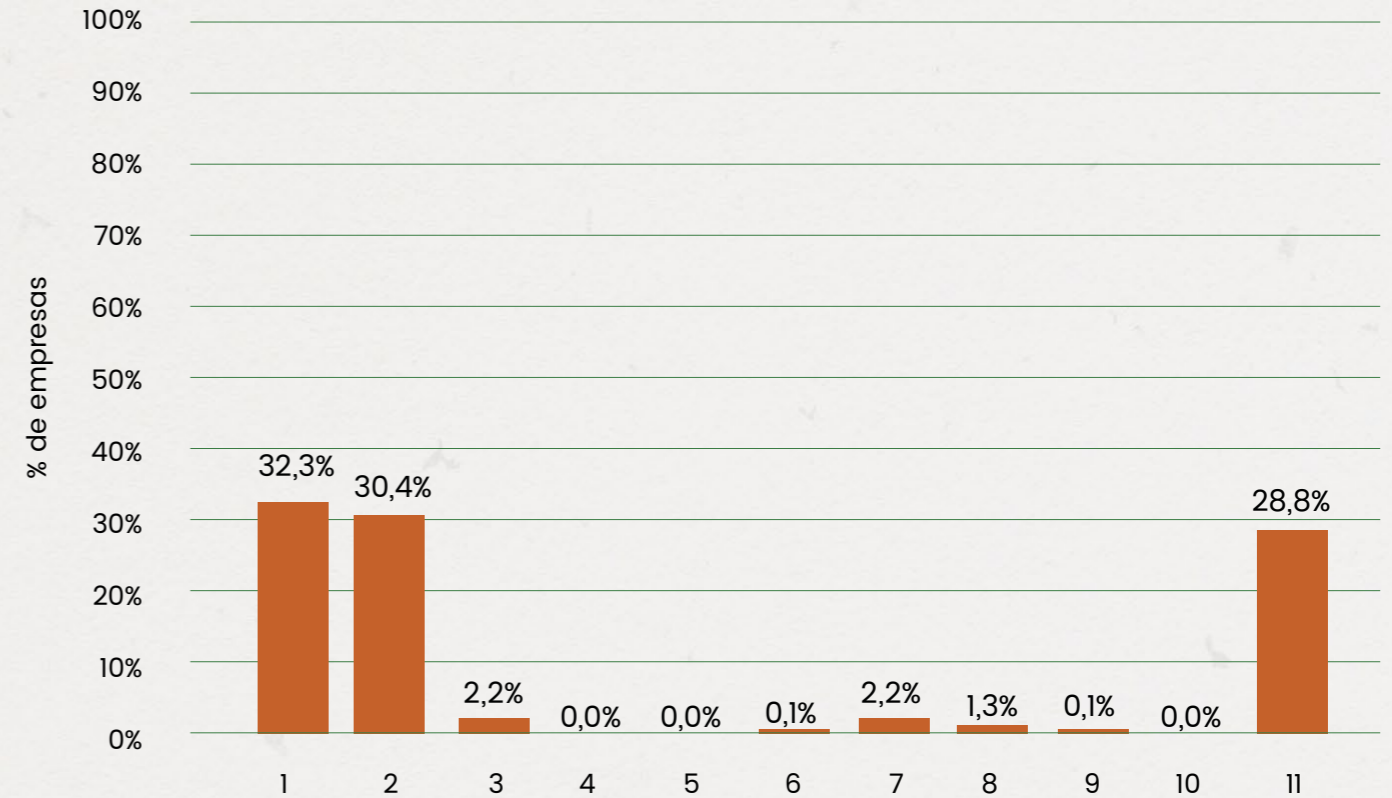


20 - 25 (0,3%)
26 - 30 (2,0%)
31 - 35 (5,3%)
36 - 45 (19,1%)
46 - 55 (38,9%)
56 - 65 (21,9%)
>65 (12,2%)

Figura 5.1.33.

Background dos membros da Direção Executiva

(PMEs Ano 2: Questão 18)



1 - Negócios e Economia
2 - Engenharia
3 - Ciência e Matemática
4 - Direito
5 - Filosofia
6 - Psicologia
7 - Outras Ciências Sociais
8 - Literatura e Idioma
9 - Artes
10 - Ciências Naturais e Ambiente
11 - Outros

As empresas têm, em média, 2,9 membros na Direção Executiva:

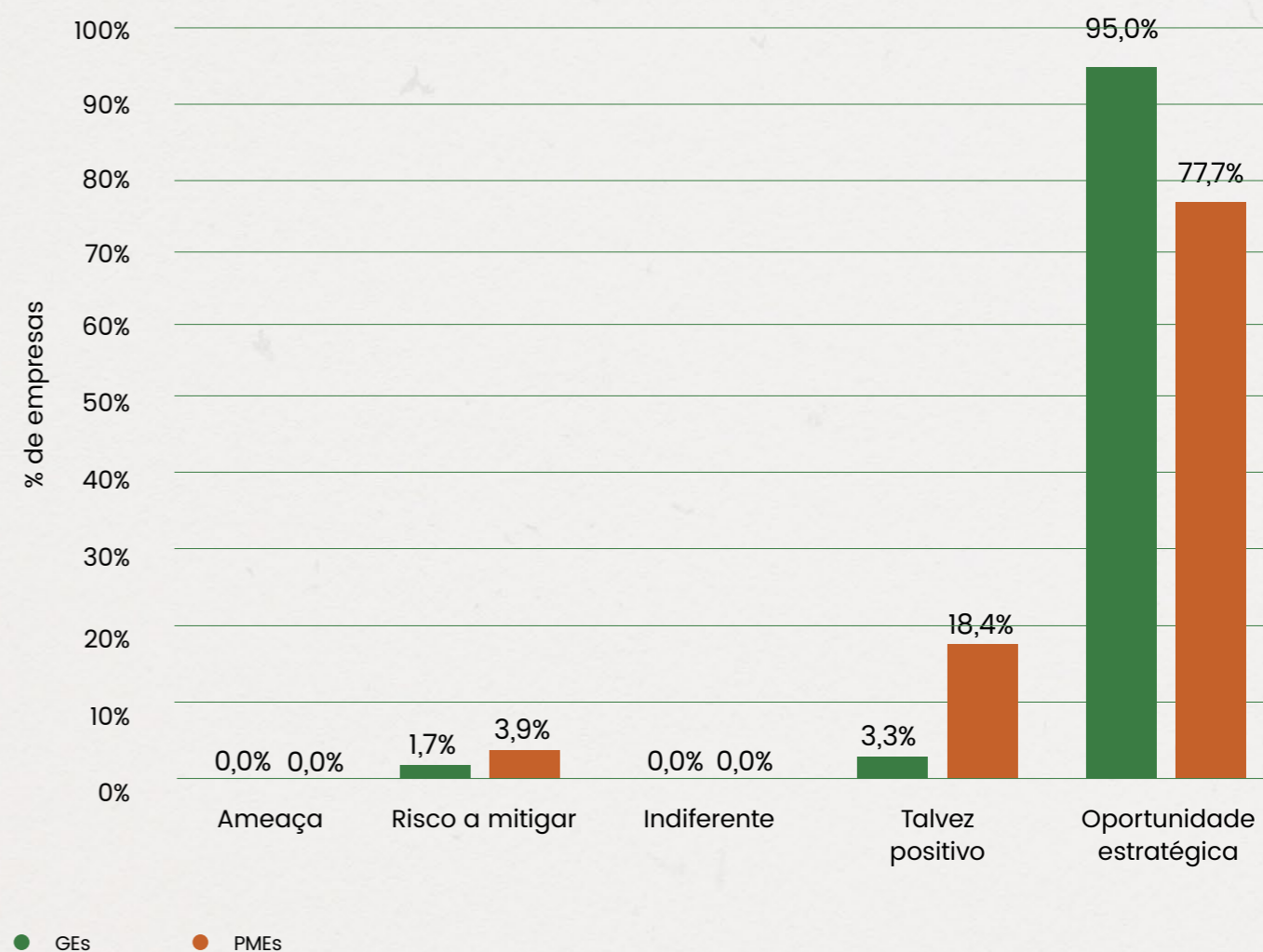
- 75,9% dos membros da Direção Executiva são homens e 24,1% são mulheres - o que não difere significativamente face às Grandes Empresas.
- 38,9% possui entre 46 e 55 anos, 21,9% possui entre 56 e 65 anos, 19,1% possui entre 36 e 45 anos, 12,2% possui mais de 65 anos, 5,3% possui entre 31 e 35 anos, 2,0% possui entre 26 e 30 anos e 0,3% possui entre 20 e 25 anos.
- 32,3% dos membros da Direção Executiva das 108 empresas têm como *background* Negócios e Economia e 30,4% Engenharia. Esta tendência assemelha-se à das Grandes Empresas.

5.2.1. Implementação da Sustentabilidade e dos ODS na sua empresa

Importância do conceito de sustentabilidade para a empresa

Figura 5.2.1.

A minha empresa vê a sustentabilidade como... [Ano 1]

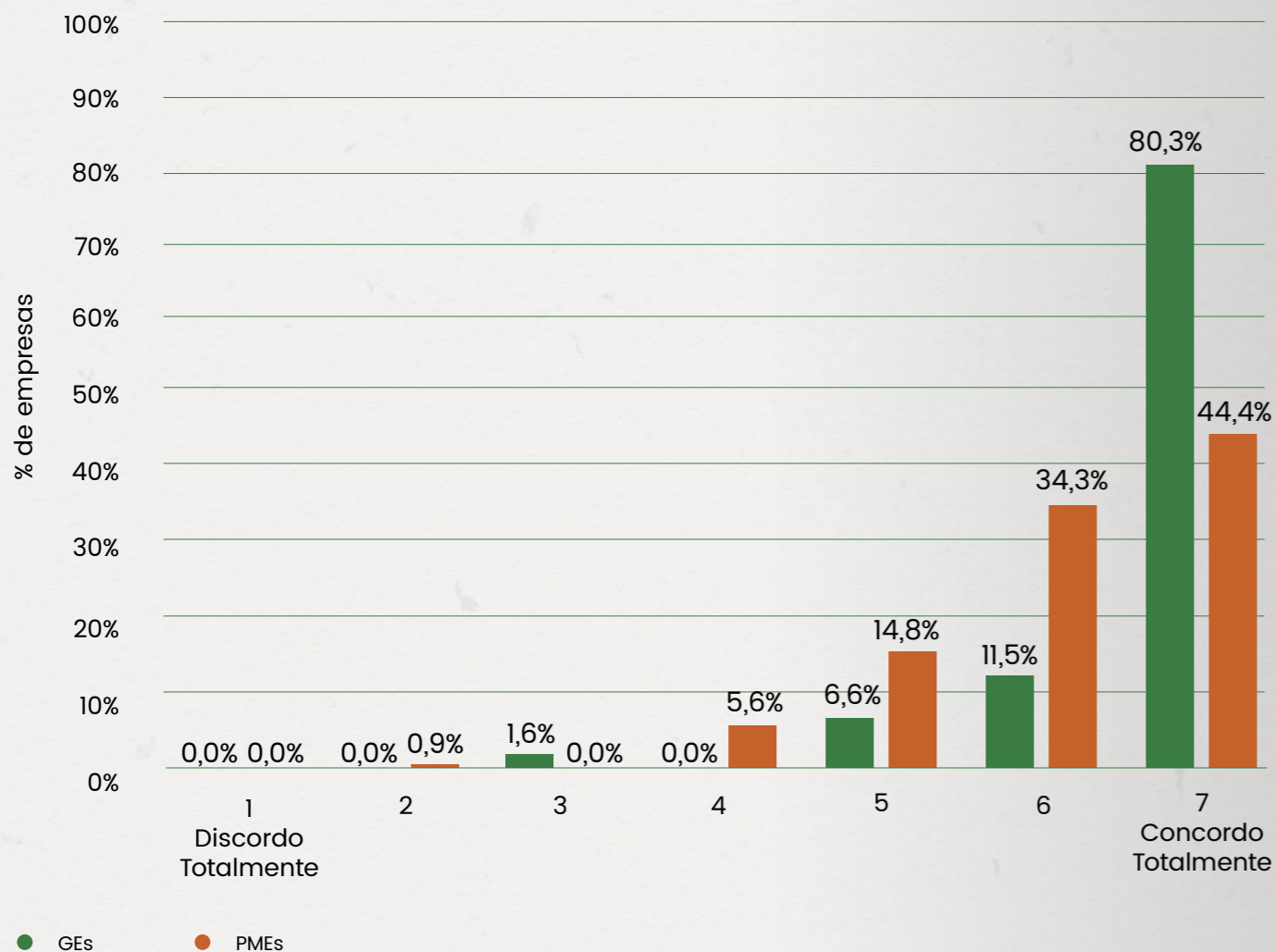


5.2 Análise comparativa: Ano 1 versus Ano 2

Figura 5.2.2.

A sustentabilidade trará benefícios para o meu negócio [Ano 2]

(GEs: Questão 6.1; PMEs: Questão 19.1)



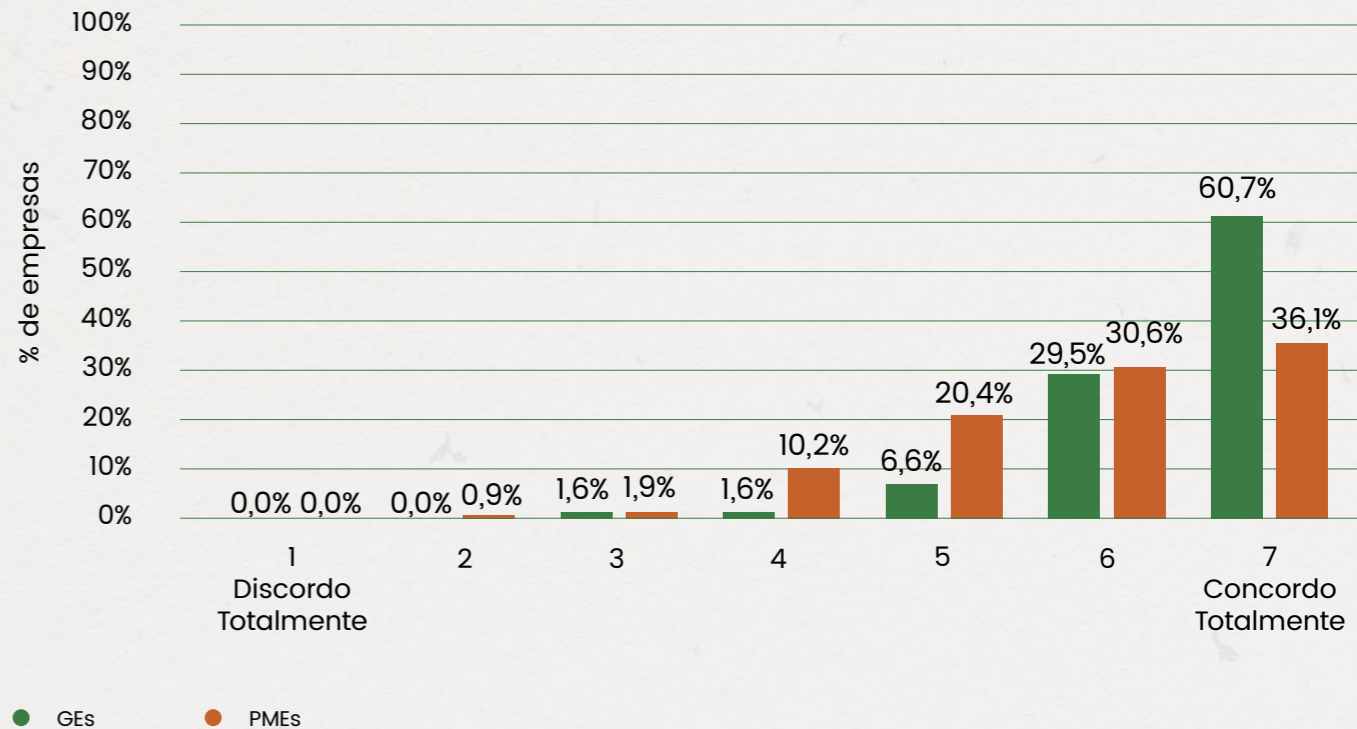
No Ano 1, quando questionadas sobre a forma como “veem a sustentabilidade”, a maioria das Grandes Empresas (95,0%) e das PMEs (77,7%) disseram ver a sustentabilidade como uma oportunidade estratégica. É de notar que nenhuma empresa via a sustentabilidade como uma ameaça nem de forma indiferente.

No Ano 2, a maioria das Grandes Empresas (80,3%) e a maior parte das PMEs (44,4%) concorda totalmente que a sustentabilidade trará benefícios para o seu negócio. Em termos gerais, as Grandes Empresas consideram em grau superior que a sustentabilidade trará benefícios para o seu negócio (6,6% + 11,5% + 80,3% = 98,4%) quando comparado com as PMEs (14,8% + 34,3% + 44,4% = 93,5%).

Figura 5.2.3.

A sustentabilidade poderá melhorar substancialmente a competitividade da minha empresa [Ano 2]

(GEs: Questão 6.2; PMEs: Questão 19.2)

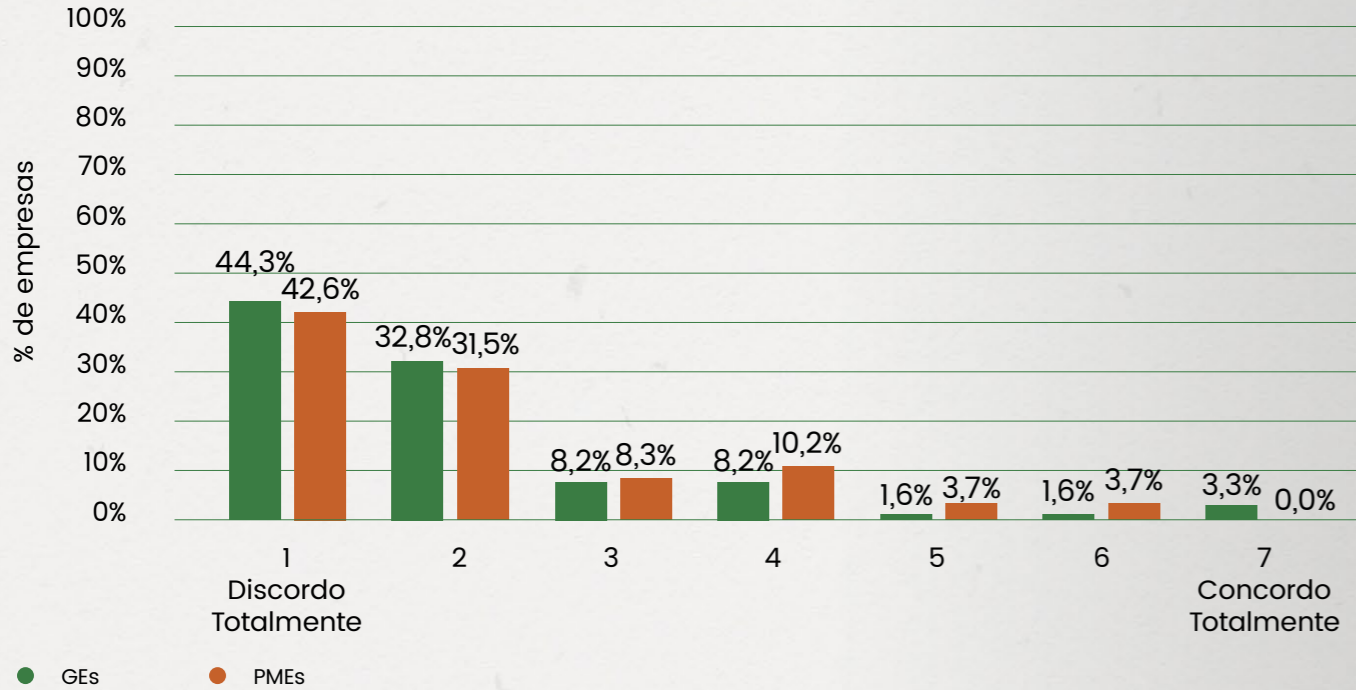


No Ano 2, a maioria das Grandes Empresas (60,7%) e parte das PMEs (36,1%) concorda totalmente que a sustentabilidade poderá melhorar substancialmente a competitividade da sua empresa. De forma geral, as Grandes Empresas tendem a considerar em grau superior que a sua competitividade poderá ser positivamente afetada (60,7% + 29,5% + 6,6% = 96,8%) quando comparado com as PMEs (36,1% + 30,6% + 20,4% = 87,1%).

Figura 5.2.4.

A sustentabilidade terá implicações negativas no meu negócio [Ano 2]

(GEs: Questão 6.3; PMEs: Questão 19.3)

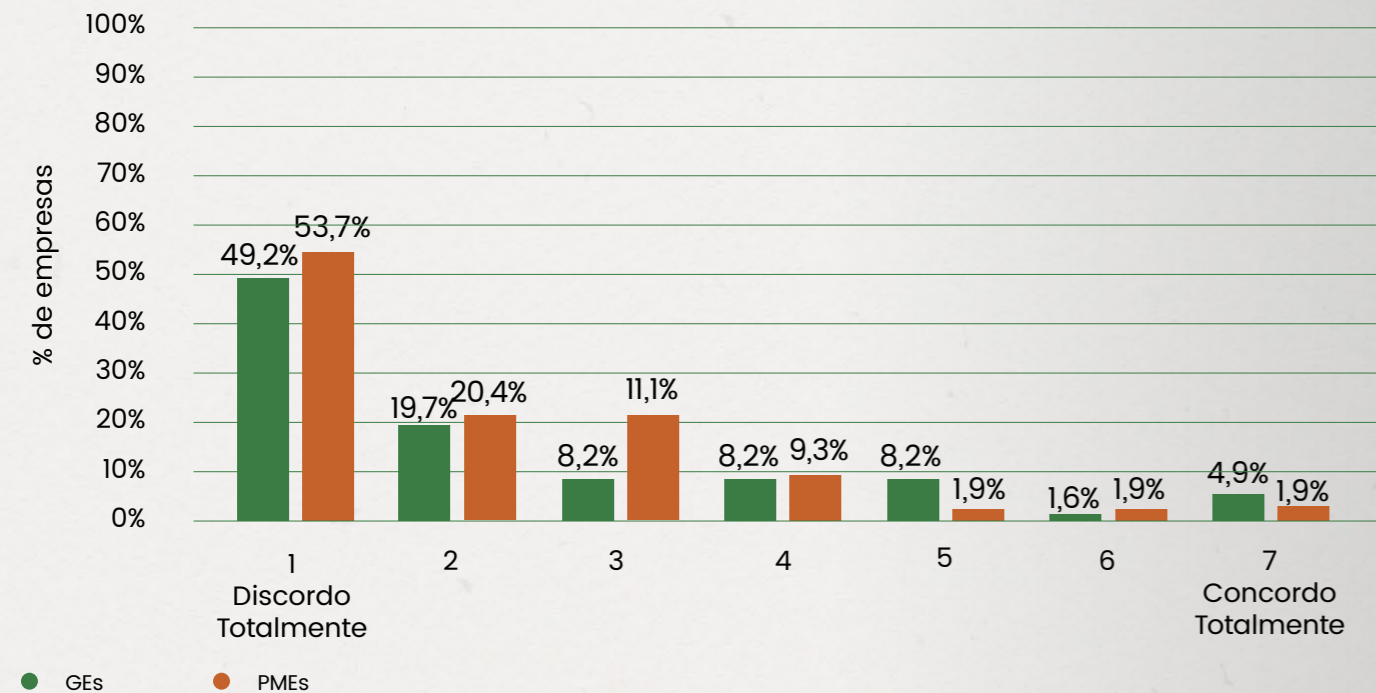


A maioria das empresas discorda que a sustentabilidade terá implicações negativas no negócio (Grandes Empresas: 44,3% + 32,8% + 8,2% = 85,3%; PMEs: 42,6% + 31,5% + 8,3% = 82,4%). Esta conclusão reitera a visão da sustentabilidade com impactos positivos para o negócio, como é visível nas conclusões da figura 5.2.2.

Figura 5.2.5.

A sustentabilidade poderá pôr em causa a viabilidade da minha empresa [Ano 2]

(GEs: Questão 6.4; PMEs: Questão 19.4)

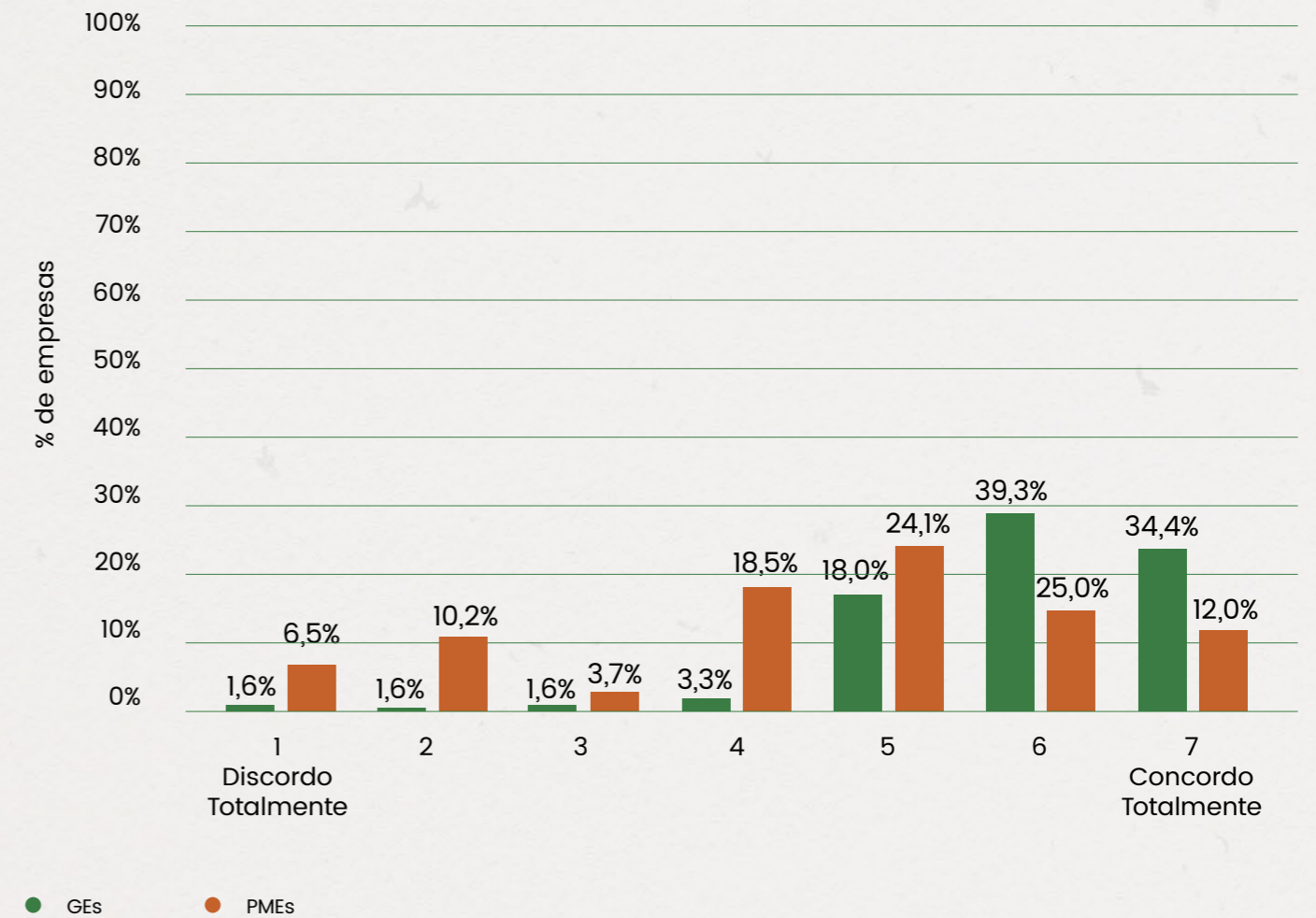


A maioria da amostra de Grandes Empresas e de PMEs discorda que a sustentabilidade poderá pôr em causa a viabilidade da empresa (Grandes Empresas: 49,2% + 19,7% + 8,2% = 77,1%; PMEs: 53,7% + 20,4% + 11,1% = 85,2%). Estes valores demonstram que as empresas portuguesas não consideram que a sustentabilidade possa pôr em risco a viabilidade da empresa.

Figura 5.2.6.

A sustentabilidade poderá mudar a forma da minha empresa fazer o seu negócio [Ano 2]

(GEs: Questão 6.5; PMEs: Questão 19.5)

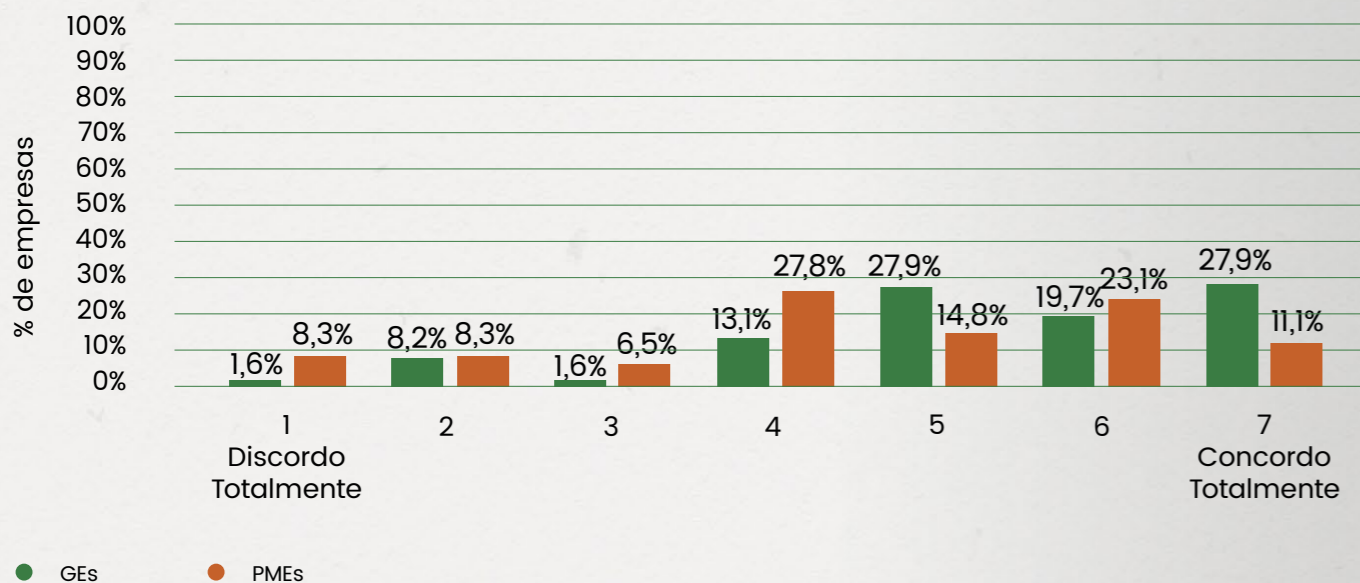


A maioria das empresas concorda que a sustentabilidade poderá mudar a forma como a empresa faz o seu negócio (Grandes Empresas: 18,0% + 39,3% + 34,4% = 91,7%; PMEs = 24,1% + 25,0% + 12,0% = 61,1%). No entanto, o número de empresas que concorda com esta realidade é superior e mais relevante nas Grandes Empresas comparativamente com as PMEs.

Figura 5.2.7.

A sustentabilidade já mudou a forma como a minha empresa faz o seu negócio [Ano 2]

(GEs: Questão 6.6; PMEs: Questão 19.6)



Relativamente à questão “a sustentabilidade já mudou a forma como a minha empresa faz o seu negócio”, a maioria das Grandes Empresas concorda com a afirmação (27,9% + 19,7% + 27,9% = 75,5%), o que demonstra que passaram já da intenção à ação. Apesar desta conclusão, o valor de 75,5% desta questão é inferior ao valor da questão anterior, o que demonstra um *gap* entre a possibilidade de a sustentabilidade afetar a forma de fazer negócio e a efetiva mudança das operações das empresas.

O número de empresas a concordar com a afirmação é inferior nas PMEs (14,8% + 23,1% + 11,1% = 49,0%). O que demonstra um *gap* também nas PMEs.

Quando as questões acima mencionadas foram exploradas em entrevista, e se tentou apurar a forma como as empresas veem o tema da sustentabilidade, 80,0% das Grandes Empresas entrevistadas afirmam que a sustentabilidade está incorporada nas suas operações (“faz parte da nossa forma de atuar”), estando incutida nas suas práticas e atividades (“A sustentabilidade é para nós a forma correta de fazer o que fazemos no dia-a-dia”). Destas, 68,8% afirmam que existe um alinhamento estratégico com a sustentabilidade, que “faz parte do ADN da

empresa” e do seu *core*, ou seja, da sua “forma de ser/estar”.

No que diz respeito às PMEs, metade das empresas entrevistadas (50,0%) indica que a sustentabilidade faz parte da operação da empresa (“a sustentabilidade é o nosso dia-a-dia”), sendo um tema muito relevante “especialmente pelos elementos da administração e por toda a empresa”. 30,0% da amostra vai mais além referindo que a sustentabilidade faz parte do ADN da empresa, estando “embebida em nós” e “no âmago do negócio”.

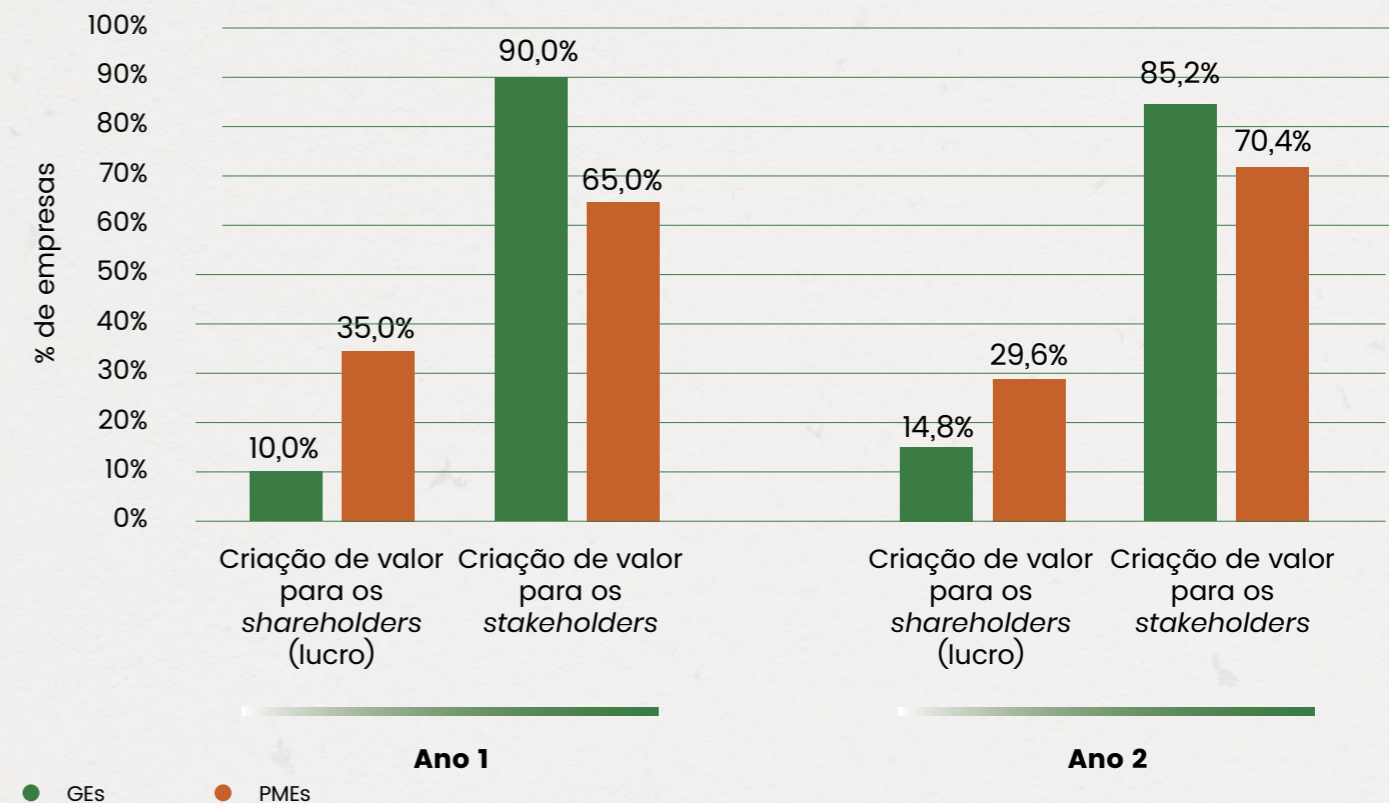
A sustentabilidade é ainda entendida, por 30,0% das PMEs, como o caminho para o futuro (“*the way forward*”), sendo um tema bastante importante, traduzindo-se “numa responsabilidade e preocupação”.

A sustentabilidade é ainda vista como uma oportunidade de negócio (“**Vemos a sustentabilidade como uma oportunidade de negócio e uma oportunidade de comunicar o objeto da empresa aos clientes com base nesse argumento de sustentabilidade e aumento da sustentabilidade face à nossa proposta de valor**”) e como um fator diferenciador (“**é assim que nos diferenciamos do mercado**”).

Figura 5.2.8.

O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão 7; PMEs Ano 2: Questão 20)



No Ano 2, 85,2% das Grandes Empresas descrevem a estratégia geral da sua empresa como criação de valor para os *stakeholders* (*versus* 14,8% que descreveram a estratégia geral da sua empresa como criação de valor para os *shareholders*). Este valor é inferior face ao Ano 1 (90,0%), mas ainda assim, um valor muito superior à estratégia de criação de valor para *shareholders*.

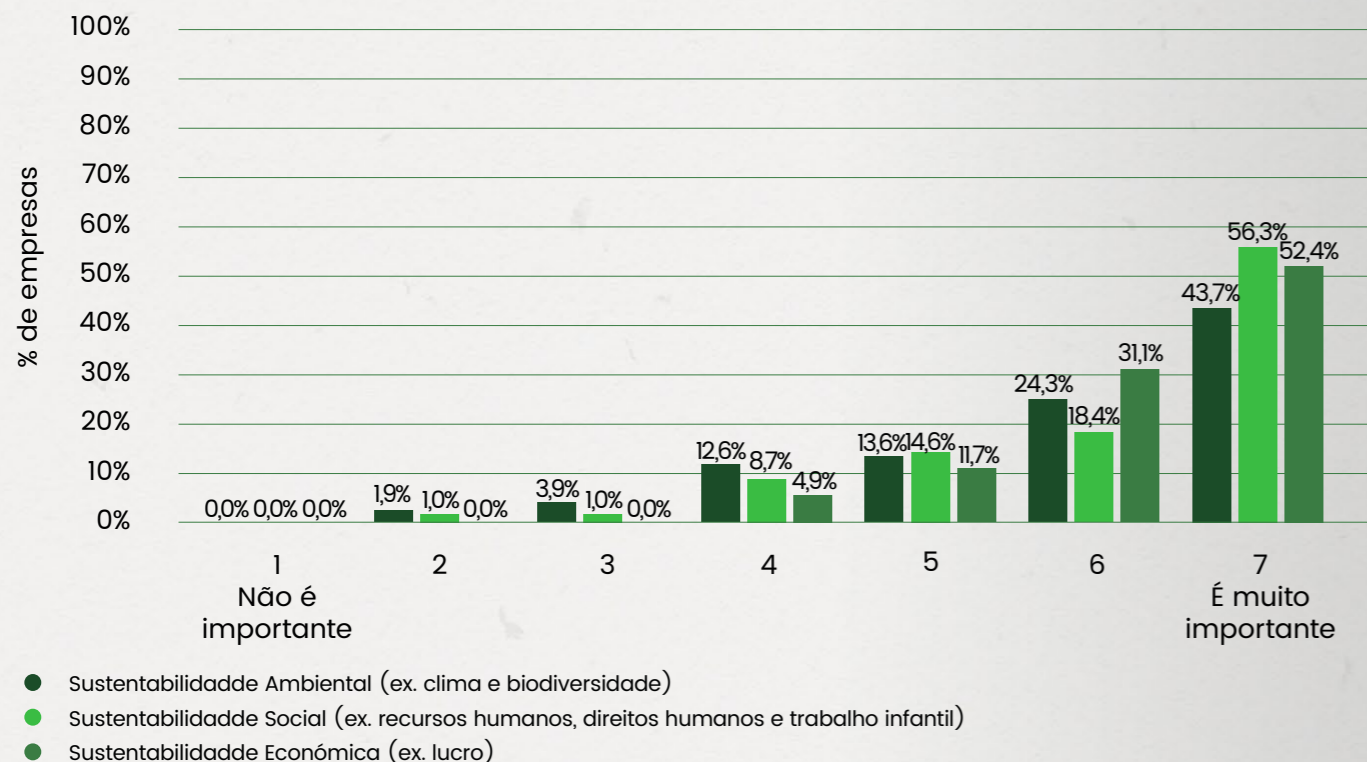
Em contrapartida, no caso das PMEs, estas descrevem em valor superior face ao Ano 1, a adoção de uma estratégia geral de criação de valor para os *stakeholders* (PMEs, Ano 1: 65,0%; PMEs, Ano 2: 70,4%).

À luz do compromisso do *Business Roundtable* americano em 2019 e do *Business Roundtable* português, assiste-se a um grande compromisso das empresas portuguesas para com todos os seus *stakeholders*, além da preocupação apenas com a geração de valor para os *shareholders* (acionistas).

Figura 5.2.9.

Qual a importância dos próximos três temas de sustentabilidade para a sua empresa? [Ano 1]

Grandes Empresas



PMEs

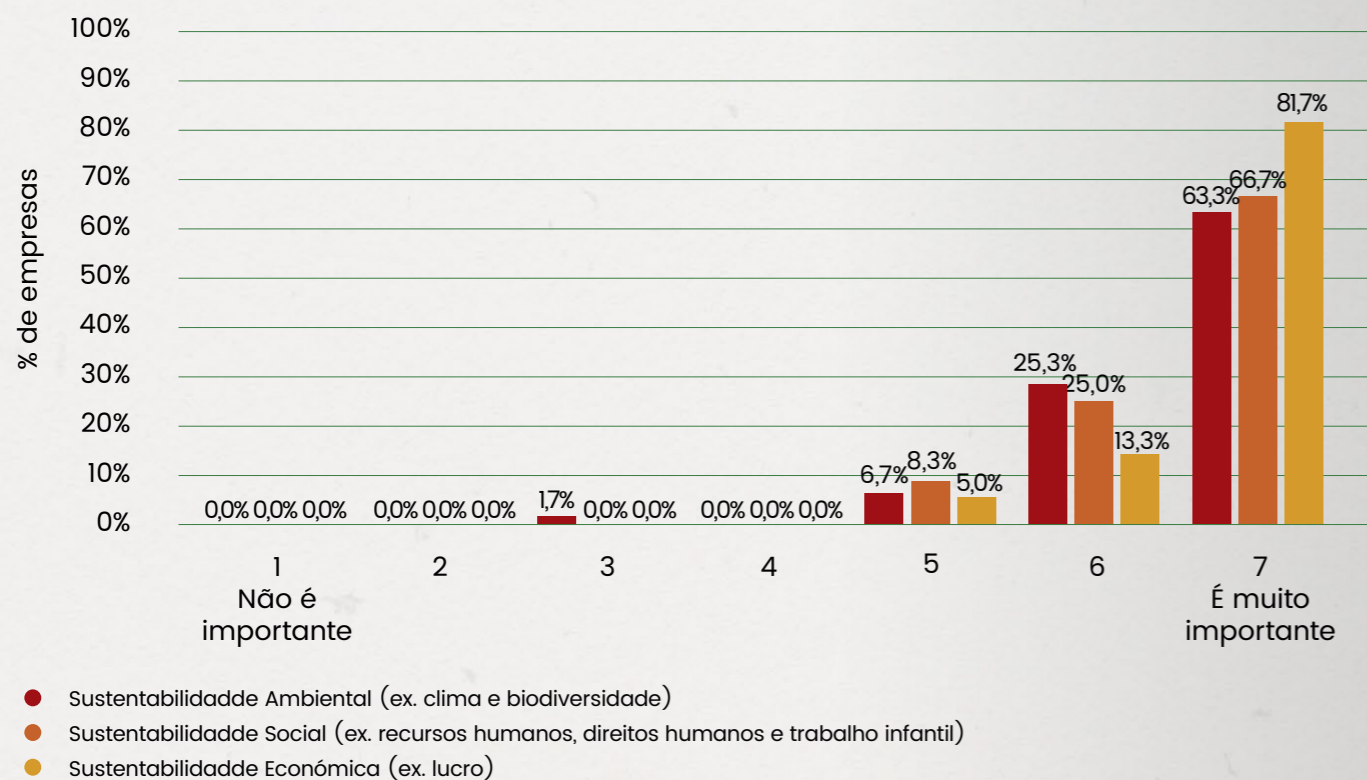


Figura 5.2.10.

Qual a importância que a sua empresa dá à Sustentabilidade Ambiental? // Como perceciona o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Sustentabilidade Ambiental? [Ano 2 — GEs]

(GEs: Questões 8 e 9)

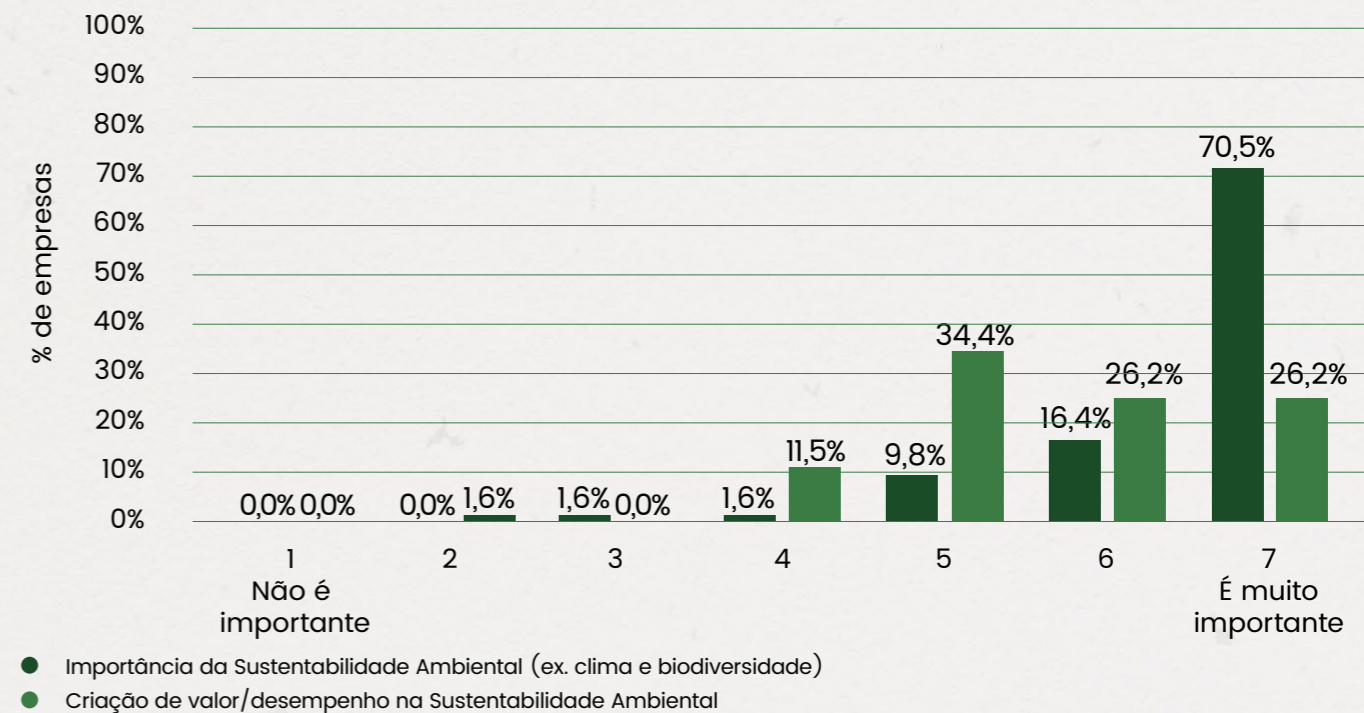


Figura 5.2.11.

Qual a importância que a sua empresa dá à Sustentabilidade Social? // Como perceciona o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Sustentabilidade Social? [Ano 2 — GEs]

(GEs: Questões 8 e 9)

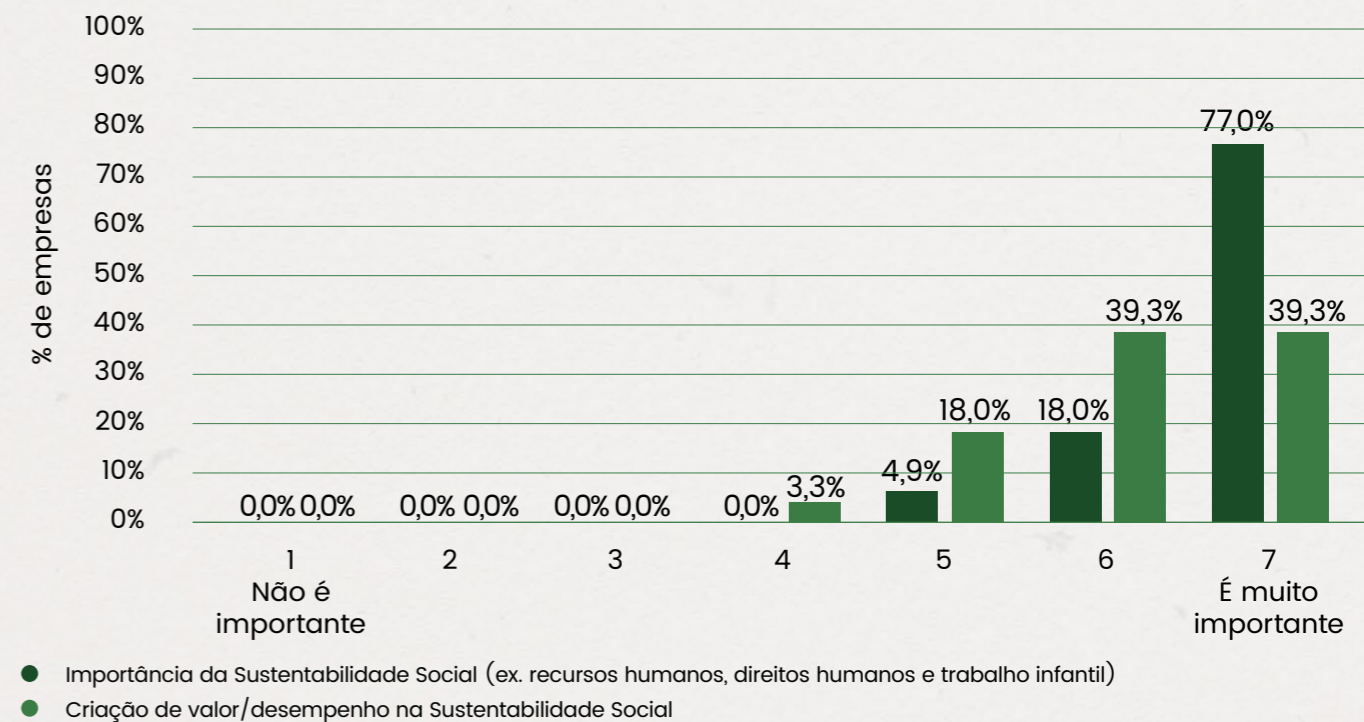


Figura 5.2.12.

Qual a importância que a sua empresa dá à Sustentabilidade Económica? // Como percebe o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Sustentabilidade Económica? [Ano 2 — GEs]

(GEs: Questões 8 e 9)

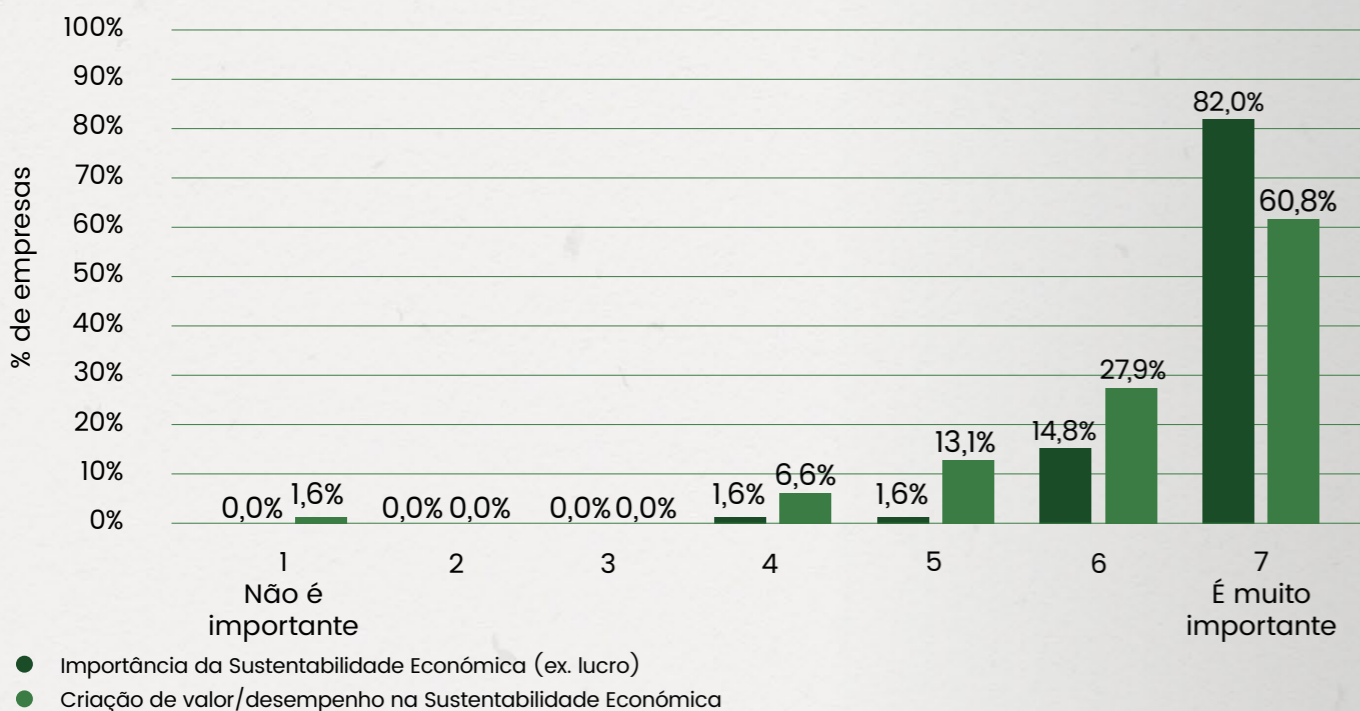
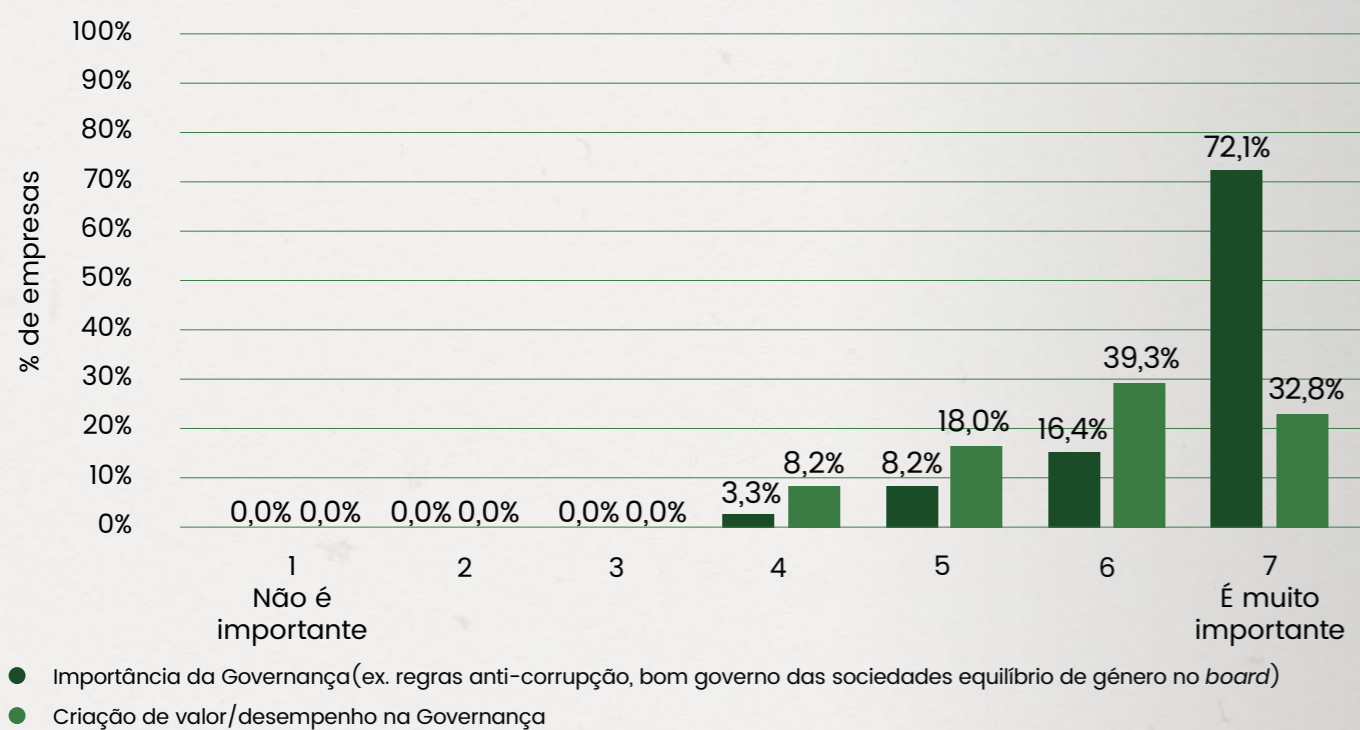


Figura 5.2.13.

Qual a importância que a sua empresa dá à Governança? // Como percebe o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Governança? [Ano 2 — GEs]

(GEs: Questões 8 e 9)



Os quatro temas da sustentabilidade (económica, social, ambiental e governança) revelam-se muito importantes para as empresas. A grande maioria das organizações classificou com nível acima de 5 a importância e desempenho/criação de valor dos quatro temas de sustentabilidade. Em termos gerais, a importância atribuída é semelhante ao Ano 1 do projeto. No caso das Grandes Empresas (Ano 2), a maioria classificou como muito importante a sustentabilidade ambiental (70,5%), contudo a criação de valor/desempenho ainda fica aquém da importância atribuída (26,2%). Existe assim um grande *gap* entre importância e efetiva criação de valor no Ano 2 do projeto. O mesmo padrão de importância *versus* criação de valor/desempenho acontece com a sustentabilidade social (77% *versus* 39,3%), sustentabilidade económica (82,0% *versus* 50,8%) e Governança (72,1% *versus* 32,8%), se bem que a diferença entre importância e criação de valor é menor na sustentabilidade social.

Esta evidência obtém-se também se forem somados os 3 últimos graus de importância (5, 6 e 7) (e.g., importância da sustentabilidade ambiental: 9,8% + 16,4% + 70,5% = 96,7%; e importância da sustentabilidade social: 4,9% + 18,0% + 77,0% = 99,9%) com a criação de valor (e.g., sustentabilidade ambiental: 34,4% + 26,2% + 26,2% = 86,8%; e sustentabilidade social: 18,0% + 39,3% + 39,3% = 96,6%), ainda que com grau de diferença inferior.

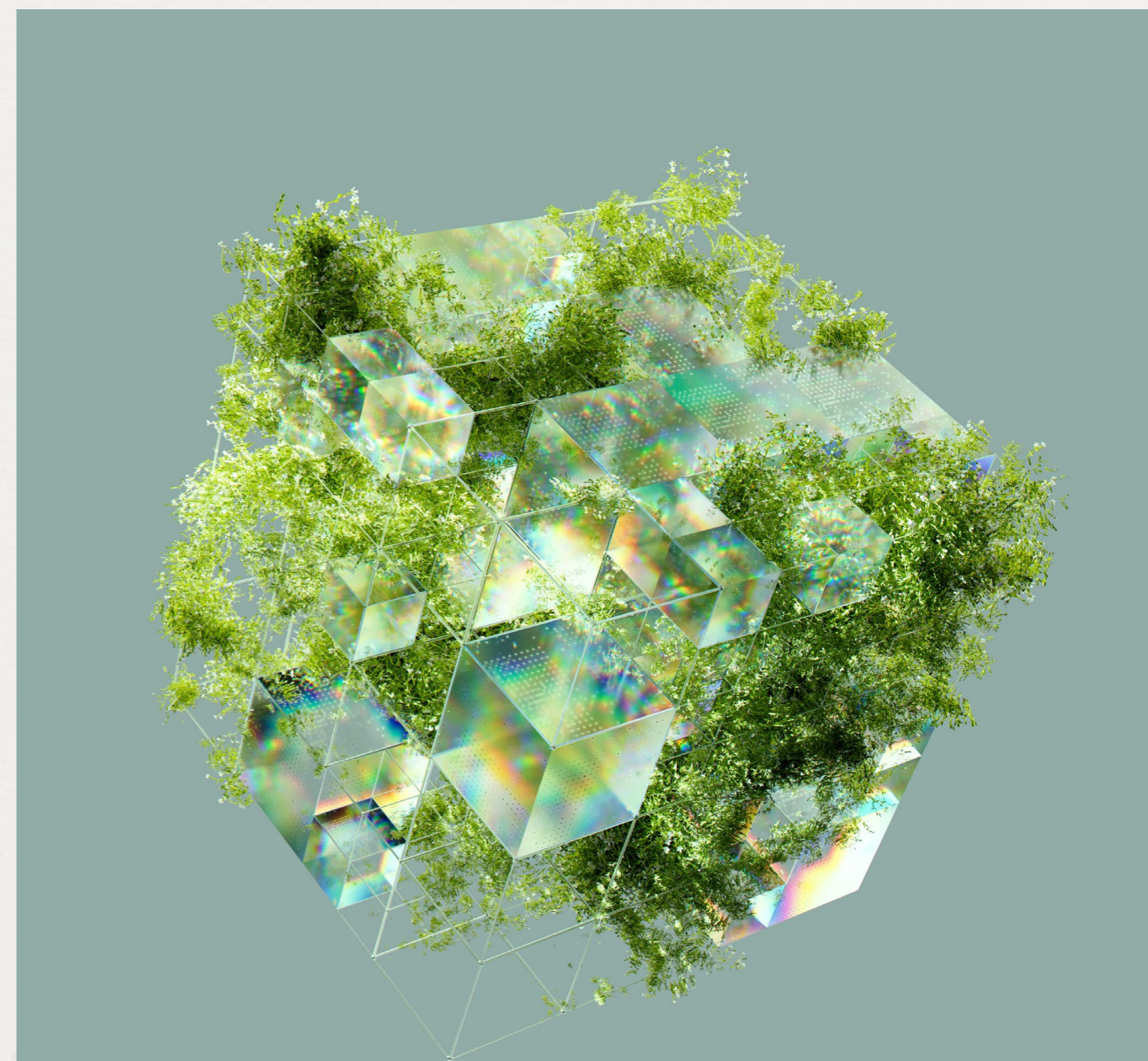


Figura 5.2.14.

Qual a importância que a sua empresa dá à Sustentabilidade Ambiental? // Como perceciona o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Sustentabilidade Ambiental? [Ano 2 — PMEs]

(PMEs: Questões 21 e 22)

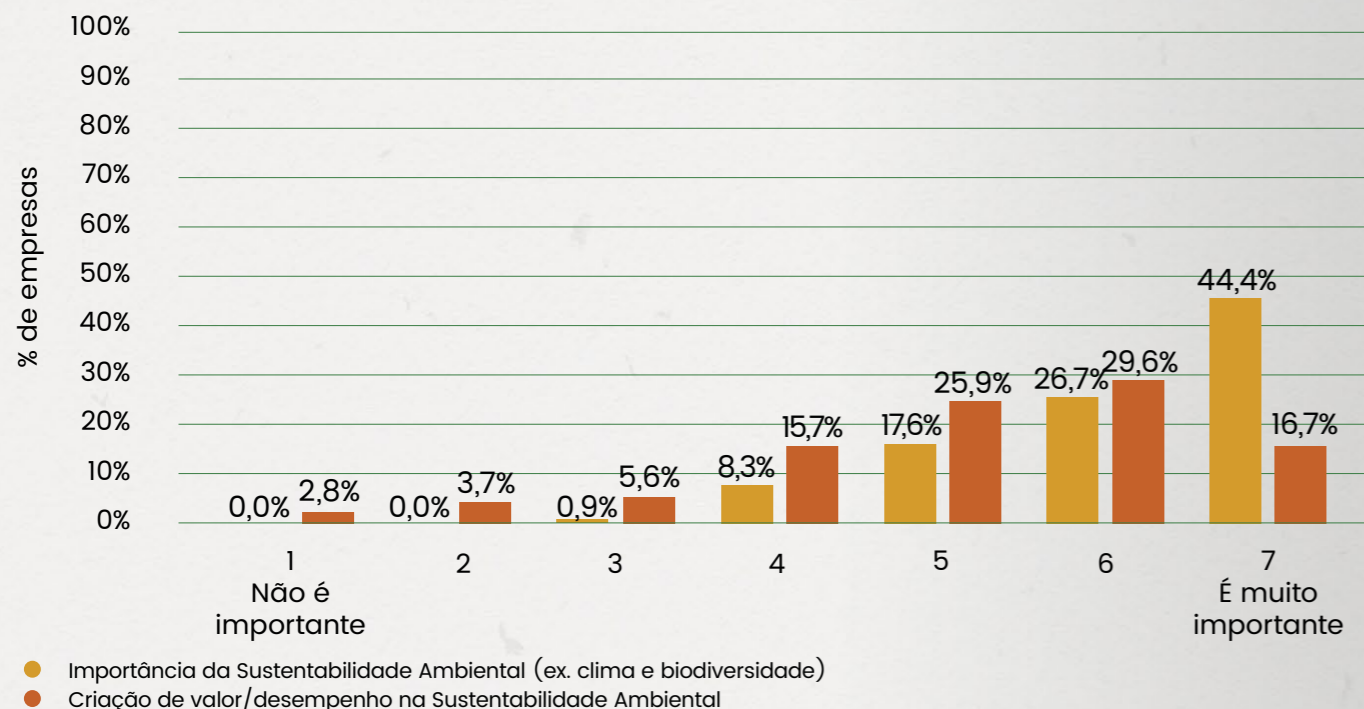


Figura 5.2.15.

Qual a importância que a sua empresa dá à Sustentabilidade Social? // Como perceciona o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Sustentabilidade Social [Ano 2 — PMEs]

(PMEs: Questões 21 e 22)

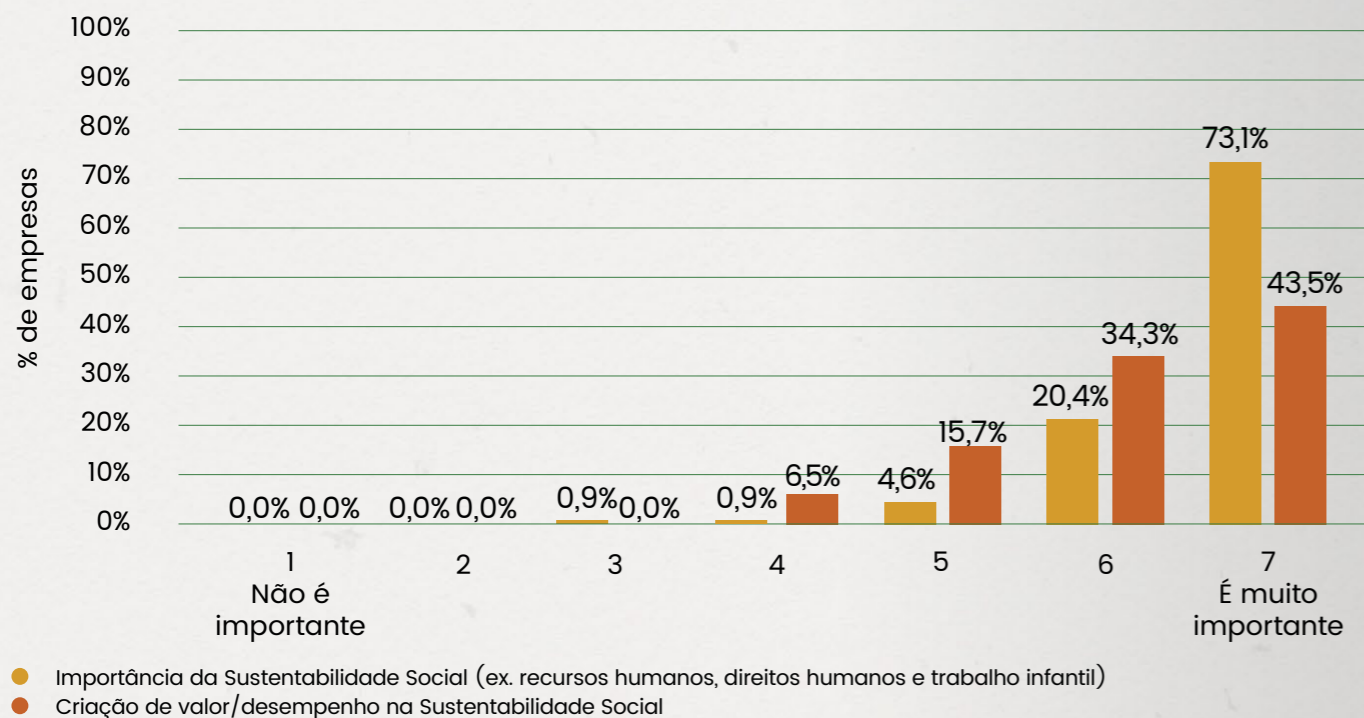


Figura 5.2.16.

Qual a importância que a sua empresa dá à Sustentabilidade Económica? // Como perceciona o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Sustentabilidade Económica? [Ano 2 — PMEs]

(PMEs: Questões 21 e 22)

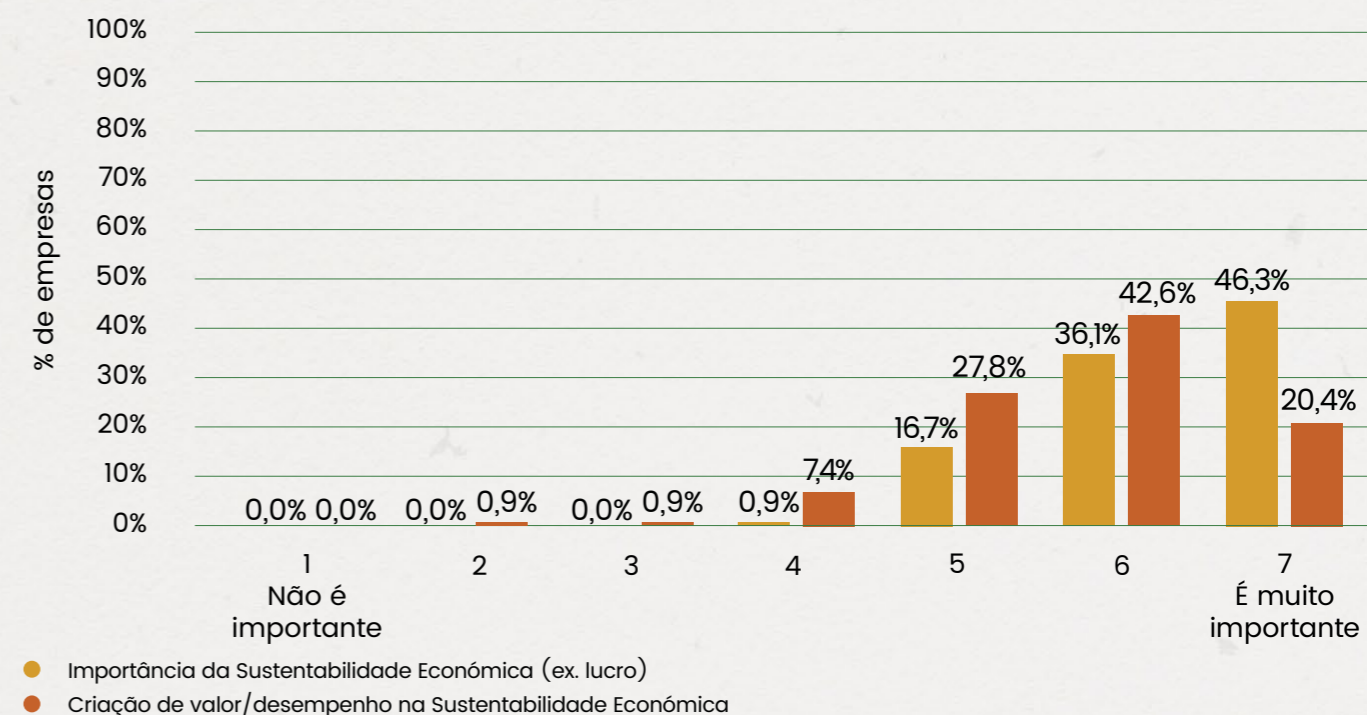
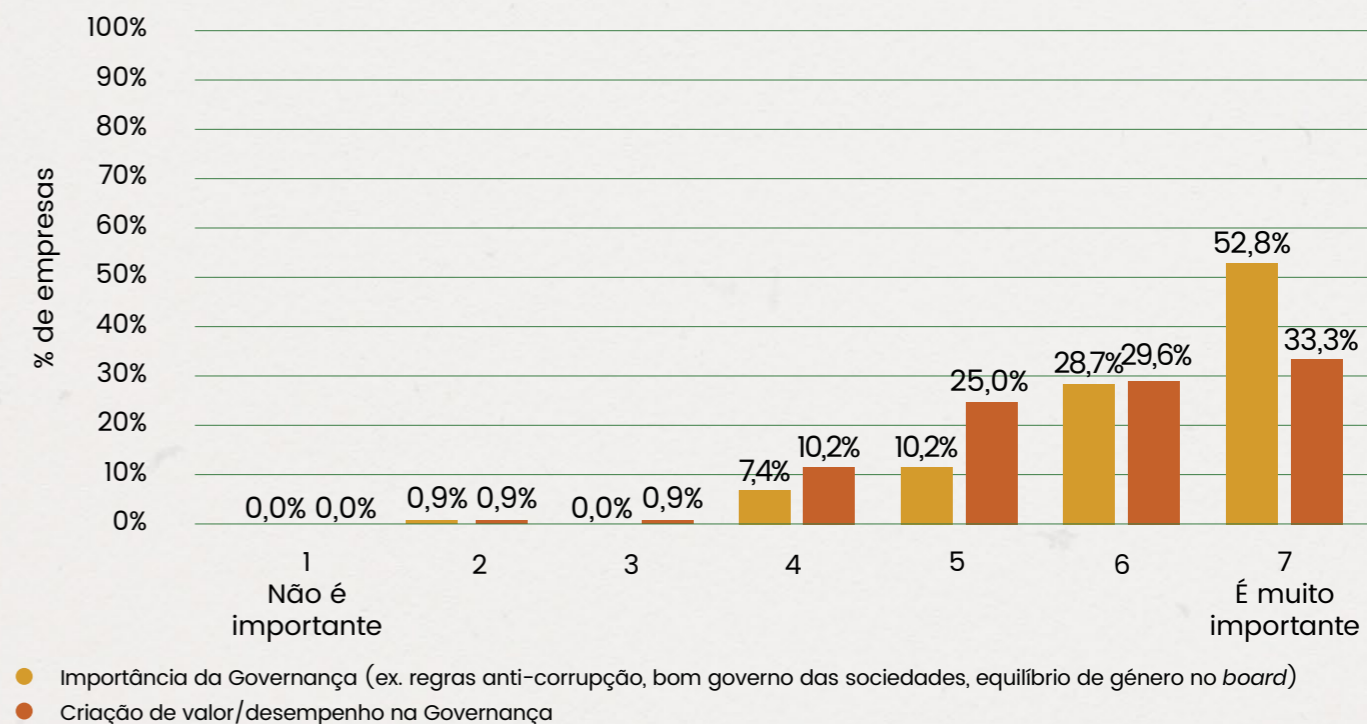


Figura 5.2.17.

Qual a importância que a sua empresa dá à Governança? // Como perceciona o seu desempenho/criação de valor (acrescentado) na Governança? [Ano 2 - PMEs]

(PMEs: Questões 21 e 22)



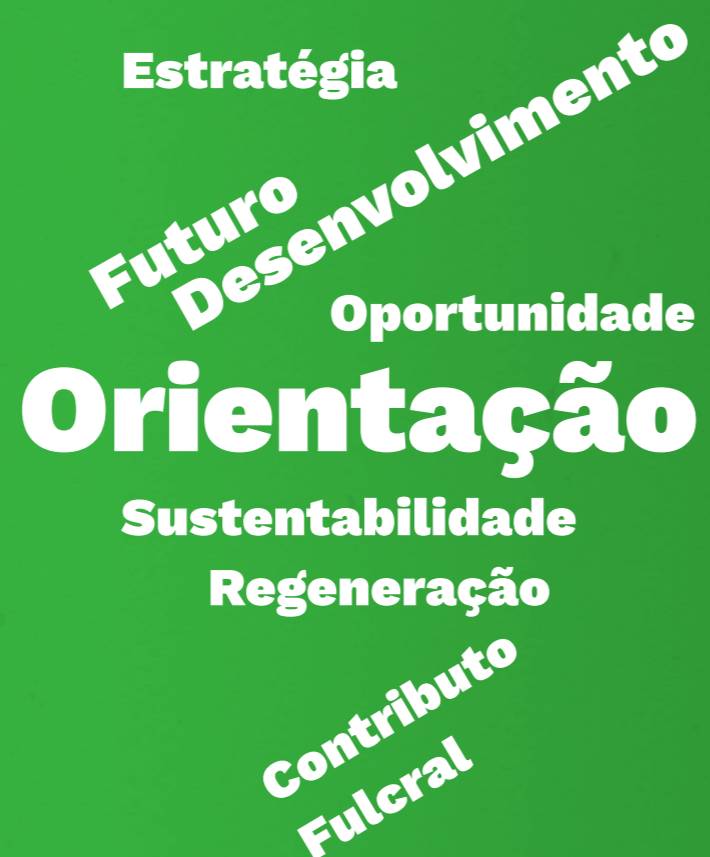
Os dados do Ano 2 são semelhantes aos resultados obtidos no Ano 1. No caso das PME, cerca de metade da amostra classificou como muito importante (valor de 7 numa escala de 1 a 7) a sustentabilidade ambiental (44,4%), contudo a criação de valor/desempenho ainda fica aquém da importância atribuída (16,7%). O mesmo padrão acontece com a sustentabilidade social (73,1% versus 43,5%), sustentabilidade económica (46,3% versus 20,4%) e governança (52,8% versus 33,3%), se bem que a diferença entre importância e criação de valor é menor na sustentabilidade social, tal como nas Grandes Empresas.

Somando os 3 últimos graus de importância — 5, 6 e 7 — (e.g., sustentabilidade ambiental: 17,6% + 26,7% + 44,4% = 88,7%; e sustentabilidade social: 4,6% + 20,4% + 73,1% = 98,1%) e a criação de valor (e.g., sustentabilidade ambiental: 25,9% + 29,6% + 16,7% = 72,2%; e sustentabilidade social: 15,7% + 34,3% + 43,5% = 93,5%) nas PME, verifica-se que, em termos gerais, a importância atribuída e criação de valor são maiores nas Grandes Empresas.

Adicionalmente, e conforme já descrito, a importância atribuída a cada uma das dimensões (i.e., sustentabilidade ambiental, sustentabilidade social, sustentabilidade económica e governança) é superior ao desempenho/criação de valor tanto nas Grandes Empresas quanto nas PME. Esta análise permite concluir que seria desejável uma maior operacionalização e criação de valor ambiental, social e económico e de governança de modo a que a diferença entre a importância atribuída e criação de valor seja menor.

Relevância dos ODS no contexto da empresa

Palavras-chave que caracterizam a relevância dos ODS (Grandes Empresas)



Nas Entrevistas realizadas, ao serem questionadas sobre como explicam o significado dos ODS para a sua empresa numa só palavra, mais de metade das Grandes Empresas entrevistadas (60,0%) associou os ODS a uma “fonte de orientação”, utilizando palavras como referencial, alinhamento, foco, farol, guia e *guidance* para descrever os ODS.

10,0% associam a “sustentabilidade” tendo um papel “fulcral”. As restantes empresas deram respostas variadas, no entanto todas as palavras associadas aos ODS têm uma conotação positiva e apontam para um caminho a seguir, tais como: “futuro”, “contributo”, “desenvolvimento”, “oportunidade”, “regeneração” e “estratégia”.

De seguida, as Grandes Empresas foram questionadas sobre como justificavam a sua escolha à pergunta anterior. De modo geral as respostas das empresas convergem nesta questão, tendo quase todas associado os ODS a um caminho a seguir e a um guia para as suas ações, mesmo quando anteriormente utilizaram diferentes palavras para caracterizar a relevância dos ODS. De facto, 70,0% afirmaram que estes são uma referência universal que ajuda a orientar as atuações da empresa (“Nós conseguimos comunicar uma linguagem universal. (...) ajudou-nos a orientar para aquilo que são objetivos universais”; “São um farol. (...) Alinhámos esses ODS com o nosso posicionamento e o nosso setor de atividade, depois definimos a nossa estratégia endereçando aqueles que fazem mais sentido para a natureza da nossa organização”; “Uma referência, um conjunto de temas selecionados e

critérios pensados, que nos servem de guia para orientar a nossa ação para um ou para um conjunto deles [ODS]”).

Foi indicado por três Grandes Empresas que a sua definição de temas materiais é feita com base nos 17 ODS e nos seus 169 *targets*, sendo desta forma possível definir a sua contribuição. Nas palavras de uma destas empresas: “sentimos a necessidade de identificar quais são aqueles temas que conseguimos ter um impacto maior (...) ao escolher, no nosso caso estes 7 ODS, é de facto importante focar naqueles que acreditamos que podemos fazer mais a diferença”

Adicionalmente, três outras empresas indicaram que os ODS estão completamente embebidos naquilo que fazem.

Foi ainda mencionado que os ODS são uma forma de manter a empresa competitiva no mercado (“Têm um carácter duplo, que é o efeito na imagem da empresa e do se alinhar com *peers*. É uma oportunidade, nessa perspetiva, porque se não trabalharmos os ODS, não fazemos algo que os nossos *peers* fazem”). Também são uma forma de aumentar a visibilidade de problemas sobre os quais as empresas têm a possibilidade de atuar e atenuar (“No fundo acaba por ser uma bandeira de alerta de temas que temos de ter presentes no nosso dia-a-dia, que sem dúvida é uma fonte de inspiração para que possamos regenerar áreas prioritárias para fazer uma mudança coletiva daquilo que são temas grandes das sociedades, dos países, do mundo e das organizações, hoje em dia”).

Foi igualmente solicitado aos entrevistados das PME's para indicarem numa palavra o significado de ODS para a sua empresa.

Palavras-chave que caracterizam a relevância dos ODS no contexto da empresa (PME's)

Compromisso

Objetivos

Desconhecimento
Nada
Contribuição para a sociedade
Inovação
Vital
Expetativa

Oportunidade de Negócio

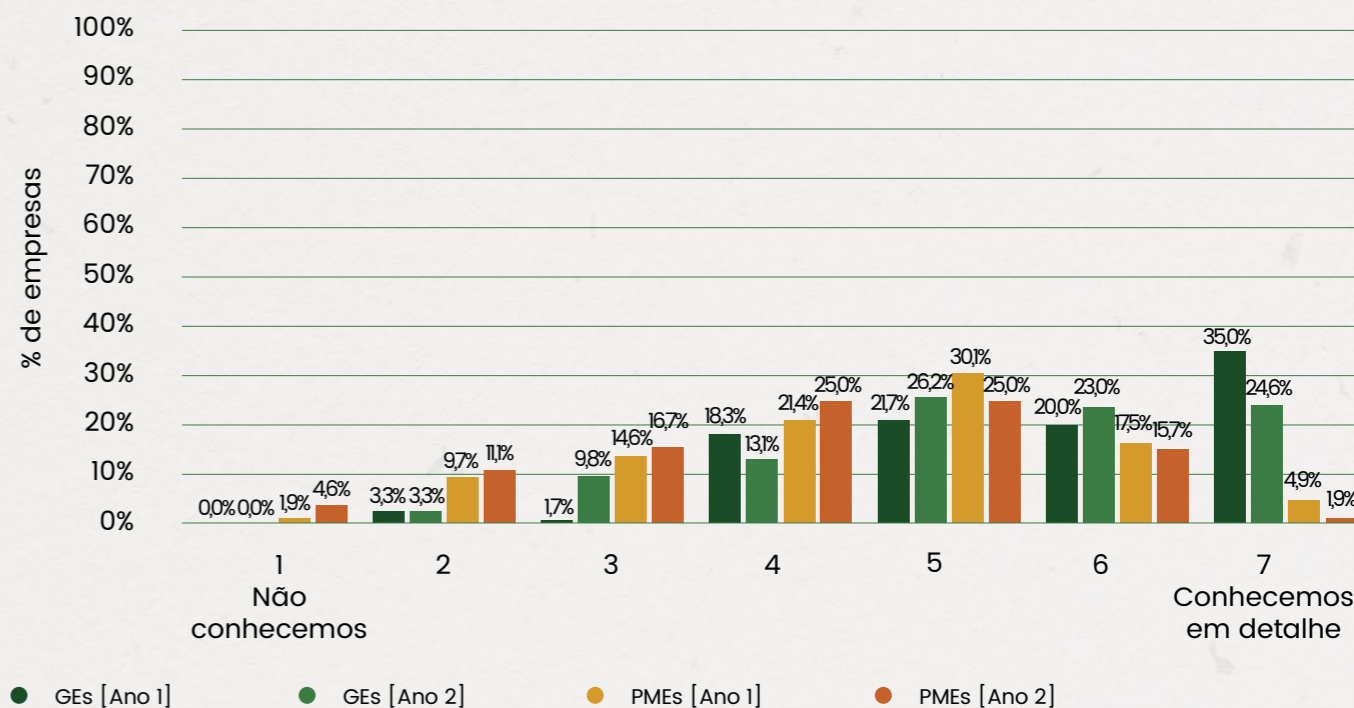
De modo geral as respostas dadas pelas 10 PME's estão mais dispersas do que no caso das Grandes Empresas, ainda que tenham sempre associado aos ODS uma conotação positiva, como é possível observar na nuvem de palavras. Efetivamente, na perspetiva das PME's, os ODS são vistos como sendo vitais, uma fonte de inovação, uma forma de contribuir positivamente para a sociedade, bem como um compromisso da sua parte. Destaca-se a menção dos ODS como sendo um compromisso, pois foi referida por 2 empresas.

De seguida foi perguntada a razão de escolha da palavra que associaram aos ODS. Com uma dispersão ligeiramente menor do que na questão anterior, a tendência é para uma maior consciência e compromisso com os ODS. As PME's compreendem o papel que têm de tomar no sentido da implementação dos ODS e reconhecem uma necessidade de cooperação para aprenderem com as iniciativas umas das outras. Os ODS aparecem como essenciais para o seu sucesso e sobrevivência no futuro ("São a base da vida da nossa empresa. Faz parte da cultura da organização"), mas também como uma forma de impactar a sociedade e o planeta. Os ODS são ainda vistos como uma responsabilidade e um fator de diferenciação, como meio de inovar no produto e contribuir para melhorias tecnológicas ("A sustentabilidade para nós é aliada à inovação, não dá para desligar uma da outra (...) Isto pode ser um *win-win*. Posso pegar nesta inovação e posso aumentar o nível de vida do meu produto, fazer um *upgrade* (...) e ganho dinheiro na mesma [com a sustentabilidade]") e para consciencializar os *stakeholders* ("começamos a explorar mais os ODS e todos os *stakeholders* começaram a falar de ODS e começámos a parecer os especialistas de ODS, mesmo sem o sermos"). Numa perspetiva mais desafiadora, verifica-se ainda alguma dificuldade para iniciar o envolvimento em iniciativas de sustentabilidade e a frustração por falta de evolução neste sentido. Por fim, uma das empresas indicou não ter consciência ou conhecimento sobre os ODS, mas ter a intenção de começar a trabalhar mais o tema.

Figura 5.2.18.

Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa?

GES Ano 2: Questão 10; PME's Ano 2: Questão 23)



No Ano 2, 73,8% (26,2% + 23,0% + 24,6%) das Grandes Empresas indicam ter algum conhecimento detalhado dos ODS, sendo que destas, 24,6% consideram ter conhecimento em detalhe dos ODS (nível 7, numa escala de 1 a 7). Não existe nenhuma Grande Empresa a reportar que não conhece os ODS.

Verifica-se que o conhecimento reportado é inferior quando comparado com o Ano 1. No Ano 1, 76,7% (35,0% + 20,0% + 21,7%) das Grandes Empresas indicaram ter algum conhecimento a conhecimento detalhado dos ODS. Neste mesmo Ano 1, 35% destas consideram ter conhecimento em detalhe dos ODS (nível 7).

O mesmo padrão se verifica no caso das PME's. No Ano 2, 42,6% reportam ter algum conhecimento detalhado dos ODS (25,0% + 15,7% + 1,9%). Comparativamente ao Ano 1, verifica-se que o conhecimento no Ano 2 é inferior (30,1% + 17,5% + 4,9% = 52,5%).

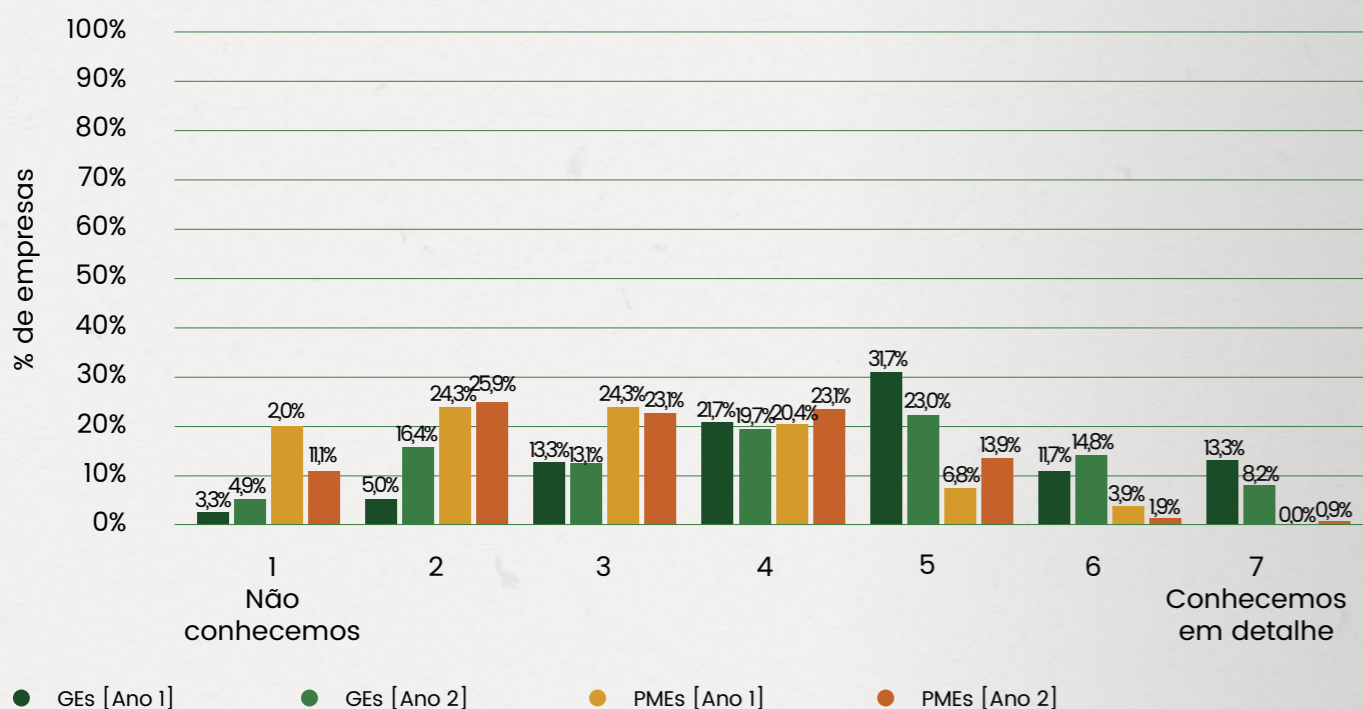
É de realçar que o conhecimento dos ODS é superior nas Grandes Empresas

Estes resultados (inferiores no Ano 2) sugerem uma possível maior consciencialização em relação aos ODS o que leva as empresas a serem mais cautelosas na classificação do seu nível de conhecimento, comparativamente ao Ano 1, pois as empresas reportam menor conhecimento, apesar de este valor poder não ter potencialmente diminuído.

Figura 5.2.19.

Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets dos ODS na sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão 11; PMEs Ano 2: Questão 24)

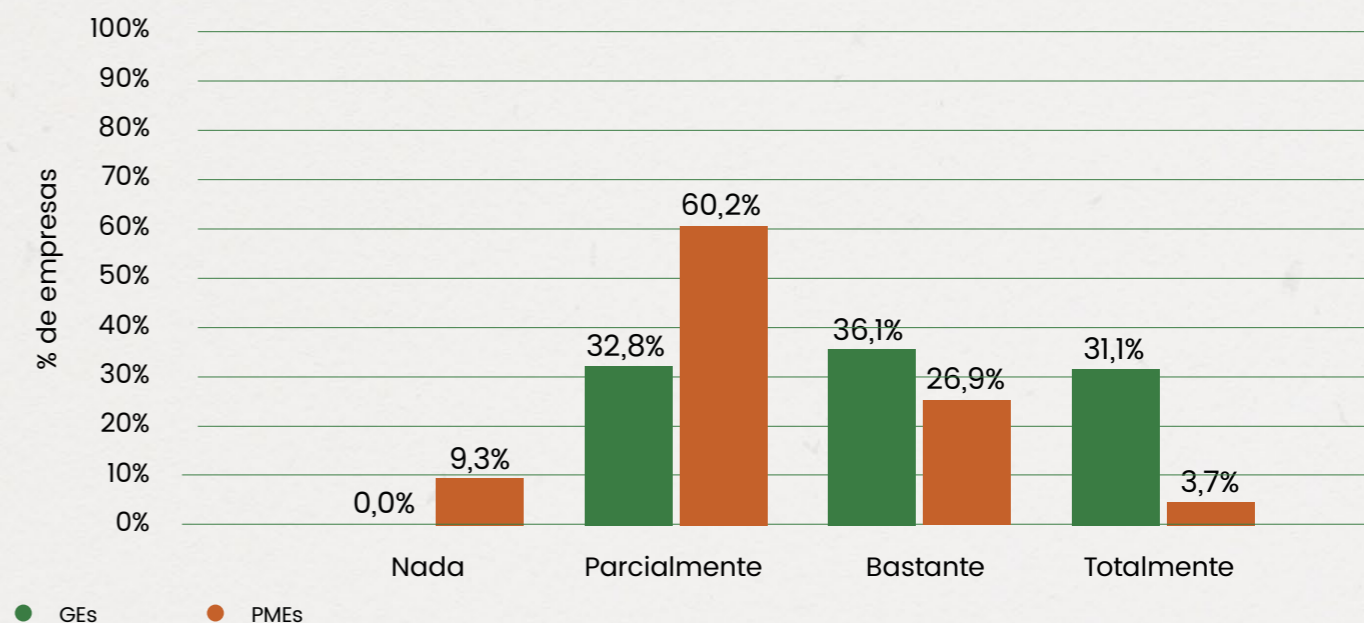


No Ano 2, cerca de metade das Grandes Empresas (23,0% + 14,8% + 8,2% = 46,0%) conhece ou conhece em detalhe os 169 targets da Agenda dos ODS para 2030. Este número é inferior aos 73,8% de conhecimento dos 17 ODS, como seria de esperar, mas ainda assim bastante significativo. No caso das PMEs verifica-se que apenas 16,7% conhece ou conhece em detalhe os 169 targets da Agenda dos ODS para 2030 (13,9% + 1,9% + 0,9%). Este valor, inferior ao conhecimento dos ODS (42,6%), sugere que as PMEs precisam de maior atuação neste campo para obterem mais conhecimento dos ODS e dos seus targets. À semelhança do conhecimento sobre os ODS, verifica-se que o conhecimento reportado sobre os targets dos ODS era superior no Ano 1. Os resultados sugerem mais uma vez que este fenómeno pode resultar de uma maior consciencialização sobre aquilo que são os ODS e os seus targets.

Figura 5.2.20.

Em que medida diria que os ODS estão incorporados na estratégia da sua empresa? [Ano 2]

(GEs: Questão 12; PMEs: Questão 25)



A maior parte das Grandes Empresas (36,1%) refere que os ODS estão bastante incorporados na sua estratégia. Relativamente às PMEs, a maioria reporta que os ODS estão parcialmente incorporados na estratégia da empresa (60,2%). No que diz respeito à opção "totalmente incorporados" verifica-se uma prevalência das Grandes Empresas face às PMEs (31,1% versus 3,7%).

No que diz respeito à incorporação dos ODS na estratégia empresarial, 25,0% das Grandes Empresas entrevistadas afirmaram nas suas respostas aos questionários que os ODS estão "totalmente" incorporados na sua estratégia. 40,0% afirmaram que os ODS estão "bastante" incorporados e 35,0% indicaram que estão "parcialmente" incorporados. Nenhuma empresa disse que os ODS não estão incorporados.

Nas Entrevistas, quando questionadas sobre como escolhem os seus ODS prioritários, 50,0% das Grandes Empresas afirmaram realizar um processo de análise de materialidade, auscultação aos stakeholders e análise das tendências do setor. **"Perceber o contexto é fundamental"**, cita uma das empresas entrevistadas. **"É um processo complexo. Fizemos uma auscultação aos stakeholders, análise de dupla materialidade e associação dos temas identificados na matriz aos ODS. Depois, revemos a estratégia para identificar de que forma os eixos estratégicos cruzando com os temas materiais e os ODS"**.

Para 30,0% das empresas, o processo prende-se com a identificação dos ODS onde pretendem fazer a diferença. Uma das empresas entrevistadas revela que além de escolher os ODS que estão relacionados diretamente com a atividade, procura aqueles que têm também impacto na sociedade e no planeta. Finalmente, 15,0% disseram que os ODS não são escolhidos localmente, mas sim de acordo com o setor de atividade em que se encontram. Nas palavras de uma

Tabela 5.2.1.

Em que medida estão os ODS incorporados na sua estratégia (Questionários – Grandes Empresas)

Parcialmente	7
Bastante	8
Totalmente	5
Total	20

das empresas a escolha dos ODS **“surgiu naturalmente naquilo que são as competências da empresa”**.

Das empresas entrevistadas, 25,0% dizem olhar para os ODS e ver como estes se alinham com a estratégia. Estas empresas referem que o seu processo envolve uma avaliação da sua cadeia de valor e um subsequente mapeamento dos ODS impactados, bem como analisar aqueles que são os ODS que se identificam com os pilares e compromisso da empresa: **“Avaliamos a cadeia de valor, avaliamos as metas e percebemos como conseguimos potenciar os objetivos e metas que já estão definidos e identificámos os ODS que estão mais alinhados e começamos a trabalhar nestas metas”**; **“Foi um trabalho quase em conjunto perceber os pilares e os ODS e quais se encaixavam”**; **“Definimos qual é o compromisso da [empresa] a nível de sustentabilidade — essencialmente a nível ambiental e social — e depois com os vários compromissos, objetivos e metas que definimos, fomos ver de que forma direta ou indiretamente é que contribuímos, não para os ODS em particular, mas sim para as metas”**.

Por outro lado, 20,0% das Grandes Empresas olham para aquilo que fazem e veem de que forma as suas práticas se alinham com os ODS. De facto, estas empresas baseiam a sua decisão de escolha dos ODS que querem impactar após observarem e analisarem o contexto em que operam: **“Escolhemos os ODS em função das atividades que realizamos”**; **“a escolha dos ODS é um processo natural, associado às atividades que desempenhamos”**.

No que diz respeito às PMEs, ao serem inquiridas sobre

Tabela 5.2.2.

Em que medida estão os ODS incorporados na sua estratégia (Questionário — PMEs)

Nada	2
Parcialmente	2
Bastante	5
Totalmente	1
Total	10

o nível a que incorporam os ODS nas suas estratégias nos questionários as opiniões variaram. 10,0% das PMEs entrevistadas disseram que os ODS estão totalmente incorporados na estratégia, enquanto 20,0% afirmaram que não estão “nada” incorporados e 20,0% que estão “parcialmente” incorporados. A maior parte da amostra (50,0%) disse que os ODS estão “bastante” incorporados. A PME que afirma ter os ODS “totalmente” incorporados na sua estratégia desenvolveu um processo para analisar de que forma as suas práticas estão alinhadas com os ODS e o que ainda não fazem, mas gostariam de fazer. Ou seja, analisaram quais ODS que não tocam, mas para os quais gostariam de contribuir. Assim, **“identificamos um conjunto de práticas que não tínhamos e gostaríamos de ter. Há práticas, portanto, que não estavam no plano estratégico e passaram a estar”** depois desta análise. As empresas que afirmam adotar “bastante” os ODS escolhem aqueles que estão associados ao *core* do seu negócio e/ou alinhados com aquilo que fazem no dia a dia. Uma dessas empresas afirma ainda que não houve processo de escolha formal dos ODS, mas que os mesmos **“estão implícitos em tudo o que fazemos”**.

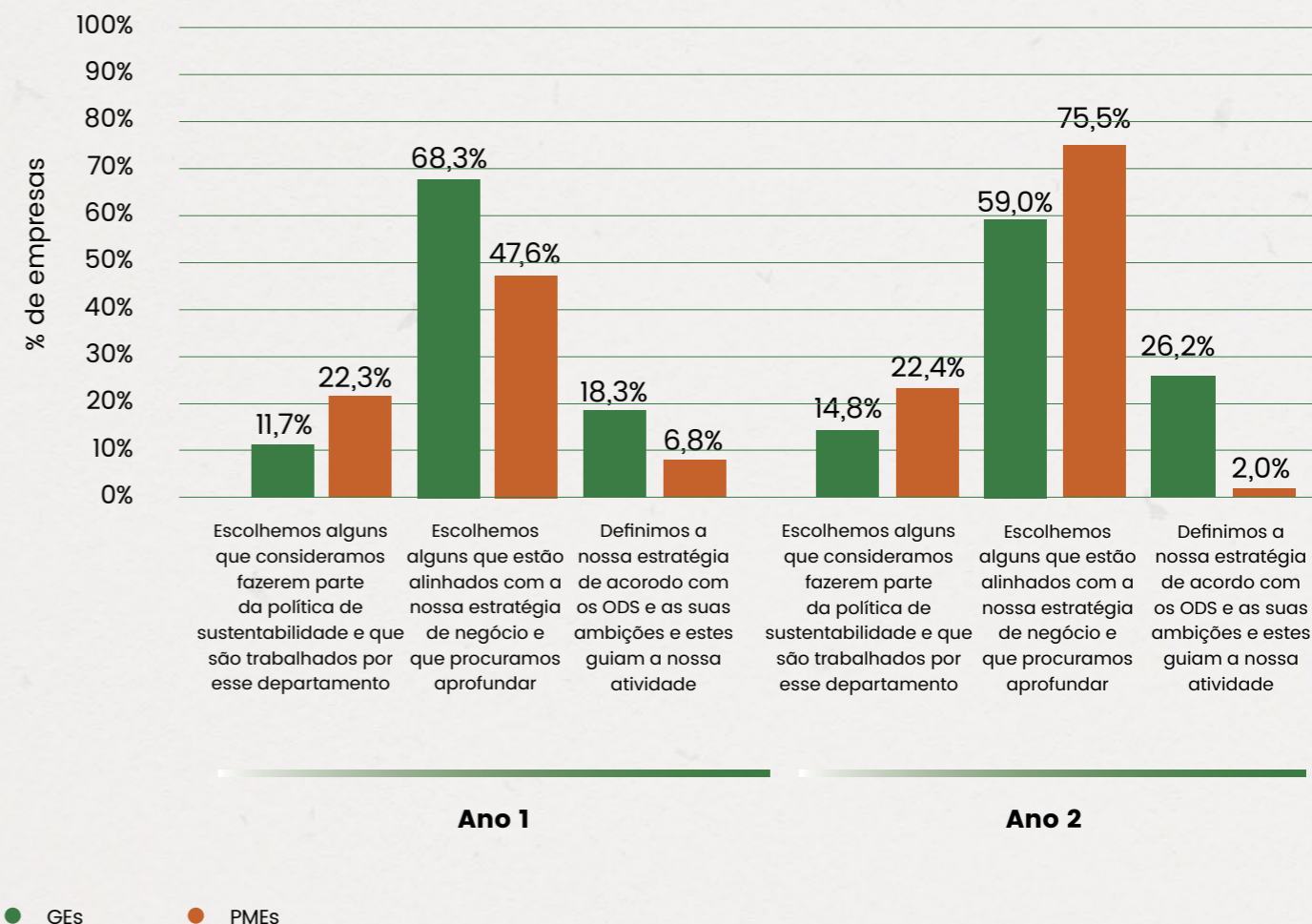
As empresas que adotam parcialmente os ODS também relatam que os mesmos estão incorporados de forma implícita na sua atividade e que não houve um processo de escolha formal dos ODS. **“Os ODS estão embutidos na estratégia; tem a ver com o modelo de negócio”**, afirma uma das entrevistadas. Uma outra empresa refere que a sustentabilidade é algo intrínseco ao negócio: **“Não temos um Relatório de Sustentabilidade, não temos nada escrito... nós fazemos as coisas quase por instinto”**.

Dentro das empresas que dizem que os ODS não estão “nada” incorporados na sua estratégia, uma de facto não trabalha este tema, enquanto a outra afirma que, de alguma forma, procura perceber o alinhamento dos ODS com a atividade da empresa, mas ainda não os incorpora de forma estratégica.

Figura 5.2.21.

Qual a frase que melhor descreve a forma como estão incorporados os ODS na estratégia da sua empresa?

(GEs Ano 1: N=60; GEs Ano 2: N=61; PMEs Ano 1: N=103; PMEs Ano 2: N=98)
(GEs Ano 2: Questão 12.A; PMEs Ano 2: Questão 25.A)

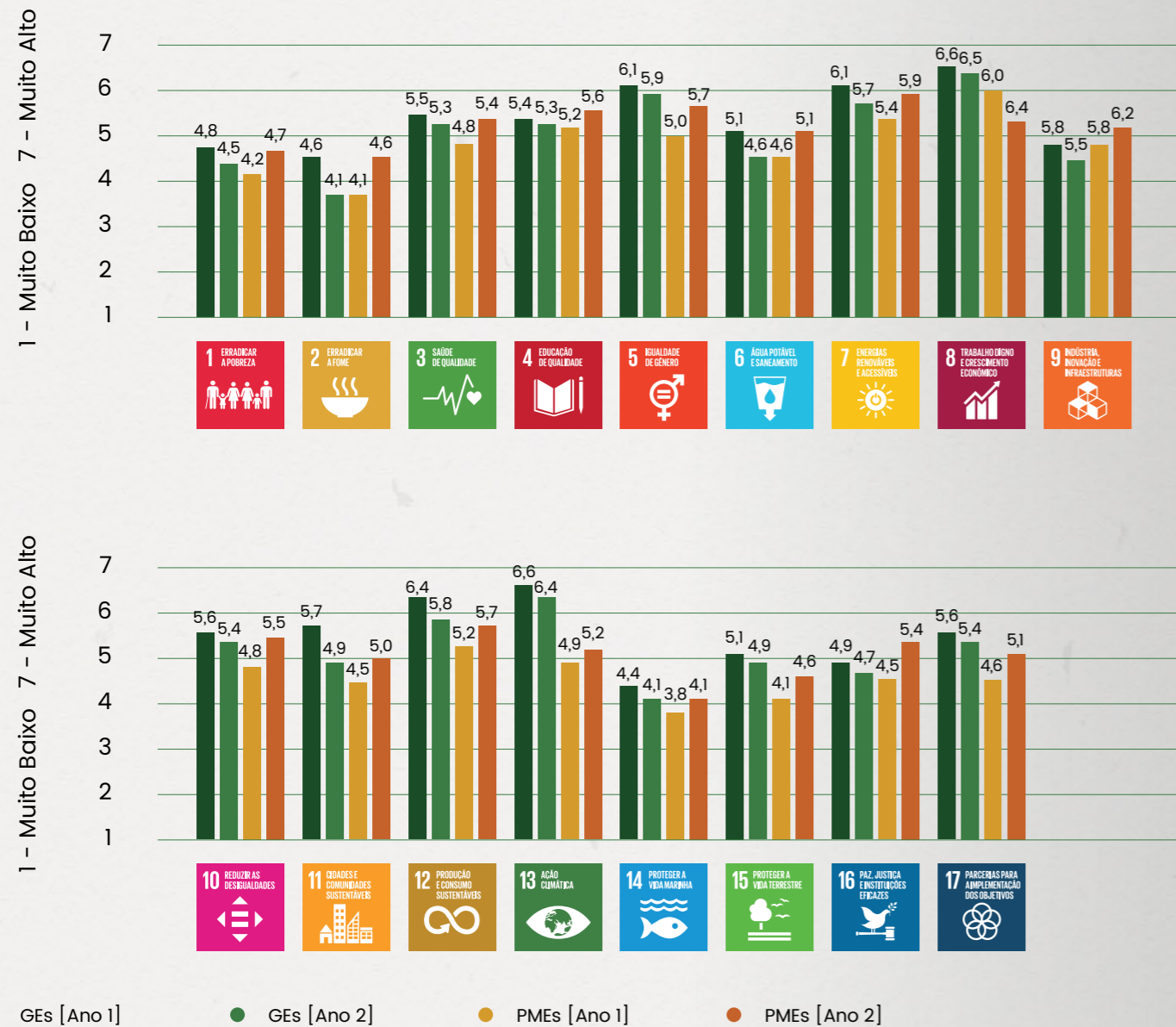


Tanto no Ano 1 como no Ano 2, verifica-se que a afirmação que melhor descreve a forma como estão incorporados os ODS na estratégia da empresa é “Escolhemos alguns que estão alinhados com a nossa estratégia de negócio e que procuramos aprofundar”. Verifica-se ainda que, cada vez mais, as Grandes Empresas definem a estratégia de acordo com os ODS e as suas ambições, e estes guiam a atividade (26,2%), o que demonstra um nível superior de alinhamento com estes objetivos.

Figura 5.2.22.

Classifique cada ODS de acordo com a importância estratégica para a sua empresa

(GEs Ano 2: Questão 13; PMEs Ano 2: Questão 26)



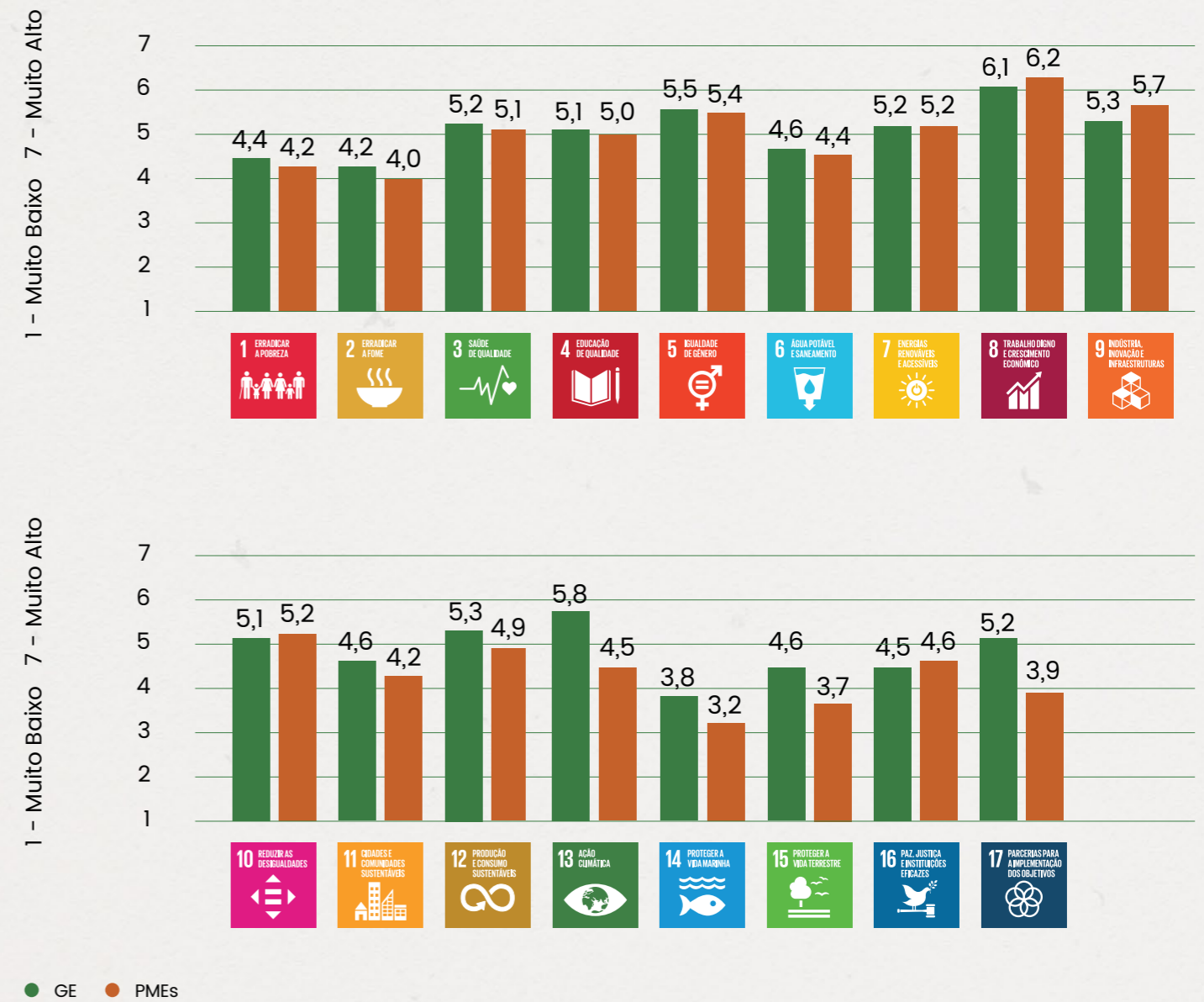
A importância atribuída aos ODS nas Grandes Empresas não diferiu muito do Ano 1, sendo que continuam a classificar como mais importantes o ODS 8, 12, 13, 5, 7 e 9. Já no caso das PMEs, no Ano 1 davam mais importância aos ODS sociais (ODS 1, 2, 3, 4 e 5); este ano destacam-se os ODS 5, 7, 8, 9 e 12. Estes ODS encontram-se mais próximos (no Ano 2) da escolha das Grandes Empresas.

No capítulo 4 deste relatório, gráfico 4.1, poderá encontrar evidências de como outros estudos mapeiam os ODS para os quais as empresas portuguesas mais contribuem.

Figura 5.2.23.

Classifique cada ODS de acordo com o contributo da sua empresa [Ano 2]

(GEs: Questão 13; PMEs: Questão 26)

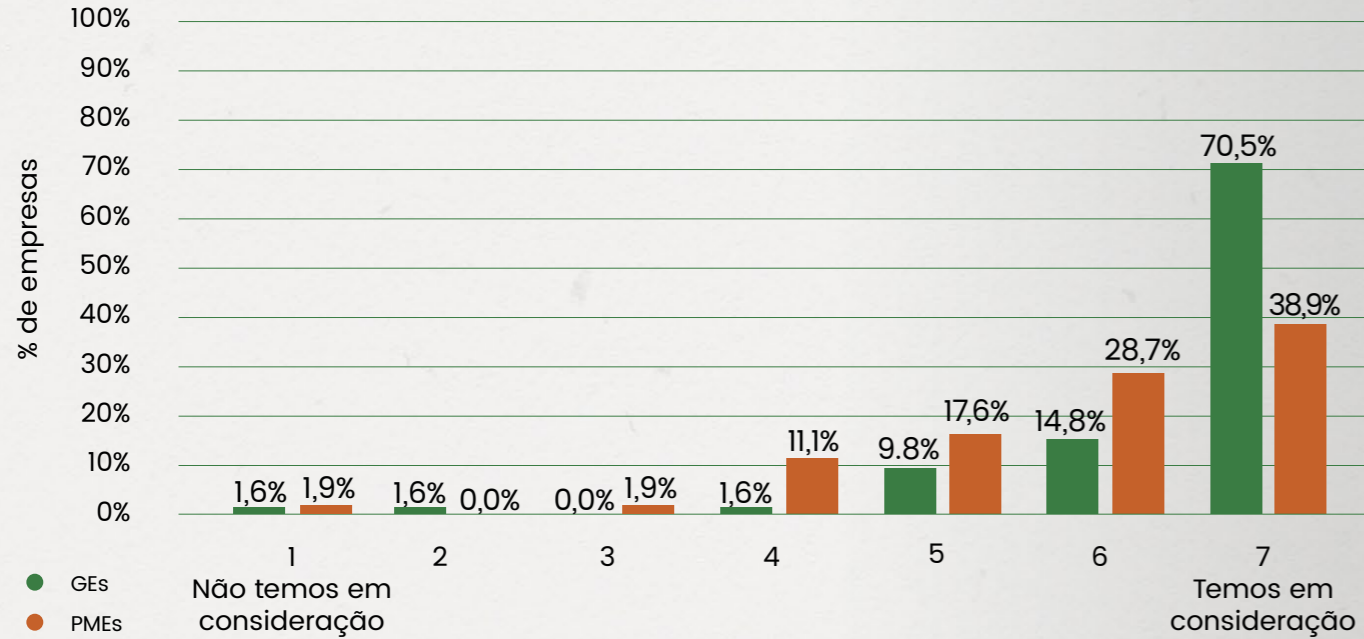


Quando questionadas sobre o seu contributo para cada ODS, verifica-se que o maior contributo é para os ODS 8 e 13, no caso das Grandes Empresas, e para os ODS 8 e 9 no caso das PMEs. Tanto Grandes Empresas como PMEs apresentam valores consideráveis no que diz respeito ao nível do contributo para alguns ODS específicos. Contudo, o *gap* entre importância atribuída e contributo efetivo continua a ser significativo, ou seja, a importância atribuída é superior ao contributo.

Figura 5.2.24.

Quando escolhemos os ODS estratégicos temos em conta a missão/visão da empresa [Ano 2]

(GEs: Questão 14; PMEs: Questão 27)

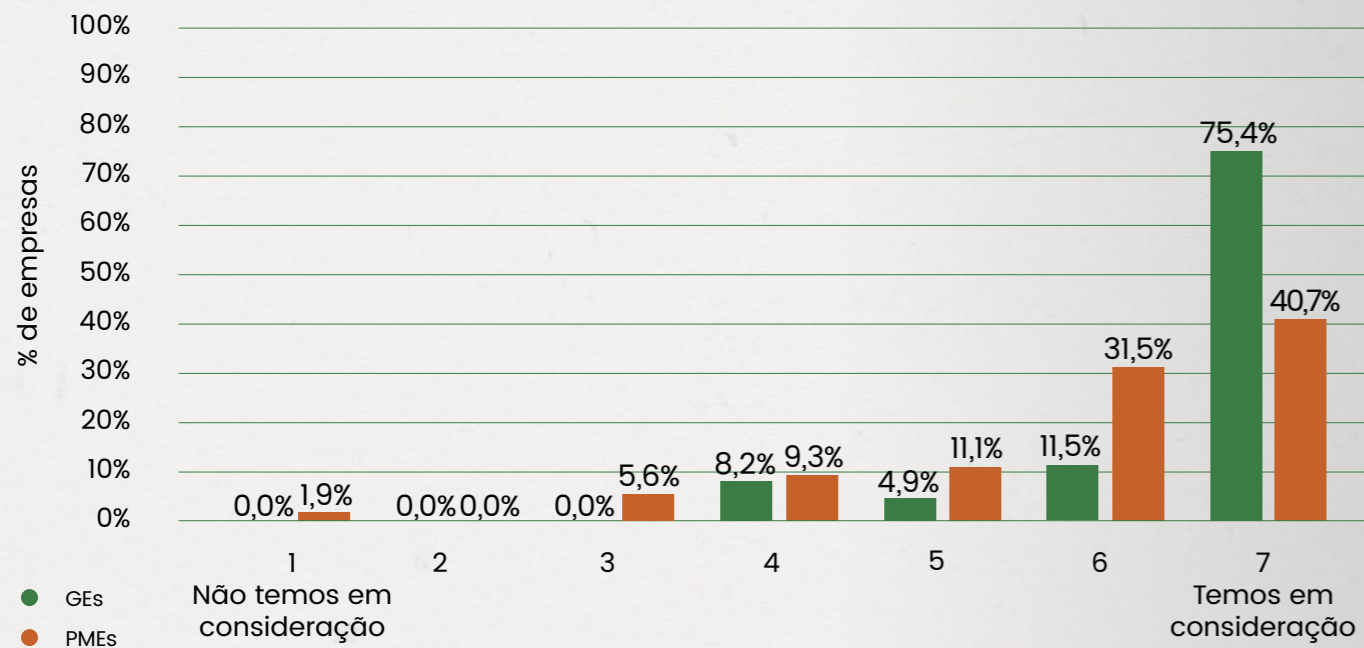


Quando questionadas sobre "Quando escolhemos os ODS estratégicos temos em conta a missão/visão da empresa", a maioria das empresas considera que sim (Grandes Empresas: 9,8% + 14,8% + 70,5% = 95,1%; PMEs: 17,6% + 28,7% + 38,9% = 85,2%).

Figura 5.2.25.

Quando escolhemos os ODS estratégicos temos em conta o propósito da empresa [Ano 2]

(GEs: Questão 14; PMEs: Questão 27)

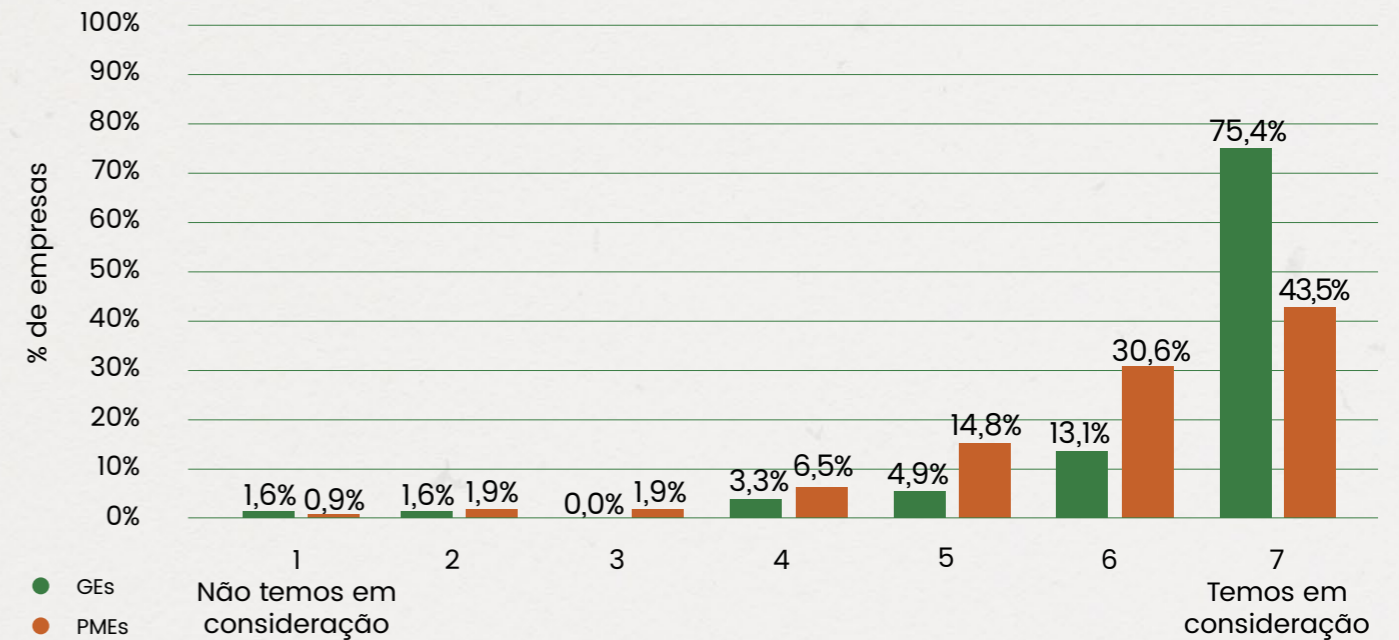


Quando questionadas sobre "Quando escolhemos os ODS estratégicos temos em conta o propósito da empresa", a maioria das empresas considera que sim (Grandes Empresas: 4,9% + 11,5% + 75,4% = 91,8%; PMEs: 11,1% + 31,5% + 40,7% = 83,3%).

Figura 5.2.26.

Quando escolhemos os ODS estratégicos temos em conta os valores da empresa [Ano 2]

(GEs: Questão 14; PMEs: Questão 27)

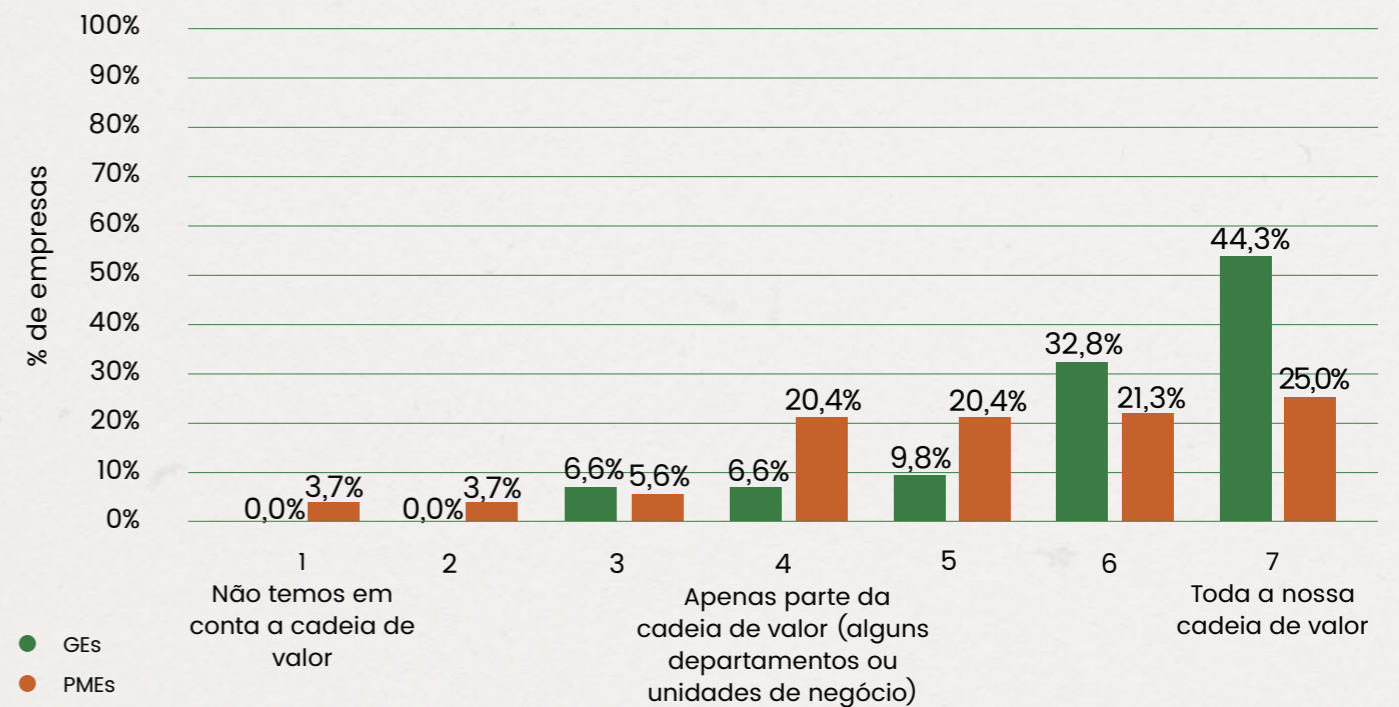


Quando questionadas "Quando escolhemos os ODS estratégicos temos em conta os valores da empresa", a maioria das empresas considera que sim (Grandes Empresas: 4,9% + 13,1% + 75,4% = 93,4%; PMEs: 14,8% + 30,6% + 43,5% = 88,9%). A diferença entre Grandes Empresas e PMEs não é considerável.

Figura 5.2.27.

Quando escolhemos os ODS estratégicos para a nossa empresa... [Ano 2]

(GEs: Questão 15; PMEs: Questão 28)

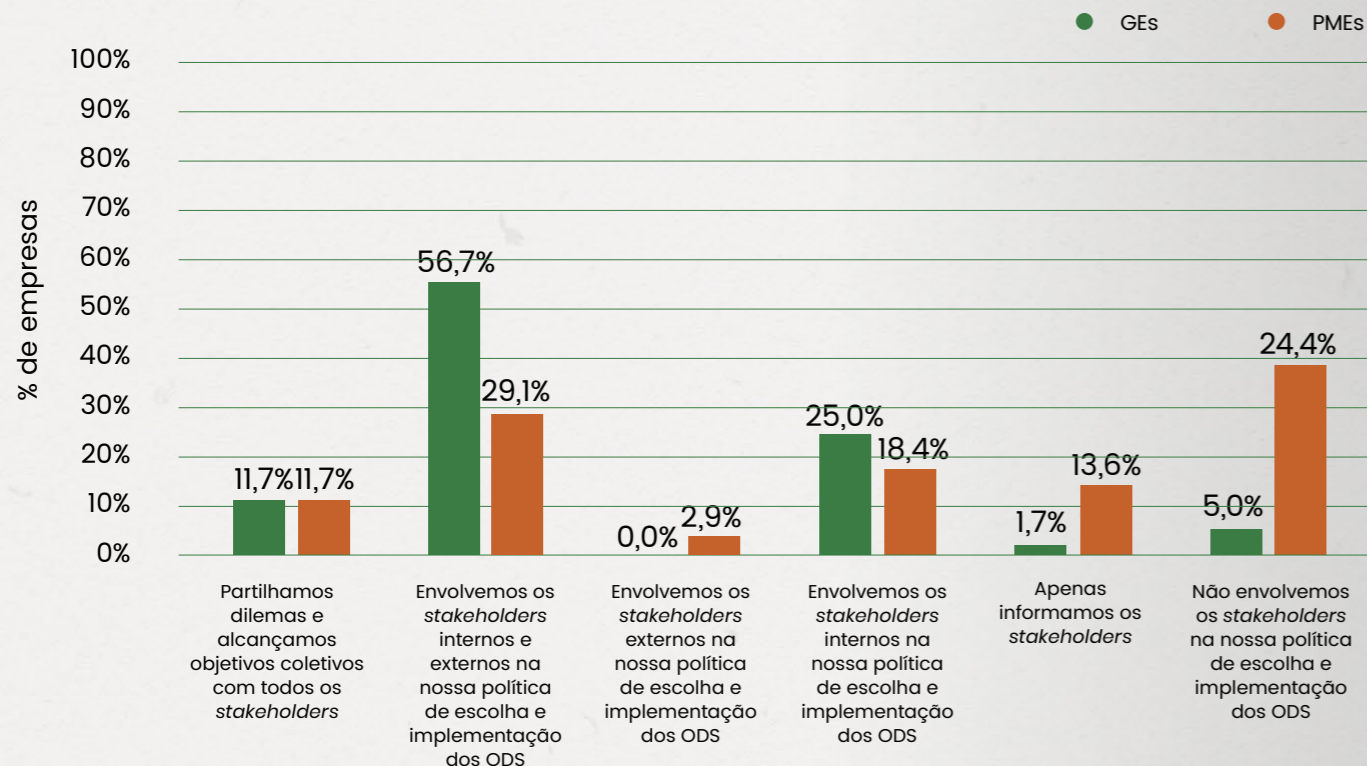


Relativamente à questão “Quando escolhemos os ODS estratégicos para a nossa empresa...”, verifica-se que cerca de metade das Grandes Empresas considera toda a cadeia de valor (44,3%). Relativamente às PME, 25,0% também escolheu o nível 7, que corresponde a “toda a nossa cadeia de valor”.

Relação com stakeholders

Figura 5.2.28.

Como descreveria a sua relação com os stakeholders para a Agenda 2030? [Ano 1]



No Ano 1 verificou-se que cerca de metade das Grandes Empresas (56,7%) e um terço das PME (29,1%) envolviam os stakeholders internos e externos na sua política de escolha e implementação dos ODS, seguindo a boa prática de envolvimento das diferentes partes interessadas.

Figura 5.2.29.

De que forma envolvem os stakeholders internos na política de escolha e implementação dos ODS? [Ano 2]

(GEs: Questão 16; PMEs: Questão 29)

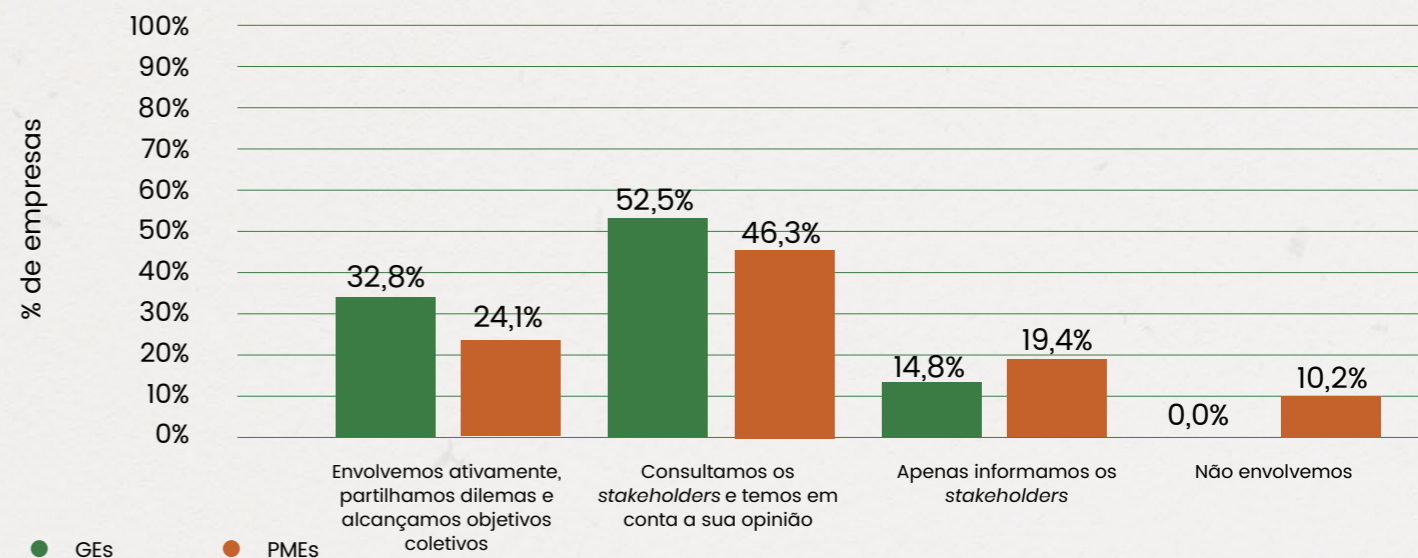
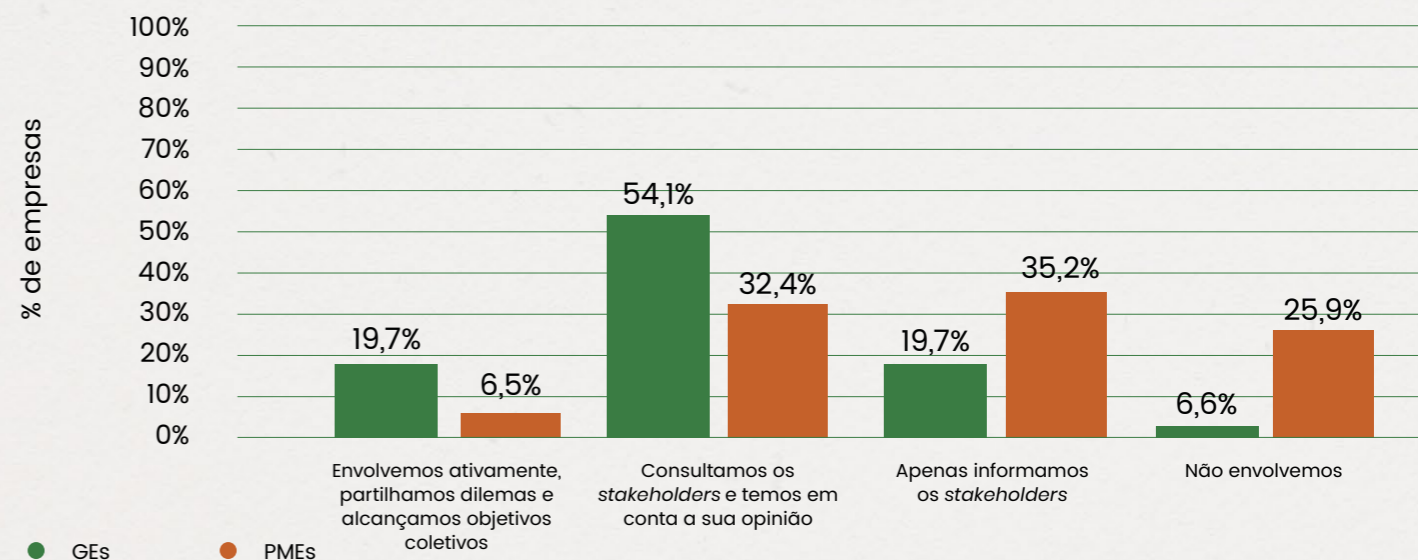


Figura 5.2.30.

De que forma envolvem os stakeholders externos na política de escolha e implementação dos ODS? [Ano 2]

(GEs: Questão 16; PMEs: Questão 30)



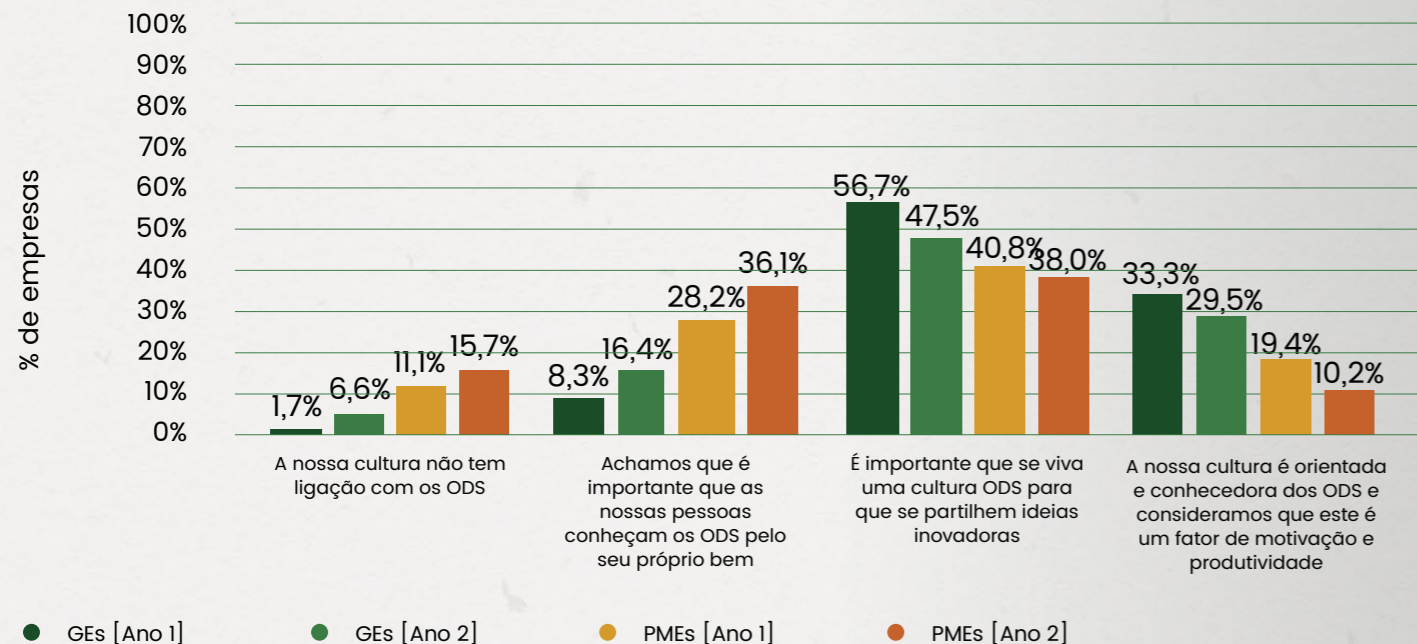
No Ano 2, existe um número considerável de Grandes Empresas e de PME a consultar os stakeholders e a terem em conta a sua opinião, quer stakeholders internos (Grandes Empresas: 52,5%; PME: 46,3%), quer stakeholders externos (Grandes Empresas: 54,1%; PME: 32,4%). As Grandes Empresas apresentam valores superiores de envolvimento. Continua a existir um número considerável de PME a não envolver quer stakeholders internos (10,2%) quer stakeholders externos (25,9%). No caso das Grandes Empresas, existem muito menos empresas a não envolver os stakeholders (stakeholders internos: 0,0%; stakeholders externos: 6,6%).

Cultura da empresa, formação e taskforces

Figura 5.2.31.

Como descreveria a cultura da sua empresa em relação aos ODS?

(GEs Ano 2: Questão 18; PMEs Ano 2: Questão 31)



Relativamente à cultura da empresa em relação aos ODS, verifica-se tanto no Ano 1 como no Ano 2 uma tendência para escolher a afirmação “É importante que se viva uma cultura ODS para que se partilhem ideias inovadoras”. Houve uma diminuição, do Ano 1 para o Ano 2, da escolha da frase “A nossa cultura é orientada e conhecedora dos ODS e consideramos que este é um fator de motivação e produtividade”.

Figura 5.2.32.

Já fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa? [Ano 1]

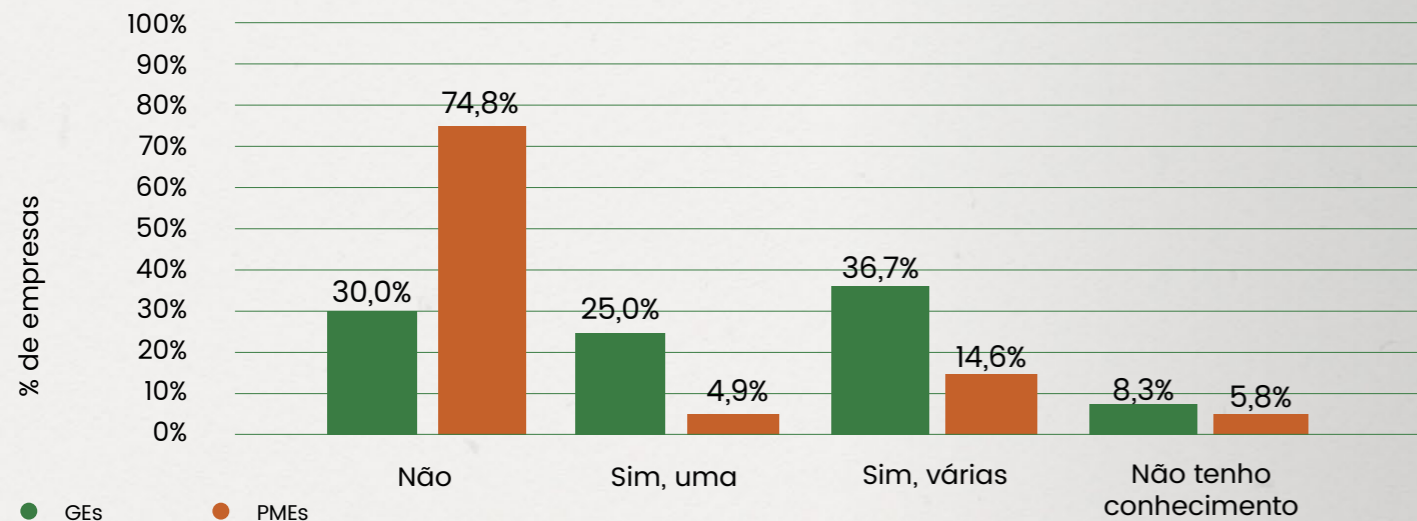
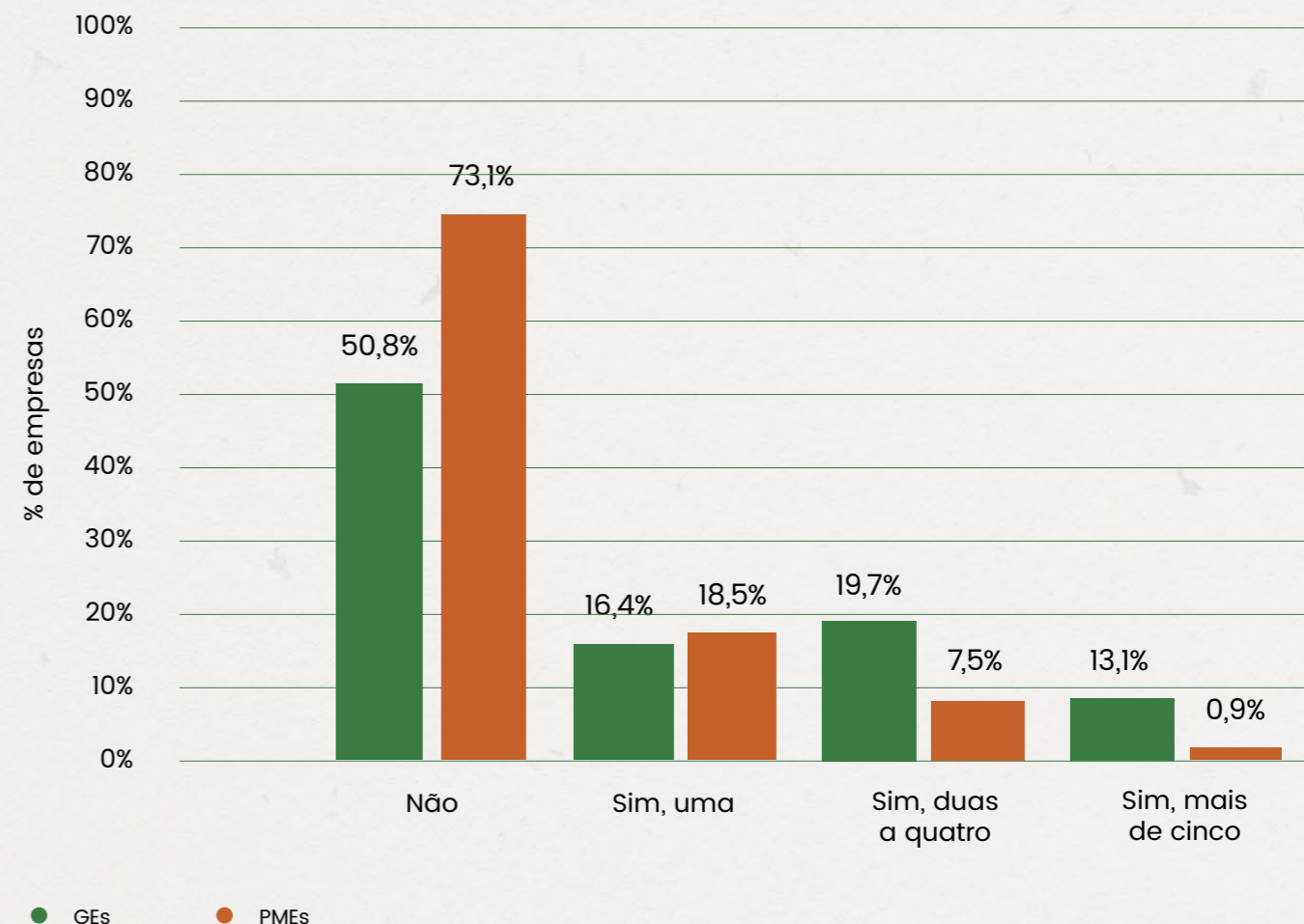


Figura 5.2.33.

Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? [Ano 2]

(GEs: Questão 20; PMEs: Questão 33)



Verifica-se que, ao nível da formação, ainda há espaço para melhorias, principalmente no que diz respeito às PMEs. Ainda que as questões colocadas tenham sido ligeiramente diferentes de um ano para o outro, verifica-se que, quanto às Grandes Empresas, não houve alterações significativas no perfil de formação sobre ODS do Ano 1 para o Ano 2. No entanto, comparativamente ao Ano 1, nas PMEs, este valor aumentou de 4,9% para 18,5% a nível da realização de uma formação sobre ODS. Relativamente às diferenças entre Grandes Empresas e PMEs, verifica-se que existe um maior número de PMEs a não ter realizado nenhuma sessão de formação sobre ODS nos últimos dois anos (73,1% versus 50,8%). Existe uma maior prevalência de Grandes Empresas a ter realizado mais de cinco formações (13,1% versus 0,9%).

Figura 5.2.34.

Existe um grupo de embaixadores ou uma *taskforce* de sustentabilidade na organização? [Ano 1]

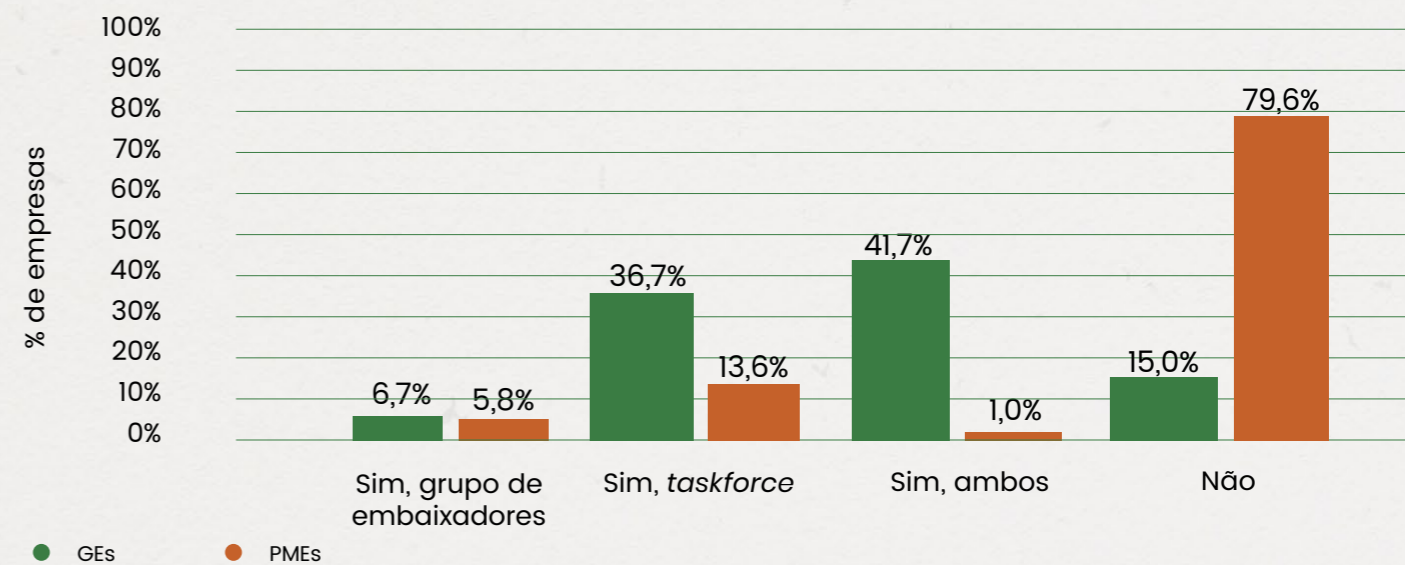
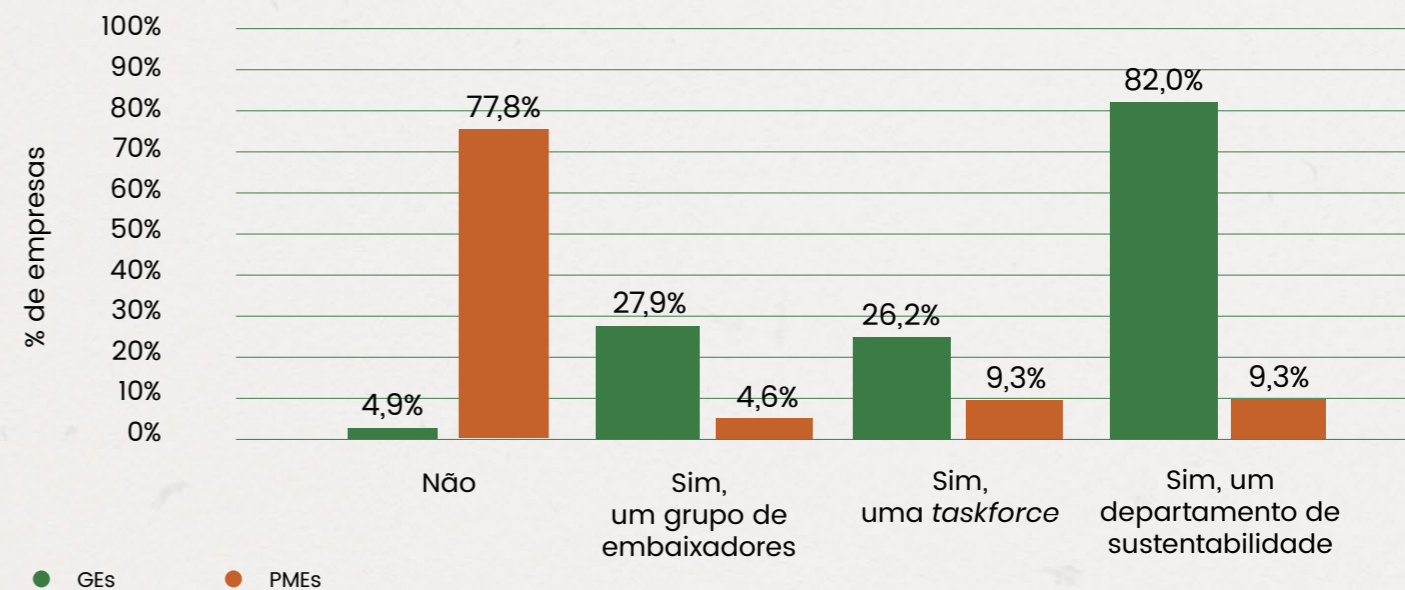


Figura 5.2.35.

Existe um grupo de embaixadores, uma *taskforce* de sustentabilidade ou um departamento de sustentabilidade na organização? [Ano 2]

(GEs: Questão 21; PMEs: Questão 34)

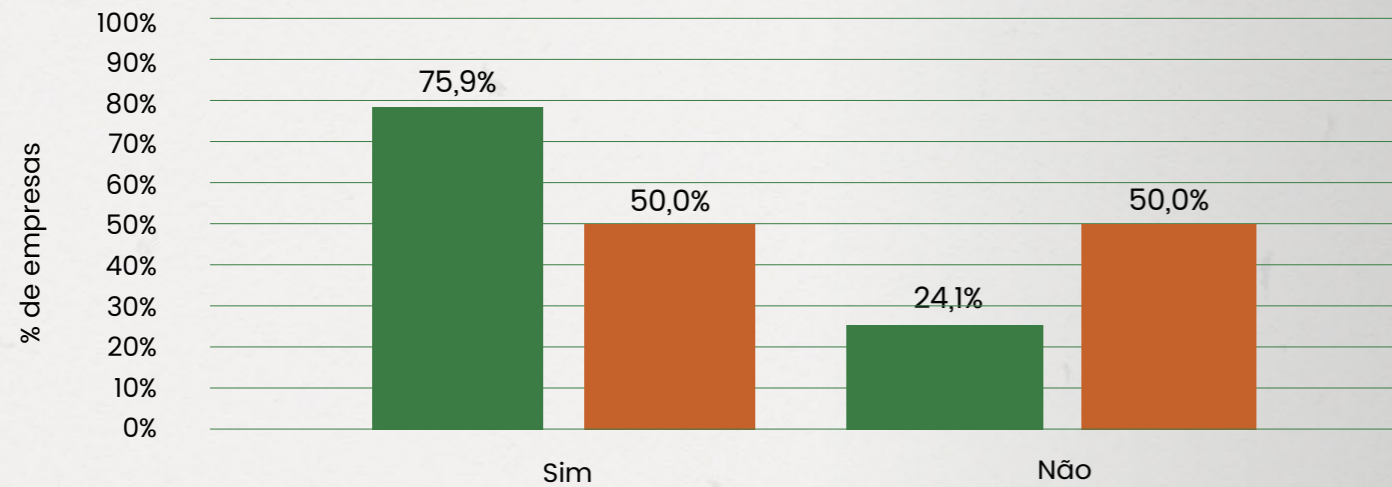


Quando questionadas acerca da existência de um grupo de embaixadores, *taskforces* ou departamentos de sustentabilidade na organização, verifica-se que a maioria das Grandes Empresas já possui, no Ano 2, um departamento de sustentabilidade (82,0%). Nas PME, este valor é inferior (9,3%). Em termos gerais, verificam-se que mais Grandes Empresas do que PME têm um grupo de embaixadores e uma *taskforce* de sustentabilidade. Conclui-se ainda que 77,8% das PME não tem nem grupo de embaixadores, nem *taskforce* ou departamento de sustentabilidade, o que difere em grande medida das Grandes Empresas. Os resultados não variam consideravelmente quando comparados com o Ano 1.

Figura 5.2.36.

E se sim (se existe um grupo de embaixadores, uma *taskforce* de sustentabilidade ou um departamento de sustentabilidade na organização), trabalha especificamente os ODS? [Ano 2]

(GEs: N=58; PMEs: N=24) (GEs: Questão 21.A; PMEs: Questão 34.A)



● GEs ● PMEs

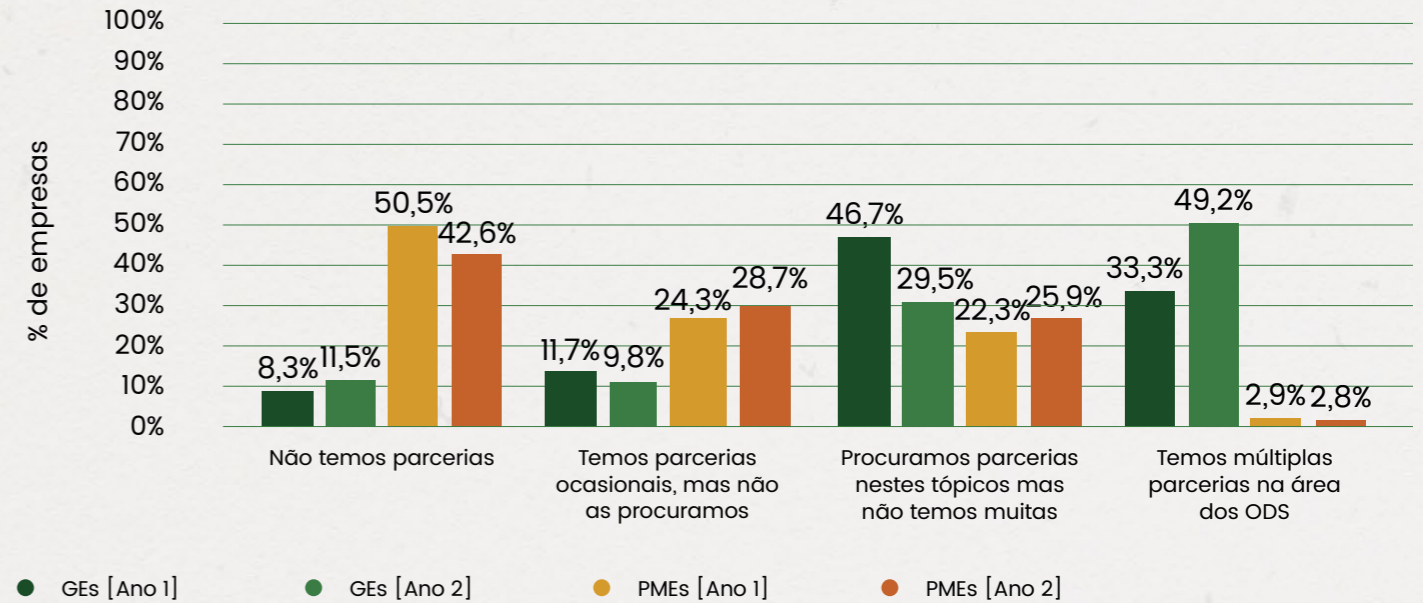
A maioria das Grandes Empresas trabalha especificamente os ODS (75,9%) na sua *taskforce*/ departamento de sustentabilidade ou grupo de embaixadores. No caso das PME, metade trabalha e a outra metade não trabalha especificamente os ODS.

Parcerias no âmbito dos ODS

Figura 5.2.37.

Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS?

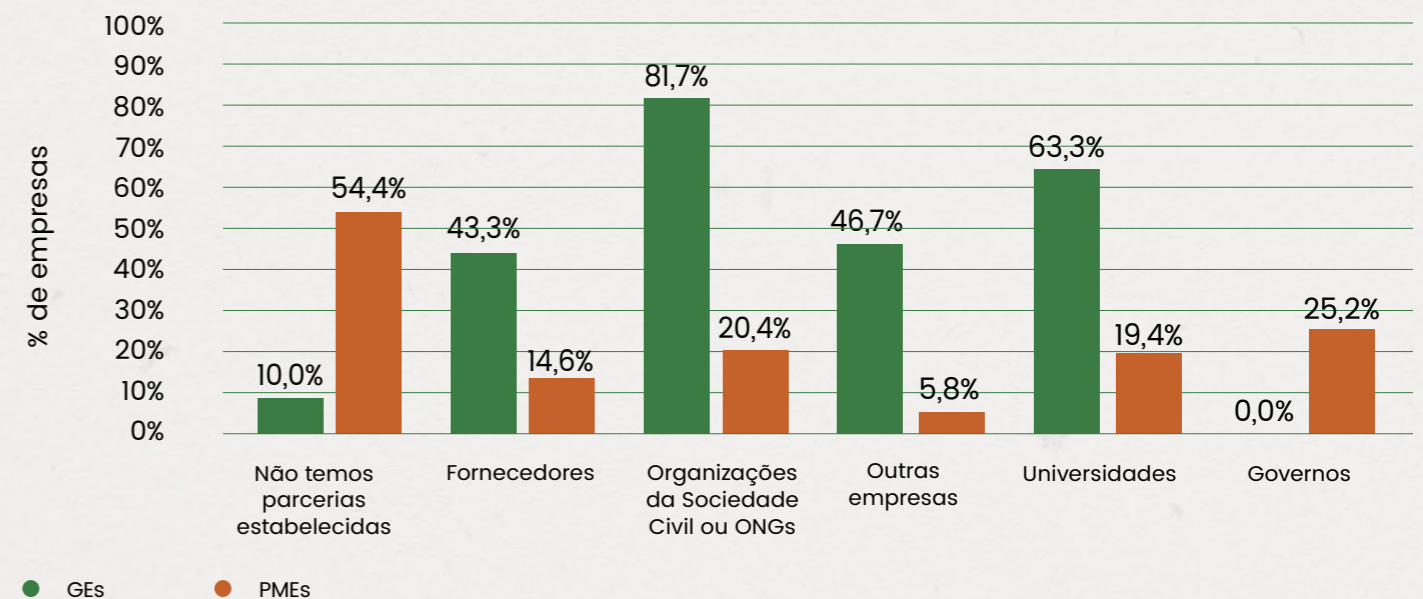
(GEs Ano 2: Questão 19; PMEs Ano 2: Questão 32)



Quando questionadas sobre se desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS, verifica-se uma tendência crescente nas Grandes Empresas em terem múltiplas parcerias na área dos ODS (Grandes Empresas, Ano 1: 33,3%; Grandes Empresas, Ano 2: 49,2%). Existe ainda uma tendência decrescente nas PME no que se refere à opção "não temos parcerias", o que é positivo, visto que as parcerias são essenciais para a implementação da Agenda 2030 (PMEs, Ano 1: 50,5%; PME, Ano 2: 42,6%).

Figura 5.2.38.

Nas parcerias ODS desenvolvidas, qual(is) o(s) vosso(s) principal(is) parceiro(s)? [Ano 1]

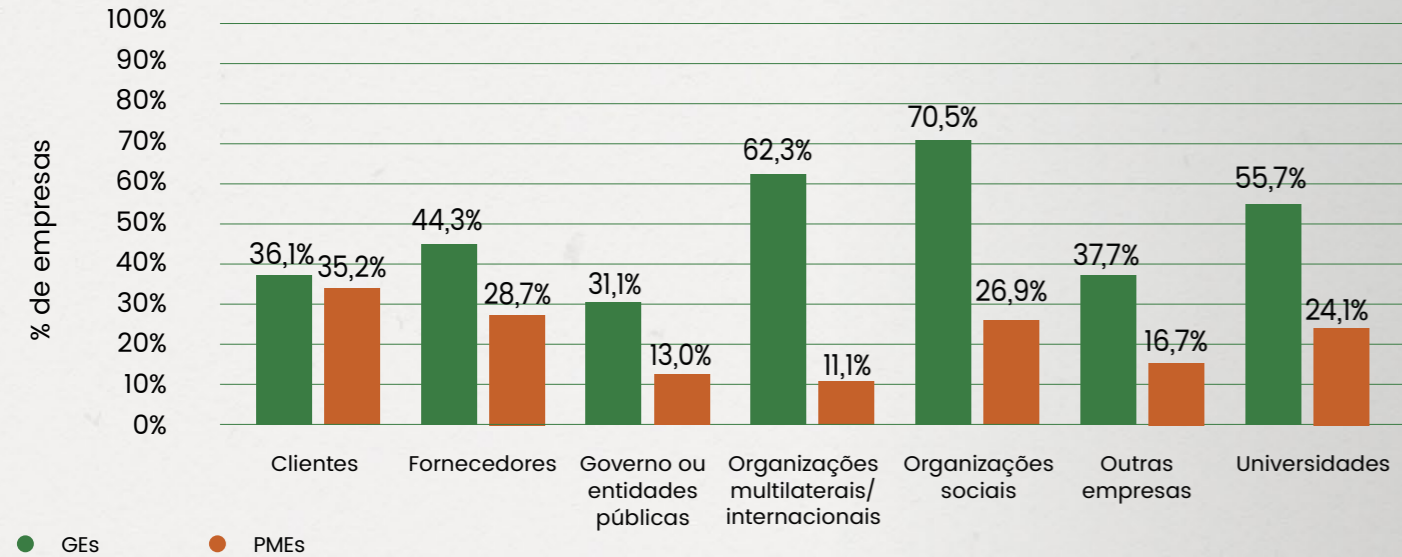


● GEs ● PMEs

Figura 5.2.39.

Nas parcerias ODS desenvolvidas, qual(is) o(s) vosso(s) principal(is) parceiro(s)? [Ano 2]

(GEs: Questão 19.A; PMEs: Questão 32.A)



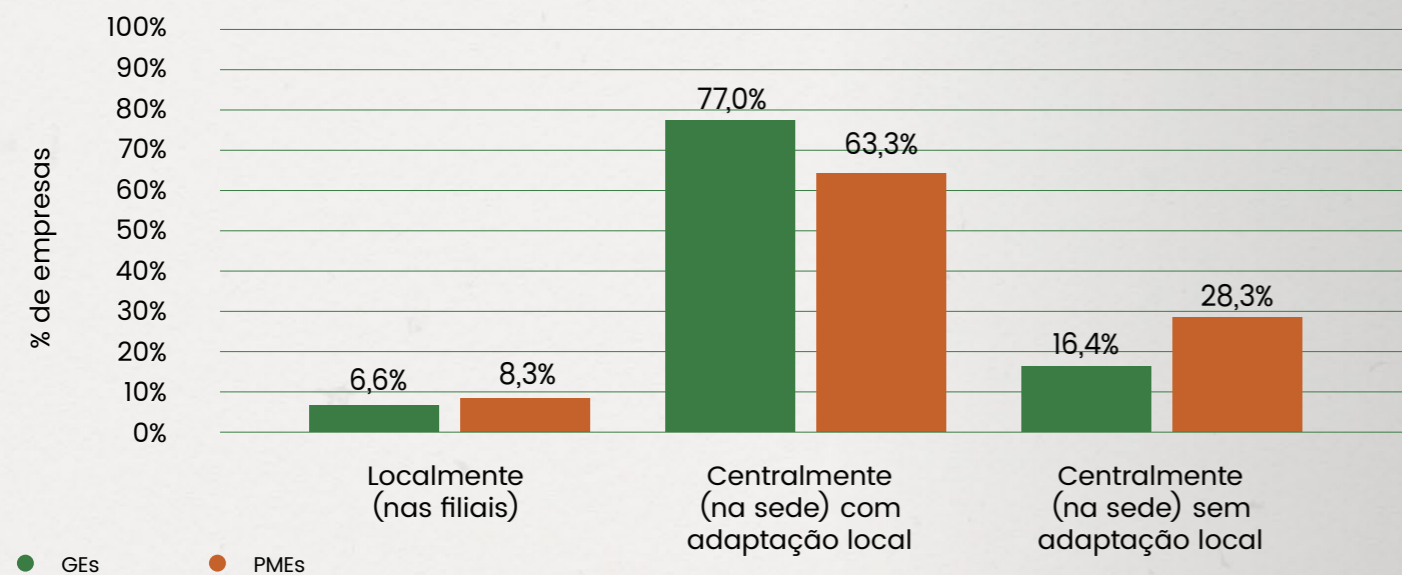
Quando questionadas acerca dos principais parceiros no âmbito dos ODS, a maioria das Grandes Empresas (70,5%) indica organizações sociais. Destacam-se ainda as organizações multilaterais/internacionais (62,3%) e as universidades (55,7%). No caso das PMEs, destacam-se os clientes (35,2%) como principais parceiros. Revelam-se ainda como principais parceiros, nas PMEs, os fornecedores (28,7%) e as organizações sociais (26,9%).

Definição da política de Sustentabilidade

Figura 5.2.40.

Responda por favor a esta questão, se se adequar à realidade da sua empresa: Onde é definida a política de sustentabilidade da sua empresa? [Ano 2] (GEs: N=61; PMEs: N=60)

(GEs: Questão 22; PMEs: Questão 35)

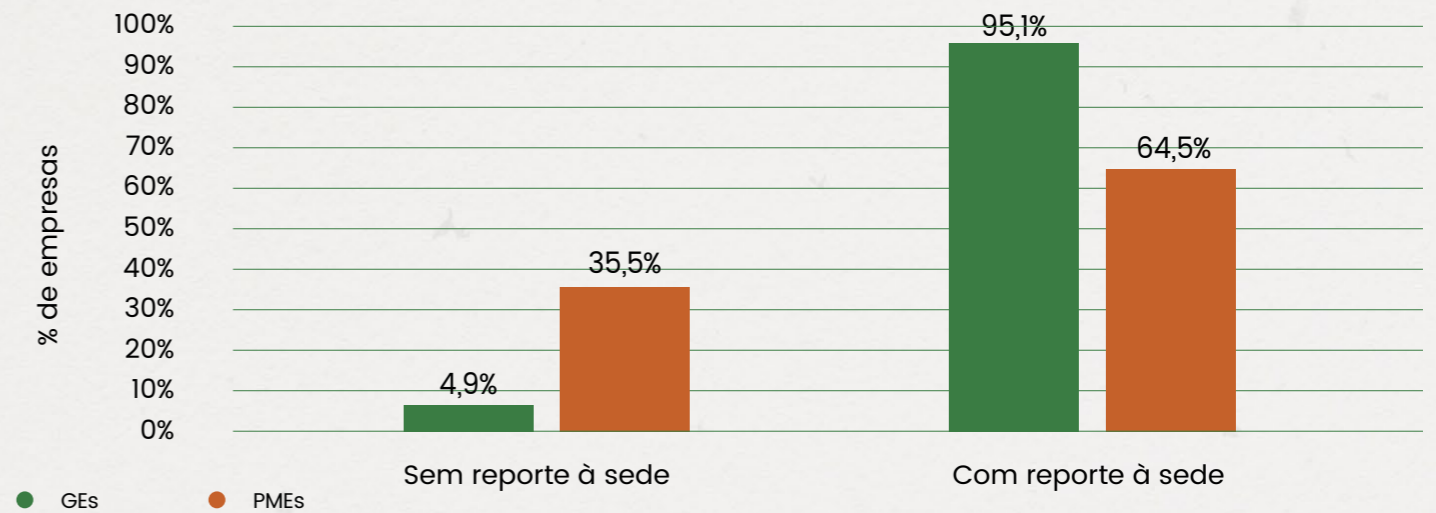


Tanto as Grandes Empresas como as PMEs que responderam a esta questão definem, na sua maioria, a política de sustentabilidade centralmente (na sede), com adaptação local (Grandes Empresas: 77,0%; PMEs: 63,3%). A política de sustentabilidade é definida localmente (nas filiais) para um menor número de empresas (Grandes Empresas: 6,6%; PMEs: 8,3%).

Figura 5.2.41.

Responda, por favor, a esta questão, se se adequar à realidade da sua empresa: Qual o tipo de reporte que existe das filiais (do local) para a sede (central)? [Ano 2] (GEs: N=61; PMEs: N=31)

(GEs: Questão 23; PMEs: Questão 36)



Quando questionadas sobre o tipo de reporte que existe das filiais (do local) para a sede (central), a maioria das empresas refere que existe reporte à sede (Grandes Empresas: 95,1%; PMEs: 64,5%).

Comunicação de ODS: Relatórios de Sustentabilidade

Figura 5.2.42.

A sua empresa publica relatório com informação de sustentabilidade (não financeira)?

(GEs Ano 2: Questão 24; PMEs Ano 2: Questão 37)

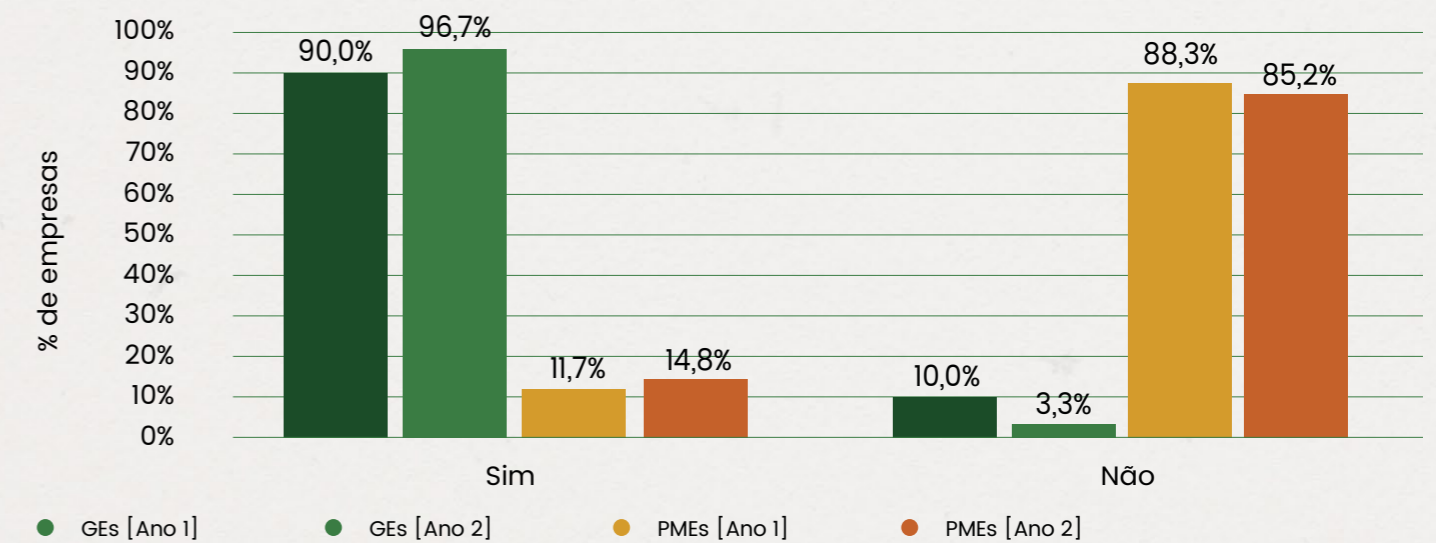


Figura 5.2.43.

Qual é o tipo de Relatório de Sustentabilidade que a sua empresa publica? (GEs Ano 1: N=54; Ano 2: N=56; PMEs Ano 1: N=12; Ano 2: N=16)

(GEs Ano 2: Questão 24.A; PMEs Ano 2: Questão 37.A)

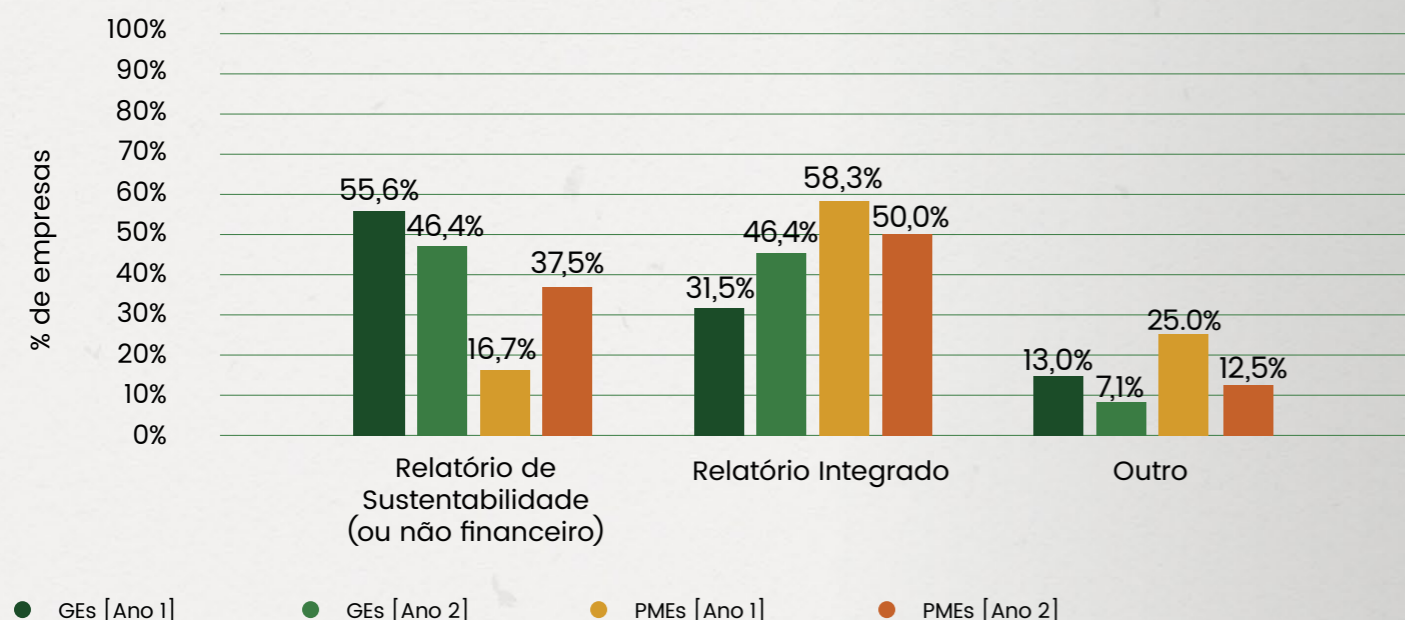
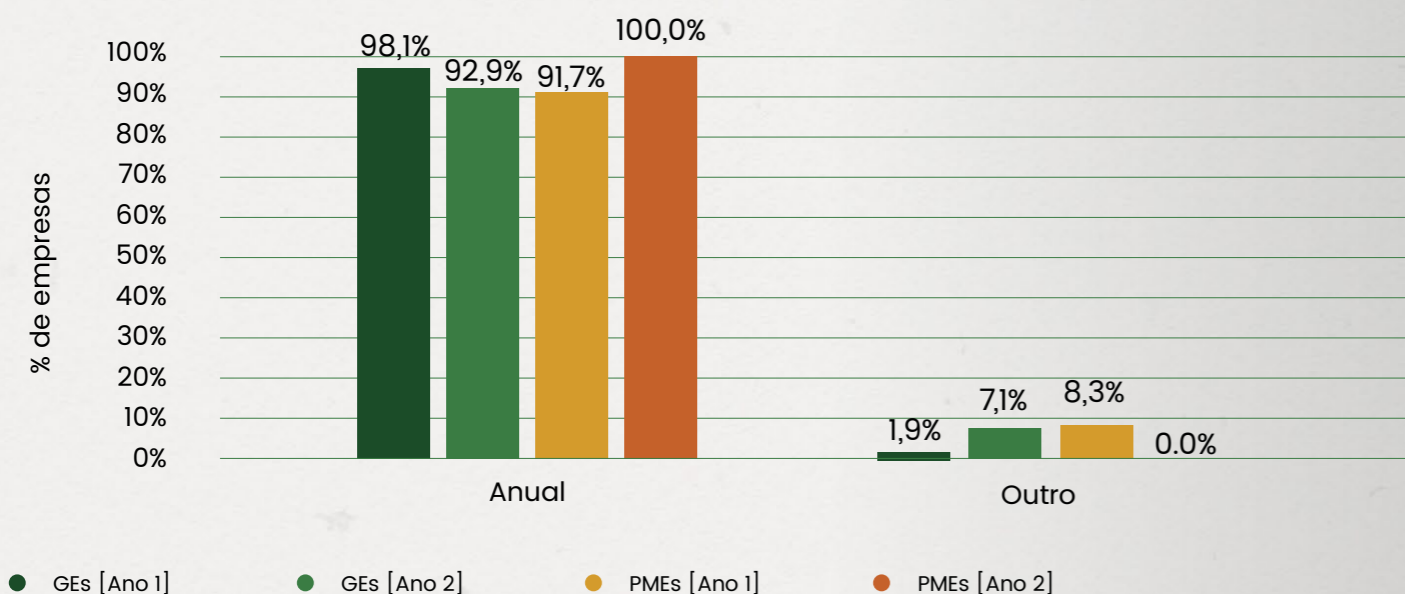


Figura 5.2.44.

Qual é a periodicidade do Relatório de Sustentabilidade? (GEs Ano 1: N=54; Ano 2: N=56; PMEs Ano 1: N=12; Ano 2: N=16)

(GEs Ano 2: Questão 24.B; PMEs Ano 2: Questão 37.B)



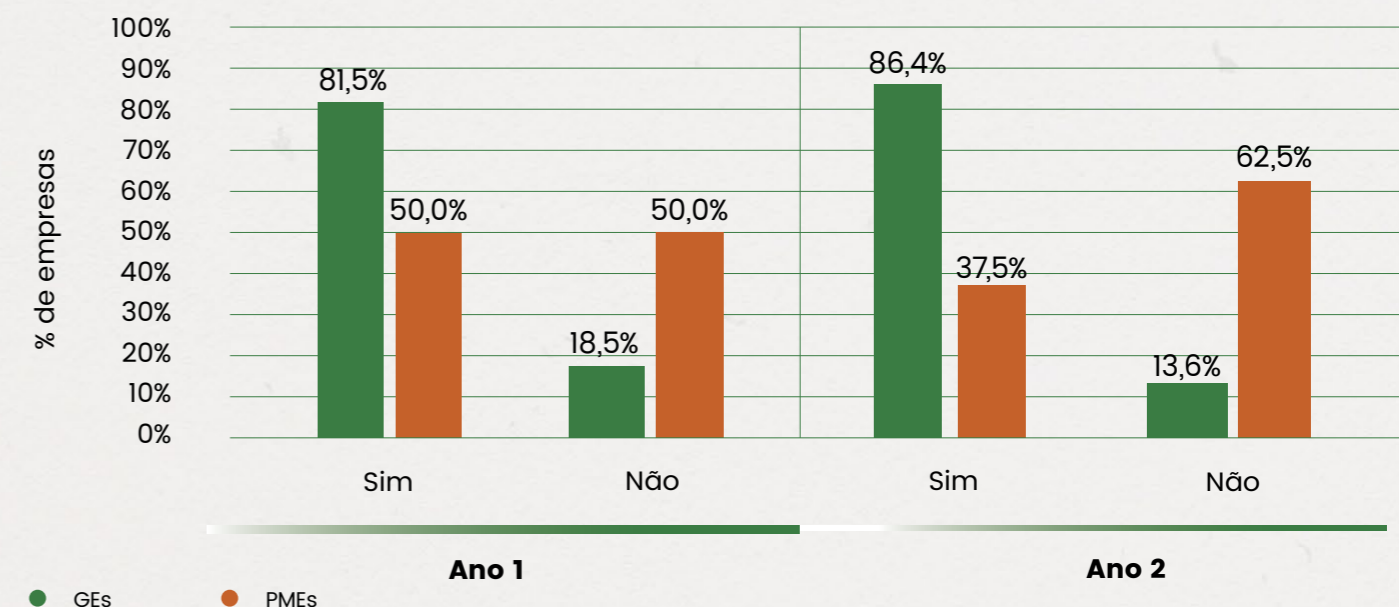
Quando questionadas sobre a publicação de relatórios com informação de sustentabilidade (não financeira), verifica-se que:

- A grande maioria das Grandes Empresas (96,7%) publica, enquanto só uma minoria de PMEs o faz (14,8%)
- Existe uma tendência crescente, tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs, em publicar Relatórios com informação de sustentabilidade;
- Verificam-se percentagens similares (46,4%) na publicação de Relatórios de Sustentabilidade e de Relatórios Integrados no caso das Grandes Empresas;
- No que diz respeito as PMEs, existe uma tendência mais elevada em publicar Relatórios Integrados (50,0%). No entanto, há uma tendência crescente na publicação de Relatórios de Sustentabilidade (Ano 1: 16,7%; Ano 2: 37,5%);
- A periodicidade da publicação do Relatório é, na sua maioria, anual – tanto no Ano 1 como no Ano 2 e tanto em Grandes Empresas como PMEs.

Figura 5.2.45.

Há alguma referência aos ODS no Relatório de Sustentabilidade?

(GEs Ano 1: N=54; GEs Ano 2: N=56; PMEs Ano 1: N= 12; PMEs Ano 2: N=16)



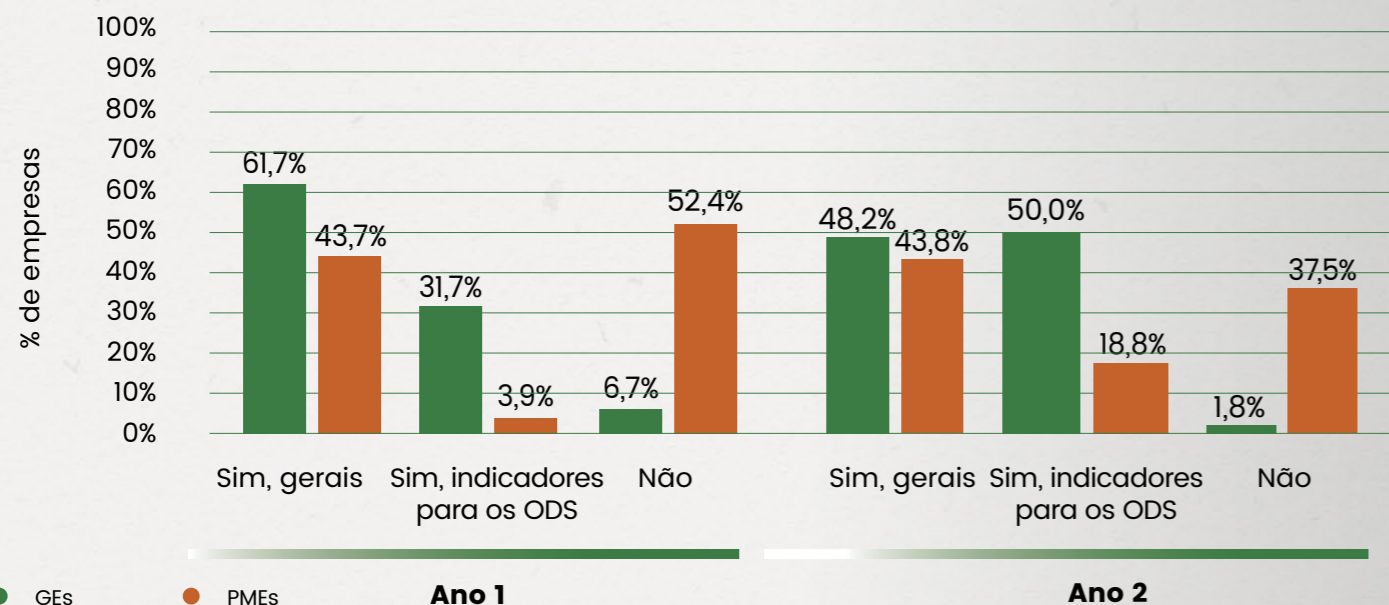
86,4% das Grandes Empresas que publicam relatórios de Sustentabilidade referem os ODS, mas somente 37,5% das PMEs o fazem. Existe, assim, uma diferença relevante entre Grandes Empresas e PMEs. Nota-se uma tendência crescente nas Grandes Empresas em reportar ODS no Relatório de Sustentabilidade (Ano 1: 81,5%; Ano 2: 86,4%). O mesmo não se verifica nas PMEs (Ano 1: 50,0%; Ano 2: 37,5%). Entretanto, vale ressaltar que o número de PMEs que referem os ODS permanece o mesmo entre os Anos 1 e 2 (N=6). No entanto, percentualmente, este valor diminuiu, uma vez que mais PMEs passaram a publicar relatórios no Ano 2 (Ano 1: N=12; Ano 2: N=16).

Esta evidência sugere que, ao nível de reporte, as Grandes Empresas estão mais preocupadas em mencionar os ODS nos seus Relatórios de Sustentabilidade, enquanto no caso das PMEs, a maior preocupação é com a publicação do relatório em si.

Figura 5.2.46.

A sua empresa tem indicadores de sustentabilidade no Relatório de Sustentabilidade? (GEs Ano 1: N=54; GEs Ano 2: N=56; PMEs Ano 1: N= 12; PMEs Ano 2: N=16)

(GEs Ano 2: Questão 24.D; PMEs Ano 2: Questão 37.D)



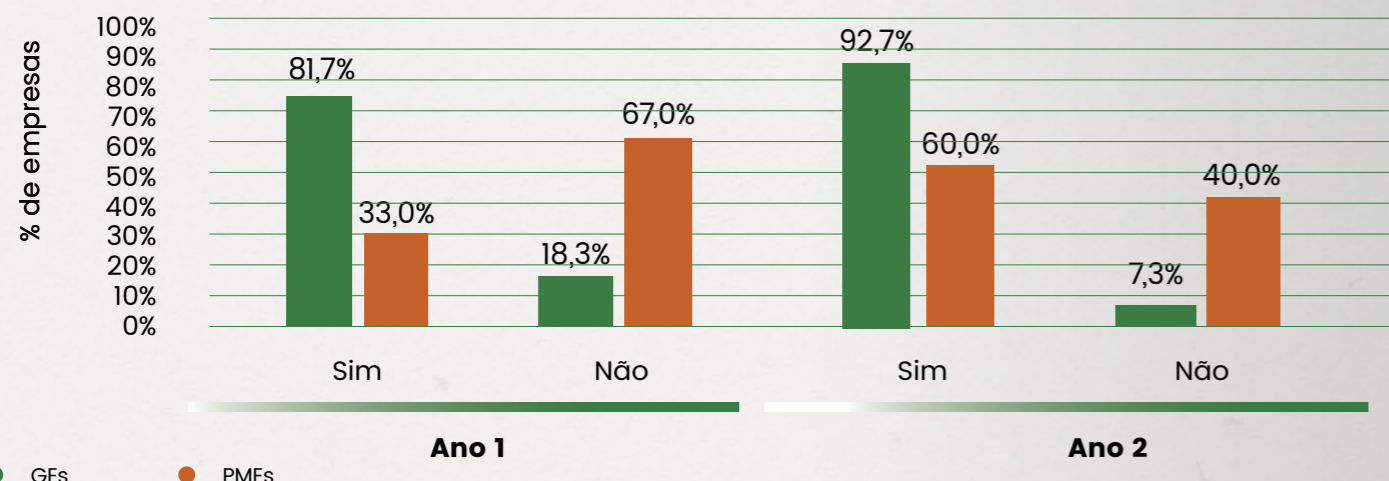
No Ano 2 metade das Grandes Empresas (50,0%) possui indicadores para os ODS. Denota-se uma evolução de um ano para o outro, uma vez que no Ano 1 eram prevalentes os indicadores gerais de sustentabilidade (61,7%) comparativamente aos indicadores para os ODS (31,7%).

No caso das PMEs, existe uma tendência crescente do reporte de indicadores, tanto gerais, quanto para os ODS. Se no Ano 1 a maioria (52,4%) das PMEs não tinha indicadores no Relatório de Sustentabilidade, verifica-se que no Ano 2 43,8% tem indicadores gerais de sustentabilidade e 18,8% tem indicadores para os ODS. De ressaltar que o principal crescimento foi nos indicadores para os ODS. Existem, portanto, cada vez mais empresas, Grandes e PMEs, a apresentar indicadores para avaliar a sua *performance* face os ODS.

Figura 5.2.47.

Existem indicadores de sustentabilidade ligados ao core business da sua empresa no Relatório de Sustentabilidade? (GEs Ano 1: N=53; GEs Ano 2: N=55; PMEs Ano 1: N= 10; PMEs Ano 2: N=10)

(GEs Ano 2: Questão 24.D.1; PMEs Ano 2: Questão 37.D.1)



Quando questionadas sobre a existência de indicadores de sustentabilidade ligados ao *core business* da empresa no Relatório de Sustentabilidade, verifica-se que a maioria das Grandes Empresas responde que existem. Verifica-se ainda uma tendência crescente nas Grandes Empresas relativamente a esta resposta (Ano 1: 81,7%; Ano 2: 92,7%).

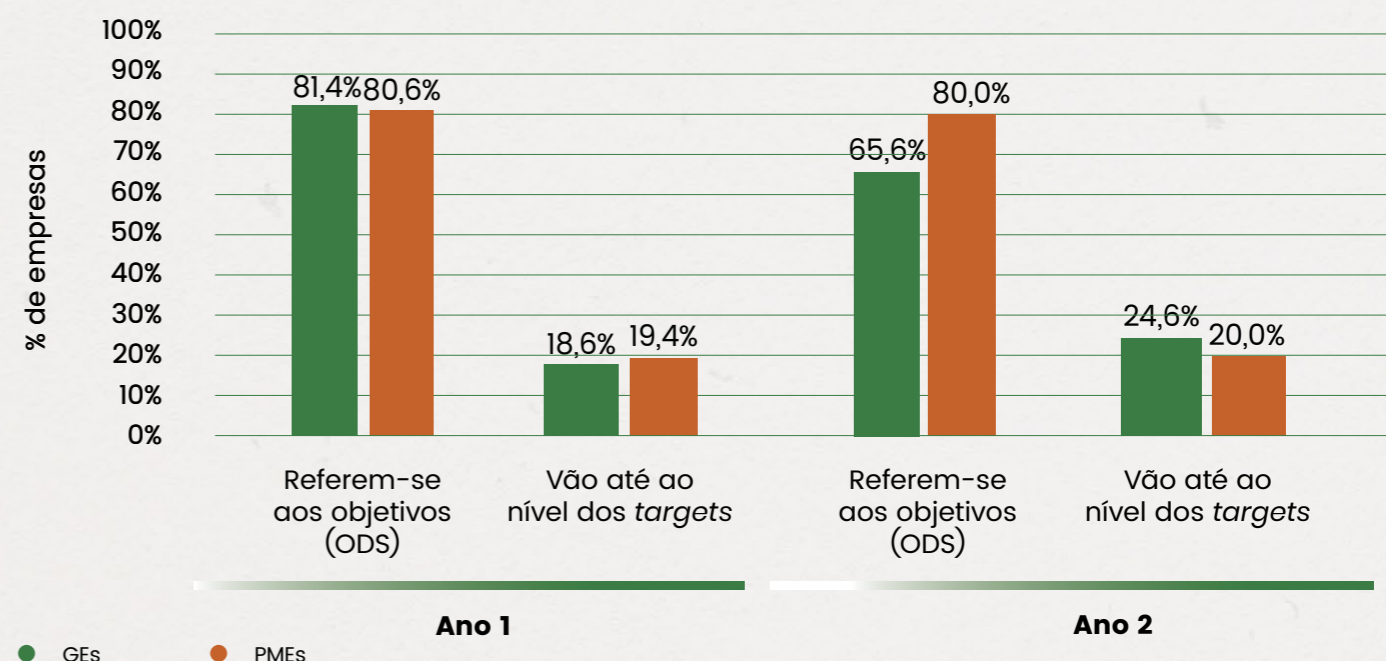
No que respeita às PMEs, verifica-se que a resposta “Sim” quase duplicou entre o Ano 1 e o Ano 2 (Ano 1: 33,0%; Ano 2: 60,0%), o que reflete uma tendência positiva na existência de indicadores de sustentabilidade ligados ao *core business* das empresas no Relatório de Sustentabilidade.

Comunicação dos ODS: indicadores de sustentabilidade

Figura 5.2.48.

Os indicadores ou ambições da empresa referem-se aos ODS (17 objetivos) ou vão até ao nível dos targets (169 targets)? (GEs Ano 1: N=59; GEs Ano 2: N=55; PMEs Ano 1: N=103; PMEs Ano 2: N=10)

(GEs Ano 2: Questão 24.D.2; PMEs Ano 2: Questão 37.D.2)



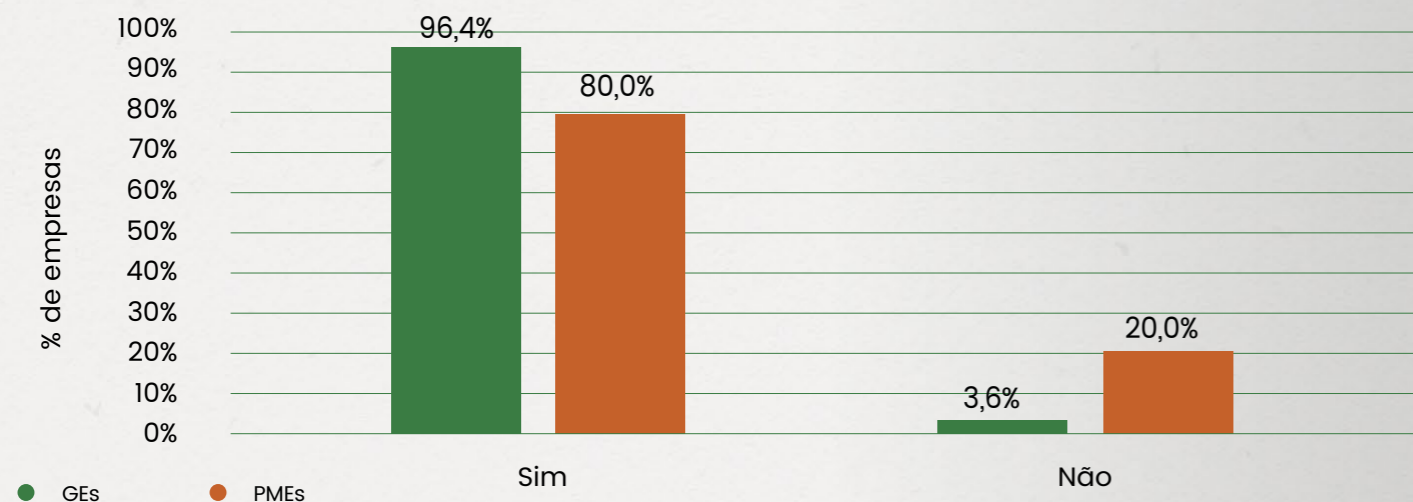
A maioria das Grandes Empresas (Ano 1: 81,4%; Ano 2: 65,6%) refere que os seus indicadores ou ambições não se referem ao nível dos *targets*. Contudo, existe uma tendência crescente, no caso das Grandes Empresas, em reportar os *targets*, uma vez que a percentagem aumentou de um ano para o outro (Ano 1: 18,6%; Ano 2: 24,6%).

O mesmo padrão se verifica com as PMEs: ainda que a maioria das PMEs indique que os seus indicadores ou ambições não se referem ao nível dos *targets* (Ano 1: 80,6%; Ano 2: 80,0%), existe um ligeiro aumento – menor do que nas Grandes Empresas no que respeita ao reporte até ao nível dos *targets* (Ano 1: 19,4%; Ano 2: 20,0%). Este aumento é positivo em ambos os casos porque demonstra um alinhamento mais profundo com os ODS e as estratégias empresariais.

Figura 5.2.49.

Esses indicadores ou ambições são monitorizados ao longo do tempo? [Ano 2] (GEs: N=55; PMEs: N=10)

(GEs: Questão 24.D.3; PMEs: Questão 37.D.3)



Quando questionadas se esses indicadores ou ambições são monitorizados ao longo do tempo, a maioria das empresas respondeu que sim (Grandes Empresas: 96,4%; PMEs: 80,0%). Esta tendência é maior nas Grandes Empresas.

Figura 5.2.50.

Os indicadores de sustentabilidade seguem algum standard internacional? [Ano 2] (GEs: N=55; PMEs: N=10)

(GEs: Questão 24.D.4; PMEs: Questão 37.D.4)

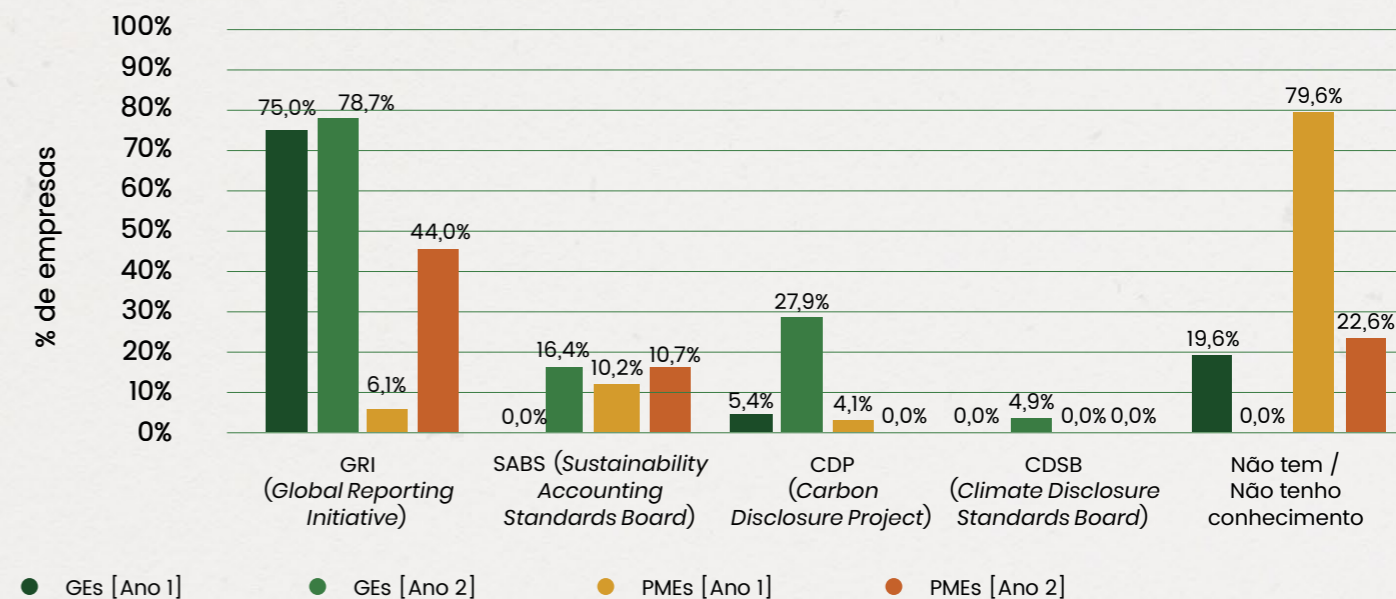


● GEs ● PMEs

Figura 5.2.51.

Os indicadores de sustentabilidade são standardizados? [Ano 2] (GEs: N=55; PMEs: N=10)

(GEs: Questão 25; PMEs: Questão 38)



Ainda relativamente aos indicadores de sustentabilidade, a maioria das empresas segue *standards* internacionais (Grandes Empresas: 89,1%; PMEs: 70,0%). Contudo, esta tendência é superior no caso das Grandes Empresas, em que se nota a predominância do *standard* do *Global Reporting Initiative* (GRI – Ano 1: 75,0%; Ano 2: 78,7%). Existe também uma tendência, no Ano 2, de seguir o *Sustainability Accounting Standards Board* (SABS – Ano 1: 0,0%; Ano 2: 16,4%) e o *Carbon Disclosure Project* (CDP – Ano 1: 5,4%; Ano 2: 27,9%).

Relativamente às PMEs, verifica-se que cada vez mais estas têm conhecimento dos *standards* de reporte internacionais (Ano 1: 79,6%; Ano 2: 22,6%, quanto ao nível de desconhecimento) e verifica-se uma grande prevalência na utilização do *standard* do *Global Reporting Initiative*, face ao Ano 1 (GRI – Ano 1: 6,1%; Ano 2: 44,0%).

● GEs [Ano 1] ● GEs [Ano 2] ● PMEs [Ano 1] ● PMEs [Ano 2]

A Nova Diretiva Europeia sobre o Reporte de Sustentabilidade

Figura 5.2.52.

Conhece as novas obrigações de reporte incluídas na Diretiva Europeia sobre o reporte de sustentabilidade das empresas (mais conhecida como CSRD — *Corporate Sustainability Reporting Directive*), que se aplicarão ao relatório referente a 2024 (a reportar em 2025) no caso das Grandes Empresas, e em 2026, no caso das PMEs cotadas? [Ano 2]

(GEs: Questão 25; PMEs: Questão 38)

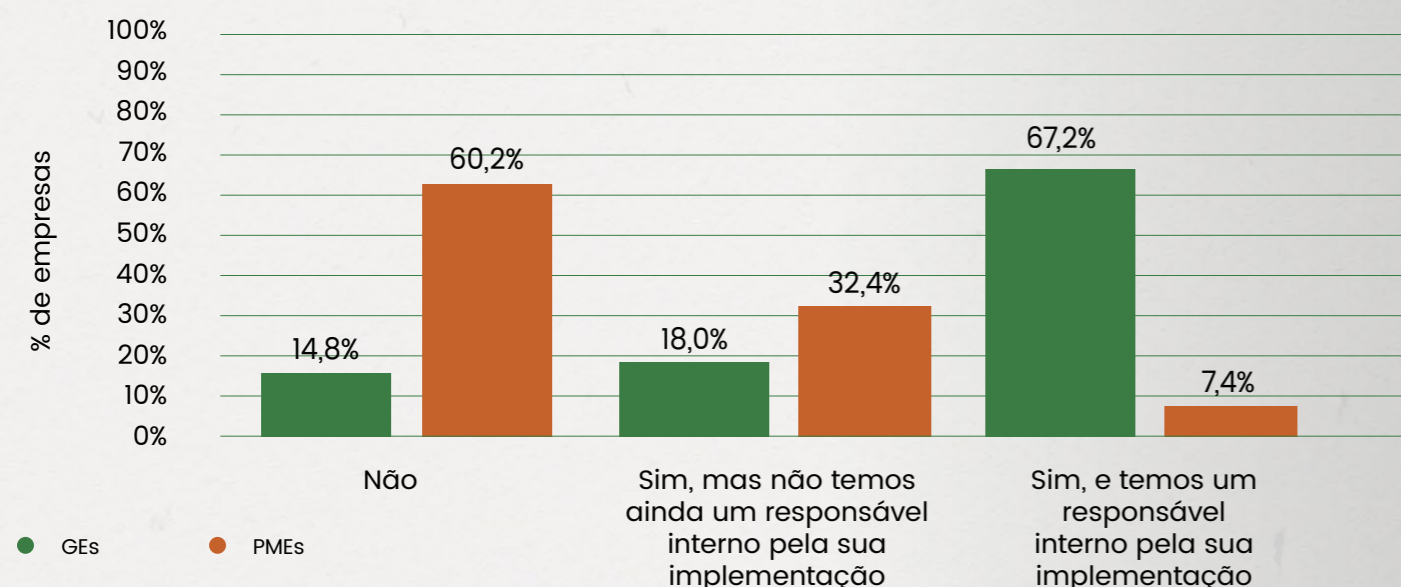
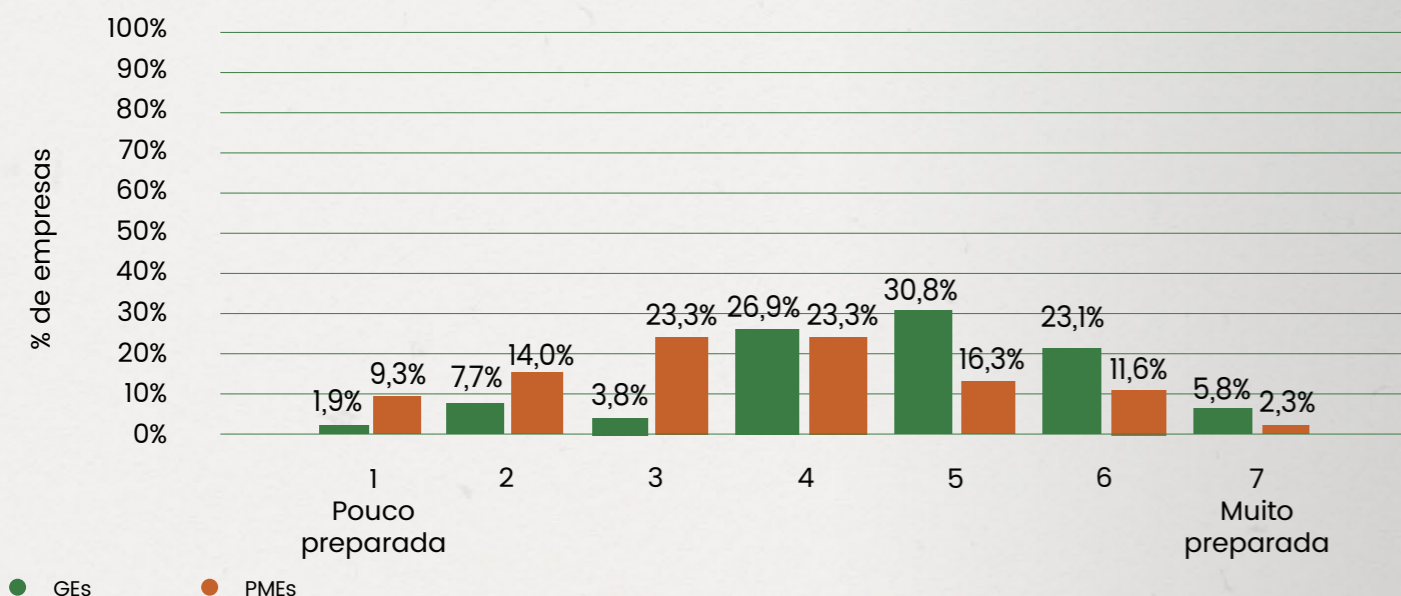


Figura 5.2.53.

Em que medida a sua empresa se sente preparada para esse reporte (CSRD)? [Ano 2] (GEs: N=52 ; PMEs: N=43)

(GEs: Questão 25.A; PMEs: Questão 38.A)



Quando questionadas sobre as novas obrigações de reporte incluídas na Diretiva Europeia sobre o Reporte de Sustentabilidade das empresas (mais conhecida como CSRD — *Corporate Sustainability Reporting Directive*), verifica-se que 85,2% das Grandes Empresas conhece as novas obrigações de reporte, das quais 78,8% (ou 67,2% do total da amostra) já tem um responsável interno pela sua implementação.

Inversamente, a maioria das PMEs não conhece as novas obrigações de reporte (60,2%) e apenas 7,4% das PMEs têm um responsável interno pela sua implementação.

Adicionalmente, no caso das Grandes Empresas, a maioria (30,8% + 23,1% + 5,8% = 59,7%) sente-se preparada para este reporte. Por seu turno, somente 30,2% das PMEs se sente preparada para o reporte requerido pela CSRD (16,3% + 11,6% + 2,3%) e apenas 5,8% das Grandes Empresas e 2,3% das PMEs se sentem muito bem preparadas.

No que diz respeito ao nível de preparação das empresas para este reporte, as empresas que já estão familiarizadas com as novas obrigações de reporte indicam, em média, um nível de 4,69 (numa escala de 1 — pouco preparada a 7 — muito preparada), indicando que as empresas se sentem moderadamente preparadas para este reporte. É de notar que a grande maioria das empresas que respondeu a esta questão, 87,0%, indicou um nível de preparação superior a 3.

Quando questionadas sobre as dificuldades que preveem sentir na elaboração do novo relatório (pergunta de desenvolvimento), foram identificadas múltiplas dificuldades associadas à elaboração do novo relatório. Algumas destas dificuldades foram mencionadas por diferentes empresas e são transversais a diferentes negócios, independentemente do setor em que se encontram. Destacam-se as seguintes dificuldades:

- **A complexidade e o tempo necessário para recolher e tratar dados financeiros e não financeiros sobre os clientes;**
- **A falta de informação prática** sobre como implementar as novas orientações nos relatórios (mencionando a necessidade de formações que os possam ajudar neste sentido);
- **A escassez de recursos humanos especializados** nas áreas de reporte é notória, sendo também previstas grandes dificuldades associadas ao reporte da taxonomia;
- Algumas empresas assinalam ainda como um constrangimento a **necessidade de repensar e reavaliar quais os indicadores (KPIs) mais relevantes** que devem ser mencionados nos relatórios.

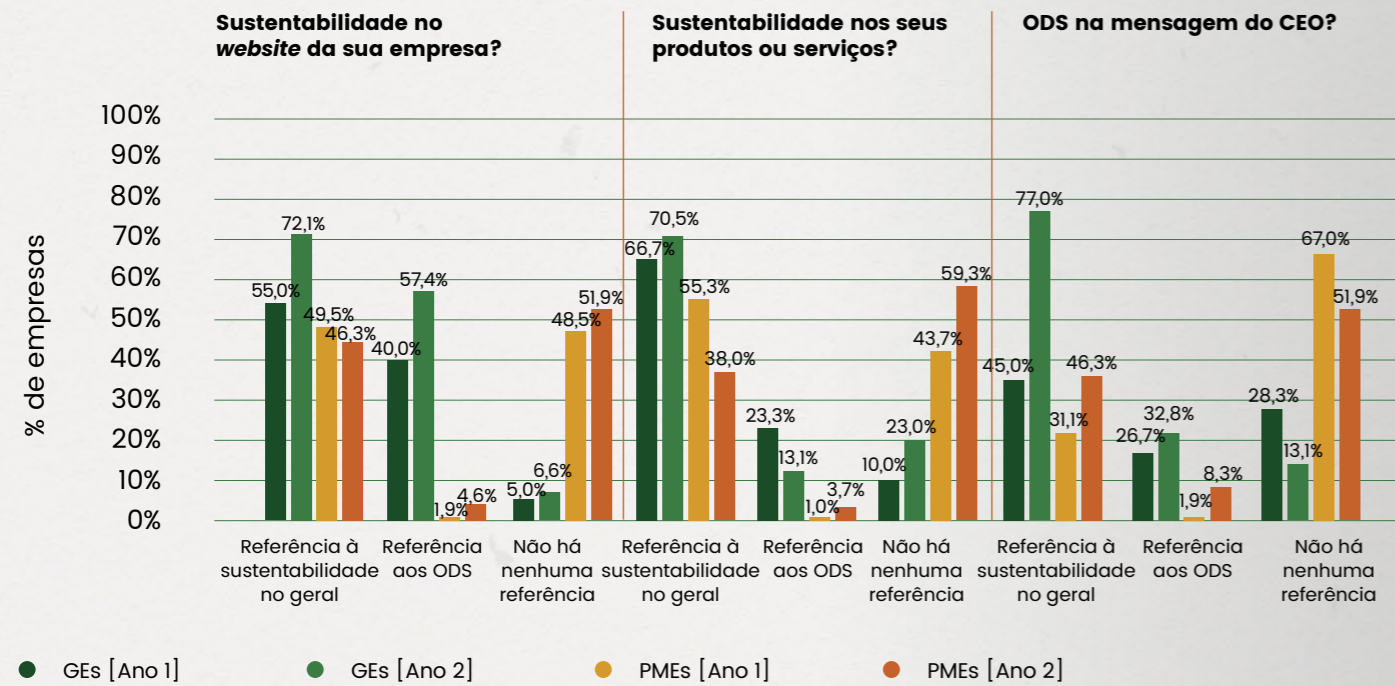
De um modo geral, este processo é classificado como sendo longo e demorado, exigindo uma rápida adaptação por parte das empresas aos novos requisitos, bem como a necessidade de conhecê-los em detalhe. Por fim, algumas empresas identificaram ainda o setor de atividade em que atuam como uma dificuldade acrescida.

Comunicação da Sustentabilidade e dos ODS

Figura 5.2.54.

Existe alguma referência à sustentabilidade em geral ou especificamente aos ODS

(GEs: Ano 2 Questão 26; PMEs Ano 2: Questão 39)



Quando questionadas sobre os diferentes pontos de comunicação, verifica-se o seguinte:

- A maioria das Grandes Empresas indica fazer referência, no seu website, à sustentabilidade no geral, e existe uma tendência crescente em fazê-lo (Ano 1: 55,0%; Ano 2: 72,1%). No caso das PMEs, verifica-se uma tendência ligeiramente negativa (Ano 1: 49,5%; Ano 2: 46,3%);

- Existe uma tendência crescente na referência aos ODS no website tanto nas Grandes Empresas (Ano 1: 40,0%; Ano 2: 57,4%) como nas PMEs (Ano 1: 1,9%; PMEs: 4,6%);

- No caso das Grandes Empresas, existe uma tendência crescente em fazer referência à sustentabilidade em geral nos produtos e serviços (Ano 1: 66,7%; Ano 2: 70,5%); o mesmo não se verifica no caso das PMEs (Ano 1: 55,3%; Ano 2: 38,0%);

- Relativamente aos ODS, os resultados apontam uma diminuição da referência aos ODS nos produtos e serviços no caso das Grandes Empresas de um ano para o outro (Ano 1: 23,3%; Ano 2: 13,1%); todavia verifica-se um aumento nas PMEs (Ano 1: 1,0%; Ano 2: 3,7%);

- A tendência em referir a sustentabilidade em geral na mensagem do CEO é crescente tanto nas Grandes Empresas (Ano 1: 45,0%; Ano 2: 77,0%) como nas PMEs (Ano 1: 31,1%; Ano 2: 46,3%);

- Existe igualmente uma tendência crescente em referir os ODS na mensagem do CEO no caso das Grandes Empresas (Ano 1: 26,7%; Ano 2: 32,8%). No caso das PMEs, observa-se a mesma tendência (Ano 1: 1,9%; Ano 2: 8,3%).

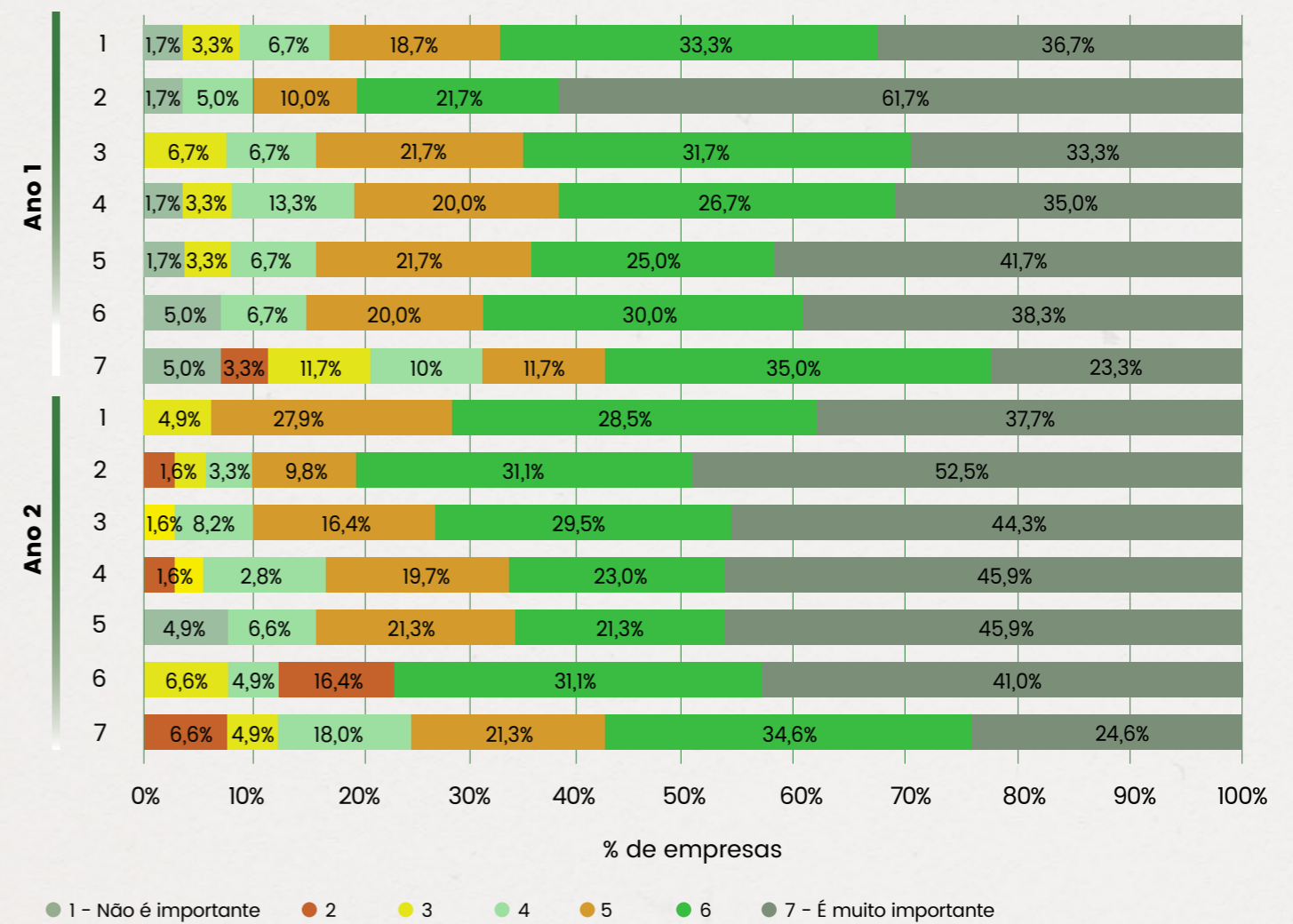
5.2.2. Principais motivações e barreiras

Motivação para adoção dos ODS

Figura 5.2.55.

Qual a importância dos seguintes itens para a motivação da sua empresa na adoção dos ODS? [GEs] (parte 1)

(GEs Ano 2: Questão 27)

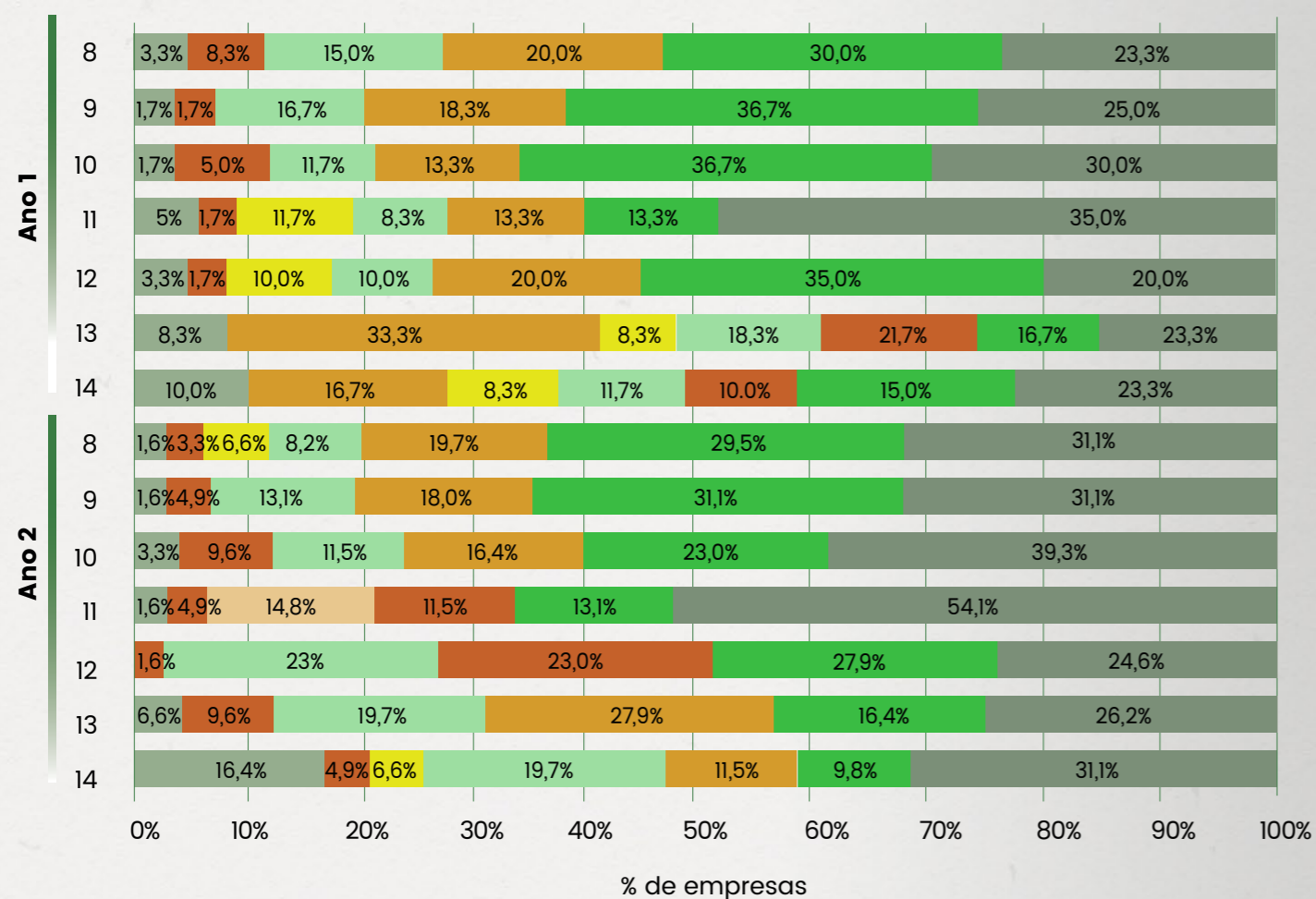


- 1 - Não é importante
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7 - É muito importante
- Resolver questões ambientais/sociais em parcerias
 - Ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade
 - Conseguir vantagem competitiva
 - Resolver problemas sociais
 - Mitigar riscos
 - Oportunidade de crescimento de negócio

Figura 5.2.56.

Qual a importância dos seguintes itens para a motivação da sua empresa na adoção dos ODS? [GEs] (parte 2)

(GEs Ano 2: Questão 27)



● 1 - Não é importante ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 - É muito importante

7. Pressão dos consumidores
8. Ganhar reputação
9. Pressão da sociedade
10. Pressão dos investidores
11. Cumprir a legislação
12. Pressão dos colaboradores
13. Reduzir os custos
14. Ter licença para operar

Relativamente às motivações das Grandes Empresas para a adoção dos ODS, verifica-se o seguinte:

- Realizando o somatório dos pontos 5, 6 e 7 da escala de motivação, verifica-se que a motivação mais preponderante no Ano 2 é **“resolver problemas sociais e ambientais em parcerias”**, que ganhou destaque do Ano 1 para o Ano 2, com um aumento de 5,8 pontos percentuais (Ano 1: 18,3% + 33,3% + 36,7% = 88,3%; Ano 2: 27,9% + 28,5% + 37,7% = 94,1%);

- A segunda maior motivação é **“ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade”** (Ano 1: 10,0% + 21,7% + 61,7% = 93,4%; Ano 2: 9,8% + 31,1% + 52,5% = 93,4%). Esta motivação não sofreu alterações de um ano para o outro;

- **“Conseguir vantagem competitiva”** destaca-se como sendo a terceira maior motivação no Ano 2 (16,4% + 29,5% + 44,3% = 90,2%), o que aumentou comparativamente ao Ano 1 (Ano 1: 21,7% + 31,7% + 33,3% = 86,7%);

- Como quarta maior motivação no Ano 2 destaca-se **“resolver problemas sociais”**, que apresenta uma tendência de aumento comparativamente ao Ano 1 (Ano 1: 20,0% + 26,7% + 35,0% = 81,7%; Ano 2: 45,9% + 23,0% + 19,7% = 88,6%);

- As motivações **“mitigar riscos”** (Ano 1: 21,7% + 25,0% + 41,7% = 88,4%; Ano 2: 21,3% + 21,3% + 45,9% = 88,5%) e **“oportunidade de crescimento de negócio”** surgem em quinto lugar (Ano 1: 20,0% + 30,0% + 38,3% = 88,3%; Ano 2: 16,4% + 31,1% + 41,0% = 88,5%). Ambas aumentaram ligeiramente de um ano para o outro;

- É de destacar ainda o crescimento identificado na motivação **“pressão dos consumidores”**, que teve um aumento de 10,5 pontos percentuais entre o Ano 1 e o Ano 2 (Ano 1: 11,7% + 35,0% + 23,3% = 70,0%; Ano 2: 21,3% + 34,6% + 24,6% = 80,5%), o que demonstra que os consumidores estão cada vez mais atentos e exigentes em relação à forma como consomem e às práticas sustentáveis das empresas, influenciando positivamente as suas decisões e incentivando as organizações a adotarem medidas mais responsáveis;

- **“Reduzir custos”** também apresenta uma tendência de crescimento em importância entre os Anos 1 e 2, atingindo 8,8 pontos percentuais (Ano 1: 21,7% + 16,7% + 23,3% = 61,7%; Ano 2: 27,9% + 16,4% + 26,2% = 70,5%), o que pode demonstrar que as empresas estão cada vez mais conscientes da importância de adotar práticas sustentáveis como uma forma de reduzir custos e melhorar sua eficiência financeira;

- Do Ano 1 para o Ano 2, verifica-se ainda uma tendência crescente nas motivações **“cumprir a legislação”** (Ano 1: 13,3% + 13,3% + 46,7% = 73,3%; Ano 2: 11,5% + 13,1% + 54,1% = 78,7%) e **“ganhar reputação”** (Ano 1: 20,0% + 30,0% + 23,3% = 73,3%; Ano 2: 19,7% + 29,5% + 31,1% = 80,3%);

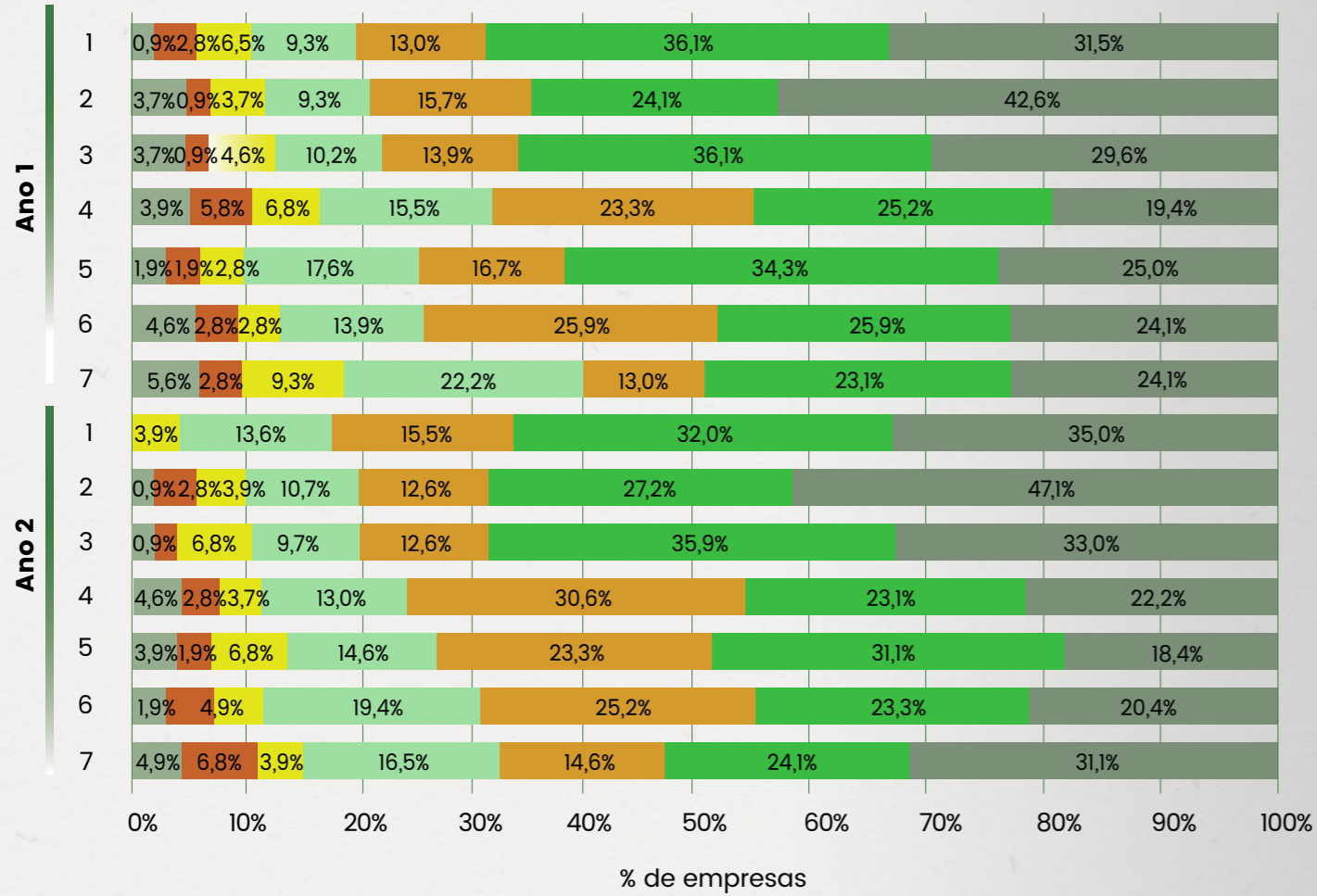
- **“Pressão dos investidores”** (Ano 1: 13,3% + 36,7% + 30,0% = 80,0%; Ano 2: 16,4% + 23,0% + 39,3% = 78,7%) e **“ter licença para operar”** (Ano 1: 10,0% + 15,0% + 28,3% = 53,3%; Ano 2: 11,5% + 9,8% + 31,1% = 52,4%) foram as duas únicas motivações que diminuíram de um ano para o outro, embora a diferença não seja significativa (1,3 e 0,9 pontos percentuais, respetivamente).

Os resultados evidenciam que as Grandes Empresas estão cada vez mais motivadas para a adoção dos ODS nas suas estratégias, sendo a motivação de **“resolver problemas sociais e ambientais em parcerias”** a mais preponderante, assim como a aspiração de **“ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade”**. Os consumidores exercem influência positiva nas decisões das empresas, incentivando práticas sustentáveis. A procura de vantagem competitiva, redução de custos e cumprimento da legislação também impulsionam a adoção dos ODS.

Figura 5.2.57.

Qual a importância dos seguintes itens para a motivação da sua empresa na adoção dos ODS? [PMEs] (parte 1)

(PMEs Ano 2: Questão 40)



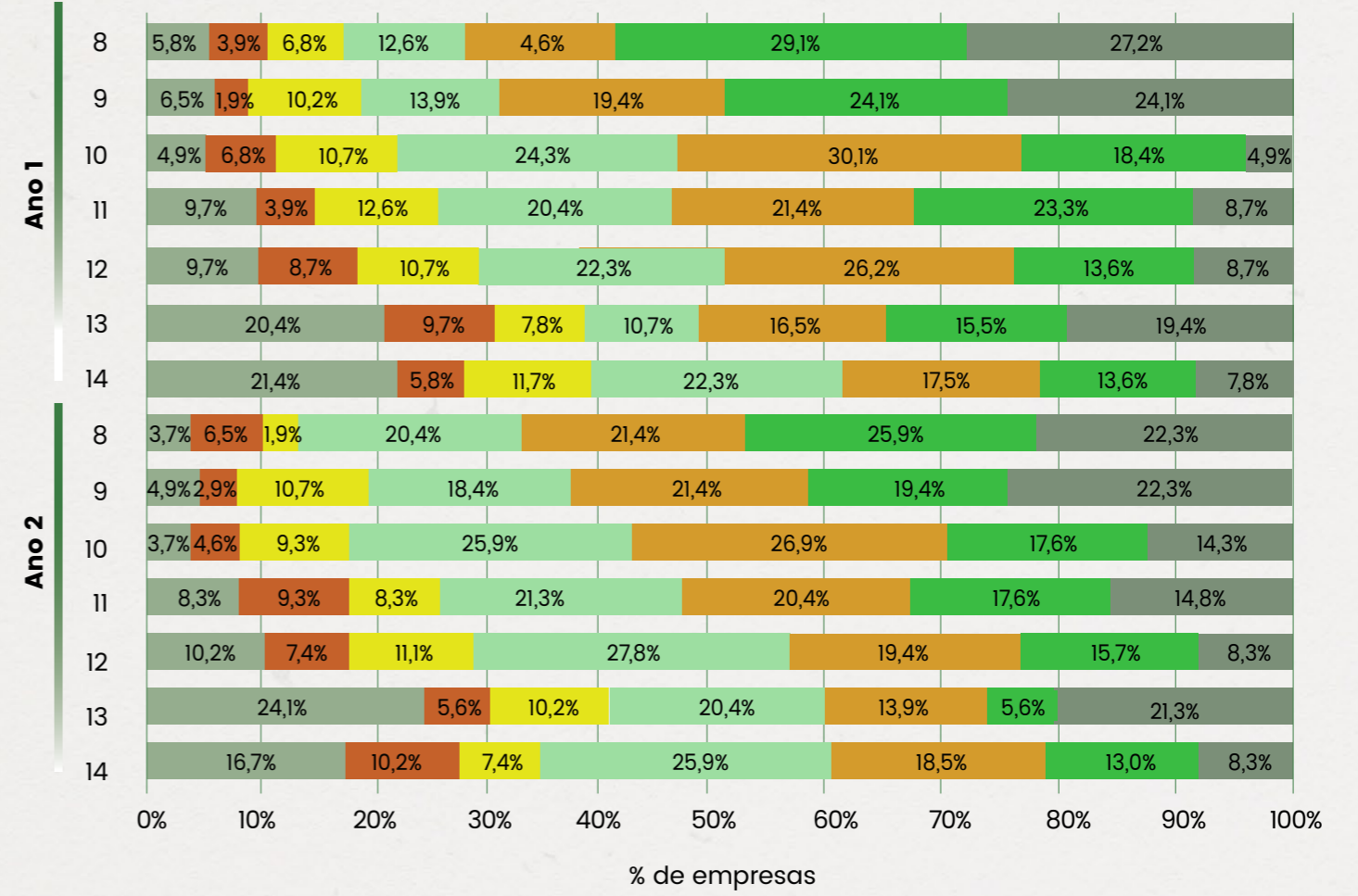
● 1 - Não é importante ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 - É muito importante

- Oportunidade de crescimento de negócio
- Cumprir a legislação
- Conseguir vantagem competitiva
- Ganhar reputação
- Resolver problemas sociais
- Resolver questões ambientais/sociais em parcerias
- Reduzir custos

Figura 5.2.58.

Qual a importância dos seguintes itens para a motivação da sua empresa na adoção dos ODS? [PMEs] (parte 2)

(PMEs Ano 2: Questão 40)



● 1 - Não é importante ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 - É muito importante

- Ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade
- Mitigar riscos
- Pressão da sociedade
- Pressão dos consumidores
- Pressão dos colaboradores
- Ter licença para operar
- Pressão dos investidores

Relativamente às motivações das PME para a adoção dos ODS, foi igualmente realizada uma análise comparativa entre o Ano 1 e o Ano 2 do projeto. Verifica-se o seguinte:

- Realizando o somatório dos pontos 5, 6 e 7 da escala de motivação, verifica-se que a motivação mais preponderante no Ano 2 é a **“oportunidade de crescimento de negócio”**. Esta motivação aumentou de um ano para o outro (Ano 1: 13,0% + 36,1% + 29,6% = 78,7%; Ano 2: 15,5% + 32,0% + 35,0% = 82,5%);
- A segunda motivação mais relevante é **“conseguir vantagem competitiva”** que também aumentou de um ano para o outro (Ano 1: 13,9% + 36,1% + 29,6% = 79,6%; Ano 2: 12,6% + 35,9% + 33,0% = 81,5%);
- Com a mesma classificação que a motivação “conseguir vantagem competitiva”, surge a motivação **“cumprir a legislação”** que sofreu um ligeiro decréscimo do Ano 1 para o Ano 2, no entanto não deixa de ser um fator relevante de motivação para a adoção dos ODS (Ano 1: 15,7% + 24,1% + 42,6% = 82,4%; Ano 2: 12,6% + 27,2% + 41,7% = 81,5%);
- A terceira maior motivação para a adoção dos ODS nas PME é **“ganhar reputação”** (Ano 1: 23,3% + 25,2% + 19,4% = 67,9%; Ano 2: 30,6% + 23,1% + 22,2% = 75,9%). Esta motivação destaca-se também como a que teve maior aumento (8 pontos percentuais) entre o Ano 1 e o Ano 2;
- As motivações **“resolver problemas sociais”** (Ano 1: 16,7% + 34,3% + 25,0% = 76%; Ano 2: 23,3% + 31,1% + 18,4% = 72,8%) e **“resolver problemas sociais e ambientais em parcerias”** (Ano 1: 25,9% + 25,9% + 24,1% = 75,9%; Ano 2: 25,2% + 23,3% + 20,4% = 68,9%) aparecem em quarto e quinto lugar, embora tenham apresentado uma tendência negativa entre o Ano 1 e o Ano 2;

- Motivações que ganharam proeminência de um ano para o outro incluem **“reduzir custos”** (Ano 1: 13,0% + 23,1% + 24,1% = 60,2%; Ano 2: 14,6% + 21,4% + 32,0% = 68%), sugerindo o reconhecimento das PME de que a adoção de práticas sustentáveis pode levar a eficiências operacionais e redução de despesas; e **“pressão da sociedade”** (Ano 1: 30,1% + 18,4% + 4,9% = 53,4%; Ano 2: 26,9% + 17,6% + 12% = 56,5%), o que demonstra que as PME estão cada vez mais atentas às expectativas da sociedade em relação às questões ambientais e sociais e estão a responder a essas pressões através da incorporação de práticas sustentáveis nas suas operações;

- Algumas motivações apresentaram tendência negativa, ou seja, diminuíram de um ano para o outro. Neste sentido, destaca-se **“ter licença para operar”** (Ano 1: 16,5% + 15,5% + 19,4% = 51,4%; Ano 2: 13,9% + 5,6% + 21,3% = 40,8%), que sofreu uma retração de 10,6 pontos percentuais. Esta contração pode indicar uma nova perceção, sugerindo que a obtenção da licença para operar não é considerada, de facto, um fator motivador relevante para as empresas;

- A **“pressão dos colaboradores”** também diminuiu entre o Ano 1 e o Ano 2 (Ano 1: 26,2% + 13,6% + 8,7% = 48,5%; Ano 2: 19,4% + 15,7% + 8,3% = 43,4%), o que pode indicar uma possível mudança no ambiente interno das empresas ou de outras prioridades que tenham surgido ao longo do tempo;

- A motivação **“mitigar riscos”** também decresceu de um ano para o outro (Ano 1: 19,4% + 24,1% + 24,1% = 67,6%; Ano 2: 21,4% + 19,4% + 22,3% = 63,1%), porém, ainda é reconhecido como um fator motivador para a adoção dos ODS pelas PME.

Após uma análise comparativa entre o Ano 1 e o Ano 2, pode-se concluir que as motivações para a adoção dos ODS pelas PME revelam algumas tendências interessantes. As motivações mais preponderantes são “oportunidade de crescimento de negócio”, “conseguir vantagem competitiva” e “ganhar reputação”, o que evidencia o reconhecimento das PME em alinhar as suas estratégias com a sustentabilidade e incorporar os ODS como um fator diferenciador. É importante notar que a relevância dada a “resolver problemas sociais” e “resolver problemas sociais e ambientais em parcerias” diminuiu, apesar de continuar a ser um fator relevante. Por outro lado, a motivação de “reduzir custos” e a

resposta às expectativas da sociedade através da “pressão da sociedade” mostram que a sustentabilidade está cada vez mais incorporada nas decisões empresariais, com as PME atentas às expectativas do mercado. Os dados revelam ainda que as motivações das Grandes Empresas estão mais associadas ao impacto na sociedade e menos ao negócio, comparativamente com as PME, cujas motivações são de natureza mais instrumental.

Em relação às Entrevistas realizadas às 20 Grandes Empresas, verificou-se que os fatores mais relevantes e mencionados com maior frequência pelas empresas para o seu envolvimento na agenda dos ODS foram os seguintes:

A tabela 5.2.3 apresenta as respostas das 20 Grandes Empresas entrevistadas à questão: “Qual a importância dos seguintes itens para a motivação da sua empresa na adoção dos ODS?”. As opções às quais estas empresas atribuíram, no questionário, uma importância de 5 a 7 (sendo 1 não importante e 7 muito importante) foram consideradas, estando a sua frequência presente na tabela acima. Adicionalmente, uma vez que várias empresas consideram um mesmo fator como uma motivação importante no envolvimento da agenda dos ODS a soma da coluna da direita “Frequência” não irá perfazer um total de 20, não sendo relevante o seu valor cumulativo.

É de notar algumas divergências nas respostas da amostra selecionada para as Entrevistas quando comparadas às demais conclusões do Questionário.

Tabela 5.2.3.

Motivações para o envolvimento na agenda dos ODS – GEs – Entrevistas

Motivações para o envolvimento na Agenda dos ODS	Frequência
Ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade	17
Resolver problemas sociais	13
Resolver questões sociais/ambientais em parcerias	13
Cumprir a legislação	12
Pressão dos investidores	12
Mitigar riscos	11
Conseguir vantagem competitiva	11
Pressão da sociedade	11
Pressão dos colaboradores	10
Ganhar reputação	10
Oportunidade de crescimento de negócio	10
Pressão dos consumidores	10
Reduzir custos	8
Ter liderança para operar	7

Enquanto as motivações “ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade,” “resolver problemas sociais e ambientais em parcerias,” e “resolver problemas sociais” se destacam como as mais relevantes em ambas, é importante ressaltar que seus níveis de relevância variam.

No entanto, observa-se uma discrepância significativa nas motivações “conseguir vantagem competitiva,” que foi identificada como a terceira maior motivação no Questionário (com 90,2%), mas aparece em apenas 55,0% das respostas da amostra.

Outras motivações que seguem essa tendência discrepante são “oportunidade de crescimento de negócio” (88,5% vs. 50,0%) e “mitigar riscos” (88,5% vs. 55,0%).

Na amostra, destacam-se ainda “Cumprir a legislação” e “Pressão dos Investidores”, citadas por 60,0% dos Entrevistados. A maior discrepância, no entanto, está em “Reduzir custos”, que é citada por 40,0% das entrevistadas, enquanto no Questionário chega a 70,5%.

Nas Entrevistas, as empresas foram questionadas sobre as suas escolhas.

70,0% das Grandes Empresas mencionam a pressão da sociedade e de *stakeholders* como um grande incentivo ao envolvimento com os ODS:

- Sociedade: **“a pressão da sociedade, dos clientes, dos parceiros obrigam-nos, no fundo, a ter uma voz”; “Se a sociedade estiver toda alinhada dentro das mesmas prioridades é mais fácil as empresas atuarem”.**
- Investidores: **“Se o investidor acreditar que não estamos a ir no caminho certo, não vai investir em nós e não vamos sobreviver. Precisamos dos nossos investidores”.**
- Colaboradores: **“Os nossos colaboradores cada vez mais querem estar numa empresa com propósito”.**

Outras justificações indicadas pelas empresas estão relacionadas com o efeito positivo para a reputação das empresas: **“No que diz respeito à reputação, as pessoas - clientes, fornecedores, parceiros - estão**

muito preocupados com estes temas. Nós somos constantemente questionados pelos investidores. É de facto um tema muito crítico e, portanto, obviamente que a reputação também tem uma tradução financeira para nós” e “A pressão de reputação é muito grande para nós”.

Ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade obtém uma posição de destaque, e demonstra que as empresas compreendem a necessidade de estarem alinhadas em múltiplas dimensões para ter sucesso: **“A sustentabilidade também tem de ser a sustentabilidade económica. (...) Nós entendemos a sustentabilidade de uma forma holística com os seus três pilares. E hoje em dia as pessoas esquecem-se do pilar económico, e sem este não há os outros”; “Os ODS são um veículo para comunicar sustentabilidade. (...) Se não estamos na linha da frente perdemos o comboio, ou o avião”.**

Paralelamente, o alinhamento com o contexto da empresa, a retenção de talento, a redução de custos e a responsabilidade das empresas foram ainda mencionadas por algumas empresas, ainda que com uma frequência menor.

A tabela 5.2.4 apresenta as respostas das 10 PME's entrevistadas à questão: “Qual a importância dos seguintes itens para a motivação da sua empresa na adoção dos ODS?”. As opções às quais estas empresas atribuíram, no questionário, uma importância de 5 a 7 (sendo 1 não importante e 7 muito importante) foram consideradas, estando a sua frequência presente na tabela da página seguinte. Adicionalmente, uma vez que várias empresas consideram um mesmo fator como uma motivação importante no envolvimento da agenda dos ODS a soma da coluna da direita “Frequência” não irá perfazer um total de 10, não sendo relevante o seu valor cumulativo.

Embora em menor relevância, os valores encontrados na amostra são muito similares aos do Questionário.

Com as Entrevistas, constatou-se que a principal motivação das PME's, referida por 40,0% das empresas participantes, se prende com a **oportunidade de negócio e a possível vantagem competitiva que ganham ao integrar os ODS na sua estratégia (“esse carácter de líder, de poder ir à frente e de tentar com isso ganhar vantagem, está de facto na nossa génese”)**.

Tabela 5.2.4.

Motivações para o envolvimento na Agenda dos ODS – PME's

Motivações para o envolvimento na Agenda dos ODS	Frequência
Oportunidade de crescimento de negócio	9
Conseguir vantagem competitiva	8
Ganhar reputação	6
Cumprir a legislação	6
Ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade	6
Resolver questões sociais/ambientais em parcerias	4
Pressão dos consumidores	4
Resolver problemas sociais	4
Mitigar riscos	4
Reduzir custos	3
Pressão da sociedade	3
Pressão dos investidores	3
Pressão dos colaboradores	3
Ter liderança para operar	2

Nas palavras das PME's: **“As nossas motivações não são só salvar as baleias é fazer dinheiro e, se possível, salvar as baleias ao mesmo tempo”; “A gente está cá para fazer dinheiro (...), mas também para deixar alguma coisa na sociedade”; e “Em Portugal é muito importante estes temas como vantagem competitiva”.**

A segunda razão para a implementação dos ODS mais repetida pelos entrevistados foram motivações pessoais da equipa de gestão, seguida do envolvimento dos colaboradores e políticas de recursos humanos (**“Garantir a estabilidade e fidelização dos recursos humanos”**).

Foram ainda mencionados, como motivações, os benefícios para as empresas a nível da comunicação, da reputação e da diferenciação face aos seus concorrentes (**“Todo esse discurso dos ODS encaixa nessa linha de que toda a nossa comunicação adicione valor e possa ser um fator de diferenciação**

face ao mercado”). Efetivamente, foi afirmado que os ODS contribuem para uma comunicação mais emocional e próxima dos clientes, o que exponencia a boa imagem da empresa e se traduz positivamente a nível das vendas (**“temos de permitir que a nossa comunicação acrescente valor e diferenciação face ao mercado”**).

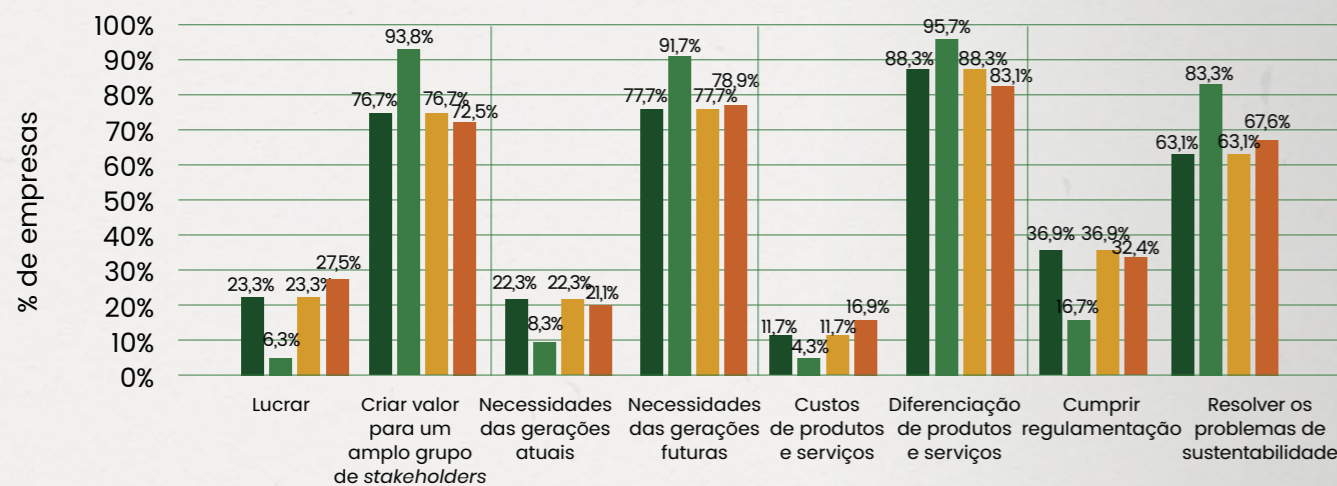
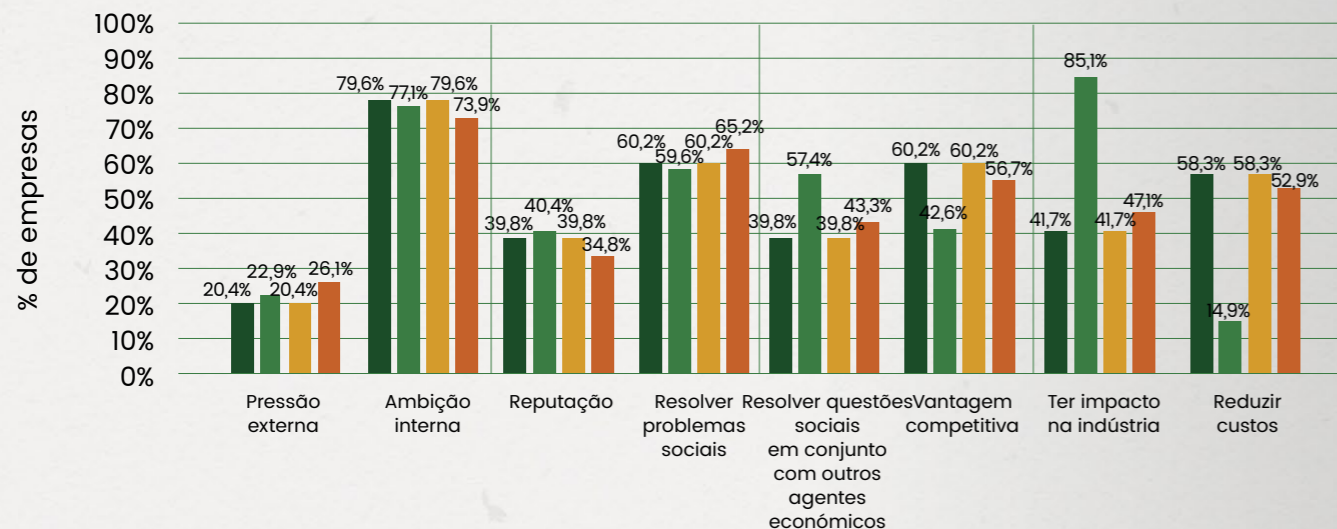
Uma outra motivação indicada duas vezes pelas PME's foi a de garantia da viabilidade da empresa através do cumprimento da legislação em vigor e o facto de esta ser vista enquanto um fator que obriga as empresas a optar por soluções mais sustentáveis (**“A legalidade para nós tem de existir”; “Quando é obrigatório tem mesmo de ser, mesmo que não estejamos preparados”**).

Por fim, foram referidos como incentivos à adoção dos ODS a pressão dos stakeholders e dos investidores, e a necessidade de viabilidade da “empresa a longo prazo”.

Figura 5.2.59.

Se tivesse de escolher entre dois espectros de opção qual escolheria como sendo o seu principal fator de motivação para a sustentabilidade?

(GEs Ano 2: Questão 28; PMEs Ano 2: Questão 41)



● GEs [Ano 1] ● GEs [Ano 2] ● PMEs [Ano 1] ● PMEs [Ano 2]

Ao analisar as respostas das Grandes Empresas e das PMEs sobre o principal fator de motivação para a sustentabilidade quando tem de escolher entre dois espectros no Ano 1 e Ano 2, identificam-se as seguintes tendências:

Ambição Interna prevalente: Em ambos os anos,

tanto nas Grandes Empresas quanto nas PMEs, a resposta "Ambição interna" surge como o principal fator de motivação para a sustentabilidade. Esta evidência sugere que as empresas podem ser impulsionadas principalmente por metas e valores internos para promover práticas sustentáveis.

Existe uma ênfase Crescente nas Necessidades

das Gerações Futuras: A resposta "Necessidade das gerações futuras" apresenta um aumento significativo nas Grandes Empresas (de 77,7% para 91,7%) e um aumento não significativo nas PMEs (de 77,7% para 78,9%) no Ano 2. Esta evidência reflete uma maior consciencialização e compromisso com o impacto a longo prazo e a herança ambiental para as gerações futuras.

Crescente Importância da Diferenciação de Produtos e Serviços: A resposta "Diferenciação de produtos e serviços" também foi mais prevalente em ambos os grupos de empresas, indicando que as empresas atribuem cada vez mais importância à oferta de produtos e serviços sustentáveis como uma forma de se destacarem no mercado (Grandes Empresas, Ano 1: 88,3%; Ano 2: 95,7% - PMEs, Ano 1: 88,3%; Ano 2: 83,1%).

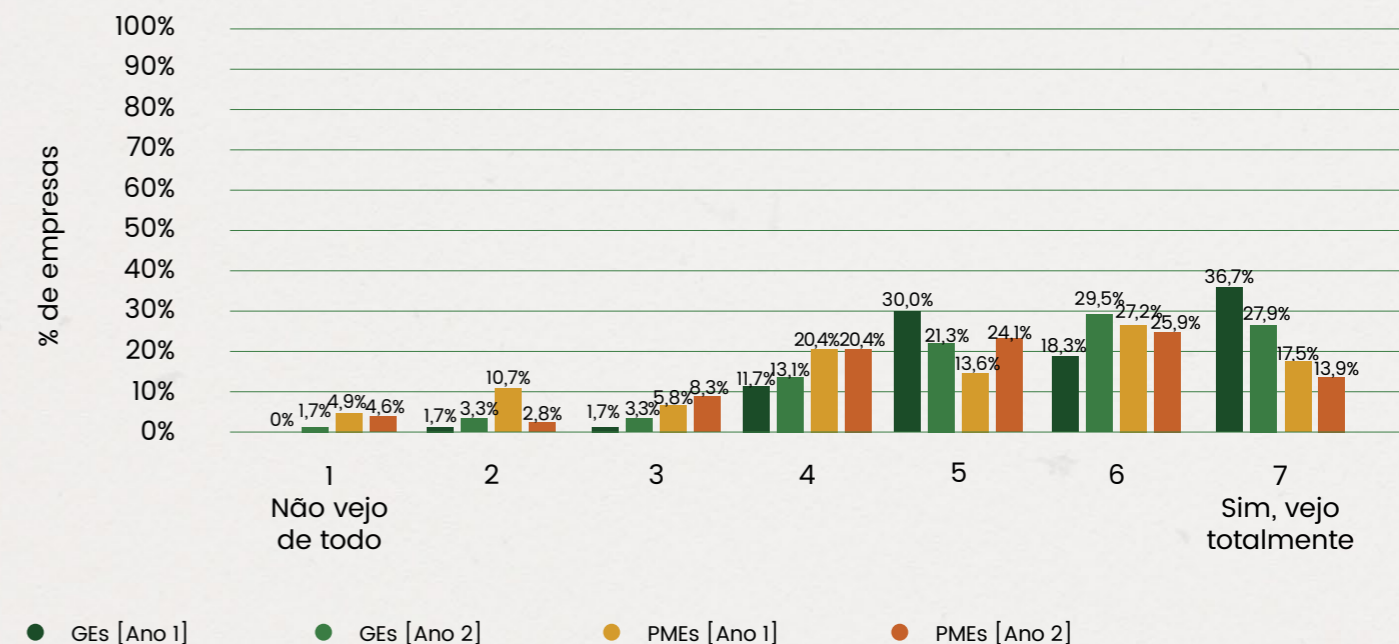
Redução na Importância de Lucrar e Reduzir Custos: A ênfase em "Lucrar" diminuiu consideravelmente no caso das Grandes Empresas (Ano 1: 23,3%; Ano 2: 6,3%). Nas PMEs regista-se a tendência contrária (Ano 1: 23,3%; Ano 2: 27,5%). Por seu turno, a importância em "Reduzir custos" decresceu nas Grandes Empresas (Ano 1: 58,3%; Ano 2: 4,9%). Estes resultados podem indicar que as empresas estão a valorizar mais a sustentabilidade em detrimento do lucro imediato.

Verificam-se ainda os seguintes padrões: entre criar uma boa reputação e resolver problemas sociais,

Figura 5.2.60.

Vê os ODS como uma oportunidade de negócio?

(GEs Ano 2: Questão 29; PMEs Ano 2: Questão 42)



● GEs [Ano 1] ● GEs [Ano 2] ● PMEs [Ano 1] ● PMEs [Ano 2]

tanto Grandes Empresas como PMEs (Ano 1 e Ano 2) optam mais pela opção "resolver problemas sociais". Adicionalmente, existe maior ênfase na consideração das necessidades das gerações futuras e, entre cumprir a legislação e resolver problemas de sustentabilidade, as empresas optam mais pela segunda opção.

Em resumo, verifica-se que a ambição interna é o principal fator de motivação para a sustentabilidade tanto nas Grandes Empresas quanto nas PMEs, indicando um crescente compromisso interno com esta causa. As empresas estão a prestar mais atenção às necessidades das gerações futuras, demonstrando um maior sentido de responsabilidade e visão de longo prazo.

A diferenciação de produtos e serviços está a ser reconhecida como um meio de ganhar vantagem competitiva no mercado, impulsionando a inovação sustentável.

Nas Grandes Empresas, a busca por lucro imediato e redução de custos parece estar a ceder espaço para uma maior preocupação com a sustentabilidade e os impactos a longo prazo.

Em geral, estas mudanças de tendência refletem uma mudança positiva no compromisso das empresas com a sustentabilidade, com uma maior ênfase na criação de valor a longo prazo para a empresa e a sociedade.

Quando questionadas sobre se as empresas veem os ODS como uma oportunidade de negócio, verifica-se o seguinte padrão de respostas:

- A maioria das Grandes Empresas vê os ODS como uma oportunidade de negócio. Contudo, verifica-se que a tendência a ter esta perceção era ligeiramente superior maior no Ano 1 (Ano 1: 30,0% + 18,3% + 36,7% = 85,0%; Ano 2: 21,3% + 29,5% + 27,9% = 78,7%). Tal resultado sugere que, cada vez mais, as Grandes Empresas atribuem outros significados aos ODS e à

sustentabilidade, isto é, estes indicadores poderão ser percebidos como uma ferramenta de *compliance* que permite ter licença para operar;

- Inversamente às Grandes Empresas, existe uma tendência crescente nas PMEs a ver os ODS como uma oportunidade de negócio (Ano 1: 13,6% + 27,2% + 17,5% = 58,3%; Ano 2: 24,1% + 25,9% + 13,9% = 63,9%), se bem que continuam a existir mais Grandes Empresas do que PMEs a ter esta perceção.

Das Entrevistas realizadas, 75,0% das Grandes Empresas veem oportunidade de negócio nos ODS, tendo sido indicadas várias razões que justificam esta resposta.

Dois terços das Grandes Empresas que responderam afirmativamente identificam uma oportunidade de negócios no valor atribuído pelos clientes às temáticas da sustentabilidade. Os ODS são também percecionados enquanto possibilidade de desenvolver parcerias e novas soluções de negócios. É também de realçar que algumas empresas veem um maior potencial no que diz respeito a oportunidades de negócio associadas com a exploração dos ODS para empresas de produtos do que para empresas de serviços (**“Mais do que uma oportunidade de negócio, é um alinhamento do negócio. O facto de terem um referencial que permite entender que um produto está a contribuir para certo ODS é importante”**). Uma empresa identifica ainda o potencial dos ODS enquanto vantagem competitiva: **“Se o mercado sente essa necessidade [de mencionar os ODS], nós não podemos ignorá-los. (...) É um fator competitivo!”**.

Os restantes 25,0% das Grandes Empresas dizem não identificar oportunidades de negócio nos ODS, contudo, ainda assim acreditam que existem outras potencialidades associadas aos mesmos, como a de desenvolver parcerias ou de acrescentar valor ao negócio: **“Os ODS não estão propriamente dedicados ao negócio, mas sim a um crescimento sustentável”**. Uma das empresas que indicou não ver os ODS como uma oportunidade, demonstra que o comprometimento com os ODS tem efetivamente diversas motivações: “não estamos nisto pelas oportunidades de negócio, mas sim porque é a nossa forma de trabalhar”.

No caso das PMEs, as opiniões dividiram-se quando a questão **“Vê alguma oportunidade de negócio nos ODS?”** foi colocada, com metade da amostra a responder afirmativamente e a outra metade a discordar.

Das 50,0% das PMEs que disseram que sim, quatro mencionaram o fator diferenciador associado aos ODS, tendo um dos entrevistados indicado que acredita que o consumidor quando deparado com uma escolha vai optar pela alternativa mais responsável (**“eu quero acreditar que o consumidor final também tem essa sensibilidade de escolher entre o A e o B, que escolha o B (produto sustentável)”**).

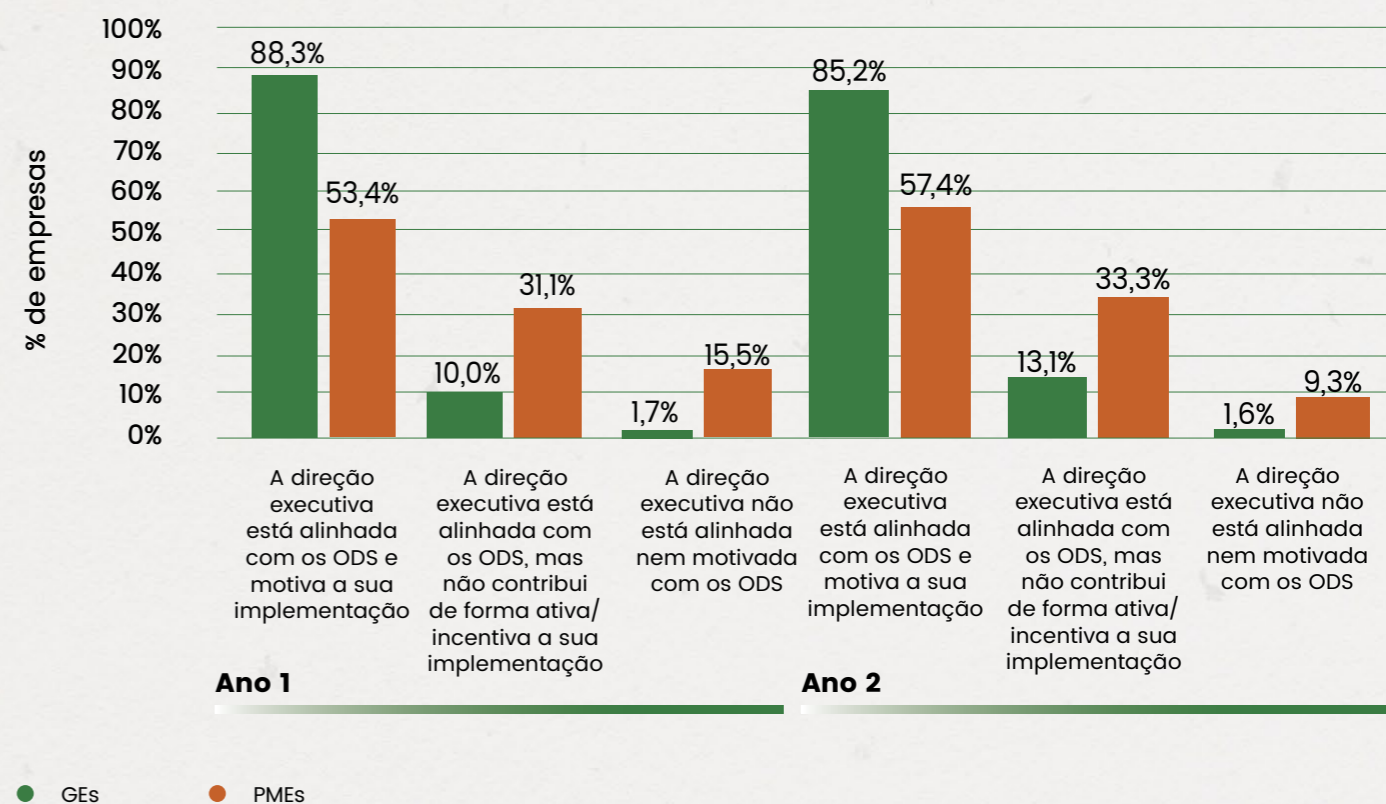
Um outro argumento apresentado por uma das empresas que tomou esta posição foi o facto de existirem **“imensas oportunidades de negócios, principalmente financeiras, mas não para a nossa empresa”**, o que demonstra que reconhece o valor acrescido associado aos ODS. Uma outra empresa, que respondeu também afirmativamente, revela que ainda que não considere que os ODS representam uma marca distintiva, sabe que estes representam o caminho para o futuro.

É ainda de apontar que uma das empresas que indicou não identificar uma oportunidade de negócio nos ODS confirma, no entanto, que estes se podem efetivamente traduzir num fator de credibilidade e diferenciação.

Figura 5.2.61.

Qual é a sua perceção sobre a principal motivação da Direção Executiva para a Agenda dos ODS?

(GEs Ano 2: Questão 29; PMEs Ano 2: Questão 42)



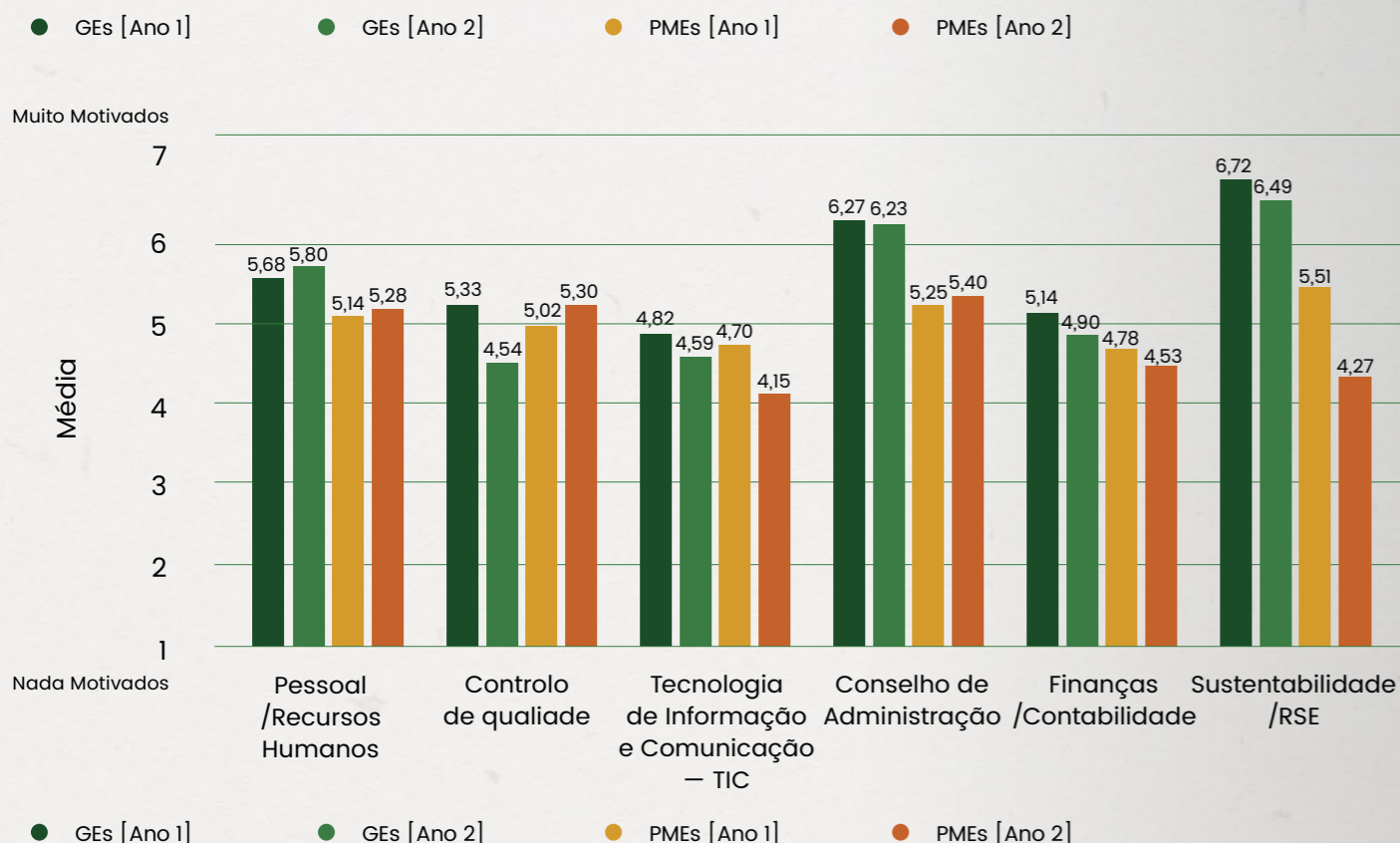
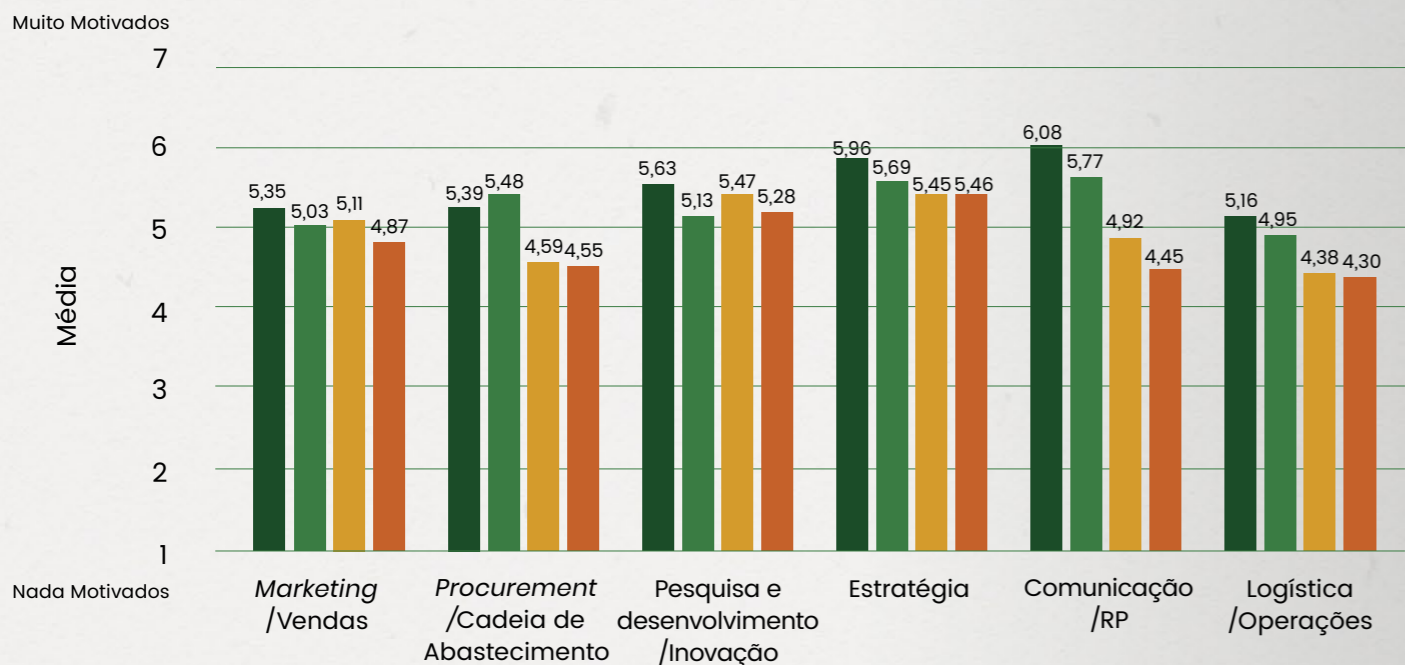
Relativamente à perceção sobre a principal motivação da Direção Executiva para a Agenda dos ODS, os resultados do Ano 2 revelam ser análogos aos do Ano 1. Isto é, a maioria das Grandes Empresas e das PMEs têm uma Direção Executiva alinhada com os ODS e que motiva a sua implementação (Ano 2 Grandes Empresas: 85,2%; Ano 2 PMEs: 57,4%). Estes resultados corroboram evidências anteriores que demonstram que, principalmente nas Grandes Empresas, existe um maior alinhamento estratégico (*versus* operacional) dos ODS.

Motivação para adoção dos ODS – departamentos e colaboradores

Figura 5.2.62.

Pode avaliar a motivação dos vários departamentos da empresa para os ODS (caso se aplique)?

(GEs Ano 2: Questão 31; PMEs Ano 2: Questão 44)



Foi analisado o nível de motivação dos vários departamentos, tanto das Grandes Empresas como das PMEs, em relação aos ODS, utilizando uma escala de 1 a 7, tanto no Ano 1 como no Ano 2. É importante clarificar que a motivação dos vários departamentos foi medida pelo respondente do questionário e não pelos diferentes departamentos. Verifica-se que a motivação dos departamentos em relação aos ODS é elevada em ambos os anos e ligeiramente superior nas Grandes Empresas. Todavia, existe um decréscimo na motivação dos departamentos de um ano para o outro, mais significativo no caso das PMEs.

Os resultados sugerem uma possível mudança de foco ou prioridade em relação aos ODS.

Em específico, obtêm-se as seguintes considerações (por departamento):

- **Sustentabilidade/RSE:** A motivação do Departamento de Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial (RSE) apresentou elevadas classificações em ambos os anos, sendo, no entanto mais pronunciada no Ano 1. No Ano 2, houve um decréscimo na motivação do departamento, principalmente nas PMEs, indicando uma possível mudança de foco ou prioridade em relação aos ODS;

- **Conselho de Administração:** O envolvimento e a motivação do Conselho de Administração nas Grandes Empresas permaneceram elevados em ambos os anos (Ano 1: 6,27; Ano 2: 6,23), demonstrando um reconhecimento consistente da importância dos ODS como uma estratégia corporativa. Nas PMEs, denota-se um grau de motivação menor do que nas Grandes Empresas, porém verifica-se maior motivação no Ano 2 (Ano 1: 5,26; Ano 2: 5,40), o que sugere maior motivação dos Conselhos de Administração das PMEs relativamente aos ODS;

- **Estratégia:** O departamento de Estratégia apresentou elevada motivação em ambos os anos, tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs. Todavia, verifica-se um ligeiro decréscimo no Ano 2 em ambos os grupos de empresas (Grandes Empresas – Ano 1: 5,96; Ano 2: 5,69; PMEs – Ano 1: 5,45; Ano 2: 5,46);

- **Pessoal/Recursos Humanos:** Os departamentos de Pessoal/Recursos Humanos nas Grandes Empresas e nas PMEs demonstraram uma motivação constante ao longo dos anos, indicando a importância atribuída

à consciencialização e capacitação dos colaboradores em relação aos ODS;

- **Pesquisa e Desenvolvimento/Inovação:** Embora tenha havido um decréscimo na motivação dos departamentos de Pesquisa e Desenvolvimento/Inovação tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs, este é um departamento que permanece com uma motivação relativamente elevada (Grandes Empresas – Ano 2: 5,13; PMEs – Ano 2: 5,28);

- **Comunicação/RP:** A motivação dos departamentos de Comunicação e Relações-Públicas diminuiu no Ano 2, tanto nas Grandes Empresas (Ano 1: 6,08; Ano 2: 5,77) como nas PMEs (Ano 1: 4,92; Ano 2: 4,45). Esta evidência pode indicar uma necessidade de maior compromisso na comunicação dos esforços e impactos relacionados aos ODS;

- **Procurement/Cadeia de Abastecimento:** Os departamentos de Procurement/Cadeia de Abastecimento apresentaram elevada motivação em ambos os anos (Grandes Empresas – Ano 1: 5,39; Ano 2: 5,48; PMEs – Ano 1: 4,59; Ano 2: 4,55), indicando um reconhecimento da importância de incorporar critérios sustentáveis nas práticas de aquisição e na gestão da cadeia de fornecimento;

- **Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC):** Os departamentos de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) apresentam motivação relativamente menor quando comparado com outros departamentos, tanto no Ano 1 como no Ano 2 (Grandes Empresas – Ano 1: 4,82; Ano 2: 4,59; PMEs – Ano 1: 4,70; Ano 2: 4,15), sugerindo que a integração dos ODS nas iniciativas de tecnologia e digitalização pode ser uma área de desenvolvimento;

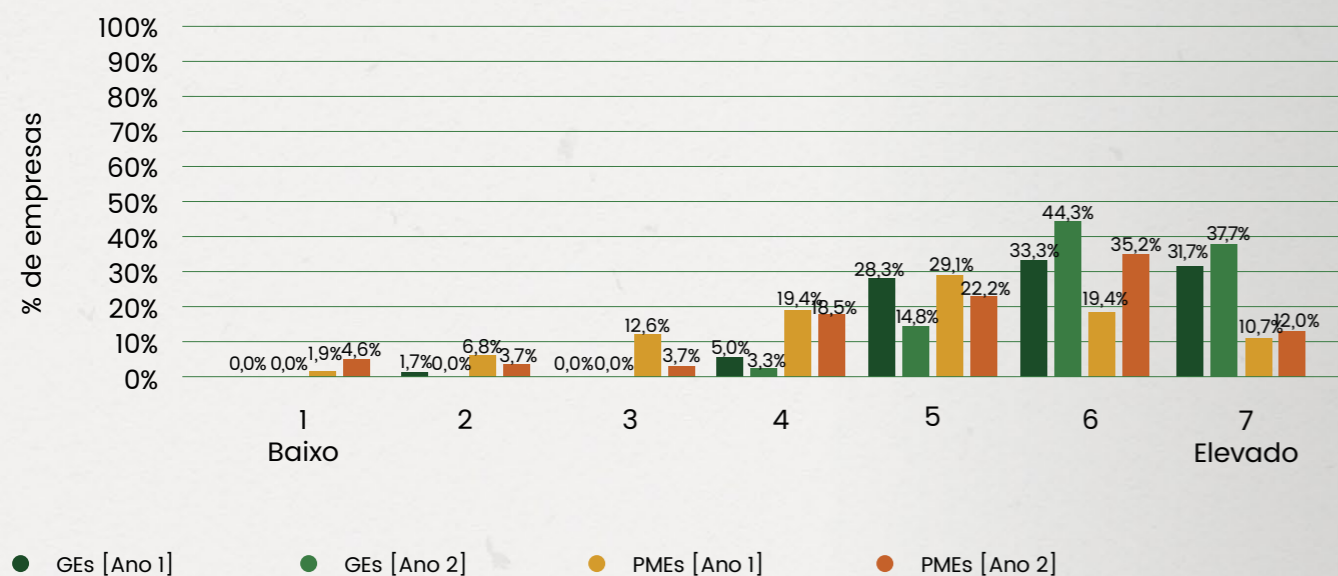
- **Controlo de Qualidade:** Houve uma diminuição considerável na motivação dos departamentos de Controlo de Qualidade no Ano 2 (Grandes Empresas – Ano 1: 5,33; Ano 2: 4,54; PMEs – Ano 1: 4,02; Ano 2: 5,30). Tal pode indicar a necessidade de maior ênfase na qualidade relacionada aos aspetos sustentáveis dos produtos e processos.

De forma geral, os resultados evidenciam a relevância contínua dos ODS nos diferentes departamentos das Grandes Empresas e uma menor motivação nas PMEs e seus departamentos.

Figura 5.2.63.

Qual é o grau de motivação dos colaboradores da empresa para a sustentabilidade?

(GEs Ano 2: Questão 32; PMEs Ano 2: Questão 45)



Ao analisar as respostas das Grandes Empresas e das PMEs sobre o grau de motivação dos colaboradores para a sustentabilidade no Ano 1 e Ano 2 identificam-se as seguintes tendências:

Motivação Elevada em Grandes Empresas: Combinando as respostas dos pontos de escala 5, 6 e 7, em ambos os anos, verifica-se que as Grandes Empresas apresentam uma motivação elevada dos colaboradores para a sustentabilidade (Ano 1: 28,3% + 33,3% + 31,7% = 93,3%; Ano 2: 14,8% + 44,3% + 37,7% = 96,8%) e que a tendência é crescente;

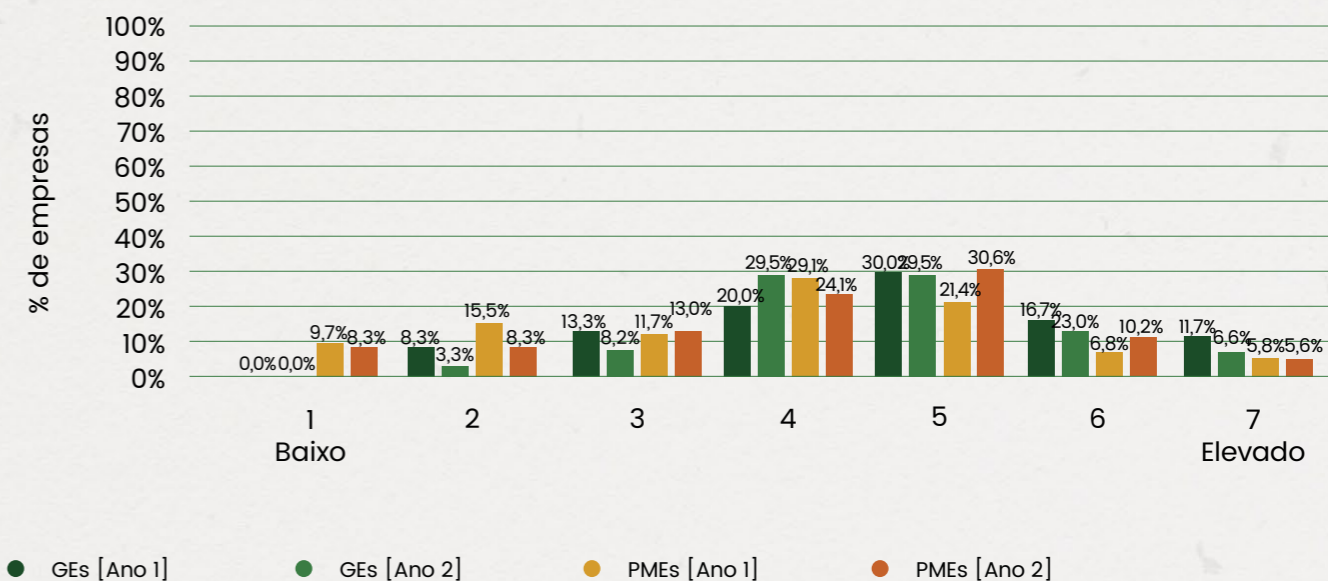
Crescimento Motivacional nas PMEs: Verifica-se que nas PMEs a motivação não é tão elevada quanto nas GEs. No entanto, existe uma tendência crescente na motivação dos colaboradores para a sustentabilidade (Ano 1: 29,1% + 19,4% + 10,7% = 59,2%; Ano 2: 22,2% + 35,2% + 12,0% = 69,4%).

Em suma, a motivação dos colaboradores para a sustentabilidade parece estar numa trajetória positiva, com um destaque especial das Grandes Empresas.

Figura 5.2.64.

Qual é o grau de motivação dos colaboradores da empresa para os ODS?

(GEs Ano 2: Questão 32; PMEs Ano 2: Questão 45)



Relativamente ao grau de motivação dos colaboradores para os ODS, verificam-se as seguintes considerações (que incluem evidências do Ano 1 e do Ano 2):

Motivação Considerável em Ambos os Grupos de Empresas: Tanto as Grandes Empresas quanto as PMEs apresentam considerável motivação dos colaboradores para os ODS. 59,1% das Grandes Empresas indicam níveis de motivação moderados a elevados (29,5% + 23,0% + 6,6%) e 46,4% (30,6% + 10,2% + 5,6%) das PMEs apresentam o mesmo padrão. No entanto, a tendência é superior nas Grandes Empresas;

Estabilidade ao Longo dos Anos: As respostas mantêm-se relativamente estáveis ao longo dos anos no caso das Grandes Empresas, com um ligeiro aumento de motivação quando comparado com o Ano 1 (Ano 1: 30,0% + 16,7% + 11,7% = 58,4%). No caso das PMEs, o aumento da motivação dos colaboradores para os ODS foi maior quando comparado com o Ano 1 e com o aumento verificado nas Grandes Empresas (Ano 1: 21,4% + 6,8% + 5,8% = 34%).

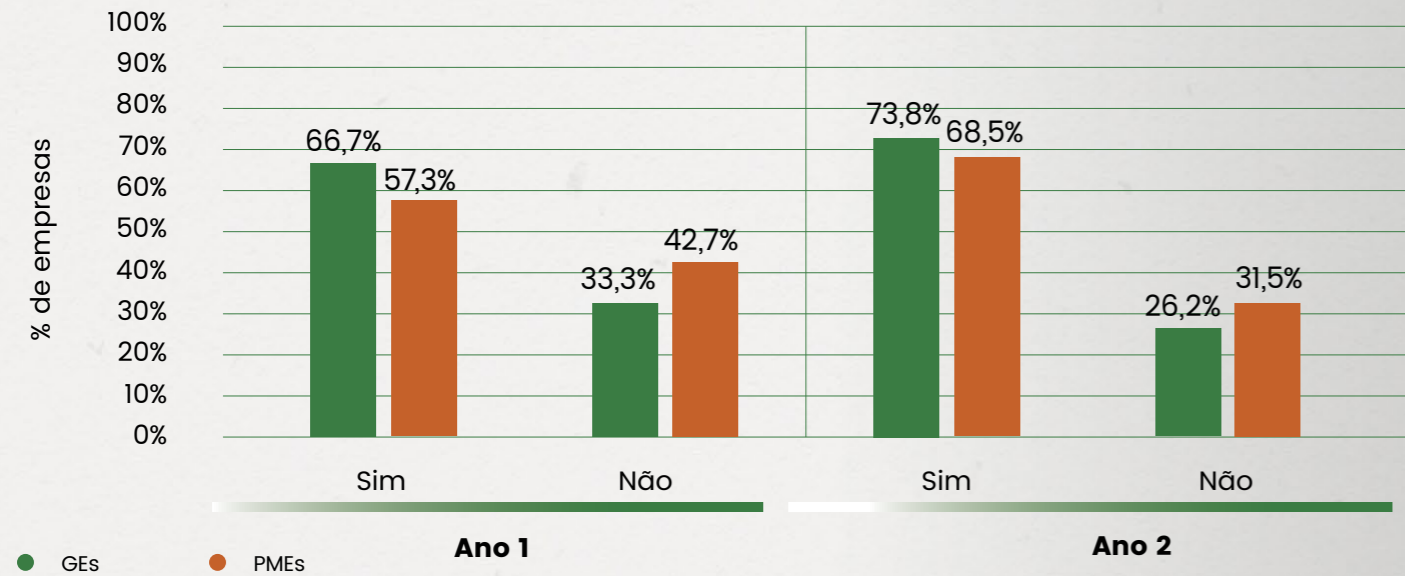
Os colaboradores das Grandes Empresas e das PMEs têm demonstrado uma motivação consistente com os ODS. Esta considerável motivação interna é um indicador positivo da cultura organizacional voltada para a sustentabilidade que apresenta níveis superiores, refletindo o envolvimento e a consciencialização dos colaboradores em relação às questões ambientais e sociais.

ODS e decisões organizacionais

Figura 5.2.65.

Os ODS que a empresa considera mais estratégicos servem como suporte ao processo de tomada de decisão?

(GEs: Questão 33; PMEs: Questão 46)

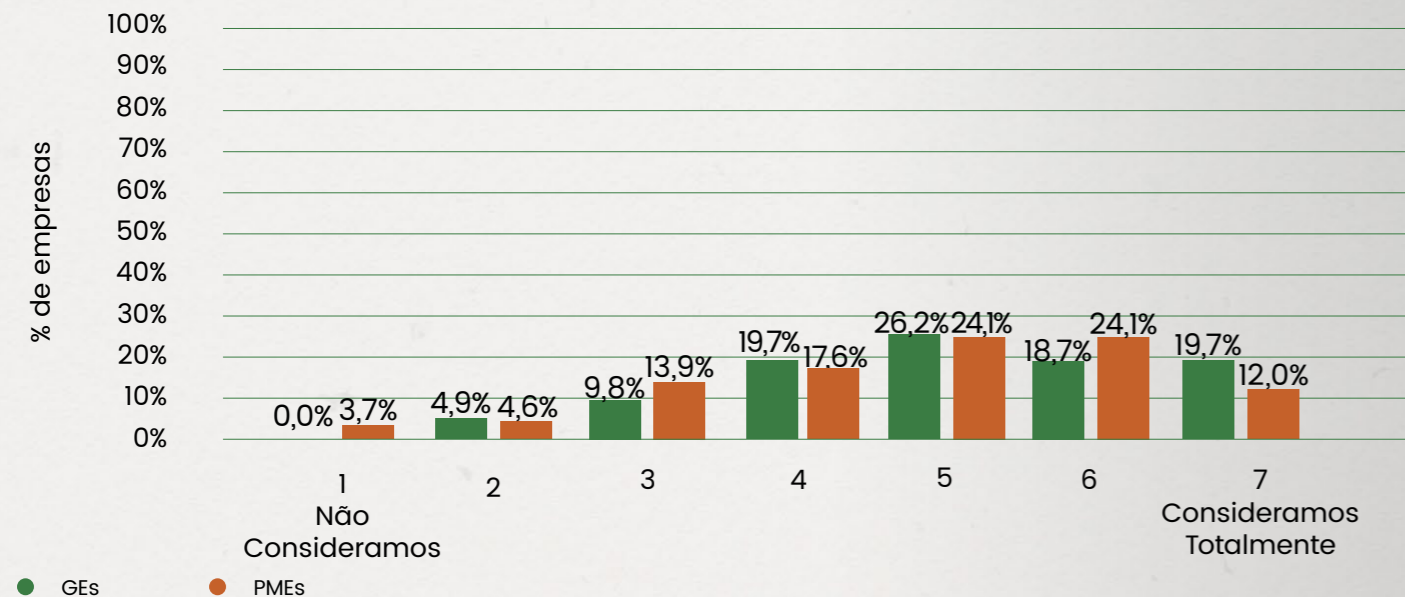


As empresas foram questionadas se os ODS mais estratégicos servem como suporte ao processo de tomada de decisão. Verifica-se que as Grandes Empresas utilizam cada vez mais os ODS como suporte ao processo de tomada de decisão (Ano 1: 66,7%; Ano 2: 73,8%). O mesmo padrão crescente pode ser observado nas PMEs (Ano 1: 57,3%; Ano 2: 68,5%). Em resumo, os dados mostram que tanto as Grandes Empresas como as PMEs reconhecem cada vez mais o valor dos ODS estratégicos como suporte ao processo de tomada de decisão. Esta tendência é encorajadora, pois indica um avanço na integração dos ODS estratégicos nas práticas de gestão e nas estratégias de negócio das empresas.

Figura 5.2.66.

Até que ponto considera os ODS estratégicos no seu processo de inovação? [Ano 2]

(GEs: Questão 34; PMEs: Questão 47)



Ao analisar como as Grandes Empresas e as PMEs consideram os ODS no seu processo de inovação, alguns padrões emergem:

Consideração dos ODS na Inovação: Em geral, mais de metade da amostra de Grandes Empresas e de PMEs consideram os ODS nos seus processos de inovação.

O somatório das respostas dos pontos da escala 5, 6 e 7 representa um total de 64,6% (26,2% + 18,7% + 19,7%) para Grandes Empresas e 60,2% (24,1% + 24,1% + 12,0%) para PMEs. Assim sendo, as Grandes Empresas consideram mais os ODS estratégicos nos seus processos de inovação (64,6%) face às PMEs (60,1%).

Figura 5.2.67.

Existe uma associação de objetivos dos ODS e incentivos internos na compensação dos departamentos e funcionários? [Ano 1]

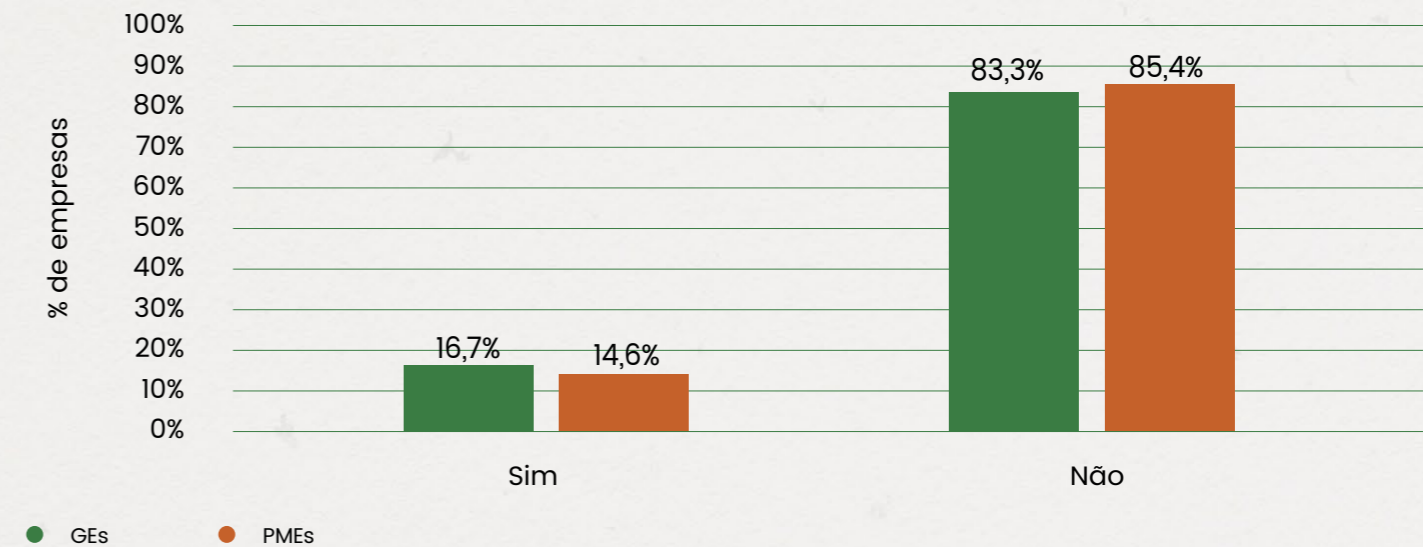
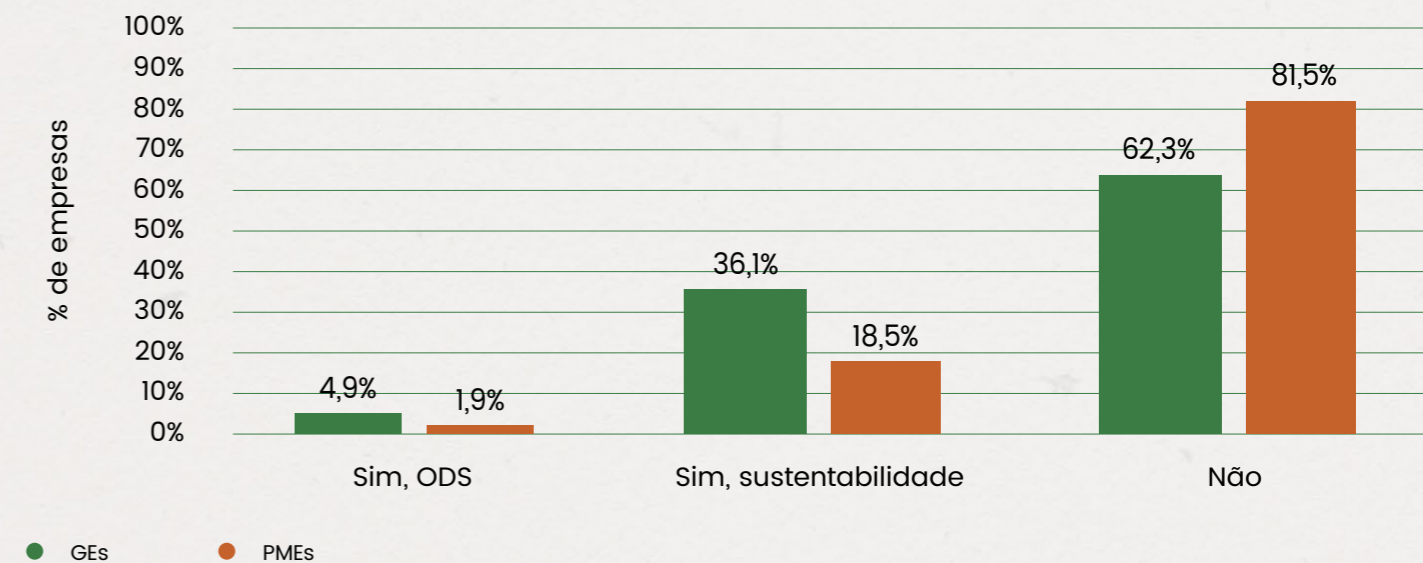


Figura 5.2.68.

Existe uma associação entre os incentivos internos de compensação e objetivos de sustentabilidade e/ou ODS? [Ano 2]

(GEs: Questão 6.4; PMEs: Questão 19.4)



Ao serem questionadas se associam os objetivos dos ODS aos incentivos internos na compensação dos departamentos e funcionários, identificam-se as seguintes tendências:

No Ano 1, a maioria das empresas (Grandes Empresas: 83,3%; PMEs: 85,4%), relatou que não havia associação entre os objetivos dos ODS e os incentivos internos na compensação dos departamentos e funcionários. Somente uma minoria das empresas (Grandes Empresas: 16,7%; PMEs: 14,6%), indicou que existia tal

associação, embora em níveis pouco elevados. O padrão de resposta mudou no Ano 2. Verifica-se que a proporção de empresas que afirmam não ter uma associação entre os objetivos dos ODS e incentivos internos diminuiu. Existe um maior número de empresas a relatar uma associação dos incentivos internos com a sustentabilidade (Grandes Empresas: 36,1%; PMEs: 18,5%). Adicionalmente, 4,9% das Grandes Empresas e 1,9% das PMEs mencionaram especificamente a associação dos incentivos com os ODS.

Quando questionadas sobre as oportunidades que os ODS representam para as empresas (em questão de desenvolvimento), estas classificaram-os como instrumentos estratégicos com diversas vantagens.

Vários participantes mencionaram que **o alinhamento estratégico com os ODS permite dar resposta às necessidades emergentes da sociedade**, cumprindo as suas expectativas. Os ODS facilitam ainda a identificação de eixos prioritários de atuação e surgem como uma possível resposta a desafios futuros, pois permitem uma melhor compreensão dos objetivos internacionais e das respetivas tendências. Verificou-se ainda que foi dada uma grande ênfase ao efeito do alinhamento da estratégia empresarial com os ODS e as consequências positivas para a empresa e sociedade. Adicionalmente, foi indicado que os ODS permitem a **criação de valor sustentável ao longo do tempo e possibilitam que as empresas ganhem uma vantagem competitiva** em relação aos seus concorrentes quando a sua estratégia está alinhada com a Agenda 2030.

Os ODS são ainda associados a um **aumento da reputação institucional** e um melhor posicionamento de mercado, pois constituem uma oportunidade de reforçar e desenvolver estratégias e ações que amplifiquem o impacto positivo das atividades da empresa, proporcionando às empresas uma perspetiva mais alargada na tomada de decisão.

As empresas veem os ODS como **catalisadores de transformação**, pois permitem aumentar a produtividade, uma consequência de um aumento de eficácia e eficiência, também associado aos mesmos.

Além disso, funcionam como uma **ferramenta para priorizar o sucesso a longo prazo**, não apenas o lucro a curto prazo, identificando oportunidades e apoiando

decisões de negócio que visam um futuro mais sustentável.

A nível ambiental, os **ODS são apontados como um instrumento que facilita a mitigação de riscos climáticos e ambientais**, permitindo compensar as consequências negativas das operações das empresas. Dessa forma, promovem um verdadeiro desenvolvimento e crescimento sustentável, contribuindo para um mundo melhor. Além disso, os ODS são mencionados como **facilitadores e fortalecedores da implementação de uma cultura de sustentabilidade ambiental na empresa**, servindo como um guia valioso para definir uma estratégia sustentável. O compromisso com os ODS é considerado um acelerador da agenda de desenvolvimento sustentável nas empresas, alinhando-as com os desafios e metas identificados pelas Nações Unidas e ajudando-as a priorizar os desafios que devem ser enfrentados.

Ao promoverem os ODS, as empresas identificam consequências positivas também a nível social, nomeadamente um **maior alinhamento com as exigências da sociedade**, a sensibilização e a consciencialização de vários *stakeholders*, um fortalecimento da cultura de sustentabilidade social nas organizações e a criação de valor para a sociedade. Assim, as empresas admitem conseguir trabalhar no sentido de alcançar uma sociedade mais equitativa através dos ODS, mitigando riscos sociais e tentando reduzir as desigualdades sociais e promover maior inclusão.

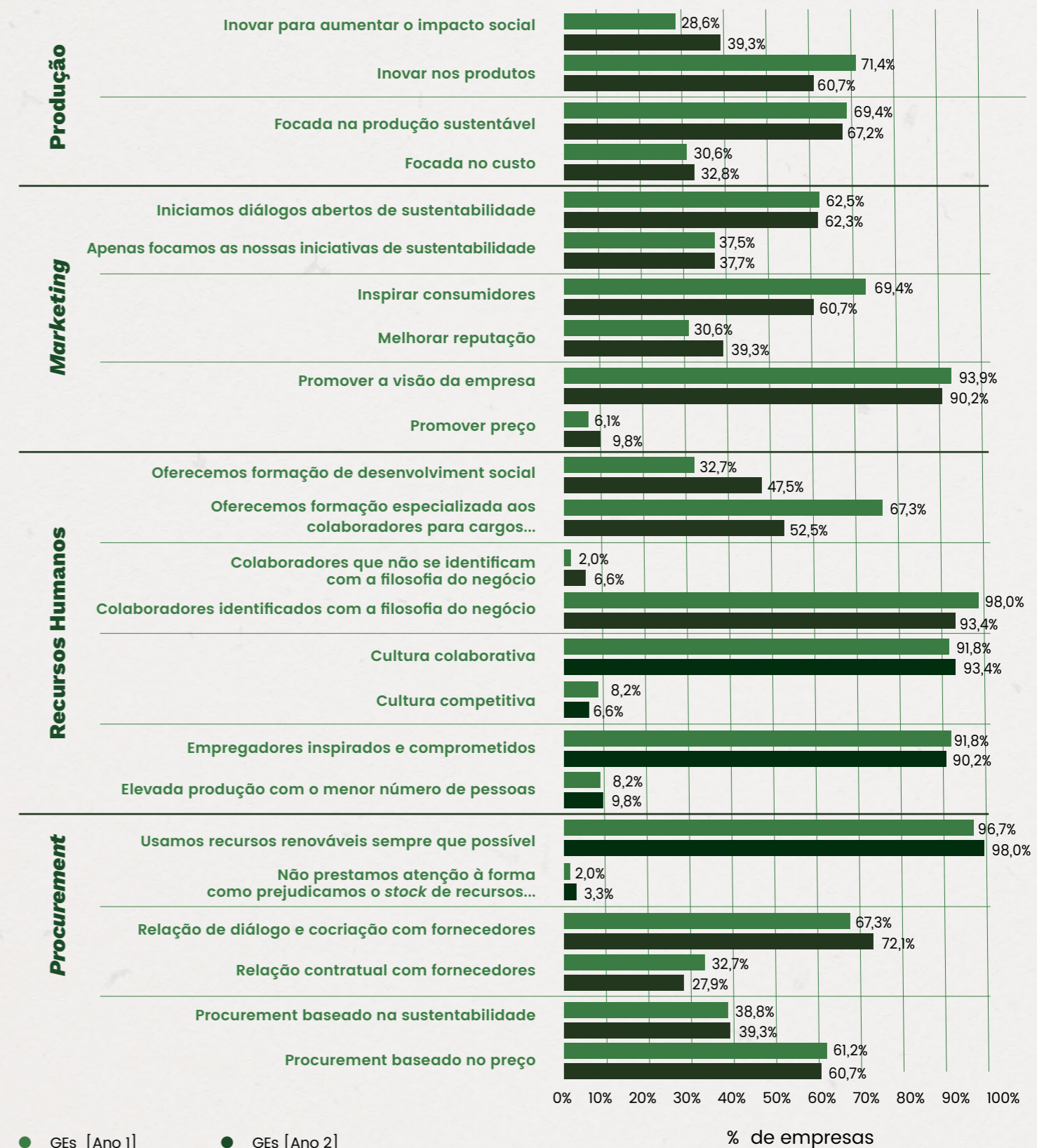
Finalmente, os ODS são descritos como **uma forma de estabelecer uma linguagem comum para a comunicação da sustentabilidade** no âmbito empresarial, tornando as empresas mais próximas umas das outras através da colaboração em parceria com o objetivo de alcançar as mesmas metas.

Estratégia de sustentabilidade nas áreas operacionais

Figura 5.2.69

O que melhor descreve a estratégia de... [aponte em qual dos dois lados do espectro se situa] — Grandes Empresas

(GEs Ano 2: Questões 37, 38, 39 e 40)



Ao analisar as respostas das diferentes estratégias apontadas pelas Grandes Empresas no Ano 1 e no Ano 2, é possível observar as seguintes tendências em relação às diferentes áreas operacionais, ao longo do tempo:

PRODUÇÃO

Em ambos os anos, a maioria das Grandes Empresas reconhece a importância de uma produção sustentável como parte de sua estratégia de Produção. No Ano 2, 67,2% das Grandes Empresas selecionaram esta opção em oposição à “focada no custo”. No entanto, nota-se uma ligeira diminuição de 2,2% em relação ao Ano 1 (69,4%). Isto significa que uma parcela significativa das Grandes Empresas (Ano 1: 30,6%; Ano 2: 32,8%) considera o custo um fator importante na estratégia de Produção.

Embora a maioria das Grandes Empresas tenha optado por “inovar nos produtos” (Ano 1: 60,7%; Ano 2: 71,4%), nota-se que a opção “inovar para aumentar o impacto social” teve um aumento de cerca de 10,7 pontos percentuais (Ano 1: 28,6%; Ano 2: 39,3%). Estes resultados sugerem que, embora a inovação dos produtos continue uma prioridade para as Grandes Empresas, houve um aumento na ênfase dada à inovação para o impacto social, o que pode indicar uma maior consciência da importância de abordar questões sociais por meio da inovação na produção.

Estes resultados destacam a necessidade contínua de equilibrar considerações económicas e ambientais na estratégia de Produção, promovendo a inovação para impulsionar tanto a sustentabilidade quanto o impacto social positivo.

MARKETING

A grande maioria das Grandes Empresas (90,2%) considera “Promover a visão da empresa” a melhor forma de descrever a estratégia de Marketing, enquanto 9,8% consideram “Promover preço”. Nota-se uma ligeira diminuição na escolha desta primeira opção, que no Ano 1 era de 93,9% e um aumento da segunda opção que era de 6,1%, respetivamente.

Adicionalmente, a maioria das Grandes Empresas reconhece a importância de inspirar os consumidores como parte da estratégia de Marketing (Ano 1: 69,4%; Ano 2: 60,7%). No entanto, observa-se um aumento de 8,7% na opção contrária “melhorar reputação”, que passou de 30,6% para 39,3% entre os Anos 1 e 2.

Em ambos os anos, aproximadamente 62,0% das Grandes Empresas indicaram iniciar diálogos abertos de sustentabilidade como parte de sua estratégia de Marketing (Ano 1: 62,5%; Ano 2: 62,3%), em oposição a focar-se apenas nas suas iniciativas de sustentabilidade.

Os dados demonstram que a promoção da visão da empresa é considerada um elemento-chave da estratégia de Marketing pelas Grandes Empresas. Inspirar os consumidores e melhorar a reputação também são importantes, embora tenha havido uma diminuição na proporção de Grandes Empresas que selecionaram estas opções no Ano 2 em relação ao Ano 1. Além disso, a iniciativa de iniciar diálogos abertos de sustentabilidade manteve-se relativamente estável ao longo dos anos. Estes resultados sugerem que as Grandes Empresas estão cada vez mais conscientes da importância de promover uma visão sustentável da empresa por meio das suas estratégias de Marketing.

RECURSOS HUMANOS

A maioria das Grandes Empresas indicou uma cultura colaborativa como a melhor forma de descrever a estratégia de Recursos Humanos (Ano 1: 91,3%; Ano 2: 93,4%), em oposição a uma cultura competitiva (Ano 1: 8,2%; Ano 2: 6,6%).

93,4% das Grandes Empresas afirmam ter colaboradores identificados com a filosofia do negócio. Apesar de alto, este valor é inferior ao relatado no Ano 1, de 98,0%. Verifica-se, portanto, um crescimento nas empresas que relatam ter colaboradores que não se identificam com a filosofia do negócio, de 2% no Ano 1 para 6,6% no Ano 2.

Relativamente à oferta de formação especializada aos colaboradores para cargos especiais, esta opção foi indicada por uma proporção significativa de Grandes Empresas (Ano 1: 67,3%; Ano 2: 52,5%). No entanto, houve

um decréscimo de 14,8% na proporção de Grandes Empresas que selecionaram essa opção no Ano 2 em relação ao Ano 1. Por outro lado, houve um aumento na proporção de Grandes Empresas que indicaram oferecer formação de desenvolvimento social no Ano 2 em relação ao Ano 1, de 32,7% para 67,3%.

Por fim, grande parte das Grandes Empresas (90,2%, no Ano 2) considera empregadores inspirados e comprometidos um elemento essencial de sua estratégia de recursos humanos. Este indicador permaneceu alto em ambos os anos, mas apresentou um decréscimo de 1,6% no Ano 2 em relação ao Ano 1 (Ano 1: 91,8%). Do outro lado, encontra-se a opção “elevada produção com menor número de pessoas”, que foi selecionada por 8,2% das empresas no Ano 1 e 9,8% no Ano 2.

Os dados mostram que a cultura colaborativa é fortemente valorizada como parte da estratégia de Recursos Humanos das Grandes Empresas, bem como ter empregadores inspirados e comprometidos. A identificação dos colaboradores com a filosofia do negócio também é considerada essencial. É ainda interessante observar que a formação especializada para cargos especiais diminuiu em importância, enquanto a formação de desenvolvimento social ganhou destaque.

Estes resultados sugerem uma mudança no foco das Grandes Empresas em relação ao desenvolvimento e capacitação dos colaboradores, priorizando cada vez mais a colaboração e o compromisso dos empregadores como elementos-chave para impulsionar a sustentabilidade. A busca por práticas sustentáveis e a consciencialização social ganham importância, refletindo uma preocupação crescente com o impacto social e ambiental das empresas.

PROCUREMENT

Em ambos os anos, a maioria das Grandes Empresas indicou que a sua estratégia de *Procurement* estava mais voltada para o preço (Ano 1: 61,2%; Ano 2: 60,7%) do que para a sustentabilidade (Ano 1: 38,8%; Ano 2: 39,3%).

No que concerne à relação com fornecedores, houve um aumento na preferência por uma relação de diálogo e cocriação (Ano 1: 67,3%; Ano 2: 72,1%) em oposição à relação contratual (Ano 1: 32,7%; Ano 2: 27,9%).

Quanto ao uso de recursos naturais, verifica-se que a grande maioria das Grandes Empresas indicou usar recursos renováveis sempre que possível (Ano 1: 98,0%; Ano 2: 96,7%), e apenas um número reduzido (Ano 1: 2,0%; Ano 2: 3,3%) afirmou não prestar atenção à forma como prejudicam o *stock* de recursos naturais para a sua produção.

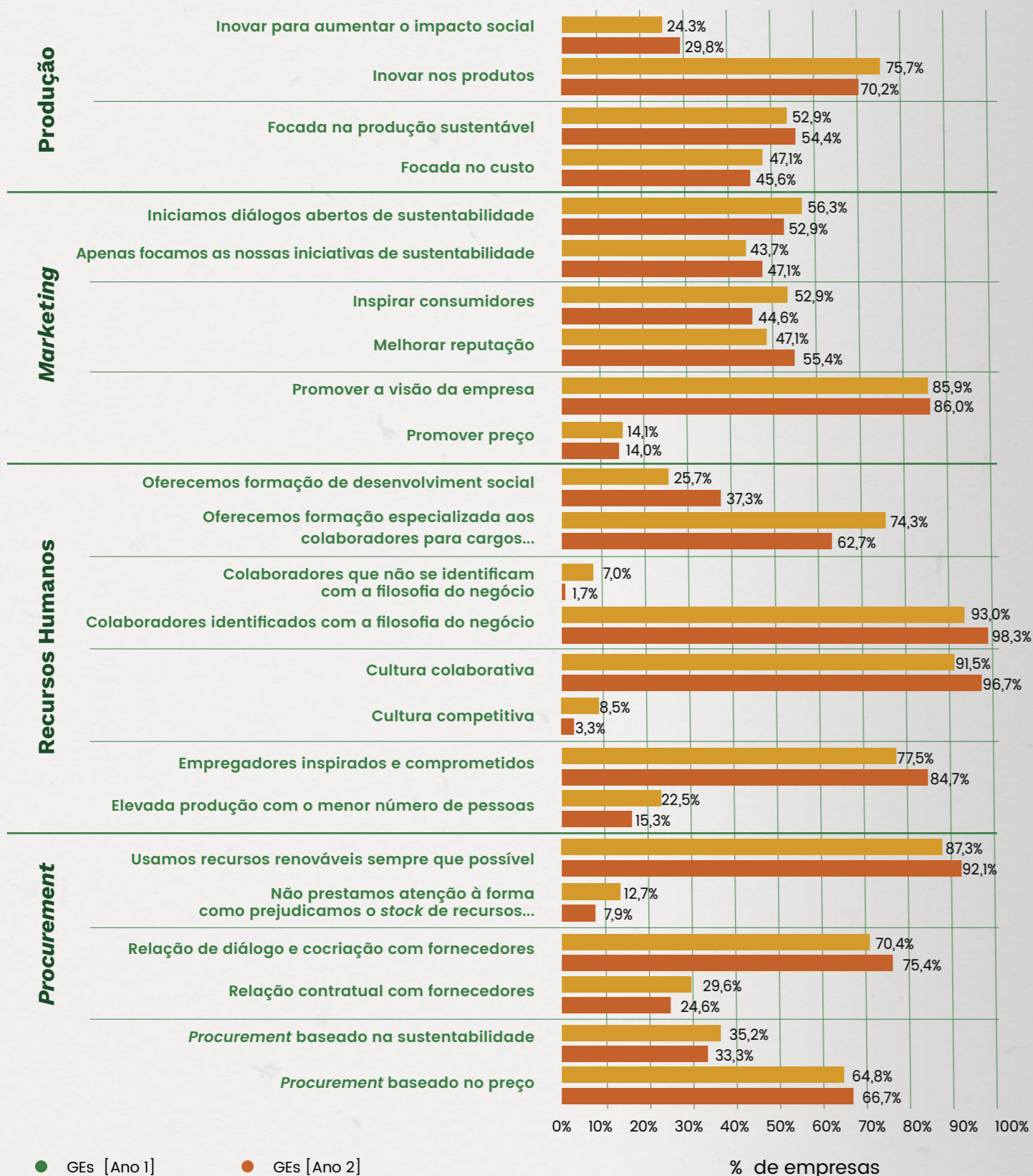
Em resumo, os dados revelam uma tendência geral de maior consciencialização e consideração pela sustentabilidade nas estratégias de *Procurement* e uso de recursos naturais por parte das Grandes Empresas entre os dois anos. Embora a maioria das Grandes Empresas ainda priorize o preço nas aquisições, há um movimento gradual em direção a um *Procurement* baseado na sustentabilidade. Além disso, a importância do diálogo e da cocriação com fornecedores também tem ganhado destaque.



Figura 5.2.70.

O que melhor descreve a estratégia de... [aponte em qual dos dois lados do espectro se situa] - PMEs

(PMEs (PMEs Ano 2: Questões 50, 51, 52 e 53)



● GEs [Ano 1] ● GEs [Ano 2]

% de empresas

Ao analisar os dados sobre onde se situam as PMEs nos Anos 1 e 2 nas suas diferentes áreas operacionais (Produção, Marketing, Recursos Humanos e Procurement), destaca-se o seguinte:

PRODUÇÃO

A maioria das PMEs (Ano 1: 75,7%; Ano 2: 70,2%) considera a inovação nos produtos mais relevante para a sua estratégia de produção do que "inovar para aumentar o impacto social", selecionada por 24,3% das PMEs no Ano 1 e 29,8% no Ano 2.

Apesar de haver um ligeiro aumento na importância atribuída à produção sustentável pelas PMEs (Ano 1: 52,9%; Ano 2: 54,4%), ainda há uma parcela considerável de PMEs que priorizam a produção com foco no custo (Ano 1: 47,1%; Ano 2: 45,6%).

Estes resultados indicam que as PMEs estão cada vez mais focadas em inovar nos produtos, demonstrando um compromisso contínuo com a melhoria e a oferta de soluções inovadoras no mercado. Além disso, há um aumento na importância atribuída à produção sustentável, refletindo uma maior consciência ambiental e um desejo de reduzir o impacto negativo nas questões ambientais.

No entanto, é importante notar que ainda há uma proporção significativa de PMEs que priorizam a produção com foco no custo. Isso pode indicar uma necessidade de maior consciencialização sobre os benefícios da produção sustentável e do impacto social positivo.

MARKETING

A grande maioria das PMEs, em ambos os anos, considera importante promover a visão da empresa por meio de suas estratégias de Marketing. No Ano 2, 86,0% das PMEs selecionaram esta opção, enquanto 14,0% optaram pela opção "promover preço". A diferença entre o Ano 1 e Ano 2 é de apenas 0,1%.

Houve um aumento considerável na importância atribuída à melhoria da reputação por parte das PMEs, de 47,1% no Ano 1 para 55,4% no Ano 2. Por outro lado, nota-se um decréscimo de 8,6% na escolha da opção "inspirar consumidores", de 52,9% no Ano 1 para 44,6% no Ano 2. A prática de iniciar diálogos abertos de sustentabilidade

ainda é valorizada pelas PMEs (Ano 1: 56,3%; Ano 2: 52,9%), apesar de haver um decréscimo, em oposição a focar apenas nas iniciativas de sustentabilidade (Ano 1: 43,7%; Ano 2: 47,1%).

Estes resultados indicam que as PMEs estão cada vez mais conscientes da importância de promover a visão da empresa e melhorar sua reputação por meio das suas estratégias de Marketing. Há um aumento na ênfase na construção de uma imagem positiva perante os consumidores. No entanto, é importante destacar que houve uma diminuição na importância atribuída a inspirar os consumidores no Ano 2, o que pode indicar uma necessidade de maior foco em estratégias de *engagement*.

RECURSOS HUMANOS

Houve um aumento considerável no número de PMEs que valorizam empregadores inspirados e comprometidos na sua estratégia de Recursos Humanos, de 77,5% no Ano 1 para 84,7% no Ano 2. Em contrapartida, 15,3% das empresas selecionaram a opção "elevada produção com menor número de pessoas" no Ano 2, registando uma redução de 6,8% um valor inferior comparado ao Ano 1.

A grande maioria das PMEs, em ambos os anos, considera importante ter colaboradores identificados com a filosofia do negócio. No Ano 2, 98,3% das PMEs indicaram essa opção, mostrando um aumento de 5,3% em relação ao Ano 1 (93,0%). A opção oposta, que refere a colaboradores que não se identificam com a filosofia do negócio, regrediu de 7,0% para 1,7% do Ano 1 para o Ano 2.

A formação especializada para cargos especiais é uma prática valorizada pelas PMEs, embora tenha havido uma diminuição de 11,6% no Ano 2 em comparação ao Ano 1 (Ano 1: 74,3%; Ano 2: 62,7%). Nota-se, portanto, um aumento relativamente à formação de desenvolvimento social, de 25,7% no Ano 1 para 37,3% no Ano 2.

A cultura colaborativa é amplamente reconhecida como elemento-chave da estratégia de Recursos Humanos das PMEs. No Ano 2, 96,7% das PMEs indicaram esta opção, representando um aumento de 5,2% em relação ao Ano 1 (91,5%), em oposição a uma cultura competitiva (Ano 1: 8,5%; Ano 2: 3,3%). Estes resultados indicam uma tendência positiva nas

PMEs em priorizar colaboradores comprometidos, identificados com a filosofia do negócio e envolvidos numa cultura colaborativa, além da valorização da formação de desenvolvimento social.

PROCUREMENT

A maioria das PMEs, em ambos os anos, considera o preço como o principal critério de seleção no *Procurement* (Ano 1: 64,8%; Ano 2: 66,7%) em oposição à sustentabilidade (Ano 1: 35,2%; Ano 2: 33,3%).

As PMEs valorizam a relação de diálogo e cocriação com os fornecedores como parte de sua estratégia de *Procurement*. No Ano 2, 75,4% das PMEs indicaram essa opção, representando um aumento de 5,0% em relação ao Ano 1 (70,4%). A construção de uma relação contratual com os fornecedores é um aspeto relevante para 24,6% das PMEs no Ano 2 e 29,6% no Ano 1.

As PMEs demonstram uma crescente preocupação com a sustentabilidade ao afirmarem que usam recursos renováveis sempre que possível. No Ano 2, 92,1% das PMEs selecionaram essa opção, representando um aumento de 4,8% em relação ao Ano 1 (87,3%), enquanto um número cada vez menor (Ano 1: 12,7%; Ano 2: 7,9%) afirmou não prestar atenção à forma como prejudicam o estoque de recursos naturais para a sua produção.

Estes resultados indicam uma maior consciencialização das PMEs em relação à sustentabilidade no *Procurement*. Embora a maioria ainda priorize o preço na seleção de fornecedores, há um movimento gradual em direção a critérios mais sustentáveis, como o uso de recursos renováveis e a busca por uma relação de diálogo e cocriação com os fornecedores.

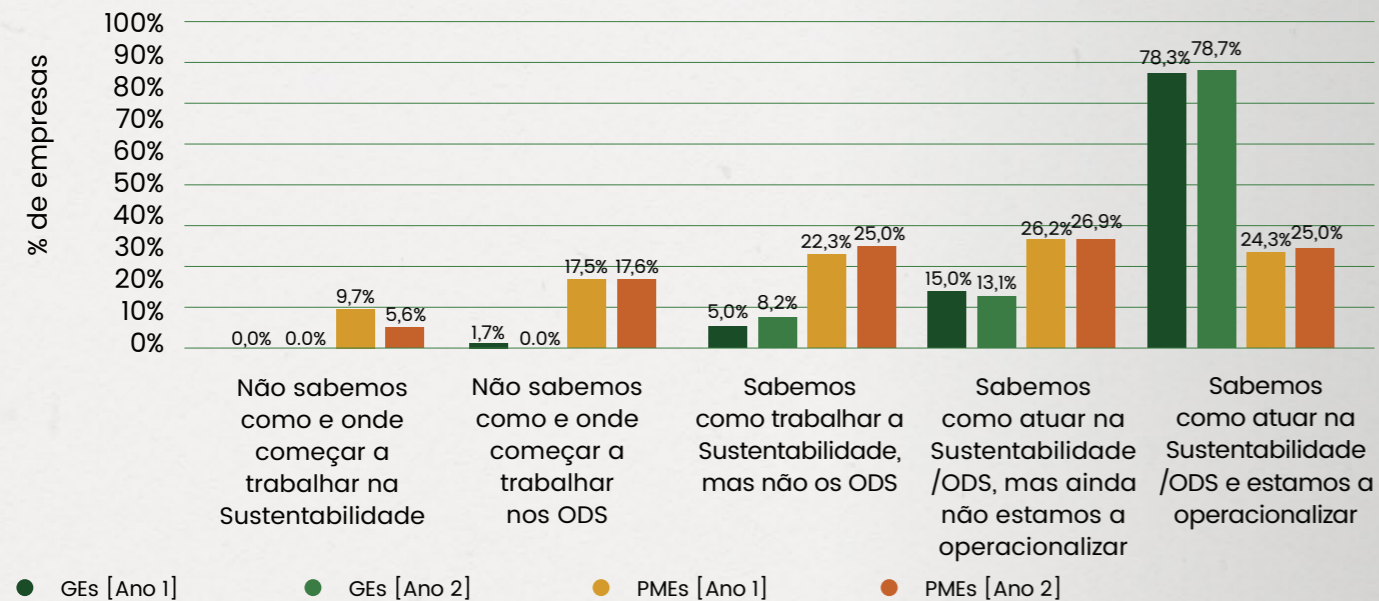
A importância da sustentabilidade no *Procurement* pode refletir a crescente atenção dos consumidores por produtos e serviços mais sustentáveis. Além disso, a relação de diálogo e cocriação com os fornecedores pode promover uma maior transparência e responsabilidade em toda a cadeia de valor.

Barreiras à implementação dos ODS

Figura 5.2.71.

Das seguintes opções qual é a mais válida para a sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão 41; PMEs Ano 2: Questão 54)



Tendo em conta as afirmações apresentadas, observa-se que, em ambos os anos, a maioria das Grandes Empresas indicou saber como atuar na Sustentabilidade/ODS e estão a operacionalizar (Grandes Empresas – Ano 1: 78,3%; Ano 2: 78,7%).

No que concerne às PMEs, um terço escolheu esta afirmação como característica do seu comportamento. No entanto, a escolha da mesma não é tão proeminente como nas Grandes Empresas (PMEs – Ano 1: 24,3%; Ano 2: 25,0%).

No Ano 2, houve ainda uma diminuição nas PMEs que indicaram não saber como começar a trabalhar na Sustentabilidade (Ano 1: 9,73%; Ano 2: 5,6%), o que pode indicar uma evolução na compreensão e no conhecimento sobre o assunto.

Estes resultados ressaltam a importância de fortalecer o conhecimento e a capacitação das PMEs, bem como de

fornecer suporte e orientação para que possam iniciar e implementar práticas sustentáveis alinhadas aos ODS. Poderia ser positivo desenvolver-se colaboração entre as Grandes Empresas e as PMEs, de forma a compartilharem boas práticas e experiências, a fim de impulsionar a adoção generalizada da sustentabilidade nos seus modelos de negócio.

Figura 5.2.72.

A falta de *business case* (relação custo-lucro) é uma barreira para não implementarmos mais os ODS

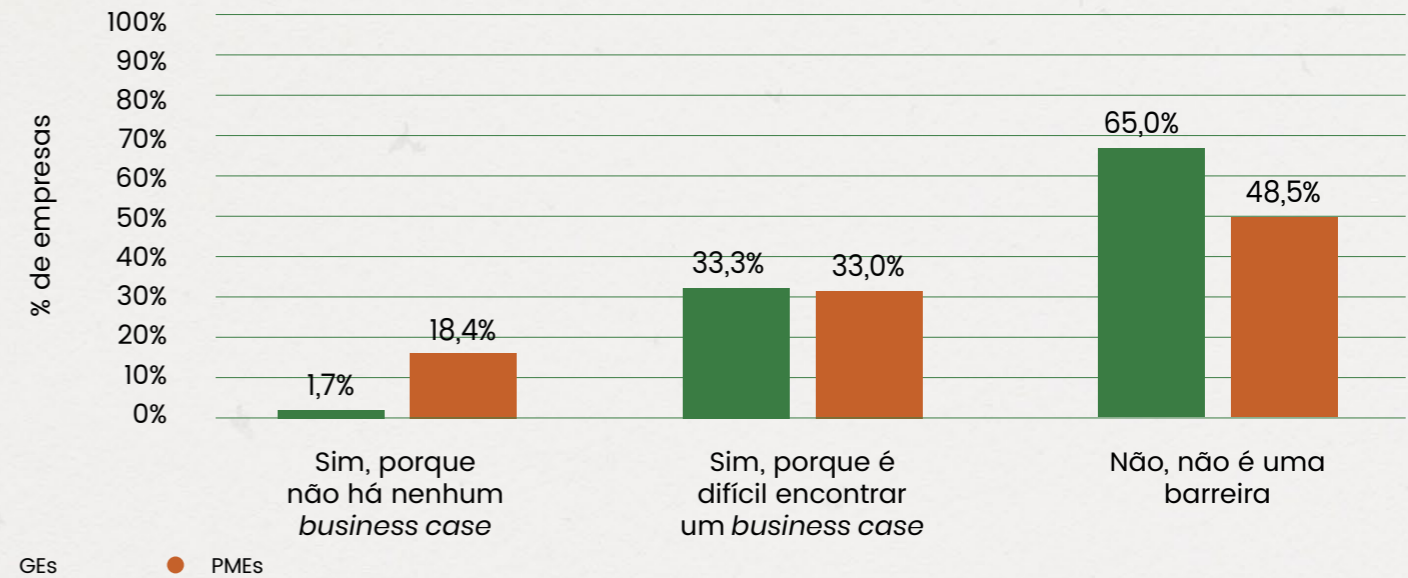
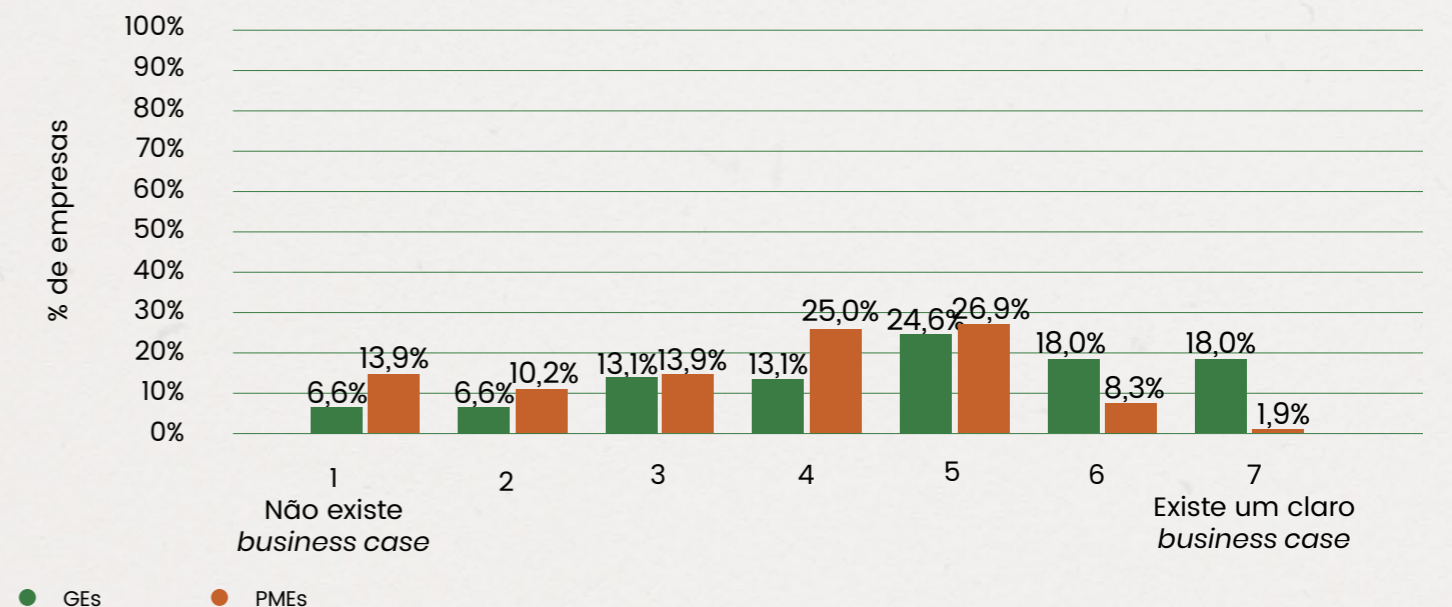


Figura 5.2.73.

Qual a sua perceção sobre a existência de *business case* (relação custo-lucro) na implementação dos ODS? [Ano 2]

(GEs: Questão 42; PMEs: Questão 55)



Ao analisar as respostas das Grandes Empresas e PMEs em relação à percepção sobre a existência de *business case* na implementação dos ODS, obtiveram-se as seguintes conclusões:

- 6,6% das Grandes Empresas percebem que não existe *business case* para a implementação dos ODS. Em contrapartida, mais de metade da amostra (60,6%) identifica existir *business case* na implementação dos ODS (24,6% + 18,0% + 18,0%);
- 13,9% das PMEs consideram que não existe *business case* para a implementação dos ODS. Em contrapartida, 37,1% das PMEs identifica existir *business case* na implementação dos ODS (26,9% + 8,3% + 1,9%);
- Deste modo, existem mais Grandes Empresas do que PMEs a considerar que existe um *business case*

na implementação dos ODS. Esta evidência pode ser atribuída a recursos e capacidades diferenciados entre estes dois grupos de empresas, onde as Grandes Empresas podem ter mais acesso a informação e recursos para identificar os benefícios económicos da implementação dos ODS;

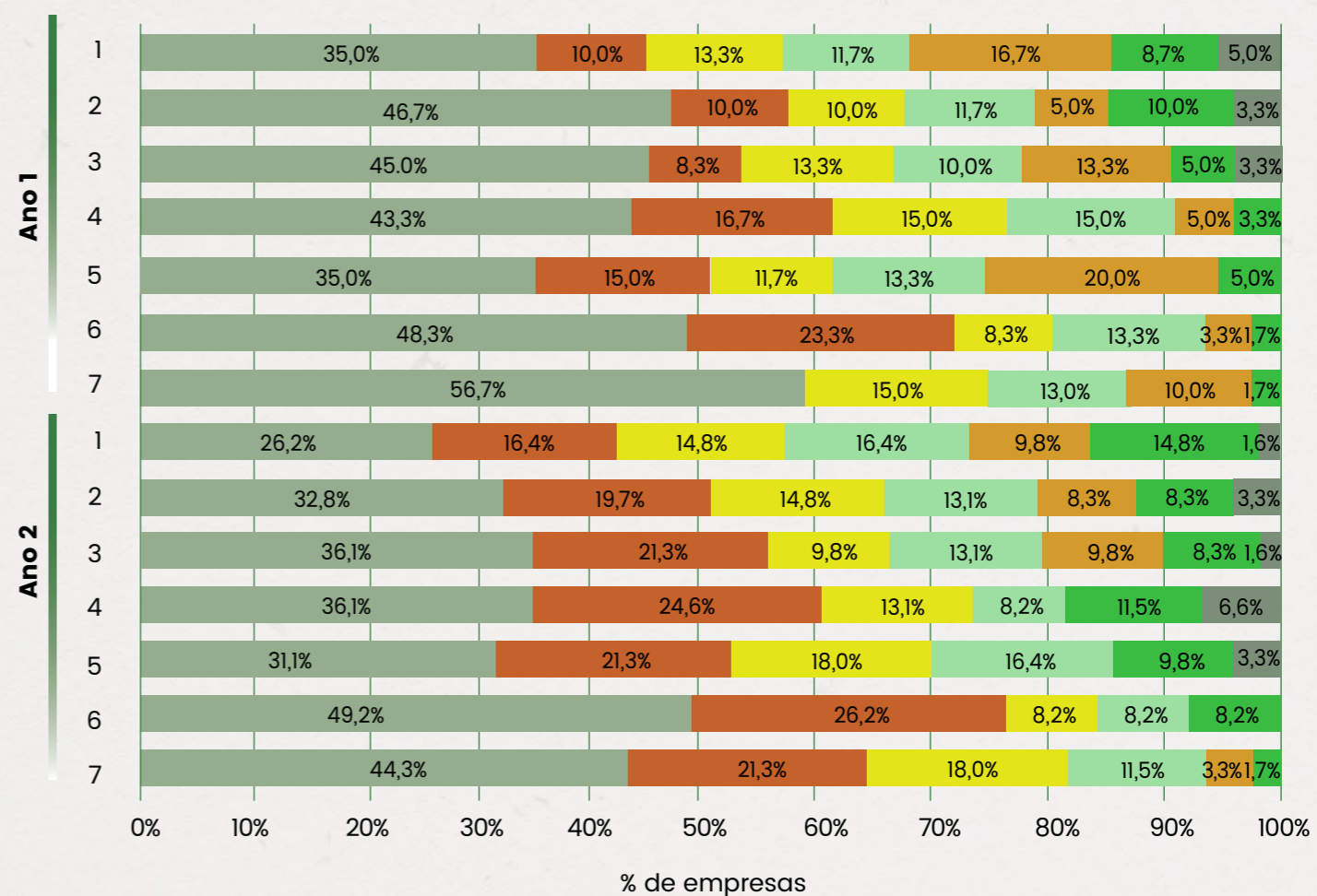
- No Ano 1, 35,0% das Grandes Empresas e 51,4% das PMEs identificaram enfrentar dificuldades em encontrar um *business case* para os ODS, enquanto uma percentagem considerável (65,0%) de Grandes Empresas e PMEs (48,5%) não via a falta de *business case* como uma barreira para a implementação dos ODS. Esta conclusão mantém-se no Ano 2, com ligeiras alterações nos valores identificados, o que pode estar associado às mudanças nas opções de resposta à pergunta.



Figura 5.2.74.

Apresentamos várias barreiras para a adoção dos ODS. Por favor, classifique-as de acordo com a importância que têm na sua empresa [Grandes Empresas]

(GEs Ano 2: Questão 43)



● 1 - Não é uma barreira ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 - É uma forte barreira

1. Falta de conhecimento de como operar
2. Não temos recursos
3. Falta de conhecimento sobre os ODS
4. Os ODS são muito distantes da nossa linguagem
5. Não vemos *business case*
6. Não temos o conhecimento para reportar
7. Não encontramos parceiros



Ao realizar uma análise comparativa dos resultados do Ano 1 e do Ano 2 sobre as barreiras para a adoção dos ODS identificadas pelas Grandes Empresas, observam-se as seguintes tendências:

- Realizando o somatório dos pontos 5, 6 e 7 da escala, que correspondem a barreiras consideráveis, verifica-se que no Ano 2, a barreira mais forte é **“falta de conhecimento de como operacionalizar”**. Todavia, esta diminuiu ligeiramente face ao ano passado (Ano 1: 16,7% + 8,3% + 5,0% = 30,0%; Ano 2: 9,8% + 14,8% + 1,6% = 26,2%);

- A segunda barreira mais forte é **“não temos recursos”**. Esta barreira aumentou de um ano para o outro (Ano 1: 5,0% + 10,0% + 3,3% = 18,3%; Ano 2: 8,2% + 8,2% + 3,3% = 19,7%);

- Em terceiro lugar, a barreira mais considerável à adoção de ODS é **“falta de conhecimento sobre os ODS”**. Esta barreira diminuiu ligeiramente face ao ano passado, no entanto continua a ser uma forte barreira (Ano 1: 13,3% + 5,0% + 3,3% = 21,6%; Ano 2: 9,8% + 8,2% + 1,6% = 19,6%);

- A quarta barreira mais identificada é **“os ODS são muito distantes da nossa linguagem”**. Esta sofreu um aumento considerável face ao ano passado, sugerindo que é cada vez mais uma barreira (Ano 1: 5,0% + 3,3% + 0,0% = 8,3%; Ano 2: 11,5% + 6,6% + 0,0% = 18,1%);

- Relativamente às restantes barreiras, verifica-se uma redução da perceção de barreira o facto de **“não vemos business case”** de um ano para o outro (Ano 1: 20,0% + 5,0% + 0,0% = 25,0%; Ano 2: 9,8% + 3,3% + 0,0% = 13,1%);

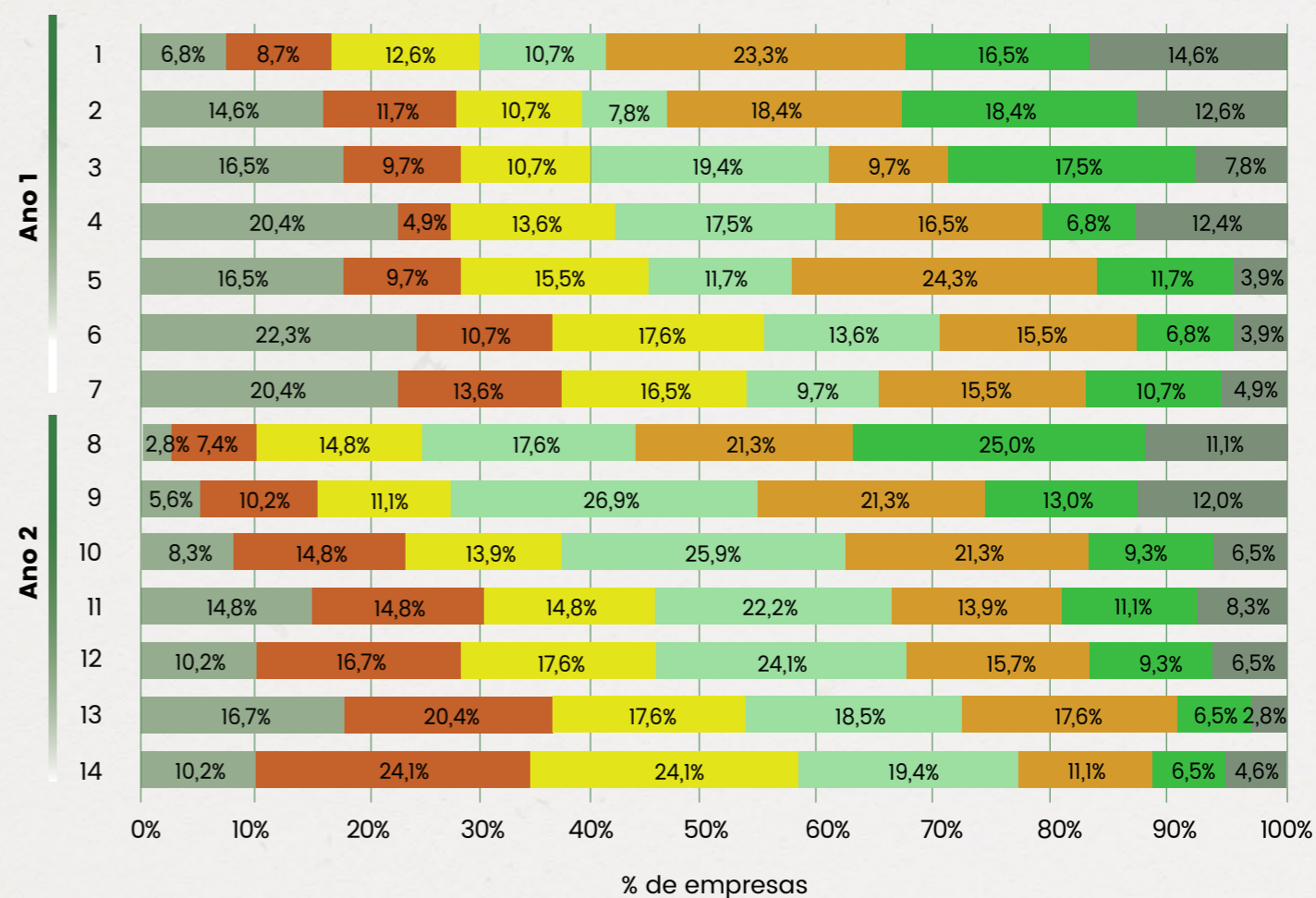
- Ainda que sejam barreiras mais fracas, verifica-se um aumento na perceção das seguintes barreiras **“não temos conhecimento para reportar”** (Ano 1: 3,3% + 1,7% + 0,0% = 5,0%; Ano 2: 8,2% + 0,0% + 0,0% = 8,2%) e **“não encontramos parceiros”** (Ano 1: 0,0% + 1,7% + 0,0% = 1,7%; Ano 2: 3,3% + 1,6 + 0,0% = 4,9%).

Em resumo, a análise comparativa entre os dois anos mostra alguns progressos em relação ao conhecimento e operacionalização dos ODS por parte das Grandes Empresas. No entanto, ainda existem desafios a serem superados nestes temas, que continuam a ser as barreiras mais importantes. Por exemplo, por vezes, é difícil encontrar o *business case*, e existe dificuldade em adaptar a linguagem dos ODS à linguagem empresarial. É necessário também fortalecer a capacitação para o reporte e a procura de parceiros, bem como dispor de recursos necessários à implementação dos ODS. Estas evidências indicam a importância contínua de iniciativas e esforços para promover a adoção e a implementação dos ODS nas práticas empresariais.

Figura 5.2.75.

Apresentamos várias barreiras para a adoção dos ODS. Por favor, classifique-as de acordo com a importância que têm na sua empresa [PMEs]

(PMEs Ano 2: Questão 56)



● 1 - Não é uma barreira ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 - É uma forte barreira

1. Falta de conhecimento de como operar
2. Não temos recursos
3. Falta de conhecimento sobre os ODS
4. Os ODS são muito distantes da nossa linguagem
5. Não vemos *business case*
6. Não temos o conhecimento para reportar
7. Não encontramos parceiros

Ao comparar os resultados do Ano 1 e do Ano 2 sobre as barreiras para a adoção dos ODS nas PMEs, observam-se as seguintes tendências:

- Realizando o somatório dos pontos de escala 5, 6 e 7, verifica-se que a barreira mais forte à adoção de ODS nas PMEs é a **“falta de conhecimento de como operacionalizar”**. Esta barreira tem tendência a tornar-se cada vez mais forte (Ano 1: 23,3% + 16,5% + 14,6% = 54,4%; Ano 2: 21,3% + 25,0% + 11,1% = 57,4%);
- A segunda barreira mais considerável é a **“falta de conhecimento sobre os ODS”** (Ano 1: 18,4% + 18,4% + 12,6% = 49,4%; Ano 2: 21,3% + 13,0% + 12,0% = 46,3%). À semelhança das Grandes Empresas, esta barreira tem tendência a diminuir no entanto continua a ser uma forte barreira à adoção de ODS;
- **“Não vemos *business case*”** surge em terceiro lugar e é uma barreira que tem tendência a aumentar (Ano 1: 9,7% + 17,5% + 7,8% = 35,0%; Ano 2: 21,3% + 9,3% + 6,5% = 37,1%);
- A quarta barreira mais forte no caso das PMEs é **“não temos recursos”**. Contudo, existe uma ligeira diminuição face ao ano passado (Ano 1: 16,5% + 6,8% + 12,6% = 35,9%; Ano 2: 13,9% + 11,1% + 8,3% = 33,3%);
- Relativamente às restantes barreiras, verifica-se a redução da perceção da barreira “os ODS são muito distantes da nossa linguagem” (Ano 1: 15,5% + 10,7% + 4,9% = 31,1%; Ano 2: 11,1% + 6,5% + 4,6% = 22,2%) e “não temos conhecimento para reportar” (Ano 1: 24,3% + 11,7% + 3,9% = 39,9%; Ano 2: 15,7% + 9,3% + 6,5% = 31,5%);
- Paralelamente, a barreira “não encontramos parceiros” teve tendência a aumentar (Ano 1: 15,5% + 6,8% + 3,9% = 26,2%; Ano 2: 17,6% + 6,5% + 2,8% = 26,9%).

Em resumo, a análise comparativa entre o Ano 1 e o Ano 2 mostra algum progresso quanto às barreiras percebidas pelas PMEs em relação aos ODS.

Houve redução nas barreiras relacionadas com o conhecimento e a operacionalização dos ODS, bem como na perceção da “distância” da linguagem (para o setor empresarial) e na falta de conhecimento para reportar. No entanto a falta de conhecimento e conhecimento para operacionalizar continuam a ser as barreiras mais relevantes.

De todo modo, ainda existem desafios a serem superados, como a perceção do *business case* e a dificuldade em encontrar parceiros e recursos. Estas evidências destacam a importância de oferecer suporte e recursos adequados às PMEs, bem como promover a consciencialização e o conhecimento sobre os benefícios e oportunidades associados à adoção dos ODS.

Nos Questionários realizados estas 20 Grandes Empresas, identificaram como principais barreiras para o envolvimento com a agenda dos ODS:

Tabela 5.2.5.

Barreiras à implementação identificadas pelas GEs no questionário

Barreiras Identificadas	Frequência
Falta de <i>business case</i>	5
Falta de recursos	4
Falta de conhecimento de como operacionalizar	4
Falta de conhecimento sobre os OD	4
Falta de conhecimento de como reportar	1
Os ODS serem muito distantes da linguagem corporativa	1

As barreiras apresentadas acima correspondem àquelas que estas 20 empresas consideraram como mais relevantes quando responderam ao questionário, isto é, foi-lhes atribuído um valor entre 5 e 7 (numa escala de 1–não é uma barreira para nós a 7–é uma forte barreira para nós).

É de notar que a soma total da coluna de frequências apresentadas não perfaz um total de 20, pois nem todas as empresas consideraram que os fatores apresentados têm um impacto significativo no negócio.

No caso das Entrevistas às Grandes Empresas, o obstáculo que se apresenta como preponderante no envolvimento com os ODS, prende-se com a falta de conhecimento dos mesmos, tendo sido mencionado por mais de metade das empresas. Uma das empresas entrevistadas reitera: **“A capacitação é extremamente importante, tem de ser de toda a organização, mas ainda não chegamos a todos”**.

Em segundo lugar, e indicado por 50,0% dos entrevistados como um constrangimento surge a falta de conhecimento de como operacionalizar. A falta de *business case* é a terceira causa mais referida para a dificuldade de implementação dos ODS para as empresas: **“Já existe uma consciência de que ou trabalhamos nisto [sustentabilidade], ou a médio-longo prazo estamos tramados”**.

25,0% das Grandes Empresas identificaram como fator impeditivo a falta de recursos na área da sustentabilidade para potenciar um maior envolvimento com os ODS (**“Os recursos não vão todos para a sustentabilidade”**).

O alinhamento e *awareness*, o equilíbrio entre a sustentabilidade económica, social e ambiental, a falta de mensuração, de comparação dentro dos setores e de regulamentação foram indicados como impedimentos por parte de algumas empresas (**“Hoje em dia é preciso ter um *know-how* a este nível que só o departamento é que consegue ter”**; **“A liderança tem de ter isto muito presente e não pode pôr um departamento a tratar disto e depois toda a atividade e toda a operação não estar também imbuída destes princípios”**; **“Temos de equilibrar a sustentabilidade social e ambiental com aquilo que é a sustentabilidade económica. Nós não podemos esquecer nunca da sustentabilidade económica, porque senão não vamos sobreviver. E esse equilíbrio nem sempre é fácil”**).

Quanto às 10 PMEs entrevistadas, as principais barreiras para a implementação dos ODS são as seguintes de acordo com as respostas ao questionário:

As barreiras apresentadas na tabela 5.2.6 correspondem àquelas que as 10 empresas entrevistadas consideraram como mais relevantes quando responderam ao questionário, isto é, foi-lhes atribuído um valor entre 5 e 7 (numa escala de 1–não é uma barreira para nós a 7–é uma forte barreira para nós).

É de notar que a soma total da coluna de frequências apresentadas perfaz um total superior a 10, pois algumas empresas consideraram que vários dos fatores apresentados têm um impacto significativo no negócio.

A principal barreira identificada por sete das PMEs durante a entrevista foi a falta de conhecimento de como operacionalizar (**“Falta de apoios e recurs”**; **“Não sinto que as associações que existam neste momento possam dar o que eu necessito”**. **“Precisamos de orientações que sejam práticas,**

Tabela 5.2.6

Barreiras à implementação identificadas pelas PMEs no questionário

Barreiras Identificadas	Frequência
Falta de conhecimento de como operacionalizar	4
Falta de recursos	3
Não vemos <i>business case</i>	2
Não encontramos parceiros	1
Falta de conhecimento sobre os ODS na empresa	1
Falta de conhecimento de como reportar	1
Os ODS são muito distantes na nossa linguagem	1

objetivas e concretas”. **“As pequenas empresas não acompanham as grandes, não temos forma”**. As empresas admitem que existe a necessidade de que sejam desenvolvidas orientações práticas e objetivas para a implementação dos ODS na sua atividade do dia-a-dia.

Outros obstáculos mencionados múltiplas vezes foram a falta de recursos humanos para se dedicar a explorar mais a temática dos ODS (**“[somos] uma PME, não temos equipa que desenvolva ODS de forma detalhada”**; **“Não temos estrutura ou dimensão (...) há falta de apoios, de partilhas de práticas de realidades parecidas com a nossa”**). Adicionalmente, foram referidas outras dificuldades como a falta de conhecimento dos ODS por muitos indivíduos nas empresas (**“é difícil fazer chegar a mensagem a todos”**) e o facto de o retorno dos investidores nesta área não ser, na sua opinião, evidente: **“requer um investimento e ainda não vemos o que vamos buscar!”**; **“investimento para um resultado ainda não tão palpável”**.

Paralelamente, surge também como um dilema quanto ao maior envolvimento com os ODS e o desconhecimento de como os reportar, o facto de não existir uma entidade supervisora a verificar se a sua adoção é efetuada corretamente, e a falta de conhecimento dos ODS por parte da administração das empresas que inviabiliza que estes temas sejam conhecidos por toda a equipa.

Foi dada a possibilidade às empresas que assim o entendessem de mencionar barreiras adicionais que enfrentam no que diz respeito à incorporação dos ODS nas suas estratégias empresariais.

Uma entidade pública empresarial admitiu que está muito condicionada pelas regras orçamentais do perímetro do estado, o que por vezes limita a inovação neste segmento.

Foram também referidas barreiras como a existência de demasiados *frameworks*, falta de harmonização a nível das metodologias de reporte, uma necessidade de revisão da legislação que facilite a implementação de medidas responsáveis e sustentáveis, a dificuldade associada à implementação dos ODS nas empresas a uma escala global e o facto de os colaboradores não terem ainda uma perceção correta da importância desta temática.

Finalmente, uma empresa indicou que, apesar de a nível ambiental a monitorização dos ODS já ser muito boa, enfrenta problemas a nível da valorização e fixação de objetivos para as atividades de intervenção social.

O que mais ajudaria a sua empresa a uma melhor implementação dos ODS?

Quando convidadas a indicar o que consideram que poderia ajudar a melhorar a implementação dos ODS o principal fator referido pelas empresas foi a necessidade de haver **um maior envolvimento com a temática por parte de todos os stakeholders, como colaboradores, fornecedores, top management da empresa**. É de realçar que foi mencionado que a **falta de conhecimento da temática dos ODS** representa, no entanto, uma limitação neste sentido. Ainda neste sentido, as empresas sentem que **necessitam de mais pessoas (RH)** na equipa de modo a conseguirem estar mais envolvidas com os ODS. Precisando assim de contratar especificamente colaboradores para gerirem a Agenda dos ODS e elaborar os relatórios de sustentabilidade da empresa.

Uma empresa menciona que há a **necessidade de ajustar a linguagem dos ODS para o mundo corporativo**, outra refere que deveria ser legalmente obrigatório reportar e que deveria haver uma maior uniformidade a nível do reporte, por exemplo a utilização do GRI. Foi ainda indicado que a implementação dos ODS poderia ser melhor se as empresas relacionassem o índice GRI com os objetivos de desenvolvimento sustentável e respetivas metas. Foi também referida a necessidade de incentivar a inovação e **clarificar as metodologias de reporte**

recomendadas entre Estados Membros e entidades reguladoras.

Por fim, algo que ajudaria as empresas na implementação dos ODS seria também encontrar **Business Cases** claros para diferentes indústrias, bem como a disponibilização de ferramentas específicas para diferentes setores, como programas de monitorização, definições de estratégias e realização de diagnósticos de forma mais eficiente.

Quais são as principais lições aprendidas na implementação desta Agenda dos ODS?

Quando foi pedido às empresas que identificassem as principais lições que tiraram da implementação desta Agenda e como esta permitiu às empresas atuar, as suas respostas apontam que os ensinamentos foram vários e em diferentes âmbitos:

- Foi compreendida a necessidade e importância da **criação de uma cultura de divulgação e partilha de informação ESG** com métricas claras para os temas sociais, ambientais e de *governance*, o que tornou as empresas mais responsáveis e mais direcionadas para o cumprimento das respetivas metas. Adicionalmente, a **comunicação interna destes temas foi fundamental** em todo o processo, pois promoveu o conhecimento dos ODS nos vários níveis da empresa o que levou a uma geração de ideias em toda a organização;

- A implementação desta Agenda contribuiu para **melhorar a gestão interna da responsabilidade social** corporativa e da sustentabilidade, pois permite a comunicação através de uma linguagem comum das contribuições da organização para o desenvolvimento sustentável. Também as comunicações com os *stakeholders* foram positivamente impactadas, tendo sido **criadas relações duradoras e de confiança** com os mesmos, as quais são essenciais para projetos com benefícios ambientais, sociais e económicos no médio-longo prazo. Adicionalmente, as parcerias e ações colaborativas foram vistas enquanto possuindo um papel diferenciador e facilitador na procura de soluções a problemáticas comuns;

- Uma empresa menciona que **o caminho dos ODS lhe permitiu reorganizar as suas prioridades e focar-se nas temáticas mais relevantes para a humanidade** que necessitam de intervenção. Assim conseguiu alinhar esforços e a sua equipa, e definir a sua estratégia de sustentabilidade de forma a suprimir as necessidades identificadas pelo Acordo de Paris;

- As organizações concluíram ainda que percebem melhor que as suas ações **não se devem limitar à comunidade onde exercem a sua atividade, nem somente aos países onde estão presentes**. Paralelamente, compreenderam o importante papel que desempenham a nível do desenvolvimento sustentável, tendo em consideração as consequências das suas atividades não só para as gerações do presente, mas também para as do futuro;
- Um outro ensinamento que as empresas retiraram desta Agenda foi a **compreensão da interligação entre os ODS** e a forma através da qual determinadas iniciativas podem impactar positivamente vários ODS em simultâneo, ainda que a diferentes níveis, bem como a necessidade de avaliar os impactos negativos e positivos gerados através das suas atividades;
- Finalmente, as empresas compreenderam que existe ainda um grande caminho pela frente para conseguirem atingir todos os objetivos que têm definidos.

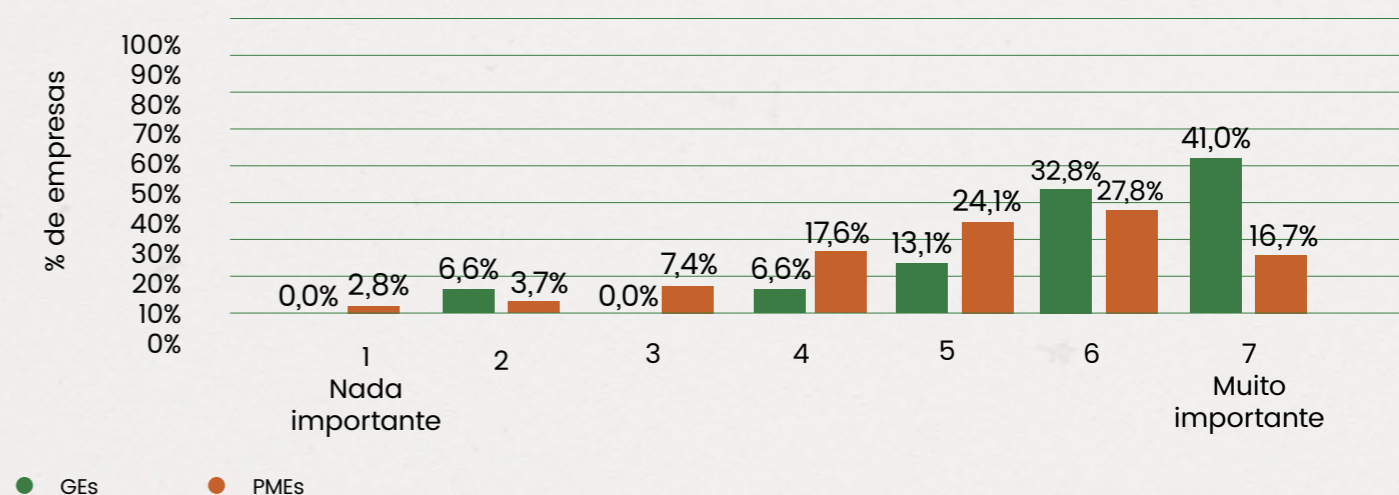
5.2.3 A implementação dos ODS e os seus impactos no contexto

Nível de implementação e incorporação

Figura 5.2.76.

Em que medida é importante para a sua empresa que os ODS estejam incorporados na vossa estratégia? [Ano 2]

(GEs: Questão 47; PMEs: Questão 60)



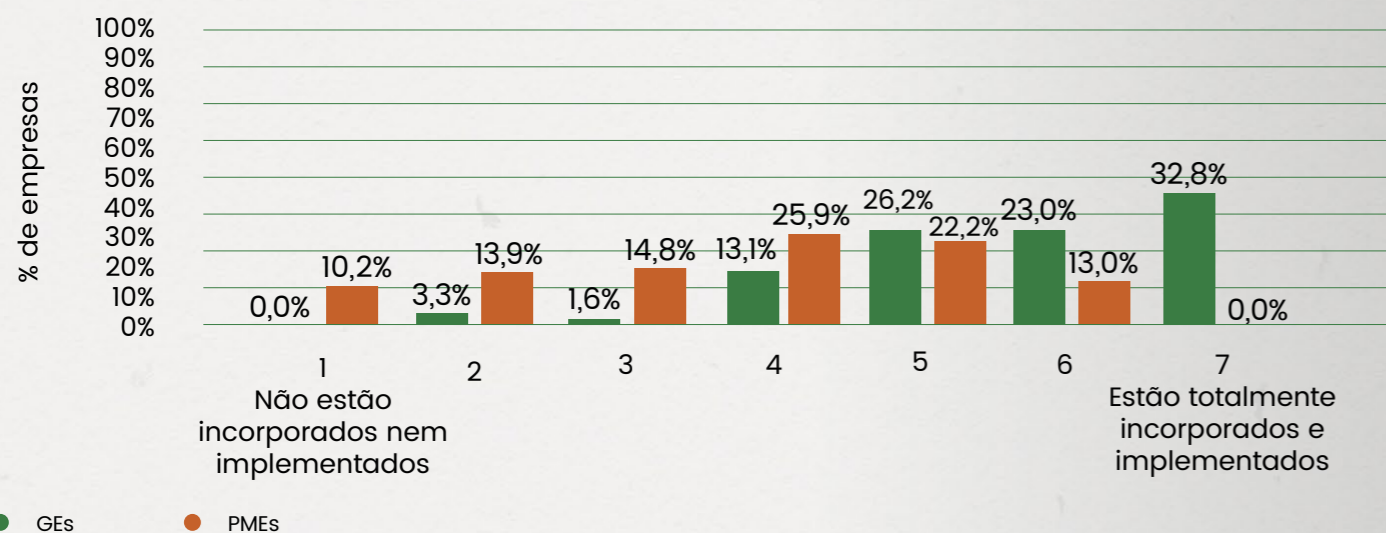
Ao analisar as respostas das Grandes Empresas e das PMEs sobre a importância em incorporar os ODS nas suas estratégias, é possível observar que a maioria das Grandes Empresas atribuem níveis consideráveis de importância no que diz respeito a incorporar os ODS na sua estratégia (13,1% + 32,8% + 41,0% = 86,9%). Esta tendência ocorre também nas PMEs (24,1% + 27,8% + 16,7% = 68,6%) se bem que não é tão proeminente como nas Grandes Empresas.

Existe uma percentagem maior de Grandes Empresas que considera os ODS como muito importantes em comparação com as PMEs. Esta situação pode se dever a vários fatores, incluindo a diferença de recursos disponíveis e a consciencialização sobre os ODS nas diferentes organizações. Estes resultados refletem uma tendência positiva em direção à consciencialização e à adoção dos ODS, tanto em Grandes Empresas como em PMEs.

Figura 5.2.77.

Em que medida estão os ODS incorporados e implementados na estratégia da sua empresa? [Ano 2]

(GEs: Questão 48; PMEs: Questão 61)



Quando questionadas sobre em que medida os ODS estão incorporados e implementados na estratégia, verifica-se o seguinte:

- A maioria das Grandes Empresas (26,2% + 23,0% + 32,8% = 82%) indicou que os ODS estão incorporados e implementados na sua estratégia;

- Somente 35,4% das PMEs indicou que os ODS estão incorporados e implementados na estratégia (22,2% + 13,2% + 0,0%);

- A diferença entre Grandes Empresas e PMEs, no que diz respeito à incorporação e implementação dos ODS na estratégia das empresas, é considerável sendo que existe uma maior tendência nas Grandes Empresas para incorporar/implementar os ODS;

- Estes resultados sugerem que essas organizações estão comprometidas em alinhar os seus objetivos e as práticas de negócios aos ODS. No entanto, é essencial continuar a incentivar e a apoiar as PMEs na incorporação e na implementação dos ODS nas suas estratégias.

Em suma, embora a maioria das Grandes Empresas tenha indicado que os ODS estão incorporados e implementados nas suas estratégias, ainda há espaço para melhorias, principalmente no caso das PMEs. Tais resultados ressaltam ainda a importância contínua de apoiar e orientar as empresas, tanto Grandes Empresas como PMEs, na incorporação e implementação eficazes dos ODS nas suas estratégias para impulsionar o progresso sustentável.

Estas questões foram aprofundadas nas Entrevistas, nas quais as empresas foram questionadas sobre o nível de incorporação dos ODS nas suas estratégias, bem como sobre o processo de implementação dos mesmos.

De facto, nas respostas ao Questionário, é evidente a grande importância que a maioria das empresas Entrevistadas atribui à incorporação dos ODS na sua estratégia (95,0%), havendo apenas uma empresa que considera que os ODS têm uma importância muito reduzida e que não precisam de ser incorporados na sua estratégia, como pode ser visto na tabela abaixo:

Tabela 5.2.7.

Nível de importância da incorporação dos ODS pelas GEs referido no questionário

Nível de importância da incorporação dos ODS de acordo com o Questionário para as Grandes empresas	Frequência (%)
2 - Muito pouco importante	5,0%
5 - Importante	25,0%
6 - Bastante importante	25,0%
7 - Muito importante	45,0%

Nas entrevistas, 30,0% das Grandes Empresas consideram que o nível de implementação dos ODS está onde gostaria que estivesse (**“Acho que pela primeira vez, a implementação dos ODS no negócio está no seu melhor estágio de integração porque temos os ODS que foram um input para a definição da estratégia: foram identificados os temas materiais e os ODS prioritários, foram integrados na estratégia e o propósito de desenvolvimento sustentável identifica claramente qual o ODS que se quer alcançar. E, por isso, não podia estar mais integrado no negócio”**).

Das 70,0% que têm uma opinião contrária, 64,0% indicam haver ainda um longo caminho a percorrer até poderem estar totalmente satisfeitas com o seu desempenho. Foi também referida a falta de recursos e as limitações físicas e estruturais das empresas (**“Temos o objetivo, mas temos limitações físicas e estruturais que não permitem”**; **“Nunca estamos satisfeitos porque achamos sempre que podemos melhorar”**; **“Há um caminho de melhoria significativo”**).

As empresas foram inquiridas também sobre o seu

processo de implementação dos ODS. 5,0% das Grandes Empresas afirmam não ter um processo desenhado e 10,0% indicam que ainda não existe envolvimento suficiente do lado da equipa. Por outro lado, daquelas que têm um processo de implementação (85,0%), 10,0% afirmam que identificam os ODS core, as outras procuram alinhar-se com os objetivos da empresa e garantir que o processo de implementação segue os temas de materialidade.

Na tabela abaixo encontram-se as respostas ao Questionário dadas pelas PMEs entrevistadas, relativamente ao nível de importância que atribuem a incorporação dos ODS. Como é possível constatar, a maioria (80,0%) considerou esta temática como sendo algo relevante, tendo apenas uma empresa indicado que é pouco relevante e outra tendo uma opinião neutra.

Ao serem inquiridas sobre a sua satisfação com o seu

Tabela 5.2.8.

Nível de importância da incorporação dos ODS pelas PMEs referido no questionário

Nível de importância da incorporação dos ODS de acordo com o Questionário para as PMEs	Frequência (%)
3 - Pouco importante	10,0%
4 - Neutro	10,0%
5 - Importante	40,0%
6 - Bastante importante	30,0%
7 - Muito importante	10,0%

nível de incorporação dos ODS, no que diz respeito às PMEs, apenas 20,0% afirmam estar satisfeitas com o nível de implementação dos ODS na sua empresa, estando a grande maioria dos entrevistados (80,0%) insatisfeita (**“temos ideias, mas ainda não há um processo estabelecido”**).

Verifica-se como justificação predominante desta insatisfação, por parte das PMEs, a falta de recursos humanos e financeiros para dedicar a esta área: **“Se tivéssemos mais recursos poderíamos ir mais fundo”**. Adicionalmente foi identificado por outras empresas que alguns dos problemas que enfrentam se prendem com o facto de que gostariam de ter mais indicadores para avaliar, que o nível de implementação

dos ODS nas suas empresas é muito baixo, e que o processo em si não está bem definido.

Nas Entrevistas, as empresas foram também questionadas sobre quais os fatores que apresentam potencial para melhoria, com vista a uma implementação dos ODS mais eficaz.

No caso das Grandes Empresas, os Recursos Humanos da empresa foram referidos como um ponto a melhorar por 50,0% dos entrevistados. Efetivamente, a falta de pessoal e de pessoal especializado é um constrangimento significativo para o envolvimento com os ODS (**“Estamos a fazer tudo aquilo que achamos que está ao nosso alcance. (...) Se quero fazer o dobro, quero; precisava do dobro das pessoas”.**) Um outro problema está relacionado com a falta de conhecimento sobre estas temáticas de muitos indivíduos nas empresas, o que requer garantir que os colaboradores compreendem a importância de implementar os ODS, antes de tomar qualquer passo nesse sentido: **“Nós queremos ser uma direção que se torna irrelevante a médio e longo prazo, na perspetiva em que as pessoas têm este tema [sustentabilidade] no seu dia-a-dia”; “Ninguém acredita que isso faz sentido”.**

Mencionado por 45,0% dos entrevistados das Grandes Empresas foi também o constrangimento temporal e a necessidade de mais conhecimento especializado (**“Trazer algum especialista nestes temas é sempre**

importante”). A escassez de recursos financeiros para investir na sustentabilidade e a falta de conhecimento para operacionalizar são dois outros fatores indicados pelas empresas enquanto aspetos a melhorar.

No que diz respeito às PME, cinco afirmam necessitar de ajuda especializada na implementação dos ODS, pois devido à sua dimensão reduzida não têm capacidade para abordar esta temática: **“Apoio externo para dar suporte, em termos de implementação e escolha dos ODS”; “não temos dimensão para trabalhar estes temas”.** As empresas indicam ainda que gostariam de ter mais apoio a nível da legislação e reporte, além de uma maior partilha de informação e práticas, e situações de *networking* para estarem mais informadas sobre o caminho que devem seguir na direção dos ODS, por exemplo, através de ações de conhecimento e sensibilização e formações sobre os ODS (**“faltam guias de atuação, para nós implementarmos estes ODS de acordo com a nossa área de atuação”**). É ainda mencionada como estando em falta a existência de uma entidade terceira que valide e monitorize as iniciativas e o progresso das empresas neste sentido.

Por fim, a falta de tempo e de recursos destas empresas e a necessidade de mudança de mentalidades, nomeadamente uma maior abertura por parte da administração, também são vistas como constrangimentos que necessitam de intervenção.

Impactos positivos, tomada de decisão e Relatório de Sustentabilidade

Figura 5.2.78.

Em que sentido os impactos sociais/ambientais positivos da empresa são tidos em conta no processo de tomada de decisão e escolha dos ODS? [Ano 1]

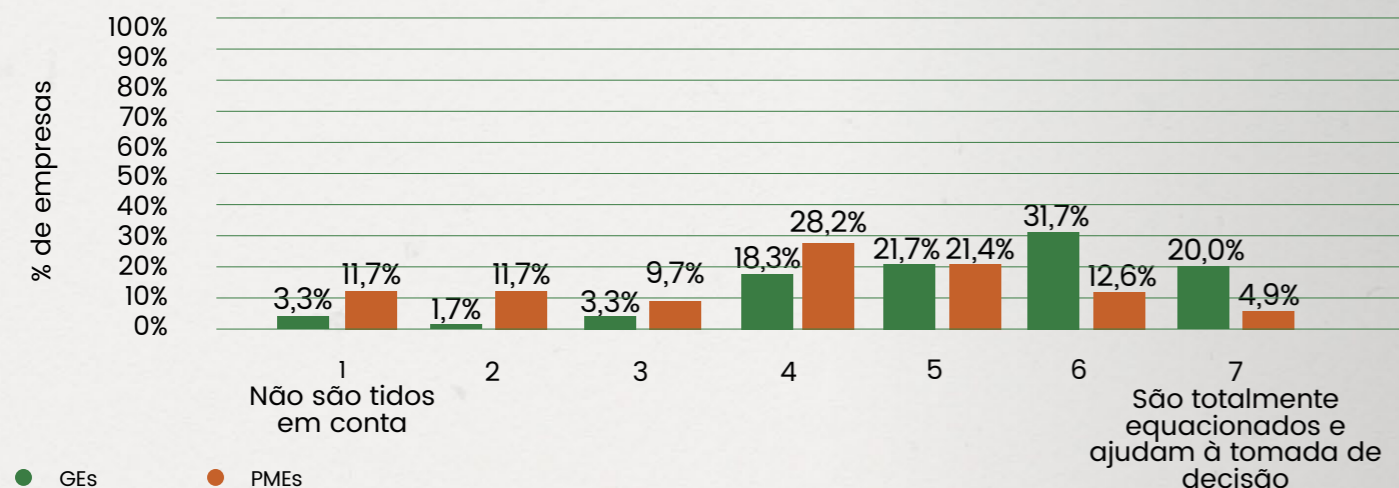
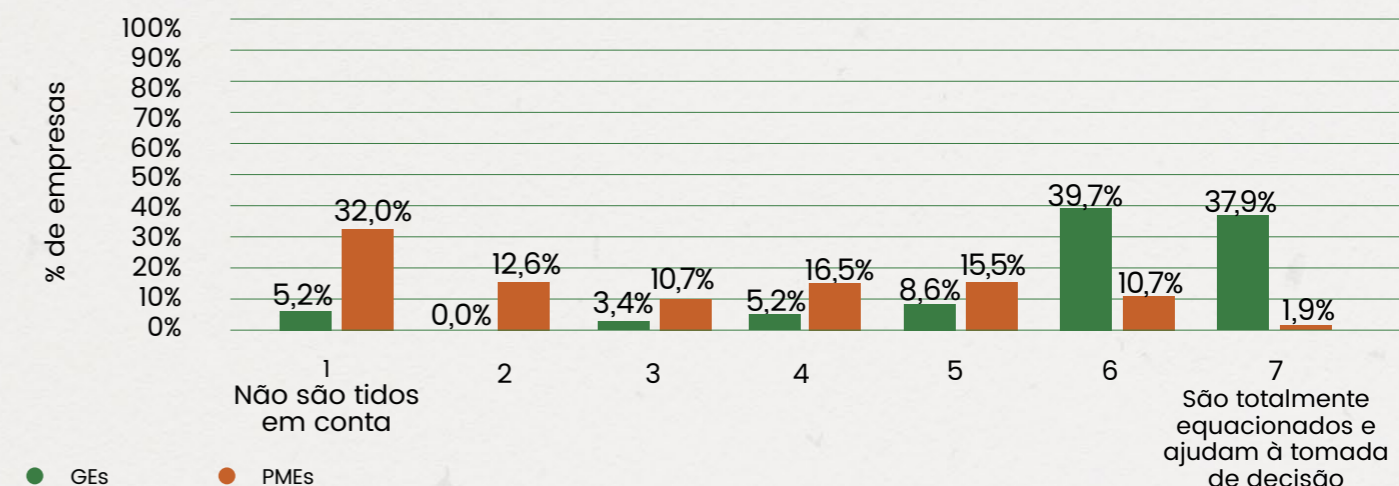


Figura 5.2.79.

Em que sentido os impactos sociais/ambientais positivos da empresa são tidos em conta no Relatório de Sustentabilidade da empresa? [Ano 1]



Relativamente ao Ano 1, os impactos sociais/ambientais positivos da empresa foram tidos em conta, parcial ou totalmente, por 73,4% das Grandes Empresas (21,7% + 31,7% + 20,0%) e por 38,9% das PME (21,4% + 12,6% + 4,9%) no processo de tomada de decisão e escolha dos ODS, e por 86,2% (8,6% + 39,7% + 37,9%) das Grandes Empresas

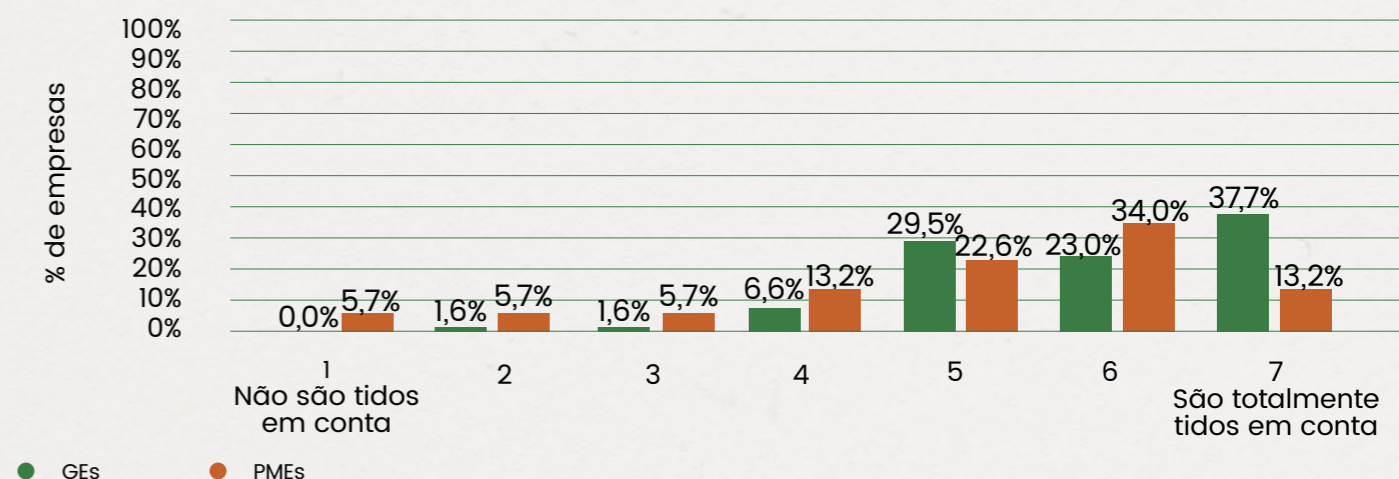
e por 28,1% das PME (15,5% + 10,7% + 1,9%) no Relatório de Sustentabilidade.

As Grandes Empresas consideraram mais os impactos positivos que as PME na sua tomada de decisão e no Relatório de Sustentabilidade.

Figura 5.2.80.

Os impactos sociais positivos da sua empresa são tidos em conta no processo de tomada de decisão da empresa? [Ano 2]

(GEs: Questão 49; PMEs: Questão 62)



No Ano 2, verificaram-se as seguintes tendências:

- A maioria das Grandes Empresas (29,5% + 23,0% + 37,7% = 90,2%) afirma que os impactos sociais positivos são considerados no seu processo de tomada de decisão. Os resultados sugerem que as Grandes Empresas estão cientes da importância dos impactos sociais positivos e integram-nos nas suas decisões;

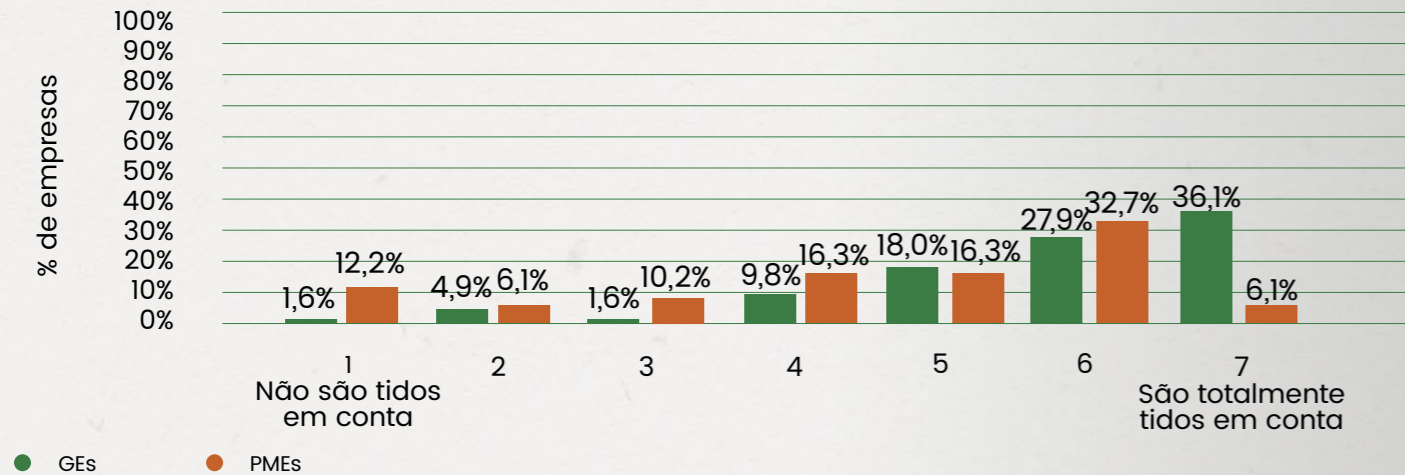
- As PME também demonstram uma consideração significativa dos impactos sociais positivos na tomada de decisão, embora numa proporção menor em comparação com as Grandes Empresas (22,6% + 34,0% + 13,2% = 69,8%);

- Estes resultados estão em consonância com os resultados apresentados referentes ao Ano 1.

Figura 5.2.81.

Os impactos sociais positivos da sua empresa são tidos em conta no processo de escolha dos ODS? [Ano 2]

(GEs: Questão 49; PMEs: Questão 62)



● GEs ● PMEs

A maioria das Grandes Empresas (18,0% + 27,9% + 36,1% = 82%) afirma que os impactos sociais positivos são considerados no processo de escolha dos ODS.

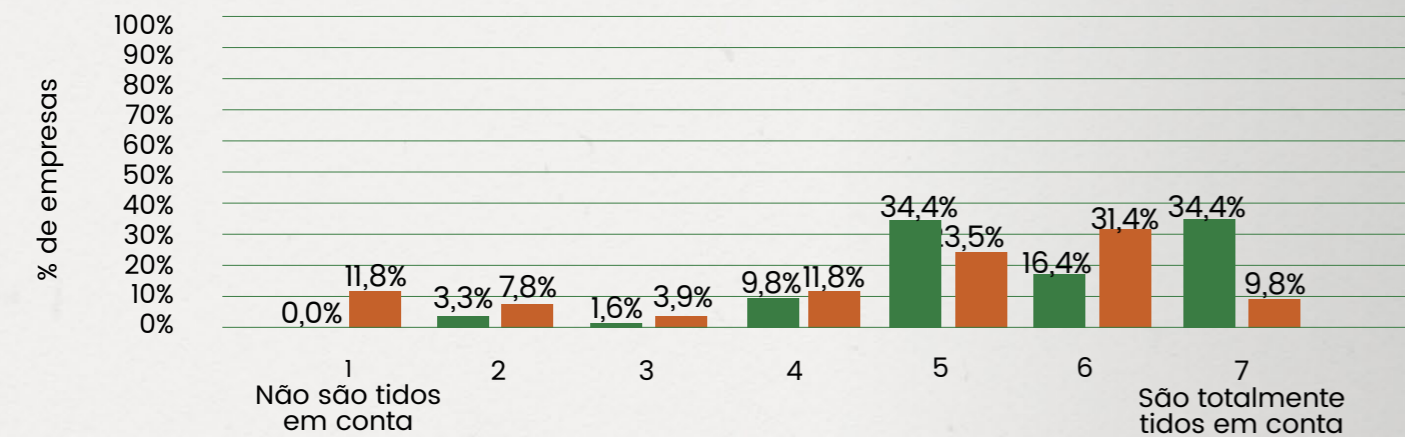
75,1% das PMEs também demonstram considerar os impactos sociais positivos no processo de escolha dos ODS, se bem que numa proporção menor (16,3% + 32,7% + 6,1% = 75,1%).

Os resultados indicam que tanto as Grandes Empresas como as PMEs consideram os impactos sociais positivos no processo de escolha dos ODS. Isto evidencia a consciencialização crescente das empresas sobre a necessidade de alinhar a escolha dos ODS com os impactos sociais positivos.

Figura 5.2.82.

Os impactos sociais positivos da sua empresa são tidos em conta no mapeamento da cadeia de valor? [Ano 2]

(GEs: Questão 49; PMEs: Questão 62)



● GEs ● PMEs

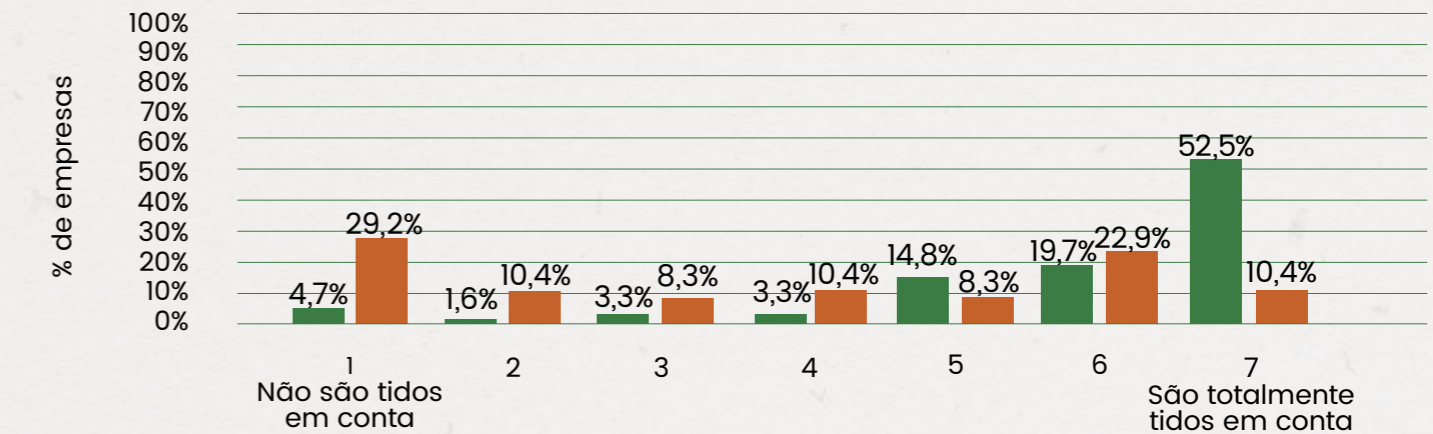
A maioria das Grandes Empresas (34,4% + 16,4% + 34,4% = 85,2%) afirma que os impactos sociais positivos são considerados no mapeamento da cadeia de valor. A mesma percentagem de PMEs demonstra ter em conta os impactos sociais positivos no mapeamento da

cadeia de valor (23,5% + 31,4% + 9,8% = 85,2%). Em termos gerais, tanto as Grandes Empresas como as PMEs demonstram uma preocupação substancial com a consideração dos impactos sociais positivos no mapeamento da cadeia de valor.

Figura 5.2.83.

Os impactos sociais positivos da sua empresa são tidos em conta no Relatório de Sustentabilidade? [Ano 2]

(GEs: Questão 49; PMEs: Questão 62)



● GEs ● PMEs

A maioria das Grandes Empresas (14,8% + 19,7% + 52,5% = 69%) indica que os impactos sociais positivos são considerados no Relatório de Sustentabilidade. Esta evidência demonstra um nível de importância significativo atribuído aos impactos sociais nesse tipo de Relatório.

As PMEs também demonstram considerar os impactos sociais positivos no Relatório de Sustentabilidade, se bem que em menor número. 41,6% das PMEs (8,3% +

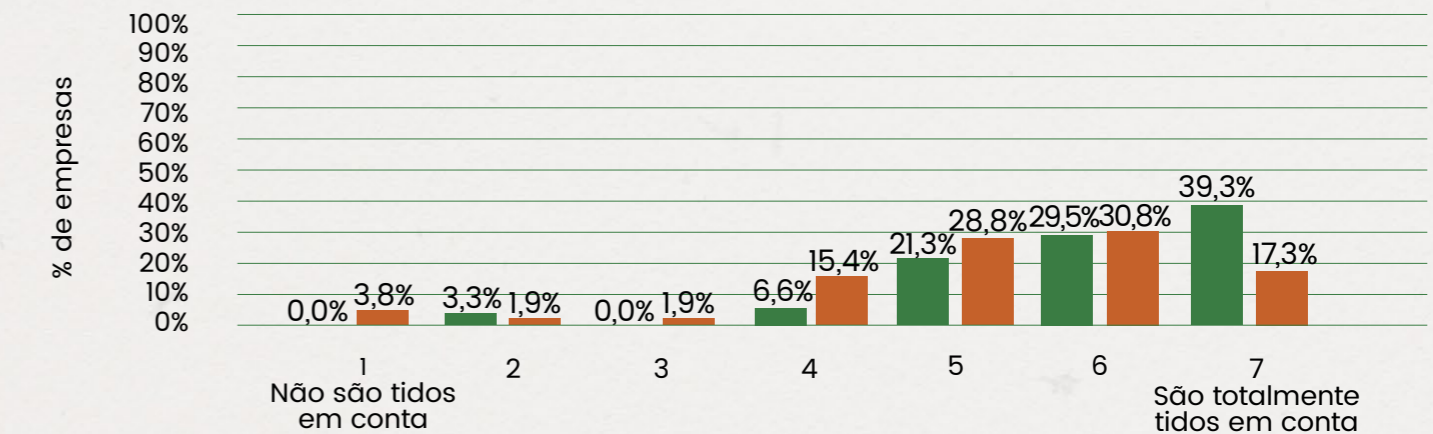
22,9% + 10,4%) indica que os impactos sociais positivos são considerados no Relatório de Sustentabilidade.

Há uma diferença de assinalar entre as Grandes Empresas e as PMEs quanto à consideração dos impactos sociais no Relatório de Sustentabilidade. Verifica-se que as Grandes Empresas tendem a dar uma importância maior aos impactos sociais positivos no Relatório de Sustentabilidade em comparação com as PMEs.

Figura 5.2.83.

Os impactos ambientais positivos da sua empresa são tidos em conta no processo de tomada de decisão da empresa? [Ano 2]

(GEs: Questão 50; PMEs: Questão 63)



● GEs ● PMEs

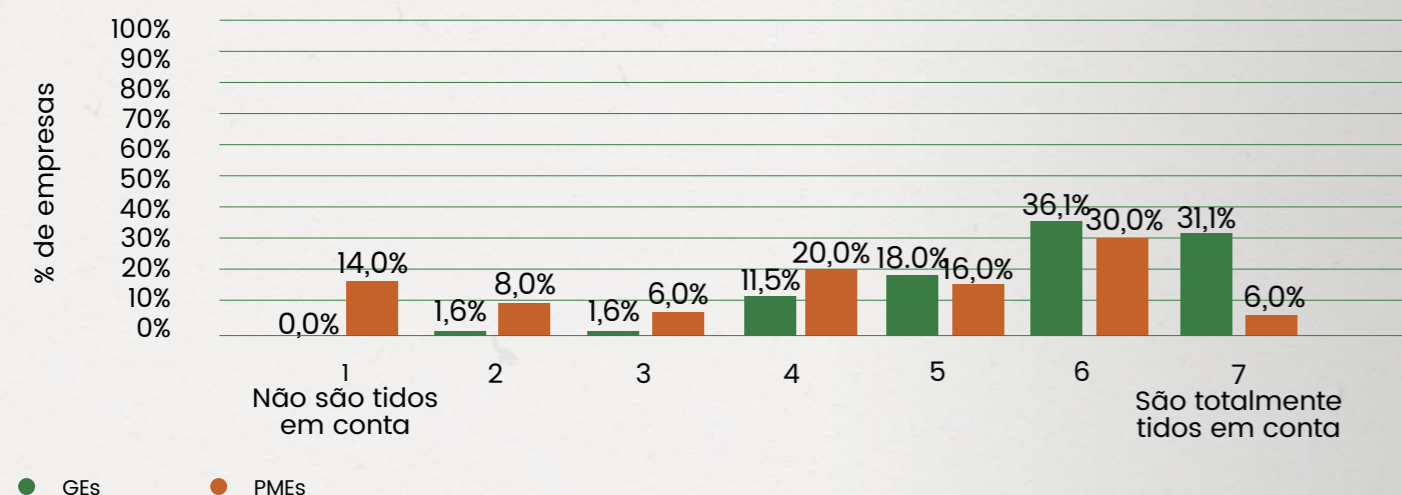
A maioria das Grandes Empresas (21,3% + 29,5% + 39,3% = 90,1%) indica que os impactos ambientais positivos são considerados no processo de tomada de decisão da empresa. Esta evidência demonstra um nível de importância considerável atribuído aos impactos ambientais positivos na tomada de decisões estratégicas. No que diz respeito às PME's, verifica-se que 76,9% das PME's (28,8% + 30,8% + 17,3%) considera os impactos

ambientais positivos no processo de tomada de decisão. Observa-se que tanto Grandes Empresas quanto PME's consideram os impactos ambientais positivos nas suas decisões, embora com diferentes intensidades. As Grandes Empresas demonstram uma maior consideração superior dos impactos ambientais, enquanto as PME's apresentam uma maior dispersão nas respostas.

Figura 5.2.85.

Os impactos ambientais positivos da sua empresa são tidos em conta no processo de escolha dos ODS? [Ano 2]

(GEs: Questão 50; PME's: Questão 63)



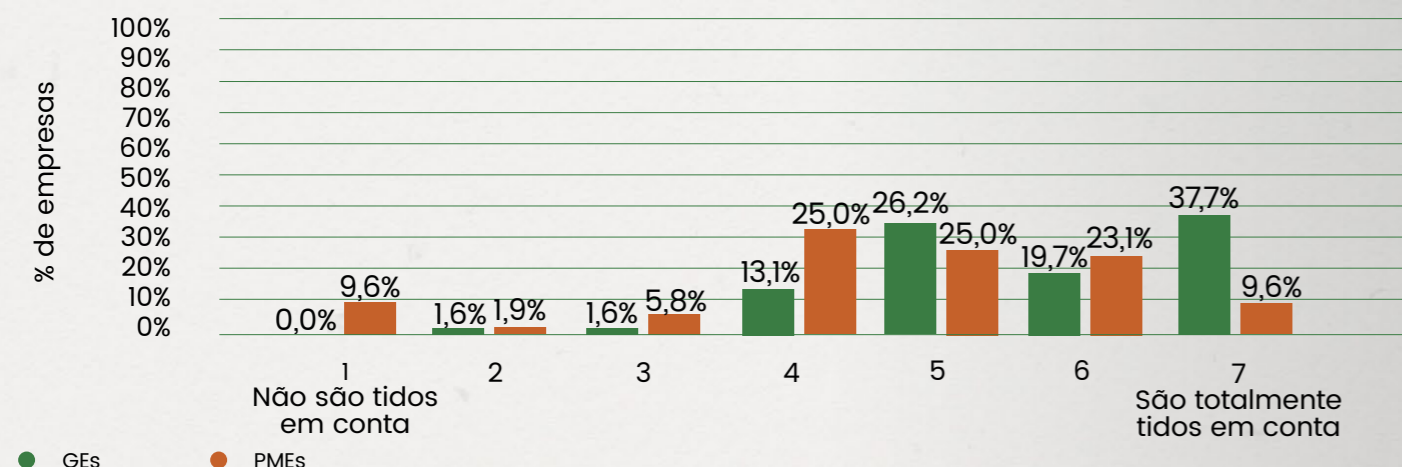
Existe diferença entre as Grandes Empresas e as PME's quanto à consideração dos impactos ambientais positivos no processo de escolha dos ODS. As Grandes Empresas mostram uma maior ênfase na inclusão dos impactos ambientais (18,0% + 36,1% + 31,1% = 85,2%).

No que diz respeito às PME's, os resultados demonstram que apenas cerca de metade destas empresas (16,0% + 30,0% + 6,0% = 52%) consideram os impactos ambientais positivos no processo de escolha dos ODS.

Figura 5.2.86.

Os impactos ambientais positivos da sua empresa são tidos em conta no mapeamento da cadeia de valor? [Ano 2]

(GEs: Questão 50; PME's: Questão 63)



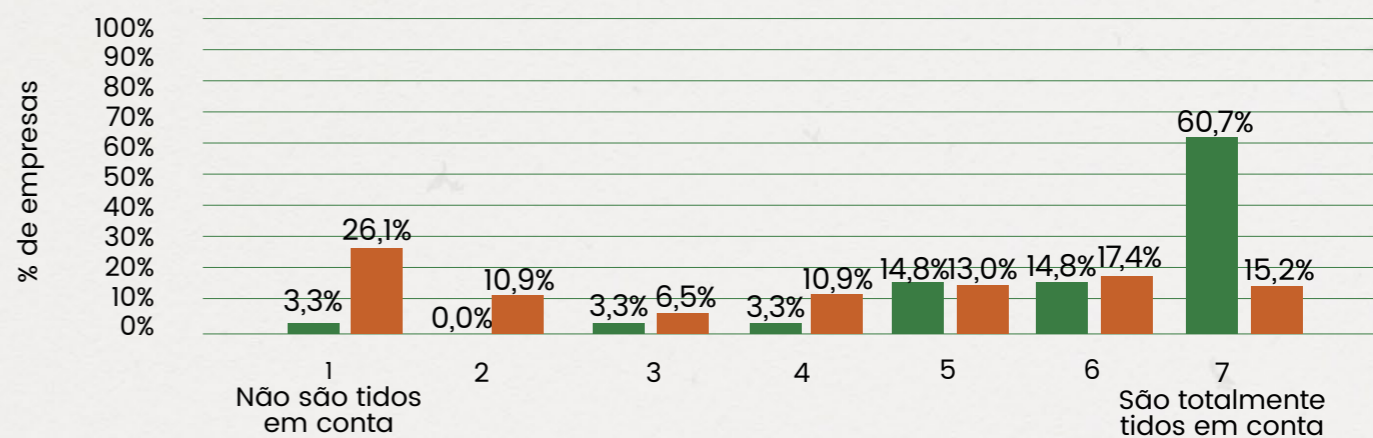
As Grandes Empresas apresentam uma maior tendência para considerar os impactos ambientais positivos no mapeamento da cadeia de valor (26,2% + 19,7% + 37,7% = 83,6%) quando comparado com as PME's (25,0% + 23,1% + 9,6% = 57,7%). Esta diferença pode ser atribuída a recursos, a estruturas organizacionais e a capacidade de implementação diferenciadas entre as

Grandes Empresas e as PME's. No entanto, é importante destacar que uma proporção significativa de PME's também reconhece a importância desses impactos na cadeia de valor, embora haja espaço para melhoria. A análise comparativa revela que as Grandes Empresas estão mais avançadas na consideração dos impactos ambientais positivos no mapeamento da cadeia de valor.

Figura 5.2.87.

Os impactos ambientais positivos da sua empresa são tidos em conta no Relatório de Sustentabilidade? [Ano 2]

(GEs: Questão 50; PME's: Questão 63)



A análise comparativa revela que as Grandes Empresas também estão mais avançadas na consideração dos impactos ambientais positivos em seus Relatórios de Sustentabilidade (14,8% + 14,8% + 60,7% = 90,3%) quando comparado com as PME's (13,0% + 17,4% + 15,2% = 45,6%).

Impactos negativos, tomada de decisão e Relatório de Sustentabilidade

Figura 5.2.88.

Em que sentido os impactos sociais/ambientais negativos da empresa são tidos em conta no processo de tomada de decisão e escolha dos ODS? [Ano 1]

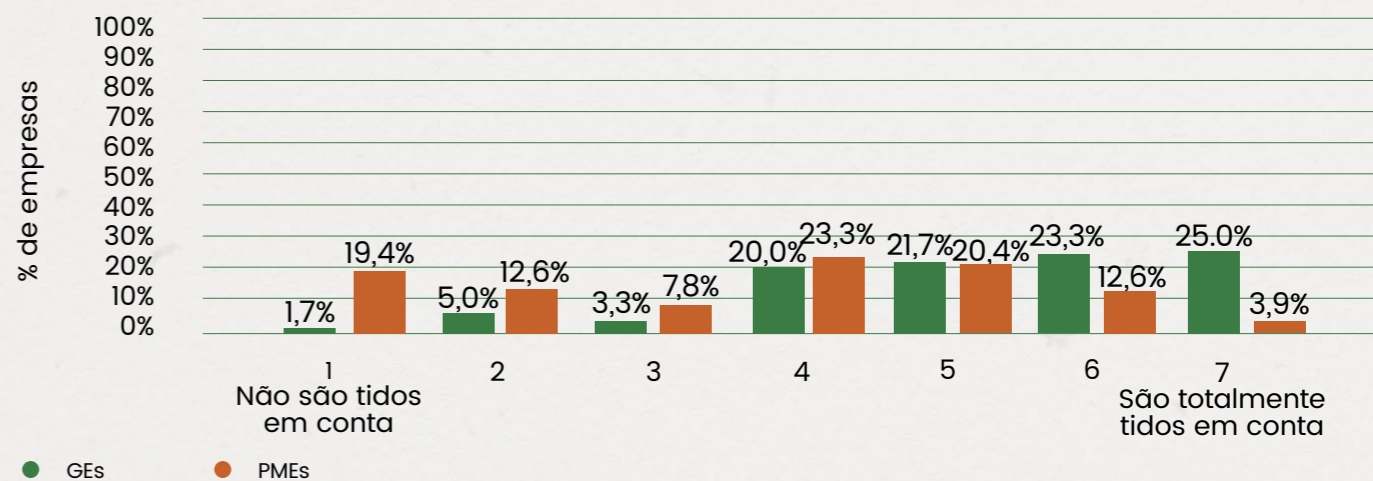
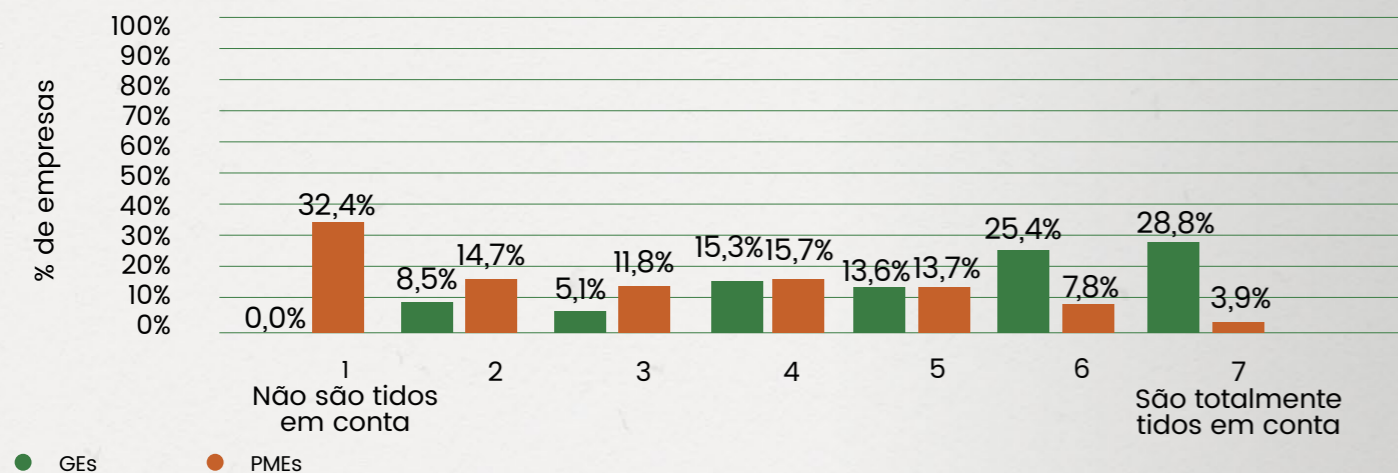


Figura 5.2.89.

Em que sentido os impactos sociais/ambientais negativos da empresa são tidos em conta no Relatório de Sustentabilidade da empresa? [Ano 1]



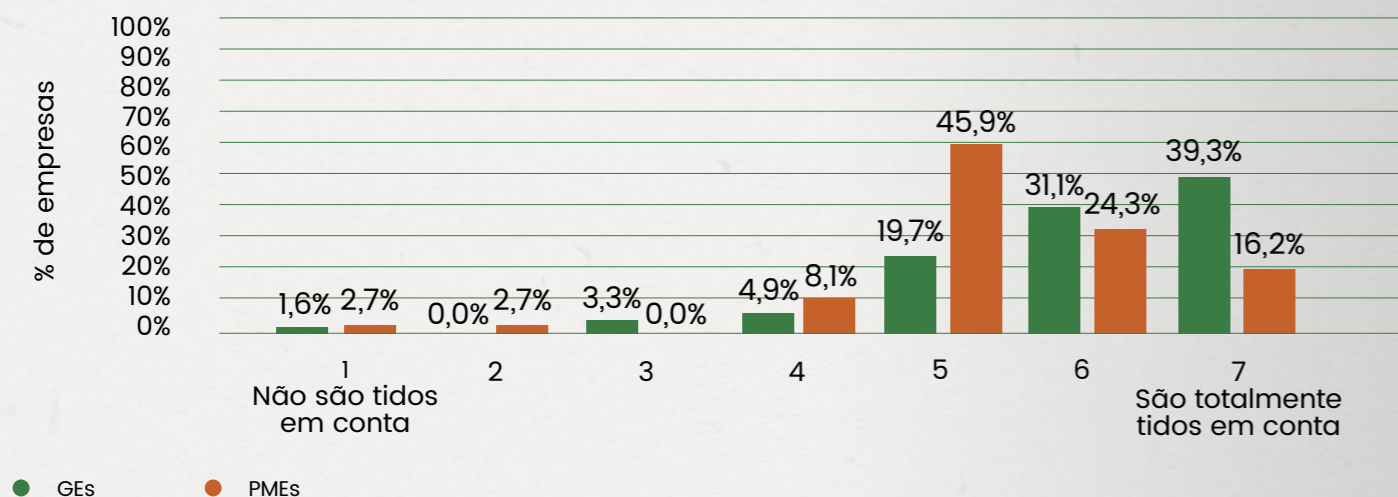
Relativamente ao Ano 1, 69,7% (21,4% + 23,3% + 25,0%) das Grandes Empresas teve em conta, parcial ou totalmente, os impactos sociais/ambientais negativos da empresa no processo de tomada de decisão e escolha dos ODS e 67,8% (13,6% + 25,4% + 28,8%) destas empresas no Relatório de Sustentabilidade.

Estes valores são bastante inferiores no caso das PME: somente 36,9% (20,4% + 12,6% + 3,9%) das PME teve em conta os impactos sociais/ambientais negativos na tomada de decisão e escolha dos ODS e 25,4% (13,7% + 7,8% + 3,9%) no Relatório de Sustentabilidade.

Figura 5.2.90.

Os impactos sociais negativos da sua empresa são tidos em conta no processo de tomada de decisão da empresa? [Ano 2]

(GES: Questão 51; PME: Questão 64)



No Ano 2, a maioria das Grandes Empresas (19,7% + 31,1% + 39,3% = 90,1%) demonstra ter em conta os impactos sociais negativos nos seus processos de tomada de decisão. Somente 1,6% das Grandes Empresas afirmam que esses impactos não são considerados.

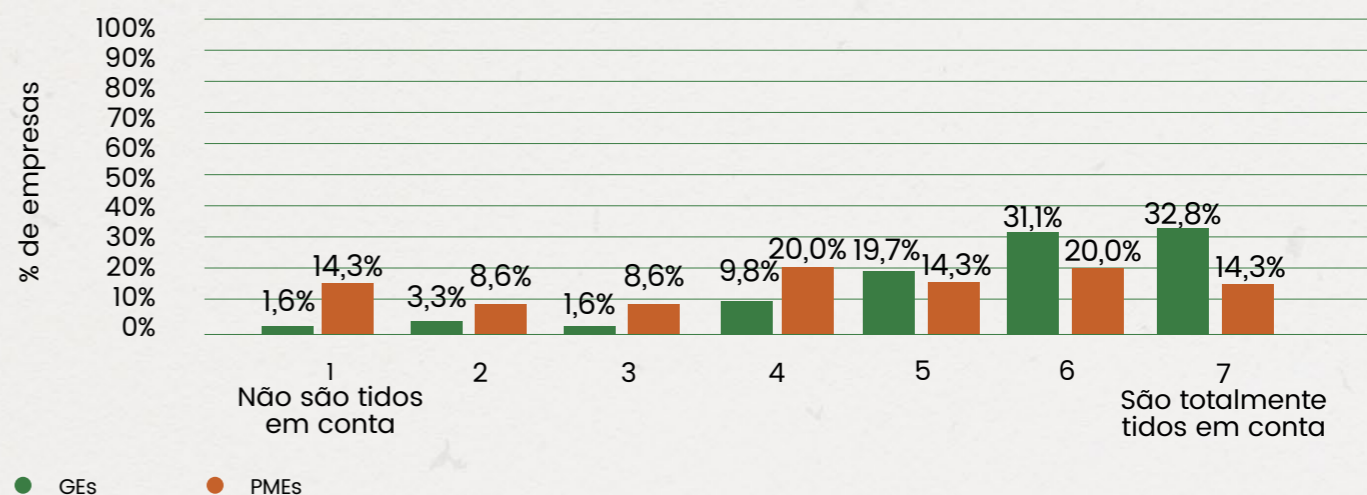
As PME também reconhecem a importância dos impactos sociais negativos nos seus processos de tomada de decisão, embora em menor proporção em

comparação com as Grandes Empresas. No Ano 2, 86,4% (45,9% + 24,3% + 16,2%) das PME tem, total ou parcialmente, em conta os impactos sociais negativos no processo de tomada de decisão. A maioria das empresas demonstra um compromisso mais sólido em considerar os impactos sociais negativos nos seus processos de tomada de decisão, face ao ano anterior.

Figura 5.2.91.

Os impactos sociais negativos da sua empresa são tidos em conta no processo de escolha dos ODS? [Ano 2]

(GES: Questão 51; PME: Questão 64)



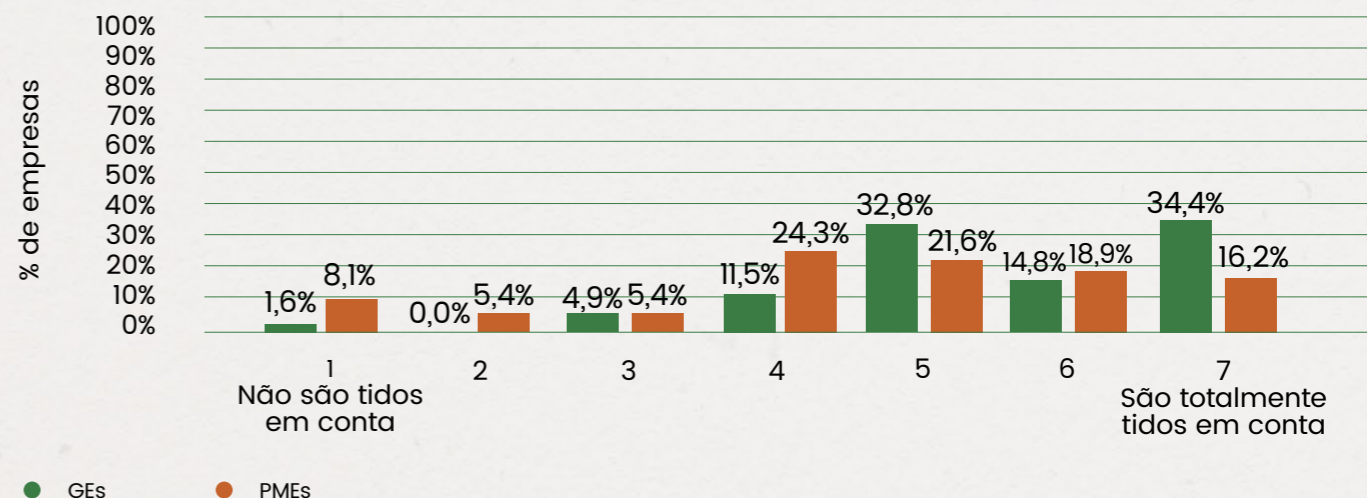
As Grandes Empresas demonstram ter um maior nível de consideração dos impactos sociais negativos no processo de escolha dos ODS (19,7% + 31,1% + 32,8% = 83,6%) do que as PME (14,3% + 20,0% + 14,3% = 48,6%).

É de notar que 14,3% das PME não tem em conta os impactos sociais negativos no processo de escolha dos ODS.

Figura 5.2.92.

Os impactos sociais negativos da sua empresa são tidos em conta no mapeamento da cadeia de valor? [Ano 2]

(GES: Questão 51; PME: Questão 64)

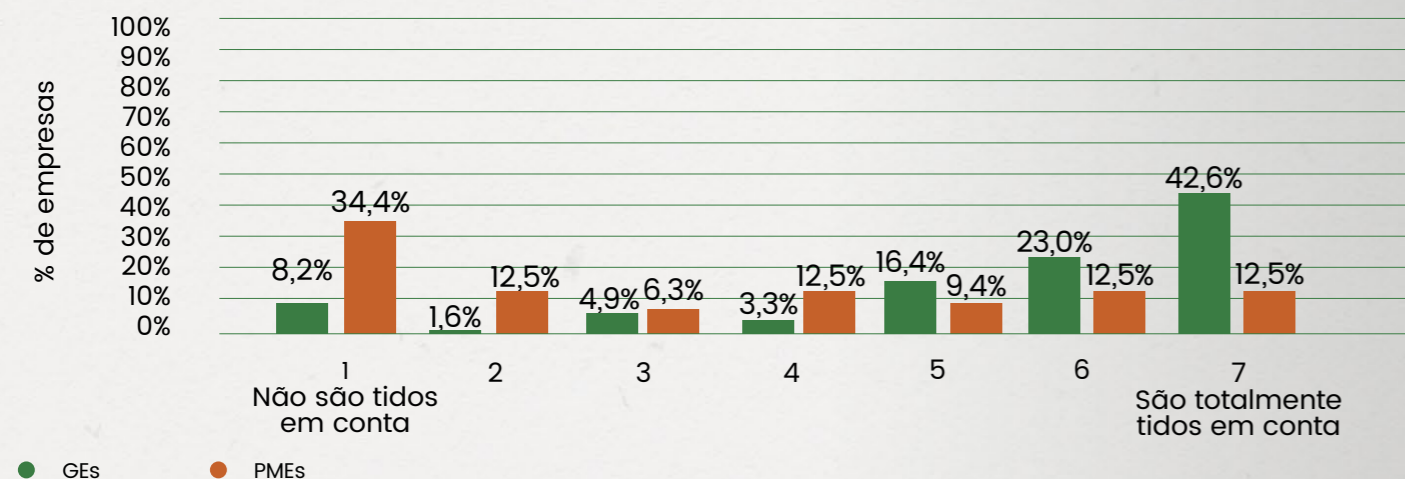


As Grandes Empresas demonstram um maior nível de consideração dos impactos sociais negativos no mapeamento da cadeia de valor (32,8% + 14,8% + 34,4% = 82,0%), em comparação com as PME (21,6% + 18,9% + 16,2% = 56,7%). Este resultado sugere um maior *engagement* e consciencialização por parte das Grandes Empresas na avaliação dos impactos sociais negativos em sua cadeia de valor.

Figura 5.2.93.

Os impactos sociais negativos da sua empresa são tidos em conta no Relatório de Sustentabilidade? [Ano 2]

(GEs: Questão 51; PMEs: Questão 64)



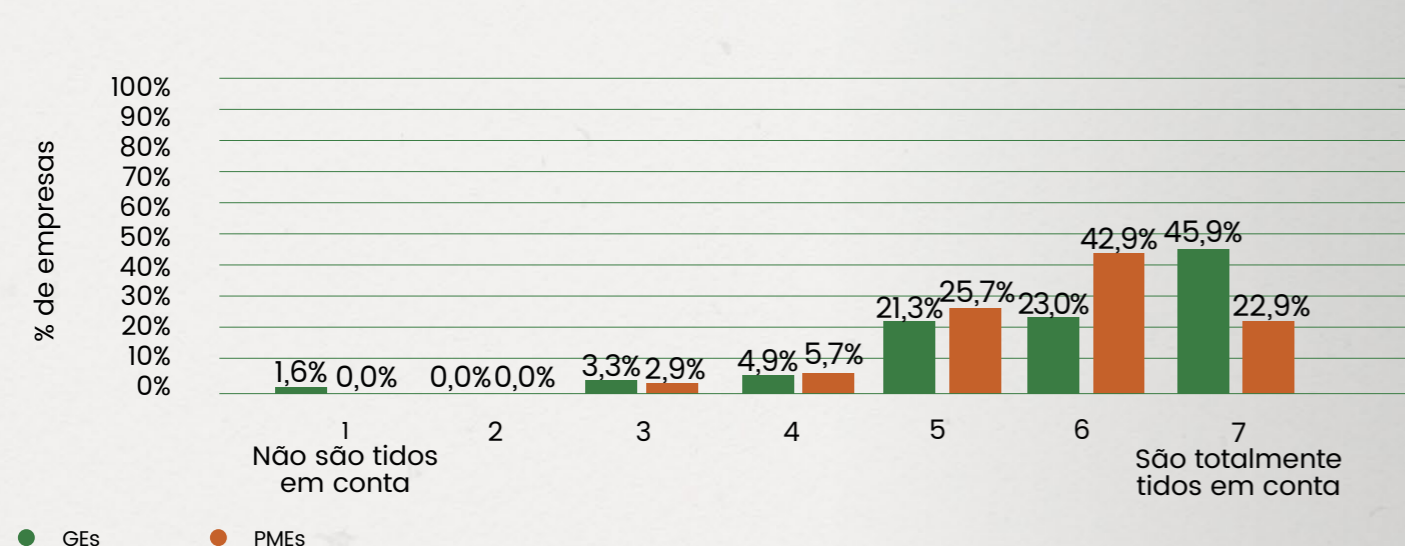
As Grandes Empresas demonstram um maior nível de consideração dos impactos sociais negativos nos seus Relatórios de Sustentabilidade (16,4% + 23,0% + 42,6% = 82,0%), em comparação com as PMEs (9,4% + 12,5% + 12,5% = 34,4%). É de ressaltar o contraste entre as Grandes Empresas e as PMEs relativamente à consideração dos impactos sociais negativos nos seus Relatórios de Sustentabilidade. Se por um lado, 42,6%

das Grande Empresas reportam terem totalmente em conta tais impactos nos Relatórios, 34,4% das PMEs não tem de todo em conta esses mesmos impactos nos Relatórios de Sustentabilidade. Em resumo, as Grandes Empresas têm um desempenho melhor na consideração dos impactos sociais negativos nos seus Relatórios de Sustentabilidade em comparação com as PMEs.

Figura 5.2.94.

Os impactos ambientais negativos da sua empresa são tidos em conta no processo de tomada de decisão da empresa? [Ano 2]

(GEs: Questão 52; PMEs: Questão 65)

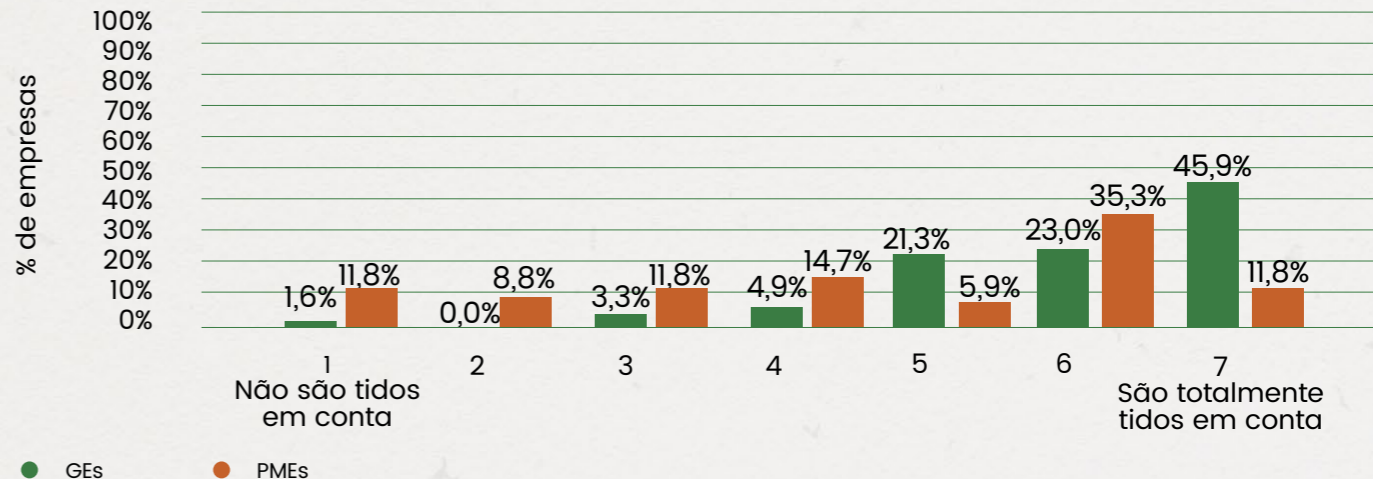


Relativamente aos impactos ambientais negativos da empresa, tanto as Grandes Empresas (21,3% + 23,0% + 45,9% = 90,2%) como as PMEs (25,7% + 42,9% + 22,9% = 91,5%) os têm em conta no processo de tomada de decisão da empresa.

Figura 5.2.95.

Os impactos ambientais negativos da sua empresa são tidos em conta no processo de escolha dos ODS? [Ano 2]

(GEs: Questão 52; PMEs: Questão 65)



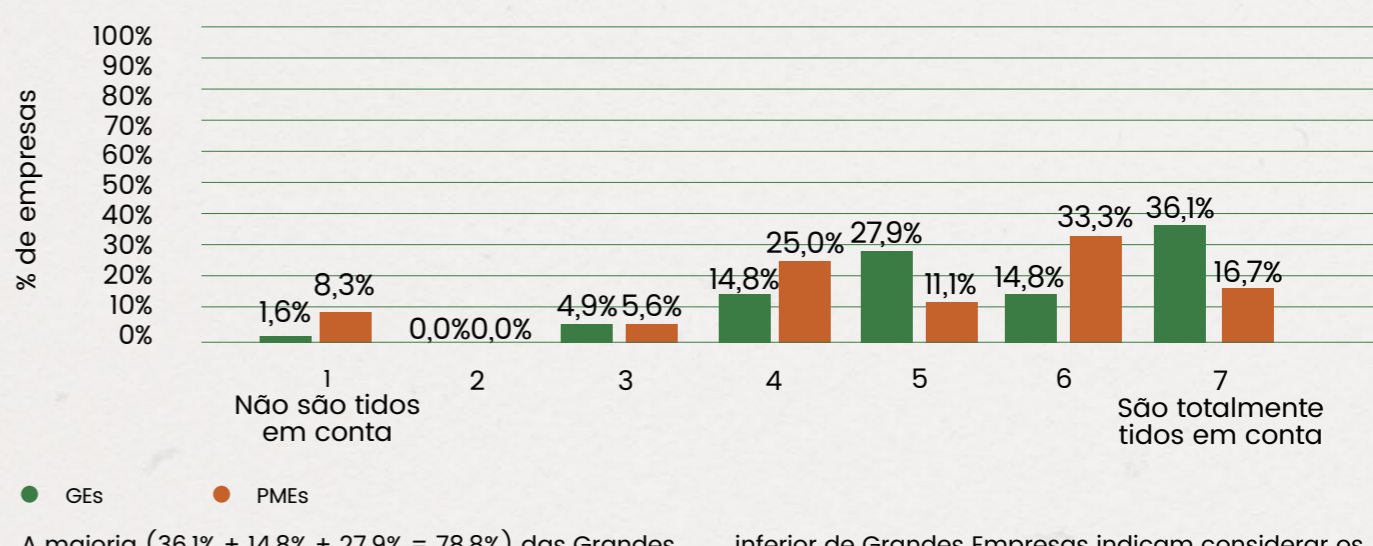
Ao analisar as respostas das Grandes Empresas e PMEs em relação à consideração dos impactos ambientais negativos no processo de escolha dos ODS, constata-se o quanto as Grandes Empresas (21,3% + 23,0% + 45,9% = 90,2%) demonstram maior consciencialização sobre os impactos negativos da empresa no processo de escolha dos ODS, em comparação com as PMEs (5,9% + 35,3% + 11,8% = 53,0%).

As Grandes Empresas apresentam uma tendência mais acentuada ao considerar totalmente os impactos ambientais negativos no processo de escolha dos ODS, com uma proporção de 45,9% em comparação com 11,8% das PMEs. Esta evidência pode refletir uma maior capacidade das Grandes Empresas em implementar práticas ambientalmente responsáveis e em alinhar seus objetivos com os ODS.

Figura 5.2.96.

Os impactos ambientais negativos da sua empresa são tidos em conta no mapeamento da cadeia de valor? [Ano 2]

(GEs: Questão 52; PMEs: Questão 65)



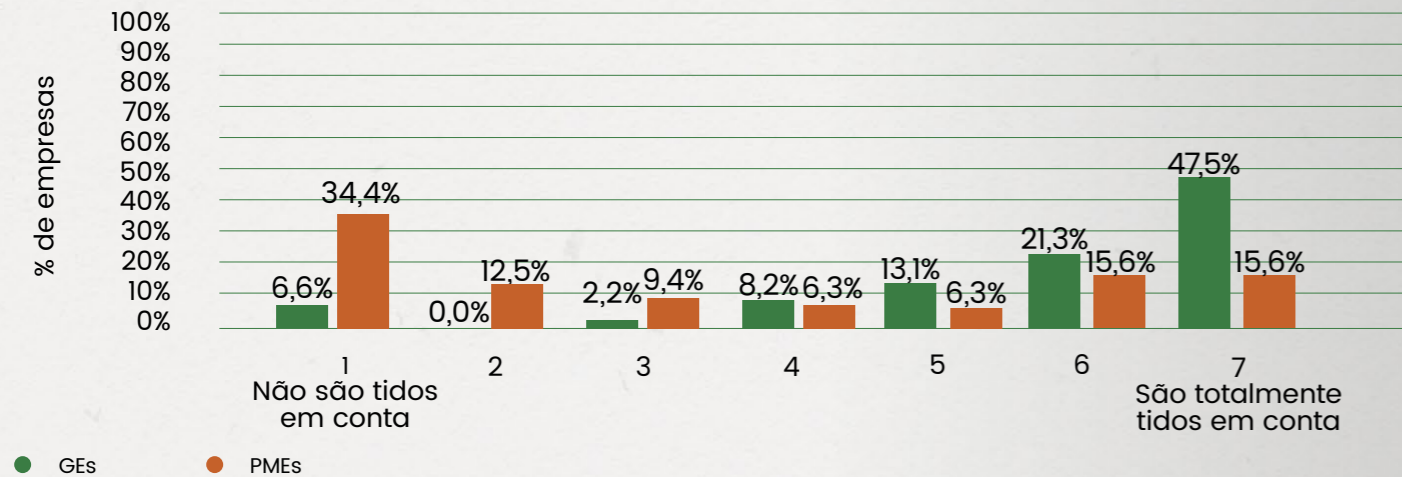
A maioria (36,1% + 14,8% + 27,9% = 78,8%) das Grandes Empresas tende a considerar os impactos ambientais negativos da empresa no mapeamento da cadeia de valor, enquanto para as PMEs, o valor é de 61,1%. (16,7% + 33,3% + 11,1%). É de destacar que, enquanto um número

inferior de Grandes Empresas indicam considerar os impactos ambientais negativos, comparado com os sociais (82,0%), a tendência é inversa nas PMEs, que tendem a considerar os efeitos ambientais mais do que os sociais (61,1% vs. 56,7%).

Figura 5.2.97.

Os impactos ambientais negativos da sua empresa são tidos em conta no Relatório de Sustentabilidade? [Ano 2]

(GEs Ano 2: Questão 52; PMEs Ano 2: Questão 65)



As Grandes Empresas demonstram um nível mais elevado de consideração dos impactos ambientais negativos nos seus Relatórios de Sustentabilidade (47,5% + 21,3% + 31,1% = 81,9%), em comparação com as PMEs (15,6% + 15,6% + 6,3% = 37,5%). É de salientar o contraste entre as Grandes Empresas e as PMEs no que diz respeito à consideração dos impactos

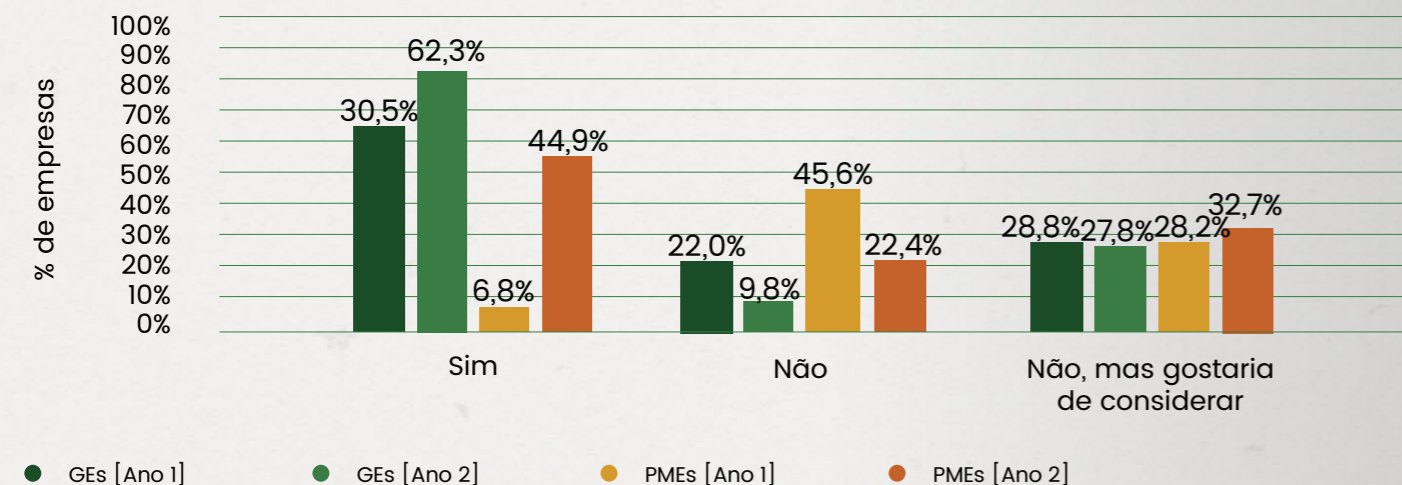
ambientais e sociais negativos nos seus Relatórios de Sustentabilidade. As Grandes Empresas apresentam um desempenho superior na consideração dos impactos negativos, tanto sociais quanto ambientais, nos seus Relatórios de Sustentabilidade, em comparação com as PMEs.

Referência a *spillovers* no Relatório de Sustentabilidade

Figura 5.2.98.

Consideram a interligação entre os ODS quando definem a estratégia da sua empresa?

(GEs Ano 2: Questão 53; PMEs Ano 2: Questão 66)



Quando questionadas sobre se consideram a interligação entre os ODS quando definem a estratégia da empresa, verifica-se uma tendência crescente em considerar essa interligação entre ODS, tanto nas Grandes Empresas (Ano 1: 30,5%; Ano 2: 62,3%), como nas PMEs (Ano 1: 6,8%; Ano 2: 44,9%). No Ano 2 existem ainda 27,9% das Grandes Empresas e 32,7% das PMEs

que não consideram a interligação entre os ODS quando definem a estratégia da empresa, mas que gostariam de considerar. Tendo em conta que os ODS estão intimamente relacionados entre si, esta temática é muito relevante e o facto de a maioria das empresas ou comunicar ou considerar fazê-lo é positivo.

Escolha dos ODS e o contexto

Figura 5.2.99.

Quando consideramos os ODS mais importantes para a nossa empresa... [Ano 1]

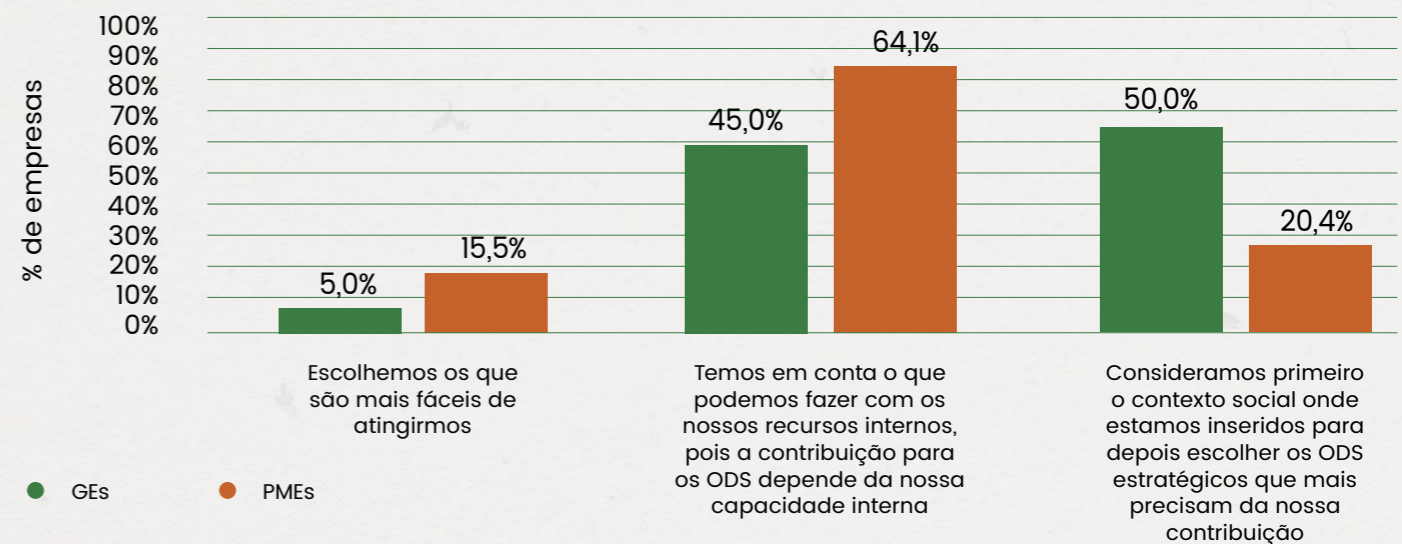
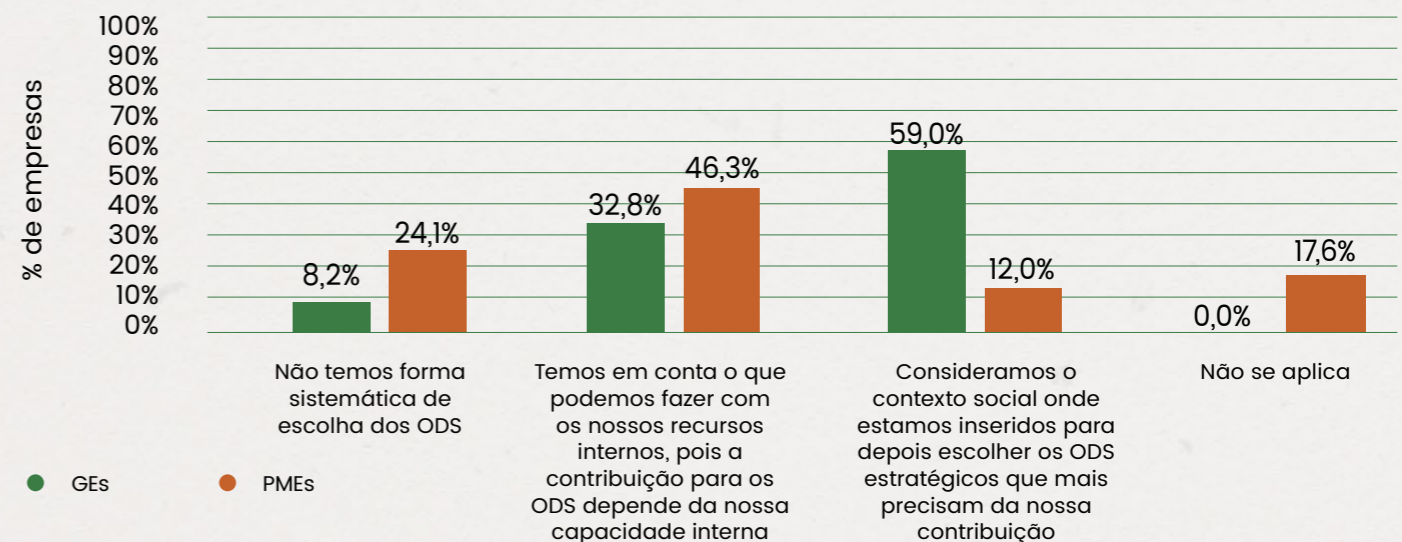


Figura 5.2.100.

Complete a frase com a opção que mais se adapte à realidade da sua empresa: "Quando escolhemos os ODS mais importantes para a nossa empresa a nossa abordagem dominante é ..." [Ano 2]

(GEs: Questão 54; PMEs: Questão 67)

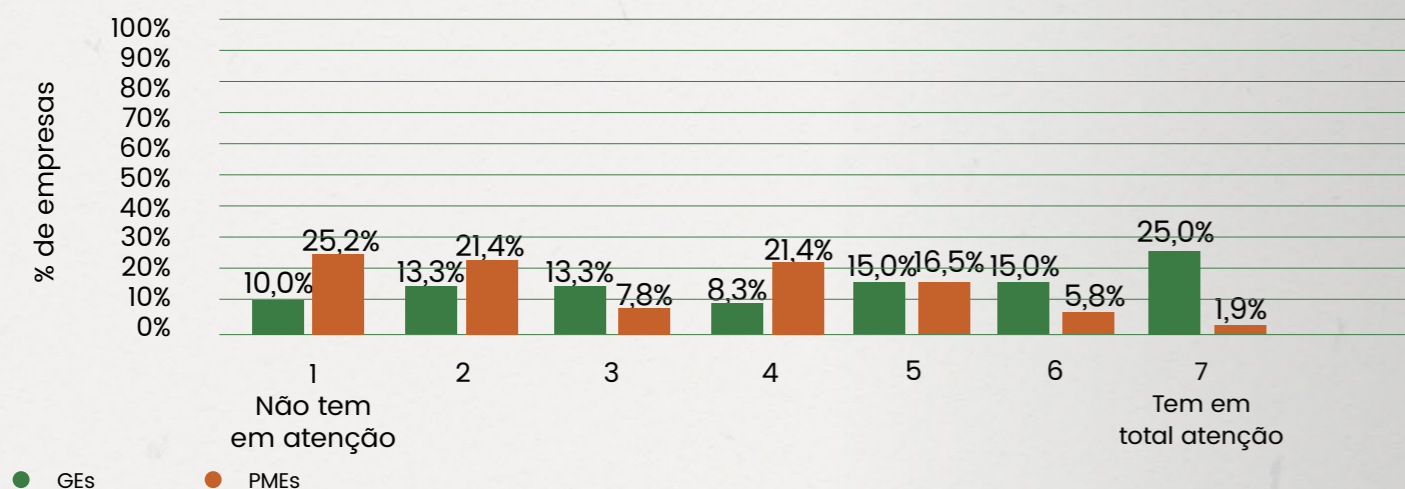


Quando questionadas sobre “quando escolhemos os ODS mais importantes para a nossa empresa a nossa abordagem dominante é...”, verifica-se que tanto no Ano 1 (50,0%) como no Ano 2 (59,0%) existe uma tendência nas Grandes Empresas em escolher a seguinte afirmação “Consideramos primeiro o contexto social onde estamos inseridos para depois escolher os ODS estratégicos que mais precisam da nossa contribuição”. No caso das PMEs, verifica-se que tanto no Ano 1 (64,1%) como no Ano 2 (46,3%) existe uma tendência

em escolher a seguinte afirmação “Temos em conta o que podemos fazer com os nossos recursos internos pois a contribuição para os ODS depende da nossa capacidade interna”. Estes resultados sugerem que as Grandes Empresas estão mais orientadas a considerar o impacto social da sua atuação e a alinhar os seus esforços de contribuição para os ODS com as necessidades específicas do contexto em que operam.

Figura 5.2.101.

A escolha dos ODS da sua empresa tem em atenção o nível de desenvolvimento dos ODS nas geografias mais importantes onde opera? [Ano 1]



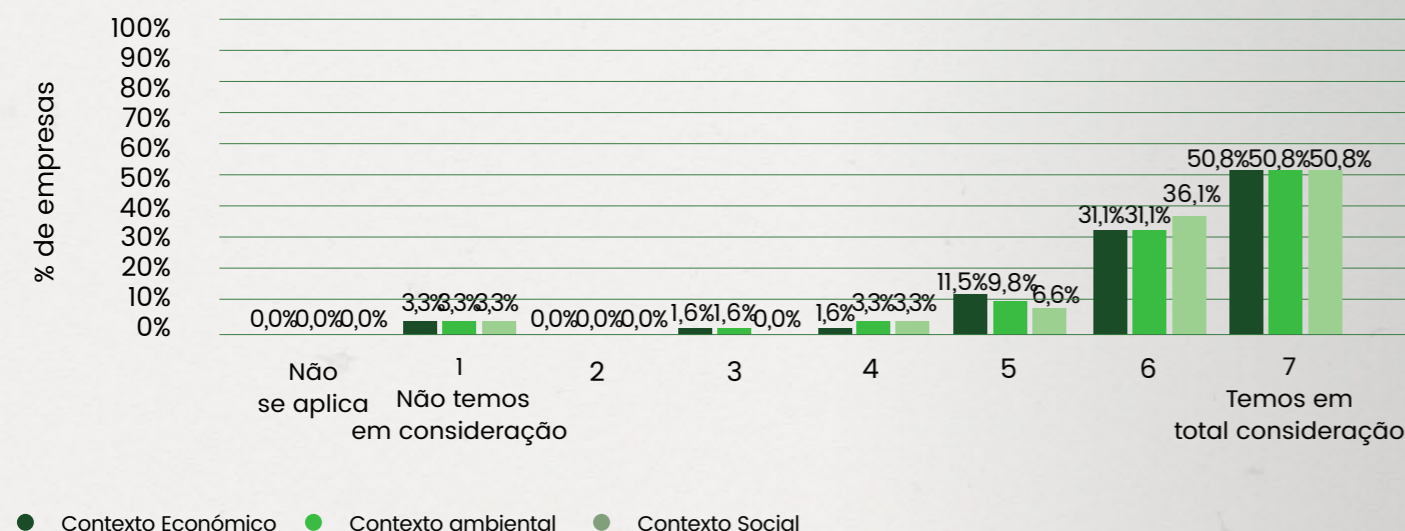
No Ano 1, 55% das Grandes Empresas (15,0% + 15,0% + 25,0%) e 24,2% das PMEs (16,5% + 5,8% + 1,9%) reconhecem a relevância de considerar o nível de

desenvolvimento dos ODS nas geografias onde operam quando escolhem os ODS. As respostas demonstram uma diferença significativa entre os dois grupos de empresas.

Figura 5.2.102.

Quando escolhe os ODS estratégicos para a sua empresa, considera o contexto social, ambiental e económico da região onde opera? [GEs - Ano 2]

(GEs: Questão 56)



● Contexto Económico ● Contexto ambiental ● Contexto Social

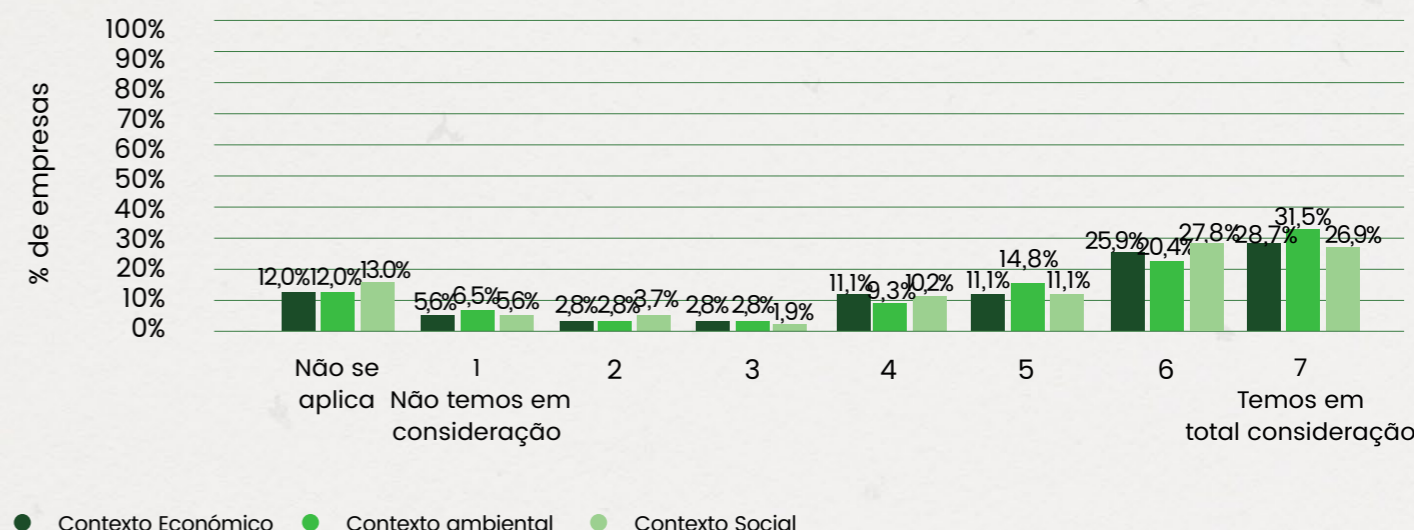
Quando questionadas sobre se quando escolhem os ODS estratégicos consideram o contexto social, ambiental e económico da região onde operam, verifica-se que cerca de metade das Grandes Empresas tem em total consideração o contexto económico (50,8%), ambiental (50,8%) e social (50,8%). A maioria

das Grandes Empresas tem em consideração o contexto económico (50,8% + 31,1% + 11,5% = 93,4%), o contexto ambiental (50,8% + 31,1% + 9,8% = 91,7%) e o contexto social (50,8% + 36,1% + 6,6% = 93,5%), o que vai ao encontro das evidências obtidas no Ano 1 do projeto.

Figura 5.2.103.

Quando escolhe os ODS estratégicos para a sua empresa, considera o contexto social, ambiental e económico da região onde opera? [PMEs - Ano 2]

(PMEs: Questão 69)



● Contexto Económico ● Contexto ambiental ● Contexto Social

No que diz respeito às PMEs, verifica-se uma menor consideração dos contextos económico, ambiental e social quando comparado com as Grandes Empresas. Apenas 28,7% de PMEs consideram totalmente o contexto económico, 31,5% de PMEs que considera totalmente o contexto ambiental e 26,9% que consideram totalmente o contexto social. Ainda assim, a maioria das PMEs tem em consideração o contexto económico (28,7% + 25,9% + 11,1% = 65,7%), o contexto ambiental (31,5% + 20,4% + 14,8% = 66,7%) e o contexto social (26,9% + 27,8% + 11,1% = 65,8%), o que vai ao encontro das evidências obtidas no Ano 1 do projeto.

Todas as Grandes Empresas entrevistadas responderam que quando escolhem os ODS estratégicos para a sua empresa têm em consideração os contextos social, ambiental e económico da região onde operam.

Algumas empresas não têm nenhum processo estruturado que tenha em conta estes fatores, outras focam-se bastante na análise do contexto e do impacto local, tentando trabalhar com fornecedores locais e procurando envolver a comunidade onde operam nas suas atividades, para que possam compreender as necessidades dessa mesma comunidade. Um outro caminho identificado foi a realização de análises de contexto e de impacto local através de estudos exaustivos da região onde operam, analisando as culturas e ouvindo os stakeholders para identificarem os principais desafios que enfrentam (“**Nas áreas da sustentabilidade procuramos sempre olhar para o local, no entanto, na criação e no desenvolvimento de um produto pensamos numa população global**”). Adicionalmente, outras empresas procuram identificar

quais os aspetos que impactam através do seu negócio: **“Ao operarmos, percebemos quais são os nossos grandes pontos fracos e procuramos formas de os atenuar”**.

Quando questionadas sobre o tema, 90,0% das PME's afirmaram que, ao escolher os ODS estratégicos, têm em consideração os contextos social, ambiental e económico da região onde operam. Tal acontece porque percebem que a sua contribuição depende do contexto em que se inserem, tendo, portanto, a

preocupação de atuar ao nível local: **“[o] nosso contexto é o português e é para este que olhamos”**.

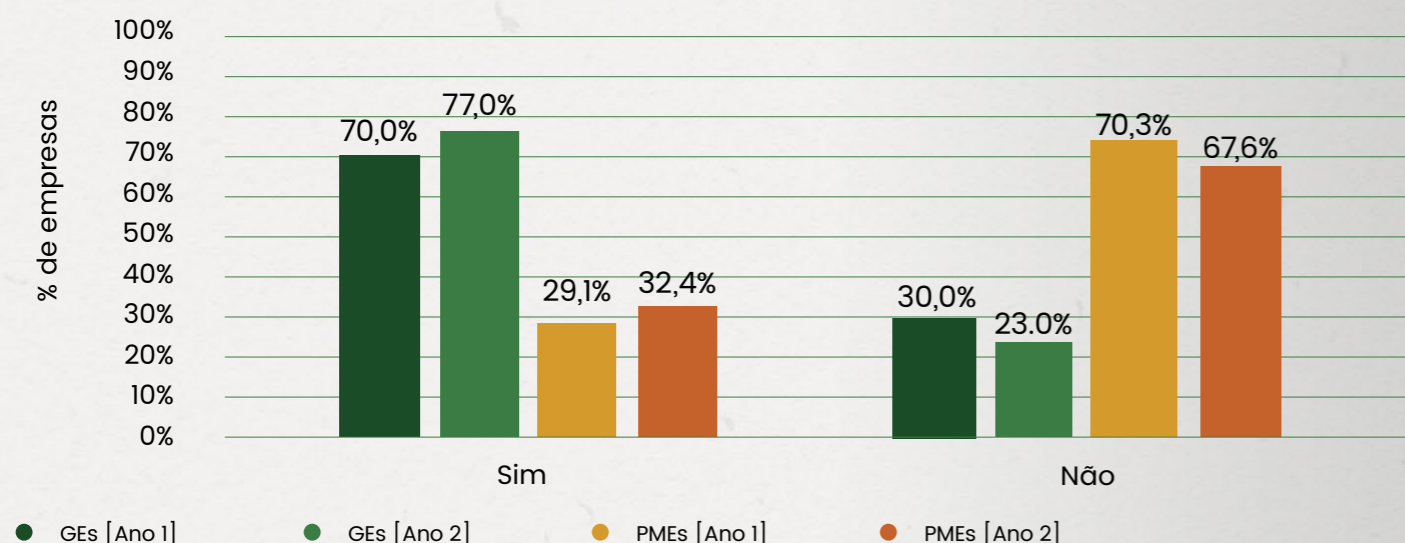
Adicionalmente, foram indicadas algumas práticas efetuadas pelas empresas no sentido de adaptação local. Um respondente afirmou que a sua empresa tem feito um grande progresso a nível do investimento na questão ambiental, enquanto outro refere apoiar associações geograficamente perto do local onde operam.

Conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal

Figura 5.2.104.

Tem conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal definidos pelo Governo Português?

(GEs Ano 2: Questão 55; PME's Ano 2: Questão 68)



No Ano 2, 77,0% (*versus* 70,0% no Ano 1) das Grandes Empresas afirmam ter conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal definidos pelo Governo português. No que diz respeito às PME's, no Ano 1, 29,1% das PME's referiam ter conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal, valor que aumentou para 32,4% no Ano 2. Verifica-se assim uma tendência crescente, tanto nas Grandes Empresas como nas PME's, no nível do conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal definidos pelo Governo português.

Numa visão de curto/médio prazo quais são as iniciativas/ações mais relevantes que a sua empresa pretende desenvolver no que toca aos ODS?

Quando inquiridas sobre as ações e/ou iniciativas mais relevantes que têm a intenção de desenvolver para contribuir para os ODS, a curto e médio prazo, destaca-se um objetivo transversal às respostas (abertas, de desenvolvimento): a busca pela redução dos impactos negativos decorrentes de suas atividades.

Ambiente

A nível ambiental é um objetivo geral a redução das emissões, no sentido de melhorar a sua pegada carbónica, ter em consideração os *scopes* de emissões 1, 2 e 3 e eventualmente alcançar um nível zero emissões de dióxido de carbono. As empresas também querem que estas ações sejam transversais a todos os envolvidos no negócio, procurando assim que os seus fornecedores mitiguem também o impacto negativo das suas atividades, e partilhem as suas metas e ações nesse sentido (ODS 7 e 13). Foi ainda referido por uma das empresas como sendo uma prioridade o foco em fomentar a economia circular (ODS 12).

Algumas empresas indicaram medidas específicas que têm planeadas para o futuro de forma a contribuírem para os ODS. Foram referidas a otimização e a utilização de recursos cada vez mais sustentáveis (ODS 12), o desenho de embalagens segundo princípios de *eco-design* (ODS 12) e que incentivem a reciclagem, a aquisição de melhores materiais com melhor desempenho energético e a procura pela criação de soluções totalmente adaptadas a qualquer tipo de dificuldade, com especial enfoque em clientes com mobilidade reduzida (ODS 10).

Social

Muitas das respostas das empresas referiam esforços adicionais no sentido de atingir a igualdade de género e de oportunidades (ODS 5), e melhorar as condições de trabalho e de bem-estar dos colaboradores (ODS 8). Um exemplo indicado por uma empresa foi o de procurar incluir os seus colaboradores no processo de transição energética (algo considerado imperativo dada a rápida e constante evolução), não deixando ninguém para trás, simultaneamente, criando novos empregos e garantindo acesso a energia limpa e acessível (ODS 8 e 7).

Paralelamente, as empresas procuram efetuar reavaliações dos ODS face às análises de materialidade do ano anterior e reforçar a ligação entre as suas agendas de sustentabilidade e as metas dos ODS, para pôr em prática os seus planos de ação. Adicionalmente, em algumas empresas está a ser efetuada uma revisão dos ODS prioritários e estão a ser desenvolvidas ferramentas para medir mais eficazmente o impacto das suas iniciativas de responsabilidade social e ambiental.

Uma empresa menciona estar a reavaliar o seu propósito de modo a estar mais alinhada com os ODS. Em suma, as empresas compreendem, que nos contextos dinâmicos em que operam, é necessário realizar regularmente análises e ajustamentos nas suas estratégias para que estas estejam sempre de acordo com as necessidades do presente e do futuro.

No final das Entrevistas, foi solicitado às empresas que partilhassem quaisquer comentários adicionais sobre o estudo, proporcionando-lhes a oportunidade de fornecer *feedback* ao projeto. Concluiu-se que o Observatório ODS oferece às empresas uma maior informação sobre os ODS e o “estado da arte” em Portugal, o que, por conseguinte, as auxilia a:

- Selecionar os seus ODS estratégicos;
- Desenvolver a consciência e aumentar o conhecimento acerca dos ODS;
- Adotar e melhorar práticas sustentáveis;
- Fomentar uma competição saudável.

Referiu-se que o projeto representa um recurso valioso para orientar o progresso das empresas, tendo-se observado evolução ao longo do tempo (**“o vosso acompanhamento e entrevistas levam-nos sempre a pensar em como podemos melhorar”**). Além disso, constatou-se que as empresas se sentem envolvidas no projeto e valorizam o *feedback* sobre os resultados e o acompanhamento personalizado (ou seja, a análise individualizada). Por fim, destacaram a utilidade das *newsletters* e a relevância dos casos de estudo.

Estes comentários atestam a relevância e o impacto positivo do Observatório ODS no âmbito empresarial, reforçando a sua importância como ferramenta de apoio para as empresas no seu caminho rumo à sustentabilidade e ao alinhamento com a Agenda 2030. Através deste projeto, as empresas têm a oportunidade de se capacitarem com informação sólida e relevante, bem como de identificarem áreas para melhorias e inovação, promovendo, assim, um desenvolvimento sustentável e responsável no contexto empresarial em Portugal.

5.3

Análise de Gaps

Gap 1 | Importância e Desempenho das diferentes dimensões de sustentabilidade

Gap 2 | ODS: Importância Atribuída e Contributo para os diferentes ODS

Gap 3 | Incorporação dos ODS na Estratégia: Importância e Implementação

O principal objetivo desta secção é o de aferir os potenciais *gaps* entre a importância atribuída à sustentabilidade e aos ODS e a sua efetiva implementação nas empresas. Com este propósito foram analisadas algumas das questões presentes no Questionário, em que foram comparados:

- 1. A importância *versus* o desempenho/criação de valor efetivo das diferentes dimensões de Sustentabilidade;**
- 2. A importância estratégica atribuída *versus* o contributo efetivo para cada ODS;**
- 3. A importância atribuída ao facto dos ODS estarem incorporados na estratégia das empresas *versus* em que medida os ODS estão efetivamente incorporados e implementados na estratégia.**

Nas análises descritivas, foram verificados alguns *gaps* nas dimensões identificadas. A título de exemplo, foi reportado que a importância estratégica atribuída a certos ODS está aquém do contributo percebido. Contudo, foi apurado se essas diferenças são significativas. Deste modo, as 61 Grandes Empresas e as 108 PME foram objeto de uma análise de *gaps* identificados nas análises descritivas. Esta análise tem por objetivo verificar se as diferenças entre importância atribuída aos ODS e operacionalização dos mesmos são significativas.

De forma a apurar a existência dos *gaps* mencionados nos pontos 1 a 3, foram realizados testes T e foram analisados os respetivos níveis de significância, tendo por base as questões selecionadas no Questionário do Observatório. Para cada potencial *gap* em análise foram selecionadas duas questões, que foram analisadas em primeiro lugar para as Grandes Empresas e, de seguida, para as PMEs.

5.3.1. Gap 1 | Importância e Desempenho das diferentes dimensões de sustentabilidade

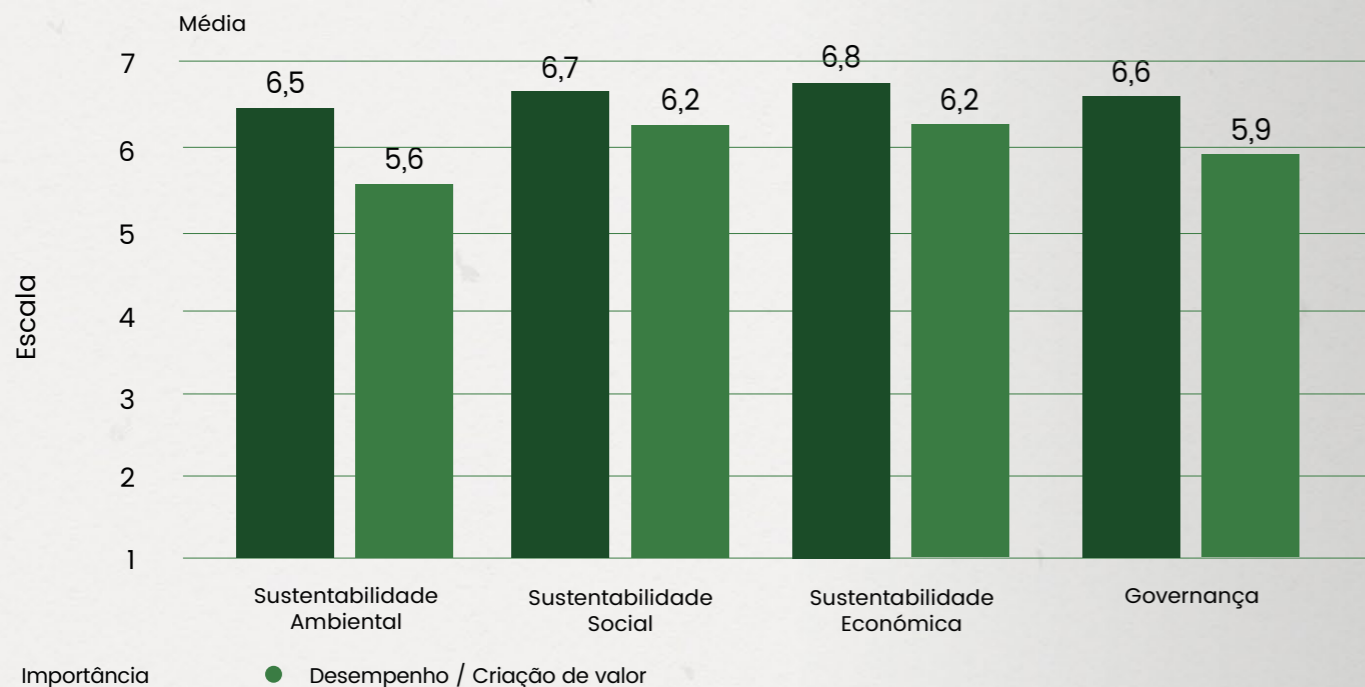
Grandes Empresas

As Grandes Empresas foram questionadas sobre a importância versus desempenho/criação de valor em cada uma das seguintes dimensões:

- Sustentabilidade ambiental;
- Sustentabilidade social;
- Sustentabilidade económica;
- Governança.

Figura 5.3.1.

Importância versus Desempenho/Criação de valor nas diferentes dimensões de sustentabilidade [Grandes Empresas]



Em termos gerais, verifica-se que existe um gap nas quatro dimensões identificadas.

Observa-se que, no que concerne à sustentabilidade ambiental, a importância atribuída (Média=6,52; Desvio-Padrão=0,87) é superior ao desempenho/criação de valor (Média=5,62; Desvio-Padrão=1,10) e que o gap é significativo ($t(60)=6,85; p<0,001$).

Nas restantes dimensões verifica-se a mesma tendência, isto é, a importância atribuída é significativamente superior ao desempenho efetivo no caso da sustentabilidade social (importância: Média=6,72; Desvio-Padrão=0,55; desempenho/criação de valor: Média=6,15, Desvio-Padrão=0,83;

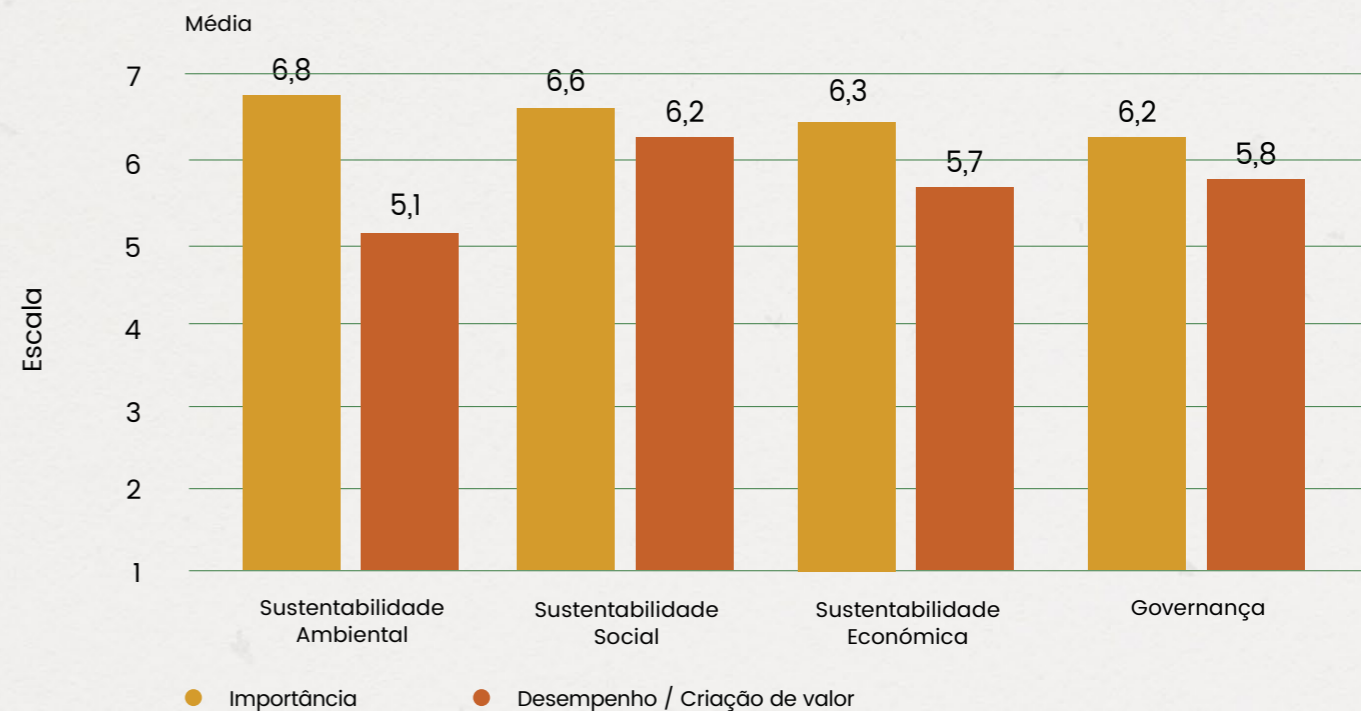
$t(60)=5,71; p<0,001$), na sustentabilidade económica (importância: Média=6,77; Desvio-Padrão=0,56; desempenho/criação de valor: Média=6,16, Desvio-Padrão=1,14; $t(60)=4,25; p<0,001$) e na governança (importância: Média=6,57; Desvio-Padrão=0,78; desempenho/criação de valor: Média=5,92; Desvio-Padrão=1,05; $t(60)=5,219; p<0,001$).

Conclui-se que, apesar de se atribuir uma importância elevada às diferentes dimensões de sustentabilidade, ainda há um caminho a percorrer no que diz respeito à sua implementação e subsequente criação de valor. Conforme se verifica na Figura 5.3.1, isto acontece principalmente no caso da sustentabilidade ambiental, onde o gap é maior entre importância e desempenho/criação de valor (Diferença

PMEs

Figura 5.3.2.

Importância versus Desempenho/Criação de valor nas diferentes dimensões de sustentabilidade [PMEs]



entre Médias: 0,90). O gap é menor no caso da sustentabilidade social (Diferença entre Médias: 0,57). À semelhança das Grandes Empresas, verifica-se um gap significativo entre importância atribuída – que é superior – e desempenho/criação de valor nas quatro dimensões analisadas.

Isto verifica-se na sustentabilidade ambiental (importância: Média=6,77; Desvio-Padrão=0,56; desempenho/criação de valor: Média=5,14; Desvio-Padrão=1,46; $t(107)=7,70; p<0,001$), sustentabilidade social (importância: Média=6,64; Desvio-Padrão=0,70; desempenho/criação de valor: Média=6,15; Desvio-Padrão=0,92; $t(107)=6,26; p<0,001$), sustentabilidade económica (importância: Média=6,28; Desvio-Padrão=0,77; desempenho/criação de valor: Média=5,71; Desvio-Padrão=0,97; $t(107)=5,62; p<0,001$) e governança (importância: Média=6,24; Desvio-Padrão=1,01; desempenho/criação de valor: Média=5,81;

Desvio-Padrão=1,10; $t(107)=4,76; p<0,001$). Mais uma vez, o gap destaca-se no caso da sustentabilidade ambiental onde, conforme se constata na Figura 5.3.2, a diferença entre importância e desempenho/criação de valor é superior (Diferença entre Médias: 1,63). O gap é menor no caso da governança (Diferença entre Médias: 0,43).

Conclui-se que, tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs, a importância atribuída às dimensões de sustentabilidade é considerável. No entanto, a criação de valor efetiva em cada uma destas áreas ainda é passível de melhorias. Ou seja, as empresas consideram a sustentabilidade importante, mas ainda não estão a efetivar a sua implementação nestas quatro componentes. É possível ainda um caminho de evolução, principalmente na dimensão ambiental.

5.3.2. Gap 2 | ODS: Importância Atribuída e Contributo para os diferentes ODS

Grandes Empresas

As empresas avaliaram a importância estratégica de cada ODS *versus* o contributo efetivo para cada ODS. No caso das Grandes Empresas, e conforme ilustrado na tabela 5.3.1, verifica-se que **existe um claro gap em certos ODS, isto é, a importância estratégica atribuída é superior ao contributo efetivo.**

A tabela 5.3.1 apresenta os resultados do teste T e respetivos graus de liberdade. É a partir do nível de significância que se define se o *gap* é significativo ou não. Em específico, se o nível de significância for superior a 0,05 significa que o *gap* entre importância e contributo não é significativo.

Tabela 5.3.1.

Diferenças entre importância estratégica e contributo de cada ODS [Grandes Empresas]

ODS	Teste T	Graus de Liberdade	Nível de significância	Importância	Contributo
	0,85	60	0,40		
	-0,32	60	0,75		
	1,16	60	0,25		
	0,96	60	0,34		
	3,20	60	0,00	Média 5,89 Desvio-Padrão 1,39	Média 5,46 Desvio-Padrão 1,43
	0,46	60	0,65		
	3,12	60	0,00	Média 5,69 Desvio-Padrão 1,64	Média 5,21 Desvio-Padrão 1,60

ODS	Teste T	Graus de Liberdade	Nível de significância	Importância	Contributo
	2,66	60	0,01	Média 6,46 Desvio-Padrão 1,15	Média 6,13 Desvio-Padrão 1,40
	2,96	60	0,00	Média 5,51 Desvio-Padrão 1,80	Média 5,26 Desvio-Padrão 1,73
	2,17	60	0,03	Média 5,41 Desvio-Padrão 1,76	Média 5,13 Desvio-Padrão 1,59
	2,73	60	0,01	Média 4,89 Desvio-Padrão 1,95	Média 4,59 Desvio-Padrão 1,81
	3,93	60	0,00	Média 5,84 Desvio-Padrão 1,56	Média 5,34 Desvio-Padrão 1,46
	4,97	60	0,00	Média 6,43 Desvio-Padrão 1,10	Média 5,77 Desvio-Padrão 1,16
	2,40	60	0,02	Média 4,08 Desvio-Padrão 1,95	Média 3,82 Desvio-Padrão 1,84
	2,07	60	0,04	Média 4,90 Desvio-Padrão 1,94	Média 4,62 Desvio-Padrão 1,83
	1,30	60	0,20		
	1,24	60	0,22		

Este *gap* verifica-se nos ODS que, nas figuras 5.3.3 e 5.3.4 têm assinaladas as médias. Em específico, verificam-se diferenças significativas entre importância e contributo nos ODS:



A importância atribuída é maior que o contributo efetivo.

Figura 5.3.3.

Importância estratégica versus contributo para cada ODS [Grandes Empresas] (parte 1)

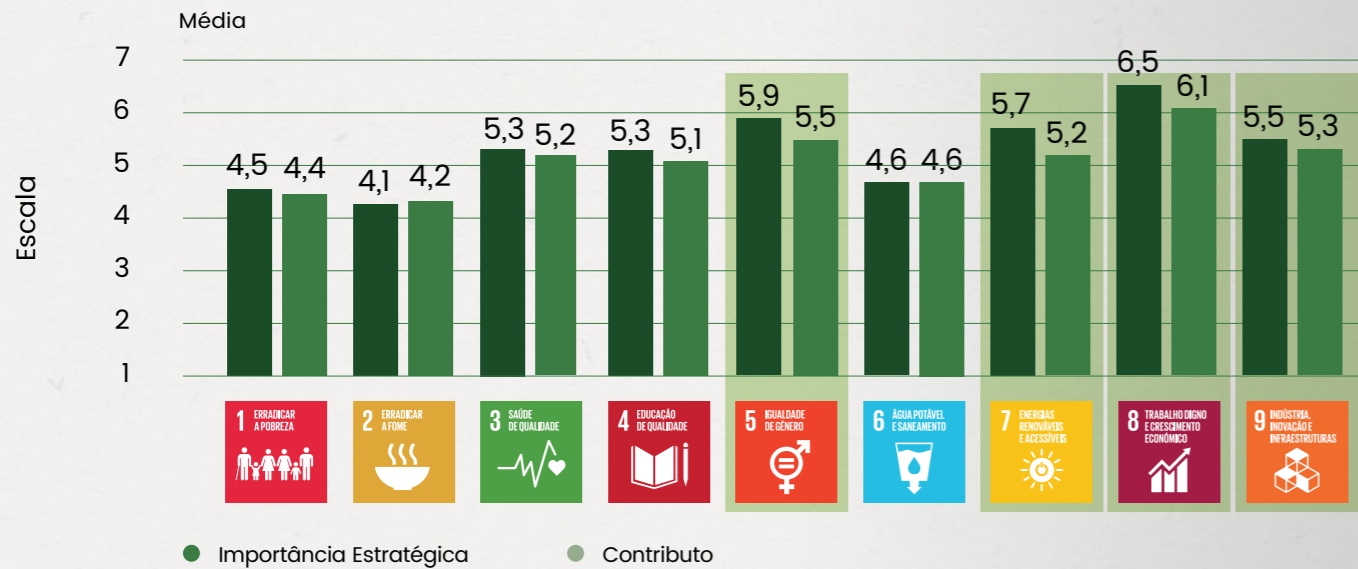


Figura 5.3.4.

Importância estratégica versus contributo para cada ODS [Grandes Empresas] (parte 2)

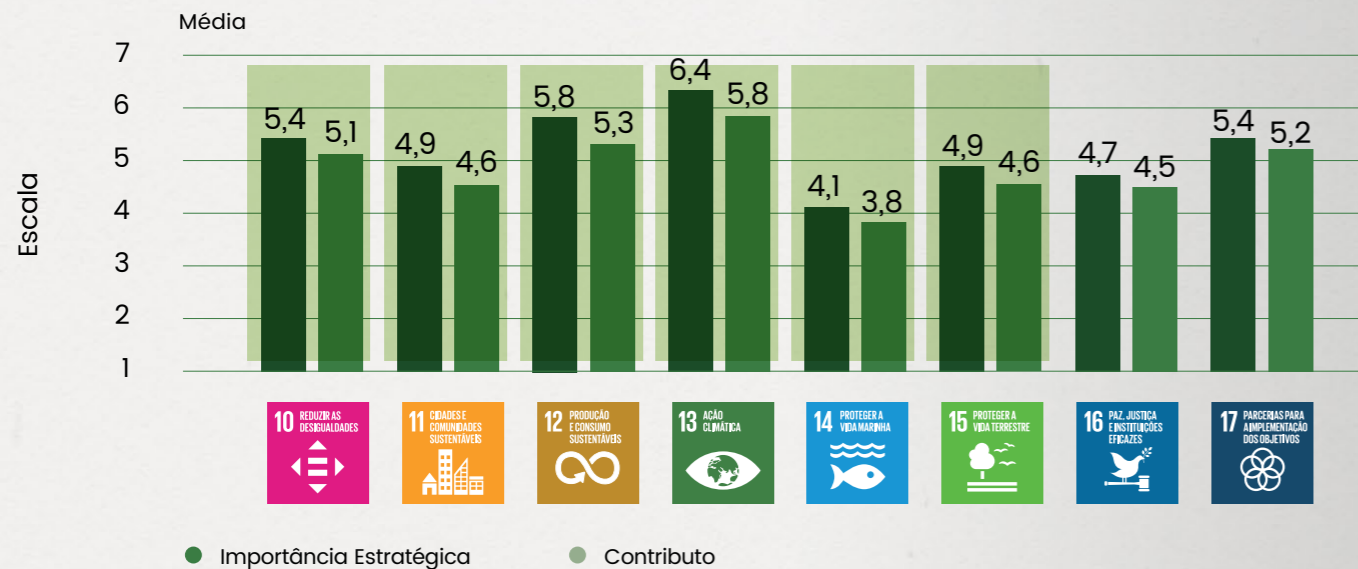


Figura 5.3.5.

The SDG wedding cake



Realizando uma correspondência com o SDG wedding cake, verifica-se, no caso das Grandes Empresas:

- Ao nível da dimensão **Biosfera**, verifica-se que não existe *gap* entre importância e contributo efetivo no caso do ODS 6 – Água Potável e Saneamento. Os restantes ODS, isto é, ODS 13 – Ação Climática, ODS 14 – Proteger a Vida Marinha e ODS 15 – Proteger a Vida Terrestre ficam aquém no que diz respeito ao contributo efetivado. Ao realizar uma análise agregada dos ODS respeitantes a esta dimensão, verifica-se que existem diferenças significativas na dimensão **Biosfera** ao nível da importância e contributo ($t(60)=3,29$; $p=0,002$).
- Quanto aos ODS pertencentes à dimensão **Sociedade**, os resultados indicam que não existe *gap* entre importância atribuída e contributo efetivo no caso do ODS 1 – Erradicar a Pobreza, ODS 2 –

Erradicar a Fome, ODS 3 – Saúde de Qualidade, ODS 4 – Educação de Qualidade e ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes. No entanto, existe um *gap* no ODS 5 – Igualdade de Género e no ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis. Ao realizar uma análise agregada dos ODS respeitantes a esta dimensão, verifica-se que existem diferenças significativas na dimensão **Sociedade** ao nível da importância e contributo ($t(60)=2,49$; $p=0,02$).

- Quanto à dimensão **Economia**, verificam-se *gaps* significativos em todos os ODS, isto é, nos ODS 8 – Trabalho Digno e Crescimento Económico, no ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura, no ODS 10 – Reduzir as Desigualdades e no ODS 12 – Produção e Consumo Sustentáveis. Ao realizar uma análise agregada dos ODS respeitantes a esta dimensão, verifica-se que existem diferenças significativas na dimensão **Economia** ao nível da importância e contributo ($t(60)=4,06$; $p<0,001$).

Os ODS com maior *gap* são:

Os ODS com menor *gap* são:



Dimensão **Biosfera**



Dimensão **Economia**



Dimensão **Economia**



Dimensão **Biosfera**



Dimensão **Biosfera**



Dimensão **Biosfera**



Dimensão **Sociedade**



Dimensão **Economia**

Deste modo, verifica-se que os ODS de cariz ambiental se destacam face aos restantes no que diz respeito à diferença entre importância atribuída *versus* contributo efetivo.

Relativamente aos ODS 14 e 15, verifica-se que o *gap* é inferior porque a importância atribuída é menor quando comparado com outros ODS.

Conclui-se que nos ODS com uma importância superior, os *gaps* são igualmente maiores. Este dado sugere que poderá ser necessário investir mais no ODS aos quais é atribuída maior importância.

PMEs

No caso das PMEs, verifica-se que **existe um *gap* significativo entre importância atribuída – que é superior – e contributo efetivo em todos os ODS (conforme se observa na tabela 5.3.2).** Esta evidência demonstra que, no caso das PMEs, ainda existe um longo caminho a percorrer no que toca à efetiva contribuição das empresas para os ODS.

A tabela 5.3.2 apresenta os resultados do teste T e respetivos graus de liberdade. É a partir do nível de significância que se define se o *gap* é significativo ou não. Em específico, se o nível de significância for superior a 0,05 significa que o *gap* entre importância e contributo não é significativo.

Tabela 5.3.2.

Diferenças entre importância estratégica e contributo de cada ODS [PMEs]

ODS	Teste T	Graus de Liberdade	Nível de significância	Importância	Contributo
	3,216	107	0,002	Média 4,66 Desvio-Padrão 1,91	Média 4,21 Desvio-Padrão 1,79
	3,965	107	0,000	Média 4,60 Desvio-Padrão 2,07	Média 4,04 Desvio-Padrão 1,96
	3,357	107	0,001	Média 5,42 Desvio-Padrão 1,73	Média 5,07 Desvio-Padrão 1,74
	5,783	107	0,000	Média 5,59 Desvio-Padrão 1,52	Média 5,04 Desvio-Padrão 1,49
	2,255	107	0,026	Média 5,68 Desvio-Padrão 1,54	Média 5,42 Desvio-Padrão 1,51
	4,333	107	0,000	Média 5,09 Desvio-Padrão 2,10	Média 4,44 Desvio-Padrão 2,03
	5,265	107	0,000	Média 6,94 Desvio-Padrão 1,37	Média 5,20 Desvio-Padrão 1,81
	3,348	107	0,001	Média 6,43 Desvio-Padrão 0,87	Média 6,19 Desvio-Padrão 1,10
	5,057	107	0,000	Média 6,17 Desvio-Padrão 1,22	Média 5,70 Desvio-Padrão 1,42
	3,177	107	0,002	Média 5,47 Desvio-Padrão 1,58	Média 5,17 Desvio-Padrão 1,53

	6,319	107	0,000	Média 5,00 Desvio-Padrão 1,75	Média 4,20 Desvio-Padrão 1,83
	6,118	107	0,000	Média 5,68 Desvio-Padrão 1,53	Média 4,94 Desvio-Padrão 1,67
	5,384	107	0,000	Média 5,23 Desvio-Padrão 1,61	Média 4,49 Desvio-Padrão 1,73
	5,714	107	0,000	Média 4,13 Desvio-Padrão 2,12	Média 3,19 Desvio-Padrão 1,98
	5,632	107	0,000	Média 4,57 Desvio-Padrão 2,04	Média 3,68 Desvio-Padrão 1,99
	6,151	107	0,000	Média 5,42 Desvio-Padrão 1,90	Média 4,56 Desvio-Padrão 1,98
	7,384	107	0,000	Média 5,07 Desvio-Padrão 1,65	Média 3,94 Desvio-Padrão 1,80

Figura 5.3.6.

Importância estratégica versus contributo para cada ODS [PMEs] (parte 1)

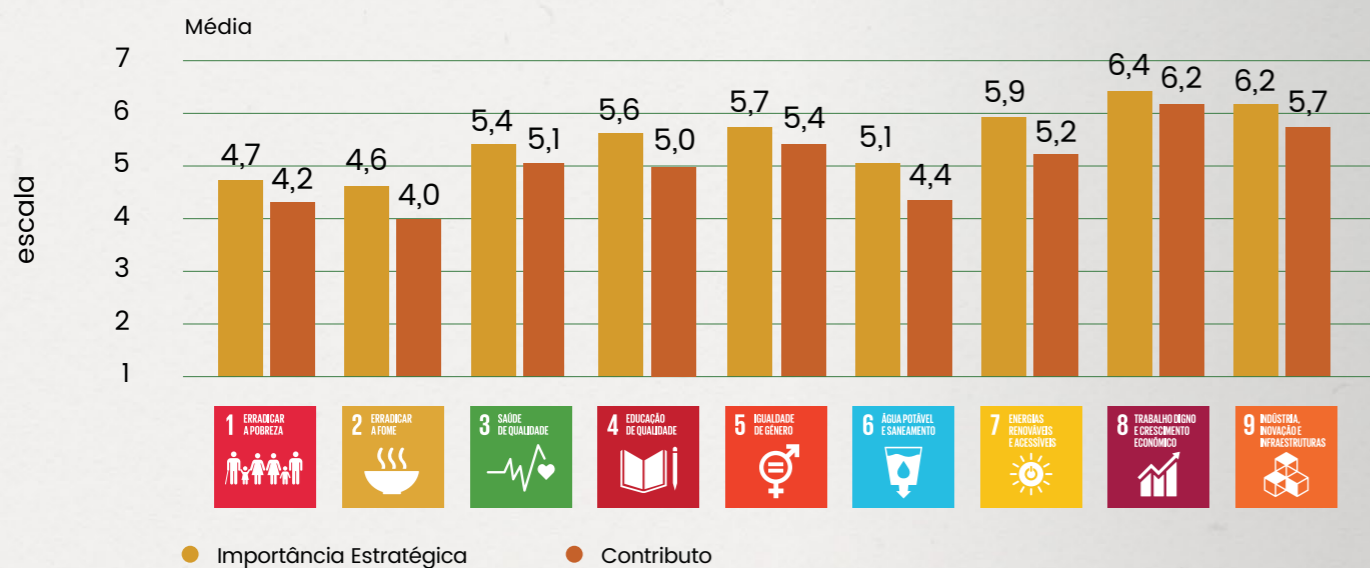
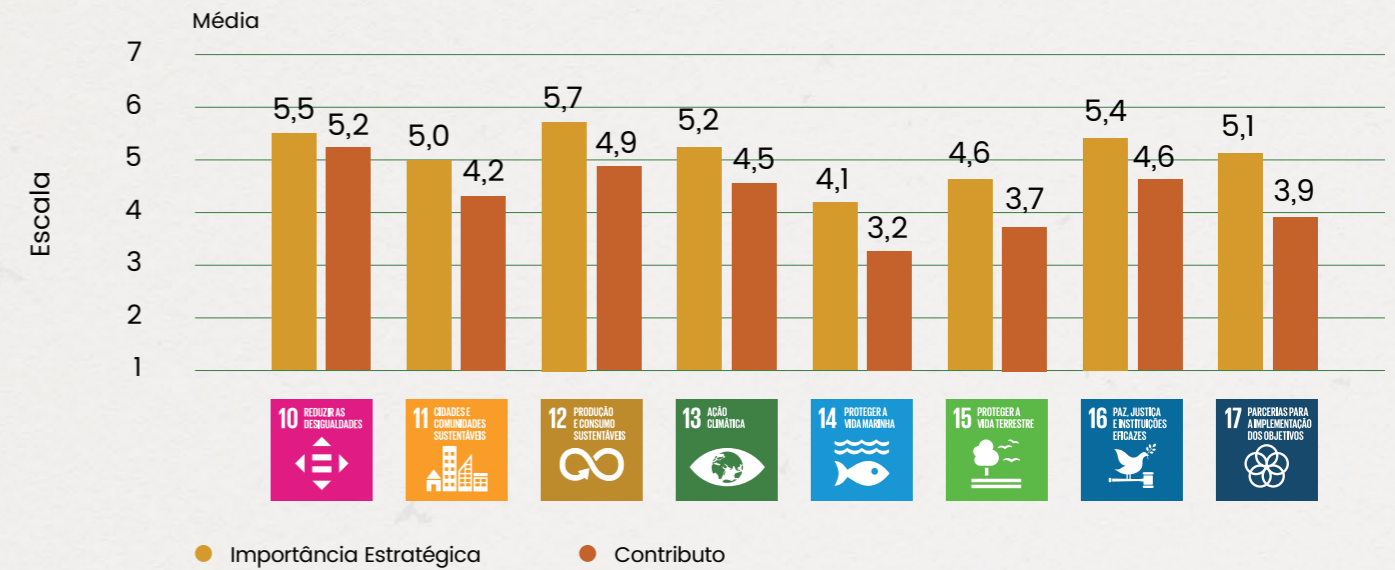


Figura 5.3.7.

Importância estratégica versus contributo para cada ODS [PMEs] (parte 2)



No caso das PMEs, o gap é superior no ODS:

- Dimensão **Biosfera**
- Dimensão **Biosfera**
- Dimensão **Biosfera**
- Dimensão **Biosfera**
- Dimensão **Sociedade**

Os ODS com menor gap são:

- Dimensão **Economia**
- Dimensão **Sociedade**
- Dimensão **Economia**
- Dimensão **Sociedade**

Deste modo, verifica-se que os ODS de cariz ambiental se destacam face aos restantes no que diz respeito à diferença entre importância atribuída versus contributo efetivo.

À semelhança das Grandes Empresas, foi realizada uma análise agregada dos ODS respeitantes às diferentes dimensões do *SDG Wedding Cake*.

Verifica-se que existem diferenças significativas nas dimensões **Biosfera** ($t(107)=6,24$; $p<0,001$), **Sociedade** ($t(107)=7,32$; $p<0,001$) e **Economia** ($t(107)=6,55$; $p<0,001$).

Existe, portanto, uma diferença entre os *gaps* existentes nos diferentes ODS entre PMEs e Grandes Empresa, excetuando o ODS 7 no qual ambas apresentam um *gap* elevado.

5.3.3. Gap 3 | Incorporação dos ODS na Estratégia: Importância e Implementação

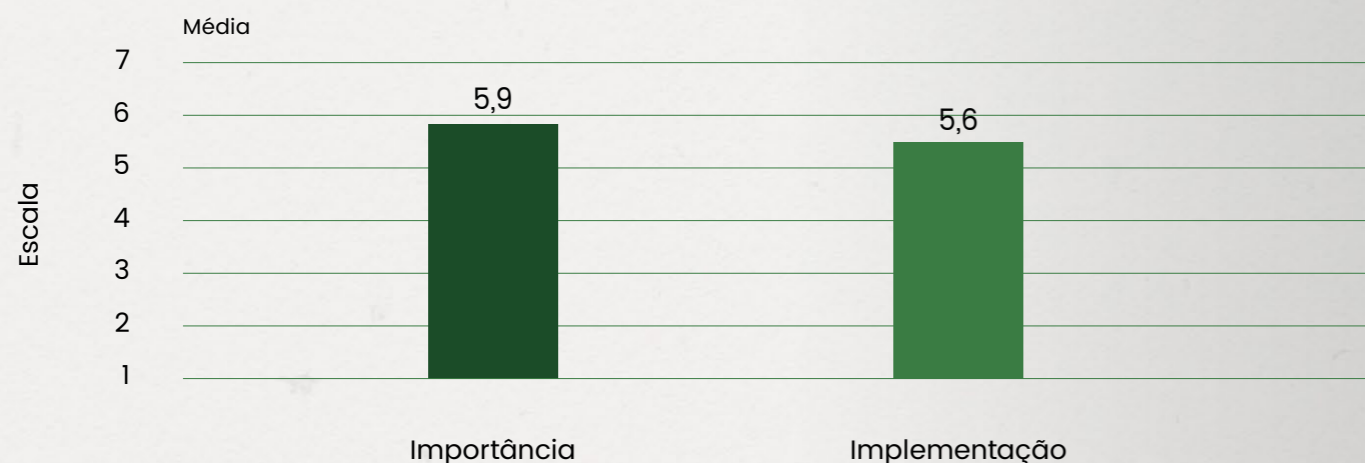
Grandes Empresas

As empresas foram questionadas sobre em que medida é importante que os ODS estejam incorporados na estratégia. De seguida foram questionadas sobre em que medida os ODS estão efetivamente incorporados e implementados na sua estratégia.

Verifica-se que existe um *gap* significativo entre importância e incorporação ($t(60)=2,12$; $p=0,04$), **sendo que a importância atribuída é mais uma vez superior à incorporação/implementação no caso das Grandes Empresas** (importância: Média=5,89; Desvio-Padrão=1,37; incorporação/implementação: Média=5,62; Desvio-Padrão=1,29).

Figura 5.3.8.

Incorporação dos ODS na estratégia: Importância e Implementação [Grandes Empresas]

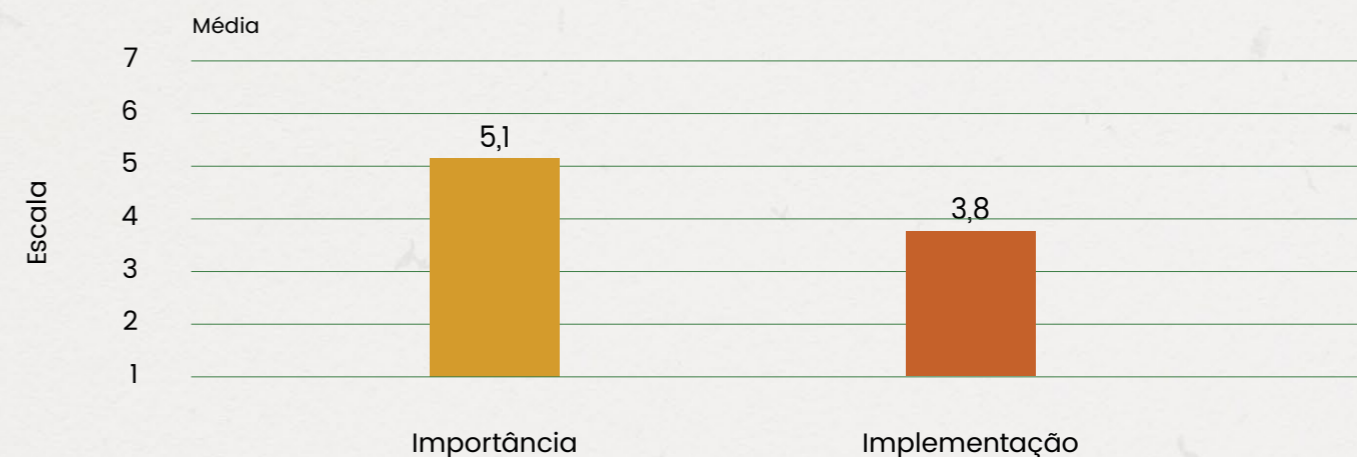


PMEs

No caso das PMEs, verifica-se a mesma tendência, isto é, existe um *gap* significativo entre a importância atribuída ao facto de os ODS estarem incorporados na estratégia e incorporação/implementação efetiva (importância: Média=5,06; Desvio-Padrão=1,49; incorporação/implementação: Média=3,75; Desvio-Padrão=1,52; $t(107)=10,01$; $p<0,001$).

Figura 5.3.9.

Incorporação dos ODS na estratégia: Importância e Implementação [PMEs]



5.3.4. Conclusão

Tendo em conta as análises realizadas, verifica-se a existência de *gaps* a três níveis:

1. *Gap* entre importância e desempenho/criação de valor nas diferentes dimensões de sustentabilidade;
2. *Gap* entre importância atribuída a certos ODS e contributo efetivo;
3. *Gap* entre importância e incorporação/implementação dos ODS na estratégia.

Em todos os *gaps* se constata que a importância atribuída é superior à efetiva implementação. No que diz respeito ao primeiro *gap*, os resultados indicam que, entre as diferentes dimensões de sustentabilidade, **a sustentabilidade ambiental é aquela cujo *gap* entre importância atribuída e contributo/desempenho efetivo é maior.** Este é maior tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs.

Também se verifica nos dois grupos de empresas que os ODS com maior *gap* entre importância e contributo são aqueles de cariz ambiental, o que corrobora o ponto anterior. Também é interessante

verificar que relativamente ao ODS 5 – Igualdade de Género, este representa um dos maiores *gaps* no caso das Grandes Empresas enquanto, no caso das PMEs, é um dos ODS onde existe menor *gap* significativo – apesar de não deixar de existir *gap*.

Por fim, observa-se que o *gap* entre importância e incorporação dos ODS na estratégia é significativo tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs. No entanto, o *gap* é maior no caso das PMEs.

Conclui-se, assim, que as empresas atribuem elevados níveis de importância a certos ODS, mas que a incorporação dos ODS parece estar aquém, principalmente nos ODS de cariz ambiental.

Esta evidência reitera a importância do Observatório dos ODS nas Empresas Portuguesas e dos seus três objetivos, nomeadamente o objetivo de capacitar as empresas, divulgar boas práticas e ajudar a uma melhor implementação para diminuir o *gap* entre importância/ambição e implementação dos ODS.

5.4

Análise de Gaps



5.4.1. Análise de variabilidade entre grupos

Alinhamento estratégico com a sustentabilidade

Implementação dos ODS

Perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade (risco *versus* oportunidade)

Reporte de Sustentabilidade e ODS

5.4.2. Sustentabilidade: Perceção de oportunidade *versus* risco

Grandes Empresas

PMEs

A secção 5.4 deste Relatório tem dois objetivos principais:

1. Realizar uma análise de diferenças (variabilidade) entre grupos de empresas de baixo(a) e elevado(a):

- Alinhamento estratégico com a sustentabilidade;
- Implementação dos ODS;
- Perceção da estratégia de sustentabilidade;
- Reporte de sustentabilidade e ODS.

2. Aferir a perceção das empresas face à sustentabilidade, isto é, até que ponto percecionam a sustentabilidade como uma oportunidade ou como um risco.

No que diz respeito ao primeiro objetivo, a análise visa compreender como diferentes grupos de empresas (definidos de acordo com a sua variabilidade face ao alinhamento com a sustentabilidade, implementação dos ODS, à perceção de sustentabilidade, e reporte) se comportam face a diferentes tópicos de análise (o conhecimento dos ODS, a relação com os *stakeholders*, as parcerias no âmbito dos ODS, e motivação da Direção Executiva para os ODS).

No que diz respeito ao segundo objetivo da presente secção, a análise visa perceber o posicionamento das Grandes Empresas e PMEs face à sua perceção de sustentabilidade tendo em conta duas variáveis de análise: oportunidade e risco que associam à sustentabilidade.

O processo de escolha das perguntas do Questionário realizado às Grandes Empresas e PMEs (variáveis em análise) e informações adicionais que explicam a metodologia subjacente a estas análises podem ser encontradas no capítulo 8 deste Relatório.

5.4.1. Análise de variabilidade entre grupos

Esta análise é realizada tanto para as Grandes Empresas como para as PMEs. A análise inicia-se com a divisão das empresas por grupos de acordo com o seu posicionamento face ao alinhamento com a sustentabilidade, implementação dos ODS, à perceção de sustentabilidade, e reporte. Esta divisão é explicada em cada subsecção. O valor de referência utilizado para dividir os grupos foi a mediana, que é exatamente o ponto médio da amostra de todas as empresas, de modo que 50,0% do grupo está acima do valor da mediana e a outra metade, abaixo. A tabela 5.4.1 refere as questões (do Questionário) que deram origem às diferentes categorias em análise. Cada uma das categorias é uma variável compósita que agrega as questões abaixo mencionadas e que são apresentadas nas subsecções seguintes.

Tabela 5.4.1.

Variáveis compósitas e respetivas questões que deram origem às categorias.

Categoria	Mediana [que varia numa escala de 1 a 7]	Questões
5.4.1.1 Alinhamento estratégico com a sustentabilidade	GEs: 5,00 PMes: 4,50	<p>O que melhor descreve a estratégia de <i>Procurement</i> (seleção de parceiros contratuais/contratação) da sua empresa? Aponte em qual dos dois lados do espectro se situa (GEs: Questão Q37; PMes: Questão Q50)</p> <hr/> <p>O que melhor descreve a estratégia de Recursos Humanos? Aponte em qual dos dois lados do espectro se situa (GEs: Questão Q38; PMes: Questão Q51)</p> <hr/> <p>O que melhor descreve a estratégia de Marketing? Aponte em qual dos dois lados do espectro se situa (GEs: Questão Q39; PMes: Questão Q52)</p> <hr/> <p>O que melhor descreve a estratégia de Produção? Aponte em qual dos dois lados do espectro se situa (GEs: Questão Q40; PMes: Questão Q53)</p>
5.4.1.2 Implementação dos ODS	GEs: 4,67 PMes: 3,67	<p>Em que medida diria que os ODS estão incorporados na estratégia da sua empresa? (GEs: Questão 12; PMes: Questão Q25)</p> <hr/> <p>Qual a frase que melhor descreve a forma como estão incorporados os ODS na estratégia da sua empresa? (GEs: Questão Q12.A; PMes: Questão Q25.A)</p> <hr/> <p>Em que medida estão os ODS incorporados e implementados na estratégia da sua empresa? (GEs: Questão Q48; PMes: Questão Q61)</p>

5.4.1.3 Perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade (risco vs. oportunidade)	GEs: 6,25 PMes: 6,00	<p>A sustentabilidade trará benefícios para o meu negócio (GEs: Questão Q6_1; PMes: Questão Q19_1)</p> <hr/> <p>A sustentabilidade poderá melhorar substancialmente a competitividade da minha empresa (GEs: Questão Q6_2; PMes: Questão Q19_2)</p> <hr/> <p>A sustentabilidade terá implicações negativas no meu negócio (GEs: Questão Q6_3; PMes: Questão Q19_3)</p> <hr/> <p>A sustentabilidade poderá pôr em causa a viabilidade da minha empresa (GEs: Questão Q6_4; PMes: Questão Q19_4)</p>
5.4.1.4 Reporte de Sustentabilidade e ODS	GEs: 5,80 PMes: 4,60	<p>Há alguma referência aos ODS no relatório de sustentabilidade (não financeiro)? (GEs: Questão Q24.C; PMes: Questão Q37.C)</p> <hr/> <p>A sua empresa tem indicadores de sustentabilidade no relatório de sustentabilidade (não financeiro)? (GEs: Questão Q24.D; PMes: Questão 37.D)</p> <hr/> <p>Existem indicadores de sustentabilidade ligados ao <i>core business</i> da sua empresa no relatório de sustentabilidade (não financeiro)? (GEs: Questão Q24.D.1; PMes: Questão Q37.D.1)</p> <hr/> <p>Os indicadores ou ambições da empresa referem-se aos ODS (17 objetivos) ou vão até ao nível dos <i>targets</i>? (GEs: Questão Q24.D.2; PMes: Questão Q37.D.2)</p> <hr/> <p>Esses indicadores ou ambições são monitorizados ao longo do tempo? (GEs: Questão 24.D.3; PMes: Questão Q37.D.3)</p>

Após o cálculo da mediana e divisão das empresas por dois grupos, as tabelas (de 5.4.2 até 5.4.9) apresentam:

- As variabilidades entre grupos de empresas de acordo com os tópicos analisados. Cada tópico agrega um conjunto de questões que são apresentadas nas tabelas respetivas;
- As diferenças entre grupos onde **Sim** significa – existem diferenças – ou **Não** – que significa não existem diferenças. Esta evidência é obtida através do resultado do teste ANOVA, que compara se as diferenças entre grupos são estatisticamente significativas. Sempre que o valor “p” é inferior a 0,05 tal significa que a diferença é significativa. Por fim, e associado a este teste, é apresentada a respetiva interpretação.

São ilustrados através de gráficos apenas os casos onde se verificam diferenças significativas entre grupos.

5.4.1.1. Alinhamento estratégico com a sustentabilidade

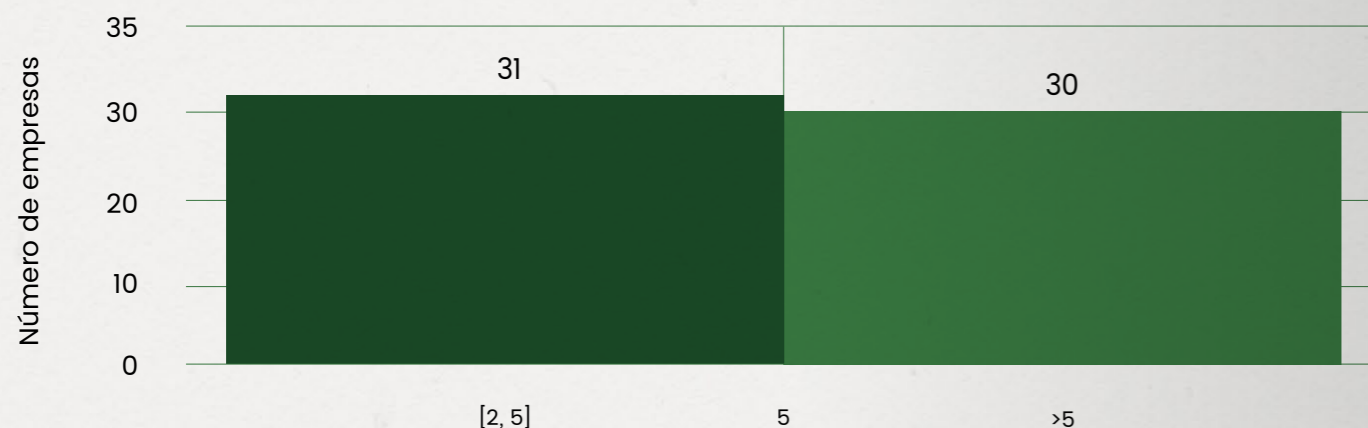
Foram criados, a partir da mediana (Grandes Empresas: 5,00; PMEs: 4,50), dois grupos distintos que correspondem a (1) baixo nível de alinhamento estratégico com a sustentabilidade e (2) elevado nível de alinhamento estratégico com a sustentabilidade.

No caso das Grandes Empresas, o grupo de baixo nível de alinhamento estratégico com a sustentabilidade contempla todas as empresas cujo valor de alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 5,00 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevado nível de alinhamento estratégico com a sustentabilidade.

No que diz respeito às PMEs, o grupo de baixo nível de alinhamento com a sustentabilidade contempla todas as empresas cujo valor de alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 4,50 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevado nível de alinhamento estratégico com a sustentabilidade. As figuras 5.4.1 e 5.4.2 ilustram a variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente ao alinhamento estratégico com a sustentabilidade. As tabelas 5.4.2 e 5.4.3 demonstram como estes dois grupos diferem entre si.

Figura 5.4.1.

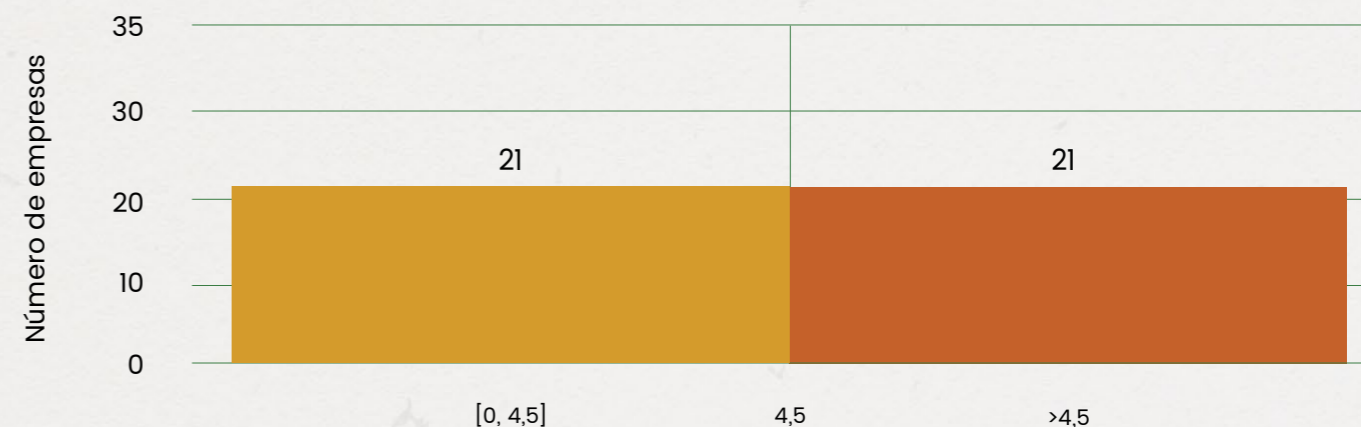
Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente ao alinhamento estratégico com a sustentabilidade [Grandes Empresas].



Devido ao facto de se ter elegido a mediana como ponto de divisão das empresas, a distribuição de Grandes Empresas é similar entre os grupos de baixo e elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade (na ordem dos 50,0%), sendo que o grupo de baixo alinhamento estratégico (com valor inferior ou igual a 5) agrega um total de 31 empresas e o grupo de elevado alinhamento estratégico agrega um total de 30 empresas.

Figura 5.4.2.

Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente ao alinhamento estratégico com a sustentabilidade [PMEs].



O mesmo acontece para as PMEs. Neste caso, ambos os grupos agregam um total de 21 empresas (cada), sendo que o ponto de mediana é o 4,5.

Grandes Empresas – como variam os tópicos em análise face ao Alinhamento estratégico com a sustentabilidade

Tabela 5.4.2.

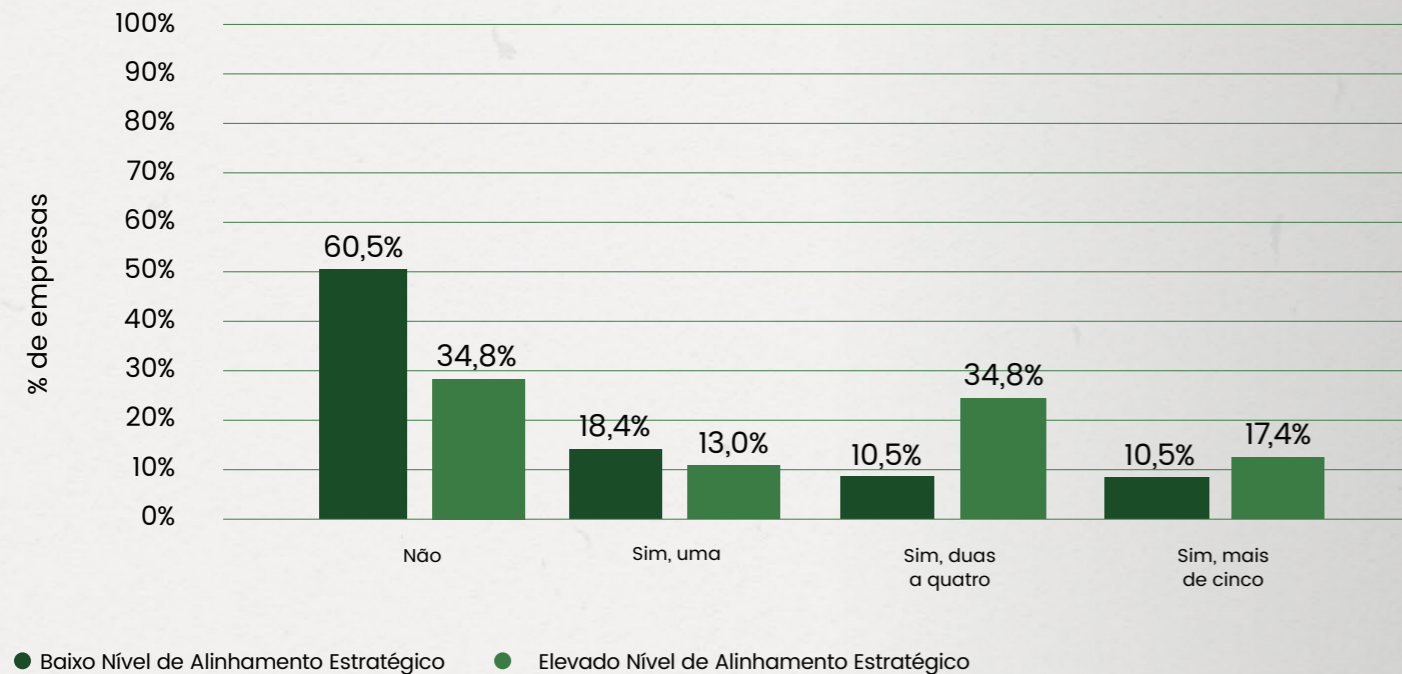
Análise de variabilidade entre grupos (baixo versus elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade) em diferentes temas [Grandes Empresas].

Tema	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q10)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 1,37$; $p = ,25$
	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? (Questão Q11)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 3,90$; $p = ,06$

Conhecimento dos ODS	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q20)	Sim	Existem mais empresas com elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade a fazer formações sobre ODS nos últimos dois anos (13,0% + 34,8% + 17,4% = 65,2%) do que empresas com baixo alinhamento estratégico com a sustentabilidade (18,4% + 10,5% + 10,5% = 39,4%).	$F(1, 60) = 4,97;$ $p = ,03$

Figura 5.4.3.

Análise entre baixo e elevado alinhamento estratégico na formação — Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? [Grandes Empresas]

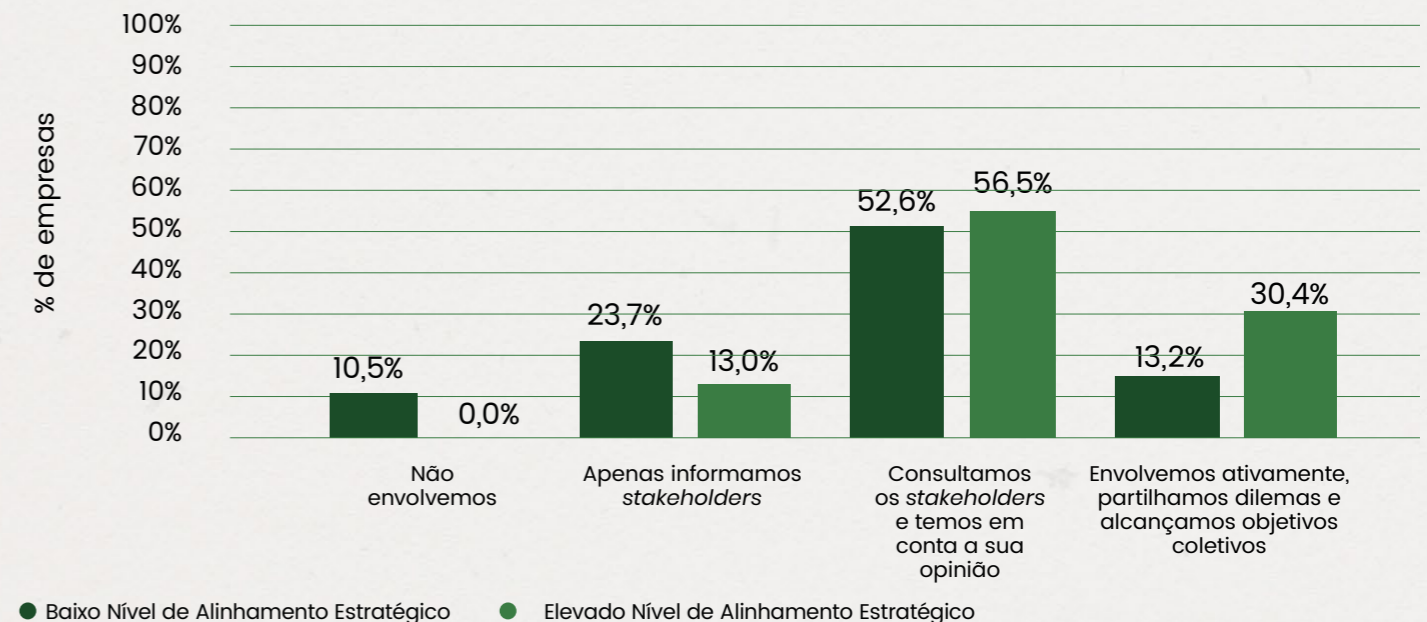


Conhecimento dos ODS	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para <i>stakeholders</i> vs. criação de valor para <i>shareholders</i>] (Questão Q7)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 1,42;$ $p = ,24$

Relação com os stakeholders	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q16)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 1,80;$ $p = ,19$
	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q17)	Sim	Existem mais empresas com elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade a envolverem ativamente os <i>stakeholders</i> externos, partilhando dilemas e alcançando objetivos coletivos (30,4%) do que empresas com um baixo alinhamento estratégico com a sustentabilidade (13,2%).	$F(1, 60) = 4,46;$ $p = ,04$
Parcerias no âmbito dos ODS	Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? (Questão Q19)	Não	Ambos os grupos se comportam de forma similar no que diz respeito ao desenvolvimento de parcerias.	$F(1, 60) = ,33;$ $p = ,57$

Figura 5.4.4.

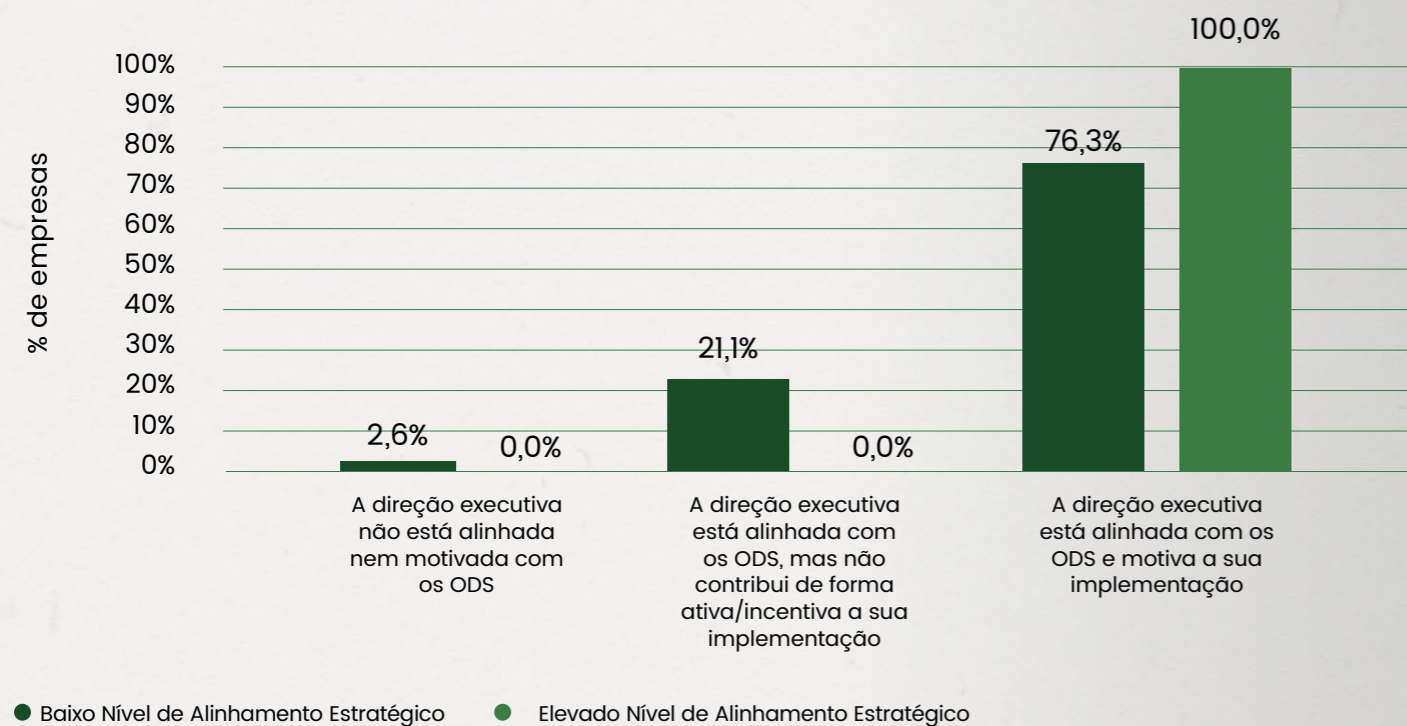
Análise entre baixo e elevado alinhamento estratégico no envolvimento dos *stakeholders* externos — De que forma envolvem os *stakeholders* externos na política de escolha e implementação dos ODS? [Grandes Empresas].



Motivação da direção executiva para os ODS	Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q30)	Sim	Existem mais empresas com direções executivas alinhadas com os ODS e a motivar a sua implementação no grupo de elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade (100,0%) do que no grupo de baixo alinhamento estratégico com a sustentabilidade (76,3%).	$F(1, 60) = 6,25; p=,02$

Figura 5.4.5.

Análise entre baixo e elevado alinhamento estratégico na motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS — Qual é a sua perceção sobre a principal motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? [Grandes Empresas].



Verifica-se que as Grandes Empresas com elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade fizeram formações recentes sobre ODS, envolvem mais os stakeholders externos na política de escolha e implementação dos ODS e têm Direções Executivas mais motivadas para a Agenda dos ODS.

PMEs – como variam os tópicos em análise face ao Alinhamento estratégico com a sustentabilidade

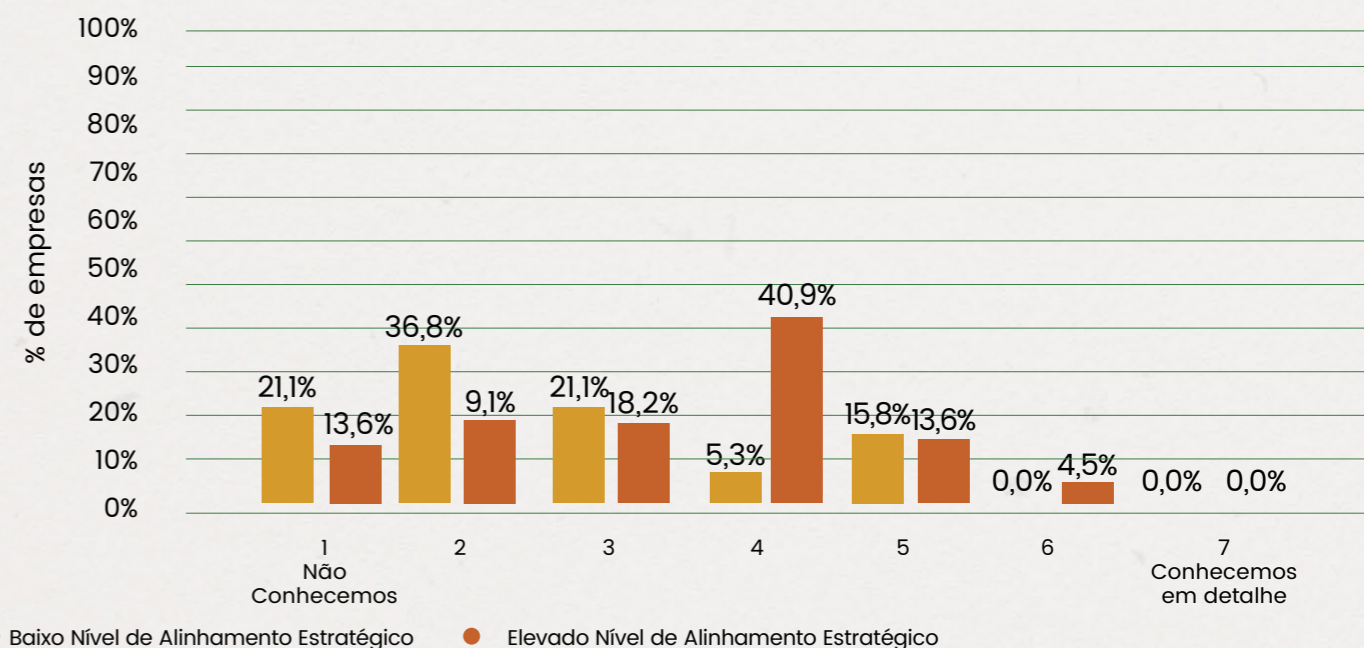
Tabela 5.4.3.

Análise de variabilidade entre grupos (baixo versus elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade) em diferentes temas [PMEs].

Categoria	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q23)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,40)=3,40; p=,07$
	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? (Questão Q24)	Sim	A média de conhecimento sobre os 169 targets dos ODS é superior no grupo de elevado nível de alinhamento estratégico (Média= 2,58; Desvio-Padrão= 1,34 versus Média=3,45; Desvio-Padrão=1,37).	$F(1,40)=4,23; p=,05$

Figura 5.4.6.

Análise entre baixo e elevado alinhamento estratégico no nível de conhecimento dos 169 targets dos ODS — Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? [PMEs].



Relação com os stakeholders	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q33)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,40)=3,30$; $p=,08$
	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para <i>stakeholders</i> vs. criação de valor para <i>shareholders</i>] (Questão Q20)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,40)=,97$; $p=,33$
	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q29)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,40)=2,20$; $p=,15$
	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q30)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,40)=2,24$; $p=,14$
	Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? (Questão Q32)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,40)=,72$; $p=,40$
Motivação da direção executiva para os ODS	Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q43)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,40)=1,727$; $p=,20$

Verifica-se que PME's com um mais elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade, são aquelas que têm maior conhecimento dos ODS e dos seus *targets*.

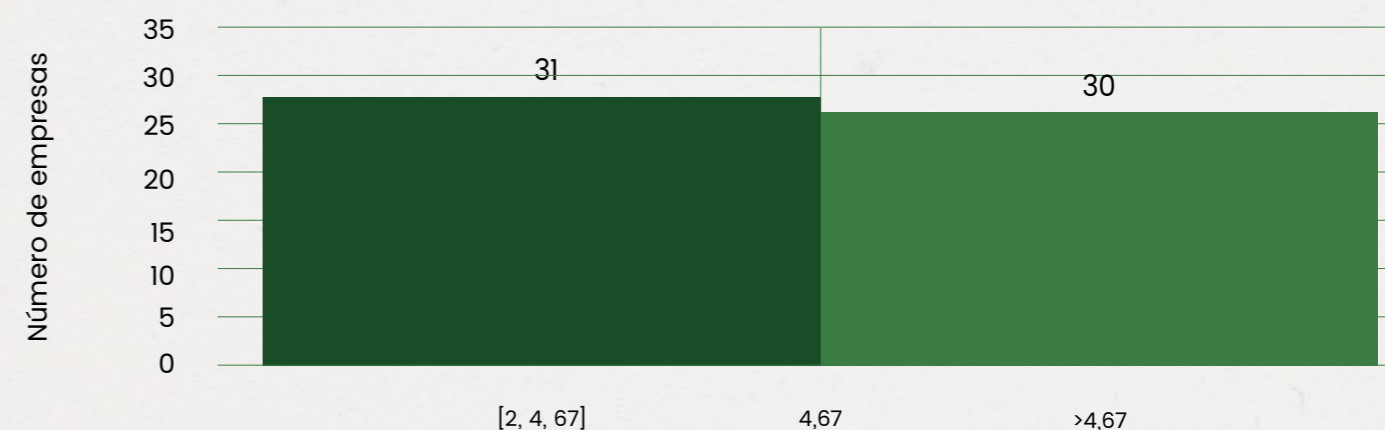
5.4.1.2. Implementação dos ODS

Nesta categoria, a partir da análise da mediana (Grandes Empresas: 4,67; PME's: 3,67), surgiram dois grupos distintos que correspondem a (1) baixo nível de implementação dos ODS e (2) elevado nível de implementação dos ODS. No caso das Grandes Empresas, o grupo de baixo nível de implementação dos ODS contempla todas as empresas cujo valor de alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 4,67 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevado nível de implementação dos ODS.

No que diz respeito às PME's, o grupo de baixo nível de implementação dos ODS contempla todas as empresas cujo valor de alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 3,67 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevado nível de implementação dos ODS. As figuras 5.4.7 e 5.4.8 ilustram a variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente à implementação dos ODS. As tabelas 5.4.4 e 5.4.5 demonstram como estes dois grupos diferem entre si.

Figura 5.4.7.

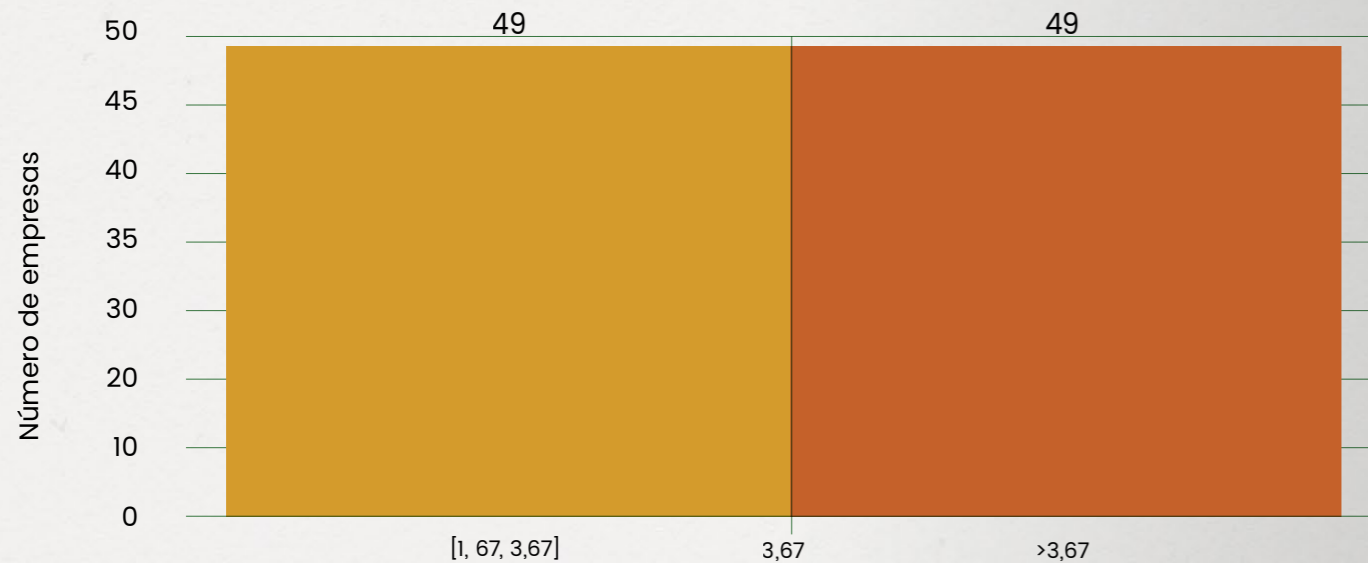
Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente à implementação dos ODS — Implementação dos ODS [Grandes Empresas].



Devido ao facto de se ter elegido a mediana como ponto de divisão das empresas, a distribuição de Grandes Empresas é similar entre grupos de baixa e elevada implementação dos ODS (na ordem dos 50,0%), sendo que o grupo de baixa implementação dos ODS agrega um total de 31 empresas (abaixo de 4,67) e o grupo de elevada implementação dos ODS agrega um total de 30 empresas.

Figura 5.4.8.

Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente à implementação dos ODS — Implementação dos ODS [PMEs].



O mesmo acontece para as PMEs. Neste caso, ambos os grupos agregam um total de 49 empresas (cada), com a divisão posicionada na mediana igual a 3,67.

Grandes Empresas – como variam os tópicos em análise face à Implementação dos ODS

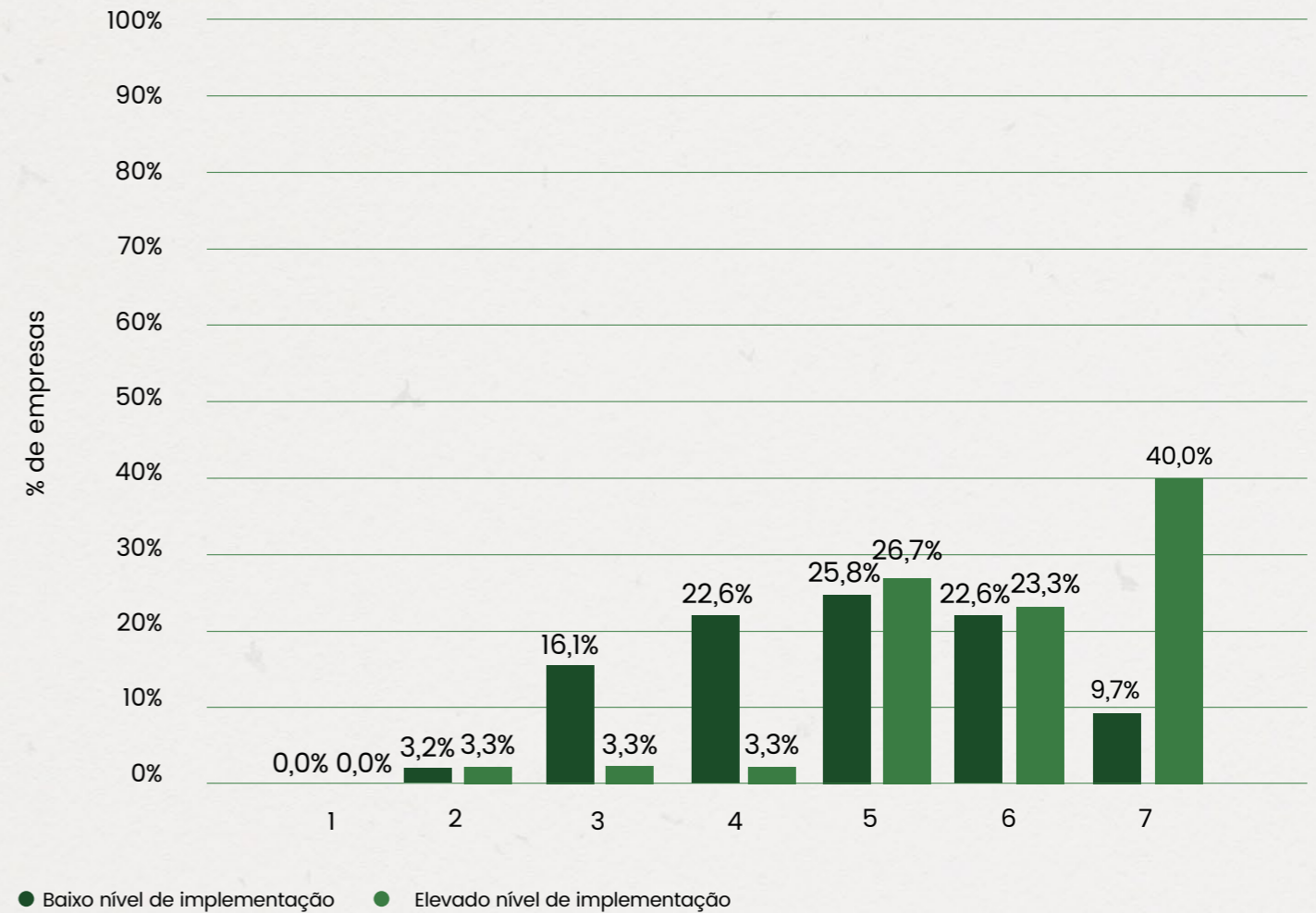
Tabela 5.4.4.

Análise de variabilidade entre grupos (baixo versus elevado implementação dos ODS) em diferentes temas [Grandes Empresas].

Categoria	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q10)	Sim	A perceção sobre o nível de conhecimento sobre os ODS é significativamente maior no grupo de elevada implementação dos ODS (Média=5,83; Desvio-Padrão=1,29) quando comparado com o grupo de baixa implementação (Média=4,77; Desvio-Padrão=1,33).	F(1, 60) = 9,93; p=,00

Figura 5.4.9.

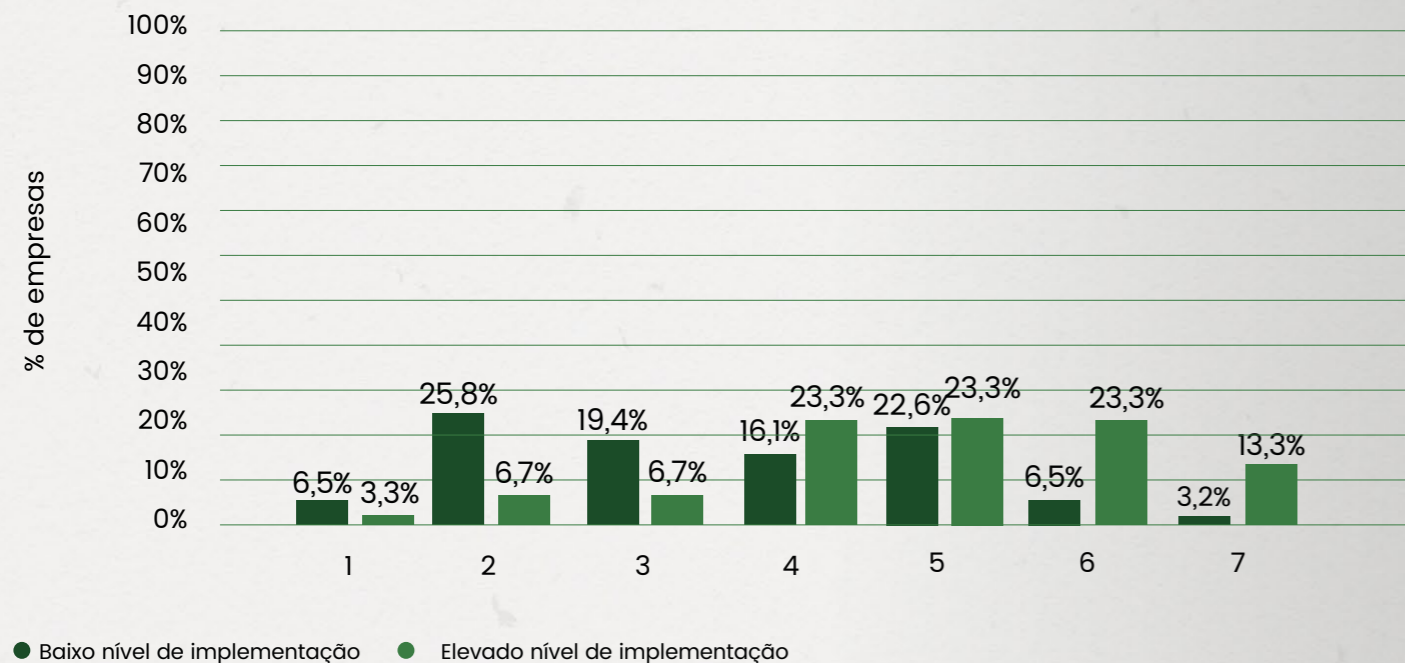
Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no conhecimento dos ODS — Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento sobre ODS na sua empresa? [Grandes Empresas].



Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? (Questão Q11)	Sim	A perceção sobre o nível de conhecimento sobre os targets dos ODS é significativamente maior no grupo de elevada implementação dos ODS (Média=4,80; Desvio-Padrão=1,56) quando comparado com o grupo de baixa implementação (Média=3,55; Desvio-Padrão=1,77).	(1,60) =9,75; p=,00
----------------------	--	-----	---	---------------------

Figura 5.4.10.

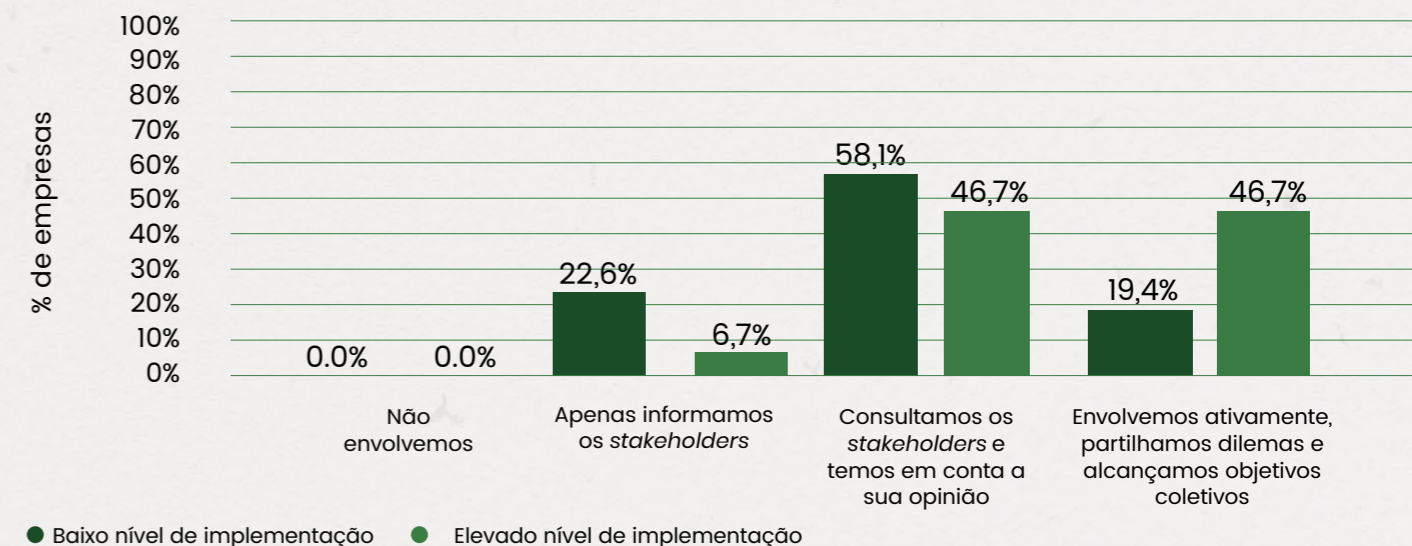
Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no conhecimento dos *targets* ODS — Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento sobre os 169 *targets* dos ODS na sua empresa? [Grandes Empresas].



Conhecimento dos ODS	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q20)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 2,25; p = ,14$
Relação com os stakeholders	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para <i>stakeholders</i> vs. criação de valor para <i>shareholders</i>] (Questão Q7)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 1,04; p = ,31$
	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q16)	Sim	Existem mais empresas do grupo de elevada implementação dos ODS a envolver ativamente os <i>stakeholders</i> internos, partilhando dilemas e alcançando objetivos coletivos (46,7%) do que no grupo de baixa implementação dos ODS (19,4%).	$F(1, 60) = 6,33; p = ,02$

Figura 5.4.11.

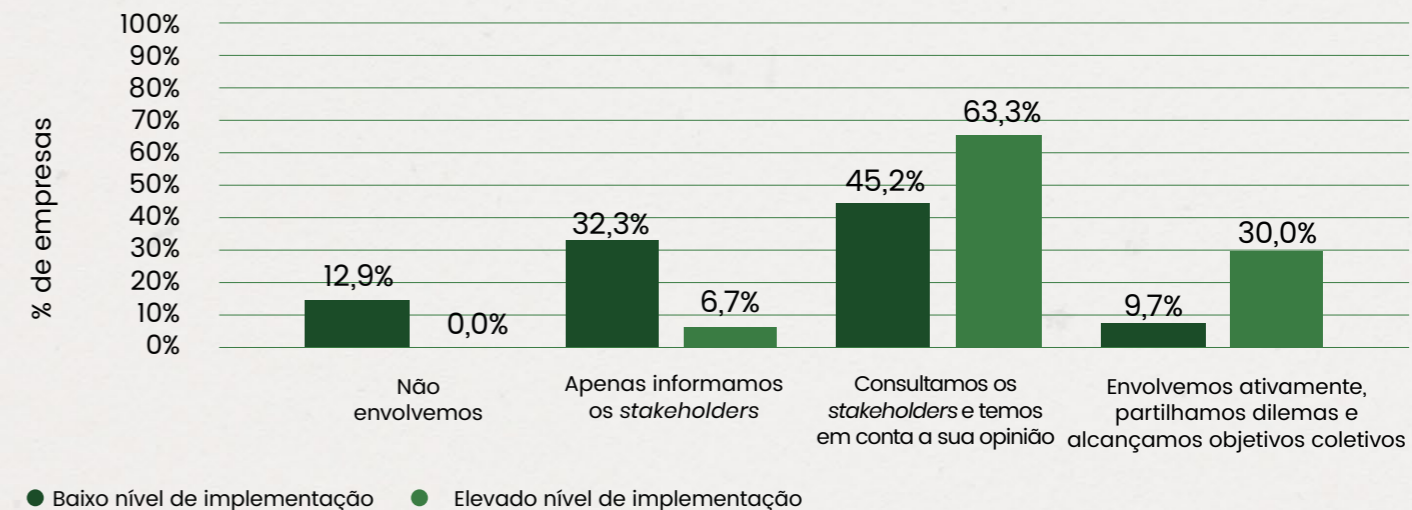
Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no envolvimento dos *stakeholders* internos — De que forma envolvem os *stakeholders* internos na política de escolha e implementação dos ODS? [Grandes Empresas].



Relação com os stakeholders	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q17)	Sim	Existem mais empresas do grupo de elevada implementação dos ODS a envolver ativamente os <i>stakeholders</i> externos, partilhando dilemas e alcançando objetivos coletivos (30,0%) do que no grupo de baixa implementação dos ODS (9,7%).	$F(1, 60) = 8,78; p = ,01$
------------------------------------	---	-----	--	----------------------------

Figura 5.4.12.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no envolvimento dos *stakeholders* externos — De que forma escolhem os *stakeholders* externos na política de escolha e implementação dos ODS? [Grandes Empresas].

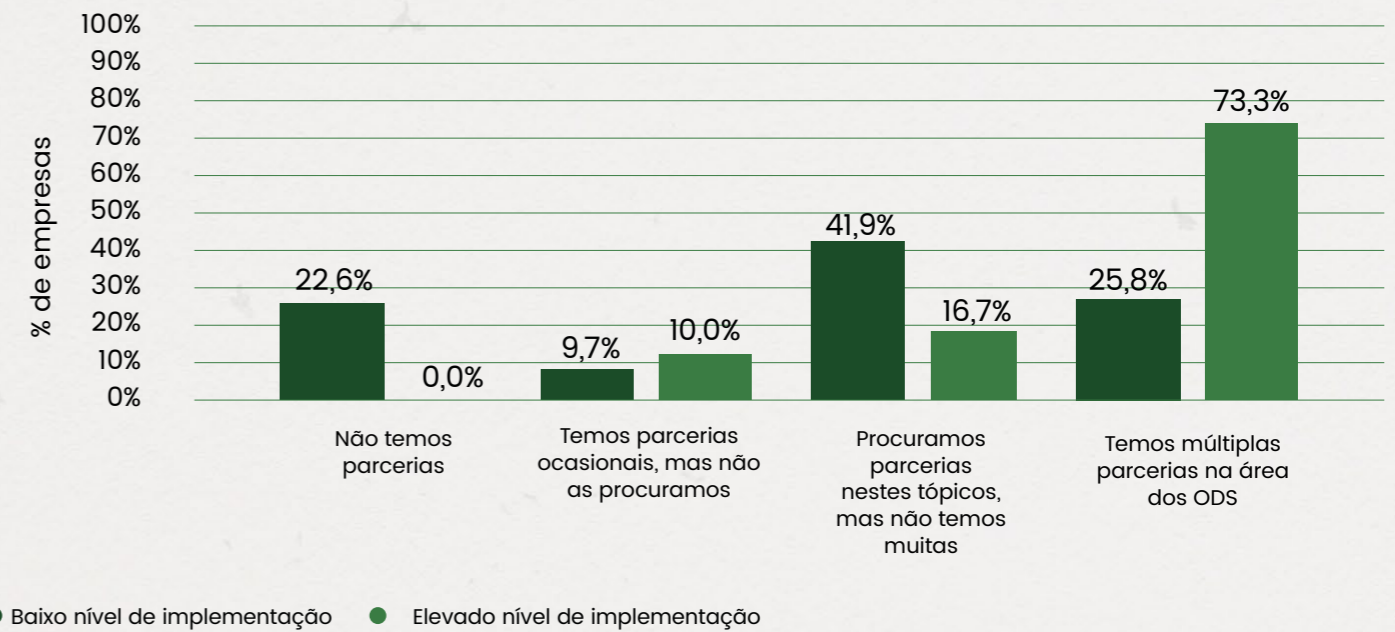




Parcerias no âmbito dos ODS	Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? (Questão Q19)	Sim	Existem mais empresas no grupo de elevada implementação dos ODS a terem múltiplas parcerias na área dos ODS (73,3%) do que no grupo de baixa implementação (25,8%).	$F(1, 60) = 15,55;$ $p < ,001$
------------------------------------	--	-----	---	-----------------------------------

Figura 5.4.13.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no desenvolvimento de parcerias no âmbito dos ODS — Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? [Grandes Empresas].



Motivação da direção executiva para os ODS	Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q30)	Sim	Existem mais empresas com elevada implementação de ODS a terem uma direção executiva alinhada com os ODS e a motivar a sua implementação (100,0%) do que no grupo de baixo alinhamento estratégico com a sustentabilidade (71,0%).	$F(1, 60) = 10,67;$ $p = ,00$
---	---	-----	--	----------------------------------

Figura 5.4.14.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS na motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS — Qual é a sua percepção sobre a principal motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? [Grandes Empresas].



Verifica-se que existe uma associação positiva entre implementação dos ODS nas Grandes Empresas e conhecimento dos ODS e dos seus *targets*, envolvimento *stakeholders* externos e internos na política de escolha e implementação dos ODS, desenvolvimento de parcerias e o facto de terem Direções Executivas motivadas para a Agenda dos ODS.

PMEs – como variam os tópicos em análise face à Implementação dos ODS

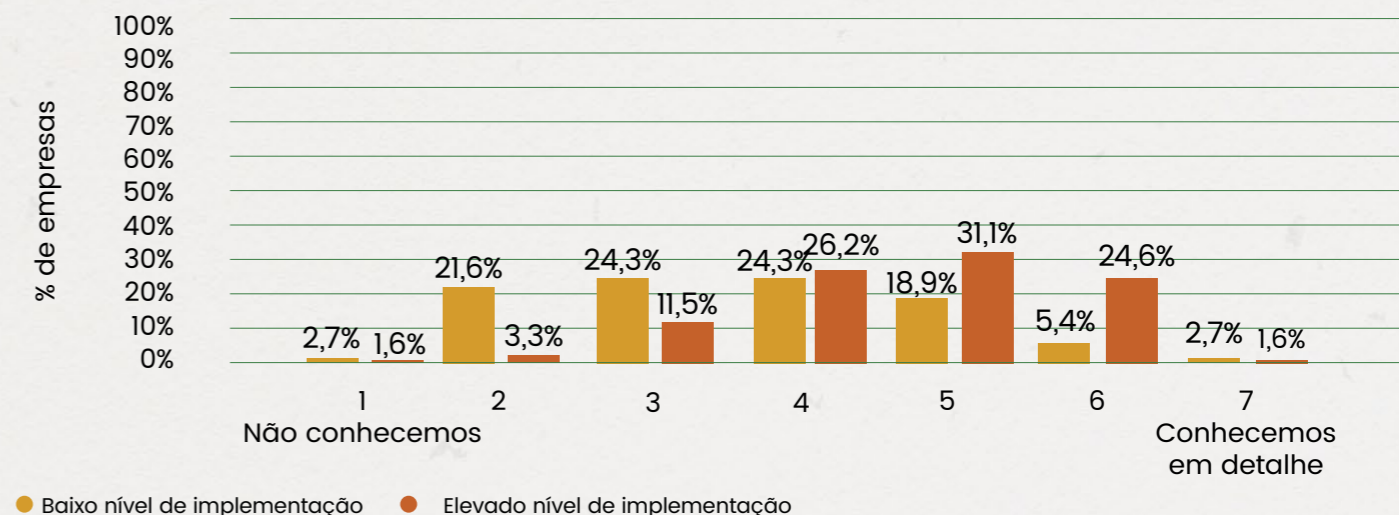
Tabela 5.4.5.

Análise de variabilidade entre grupos (baixo versus elevado implementação dos ODS) em diferentes temas [PMEs].

Categoria	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua percepção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q23)	Sim	Verifica-se que o grupo de elevada implementação dos ODS apresenta níveis de conhecimento maiores sobre os ODS comparativamente ao grupo de baixa implementação dos ODS (Média=4,62; Desvio-Padrão=1,21 versus Média= 3,62; Desvio-Padrão=1,38).	F(1,97)=14,12; p<,001

Figura 5.4.15.

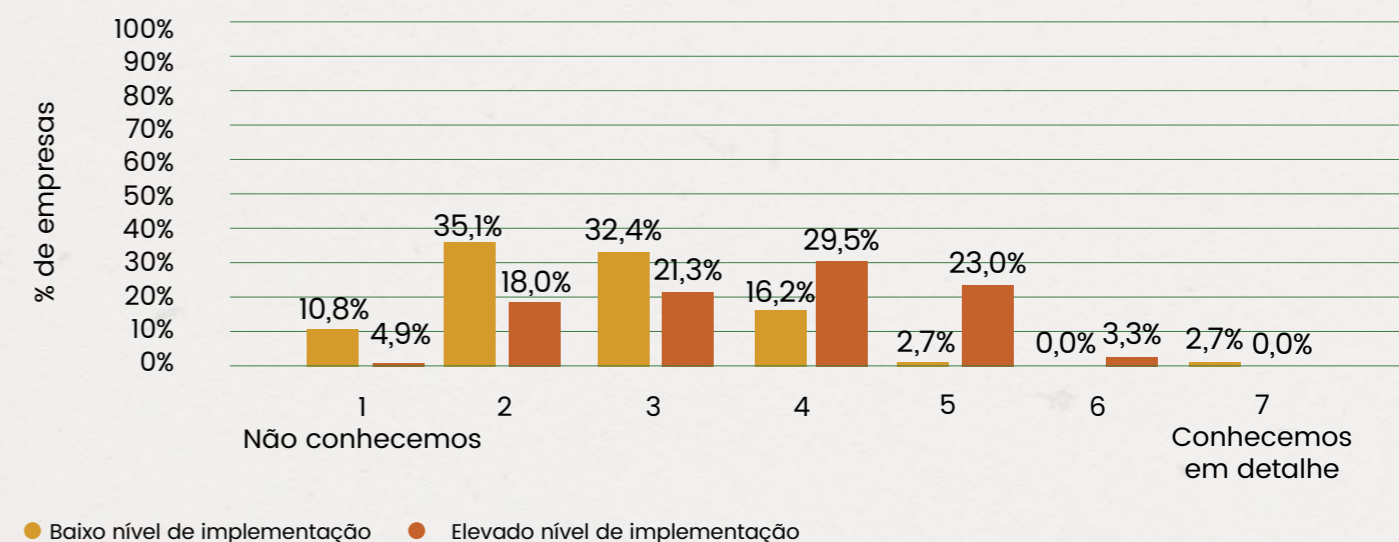
Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no conhecimento dos ODS — Qual a sua percepção sobre o nível de conhecimento sobre ODS na sua empresa? [PMEs].



Conhecimento dos ODS	Qual a sua percepção sobre o nível de conhecimento dos 169 <i>targets</i> ? (Questão Q24)	Sim	O grupo de elevada implementação dos ODS apresenta níveis de conhecimento maiores sobre os <i>targets</i> dos ODS comparativamente ao grupo de baixa implementação dos ODS (Média=3,57; Desvio-Padrão=1,26 versus Média= 2,76; Desvio-Padrão=1,21).	F(1,97)=9,99; p=,00
----------------------	---	-----	---	---------------------

Figura 5.4.16.

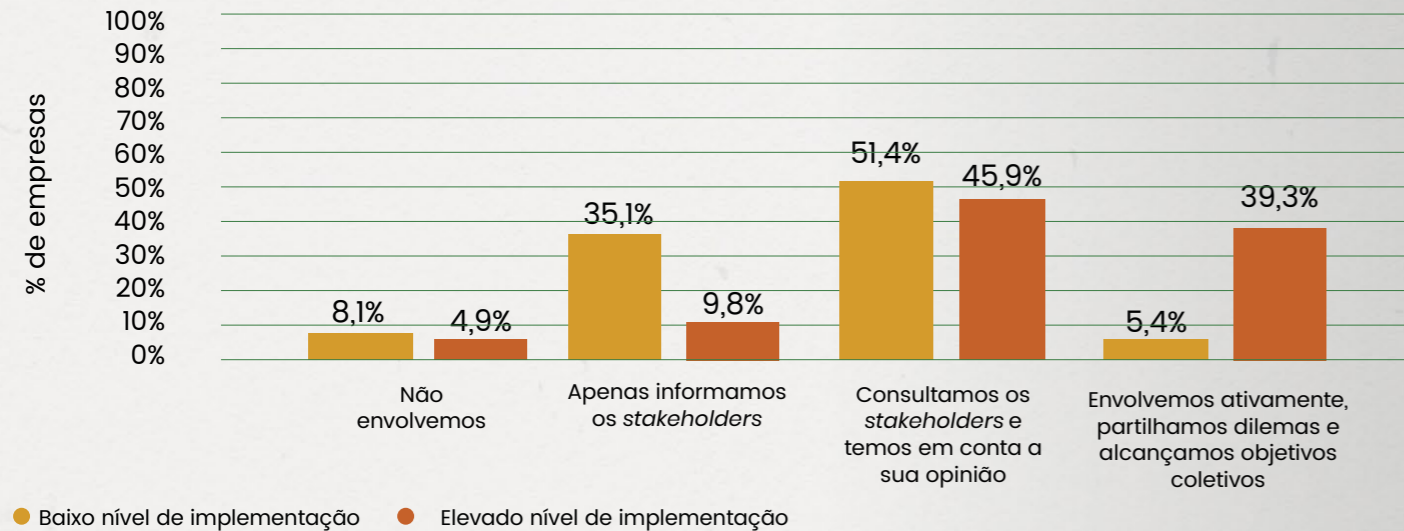
Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no conhecimento dos ODS [PMEs].



Conhecimento dos ODS	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q33)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,97)=1,48$; $p=,23$
	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para <i>stakeholders</i> vs. criação de valor para <i>shareholders</i>] (Questão Q20)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,97)=,31$; $p=,58$
Relação com os <i>stakeholders</i>	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q29)	Sim	Existe uma tendência maior em envolver ativamente os <i>stakeholders</i> internos, partilhando dilemas e alcançando objetivos coletivos no grupo de elevada implementação dos ODS (39,3% versus 5,4%).	$F(1,97)=18,23$; $p<,001$

Figura 5.4.17.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no envolvimento dos *stakeholders* internos — De que forma envolvem os *stakeholders* internos na política de escolha e implementação dos ODS? [PMEs]

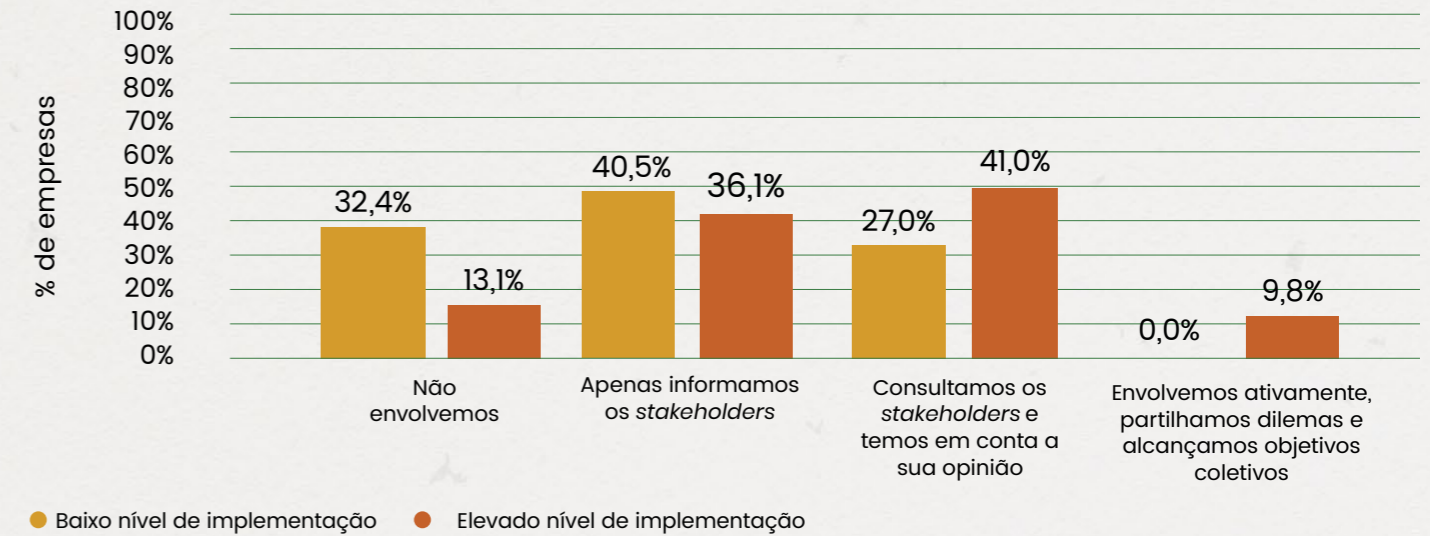


● Baixo nível de implementação ● Elevado nível de implementação

Relação com os <i>stakeholders</i>	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q30)	Sim	Existe uma maior tendência em envolver ativamente os <i>stakeholders</i> externos, partilhando dilemas e alcançando objetivos coletivos no grupo de elevada implementação (9,8%) do que no grupo de baixa implementação (0,0%).	$F(1,97)=8,91$; $p=,00$
---	---	-----	---	--------------------------

Figura 5.4.18.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no envolvimento dos *stakeholders* externos — De que forma envolvem os *stakeholders* externos na política de escolha e implementação dos ODS? [PMEs].

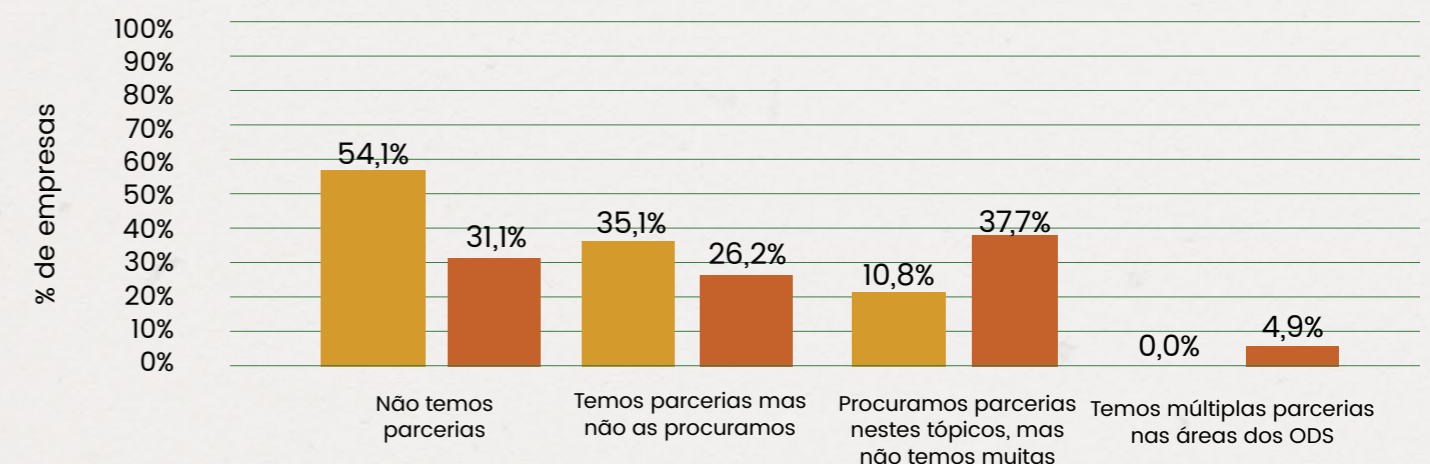


● Baixo nível de implementação ● Elevado nível de implementação

Parcerias no âmbito dos ODS	Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? (Questão Q32)	Sim	O grupo de elevada implementação dos ODS desenvolve mais parcerias do que o grupo de baixa implementação dos ODS. Por exemplo, existem mais empresas no grupo de elevada implementação a terem múltiplas parcerias na área dos ODS (4,9%) comparativamente ao grupo de baixa implementação (0,0%).	$F(1,97)=11,32$; $p<,001$
------------------------------------	--	-----	--	----------------------------

Figura 5.4.19.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no desenvolvimento de parcerias no âmbito dos ODS — Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? [PMEs]

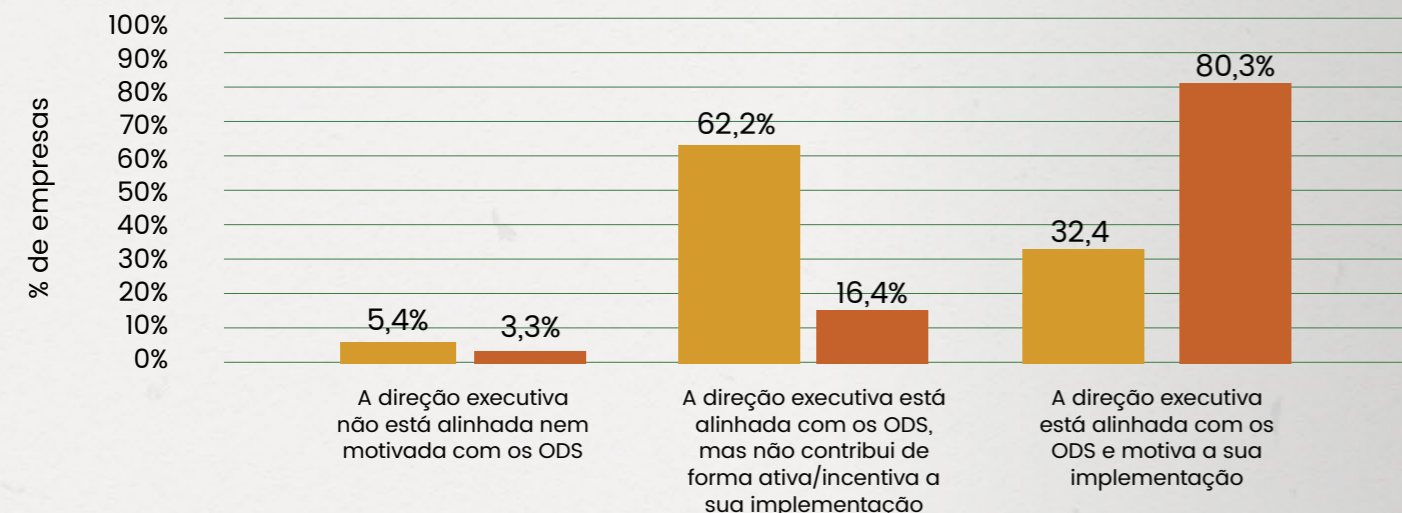


● Baixo nível de implementação ● Elevado nível de implementação

Motivação da direção executiva para os ODS	Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q43)	Sim	Verifica-se que o grupo de elevada implementação dos ODS tem mais direções executivas alinhadas com os ODS e motivam a sua implementação (80,3%) do que o grupo de baixa implementação (32,4%).	F(1,97)=21,21; p<,001
---	---	-----	---	-----------------------

Figura 5.4.20.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS na motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS — Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? [PMEs].



● Baixo nível de implementação ● Elevado nível de implementação

Verifica-se que existe uma associação positiva entre a implementação dos ODS, e o conhecimento dos ODS e dos seus targets, o envolvimento dos stakeholders externos e internos na política de escolha e implementação dos ODS, o desenvolvimento de parcerias e o facto de terem Direções Executivas motivadas para a Agenda dos ODS.

5.4.1.3. Perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade (risco versus oportunidade)

No que concerne à perceção da estratégia de sustentabilidade, foram criados, a partir da mediana (Grandes Empresas: 6,25; PMEs: 6,00), dois grupos distintos que correspondem a (1) baixa perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade e (2) elevada perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade.

No caso das Grandes Empresas, o grupo de baixa perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade contempla todas as empresas cujo valor de alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 6,25 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevado nível de elevada perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade.

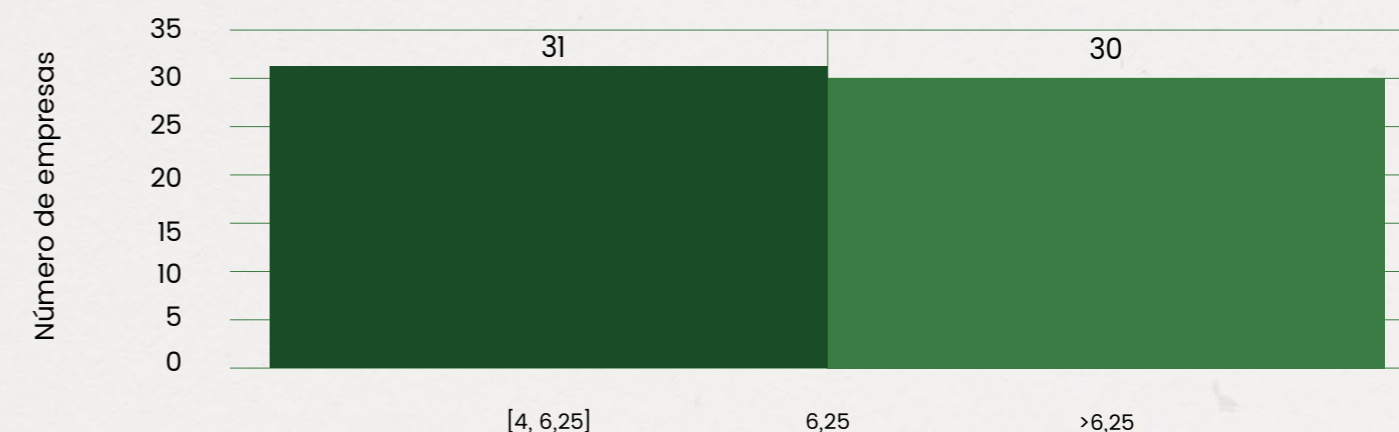
No que diz respeito às PMEs, o grupo de baixa perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade contempla todas as empresas cujo valor de

alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 6,00 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevada perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade. As figuras 5.4.21 e 5.4.22 ilustram a variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente à perceção da implementação

da estratégia de sustentabilidade. As tabelas 5.4.6 e 5.4.7 demonstram como estes dois grupos diferem entre si. O mesmo acontece para as PMEs. Neste caso, ambos os grupos agregam um total de 54 empresas (cada), com a mediana com um valor de 6.

Figura 5.4.21.

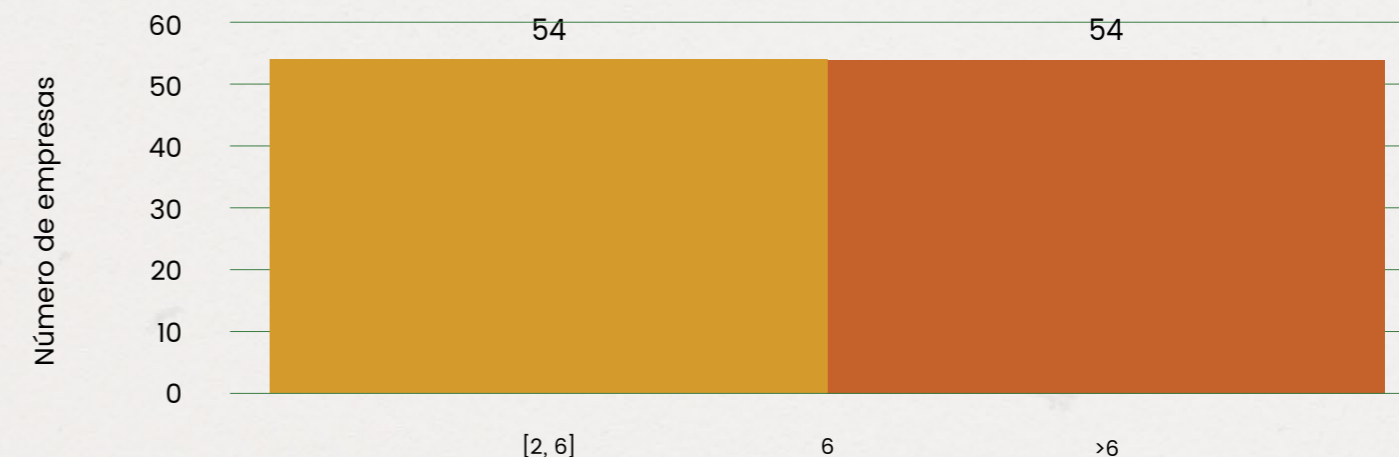
Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente à perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade — Perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade [Grandes Empresas].



Devido ao facto de se ter elegido a mediana como ponto de divisão das empresas, a distribuição de Grandes Empresas é similar entre grupos de baixa e elevada perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade (na ordem dos 50,0%), sendo que o grupo de baixa perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade agrega um total de 31 empresas (com mediana abaixo de 6,25) e o grupo de elevada perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade agrega um total de 30 empresas.

Figura 5.4.22.

Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente à perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade — Perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade [PMEs]



O mesmo acontece para as PMEs. Neste caso, ambos os grupos agregam um total de 54 empresas (cada), com a mediana com um valor de 6.

Grandes Empresas – como variam os tópicos em análise face à Perceção da Implementação da Estratégia de Sustentabilidade

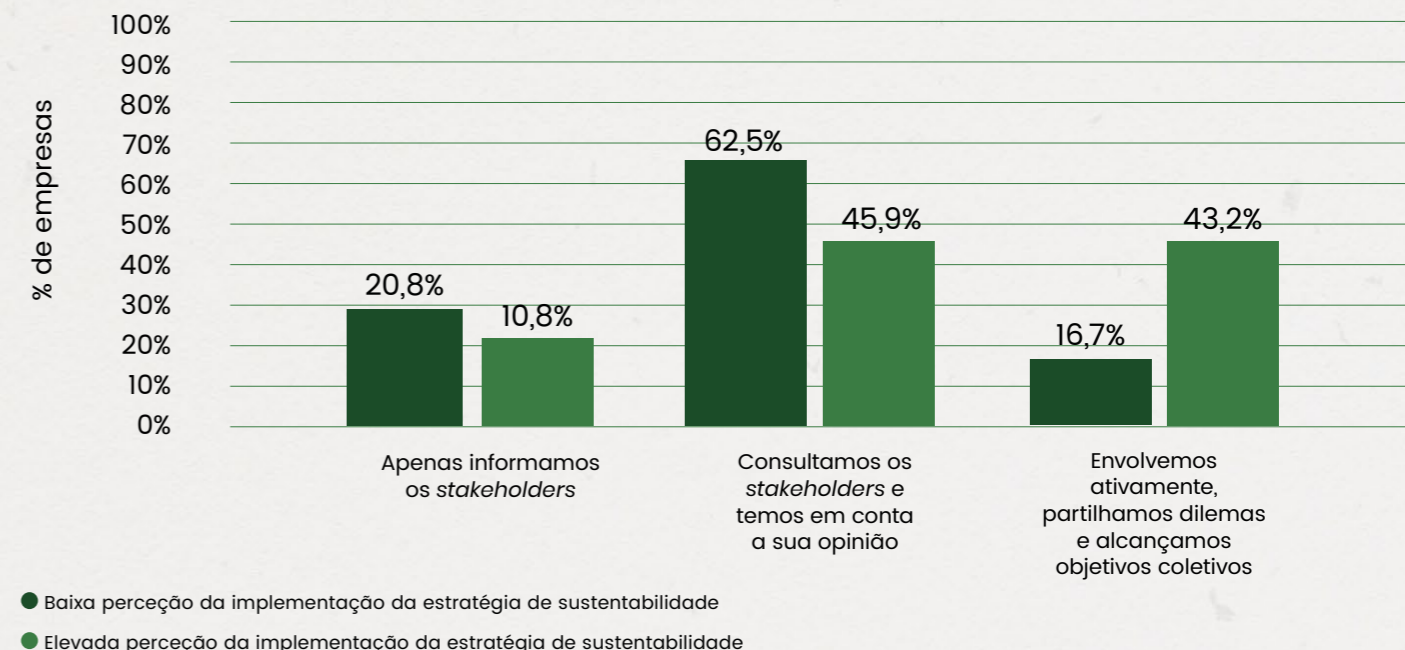
Tabela 5.4.6.

Análise de variabilidade entre grupos (baixa versus elevada perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade) em diferentes temas [Grandes Empresas].

Categoria	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q10)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,60)=,80$; $p=,38$
	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? (Questão Q11)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,60) = ,23$; $p=,63$
	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q20)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,60) = 1,18$; $p=,28$
Relação com os stakeholders	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para stakeholders vs. criação de valor para shareholders] (Questão Q7)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,16$; $p=,70$
	De que forma envolvem os stakeholders internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q16)	Sim	O grupo que percebe maior implementação da estratégia de sustentabilidade é também o grupo que mais envolve ativamente os stakeholders internos, partilhando dilemas e alcançando objetivos coletivos (43,2% versus 16,7% do grupo de baixa perceção de implementação de sustentabilidade).	$F(1, 60) = 5,13$; $p= ,03$

Figura 5.4.23.

Análise entre baixa e elevada perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade no envolvimento dos stakeholders internos – De que forma envolvem os stakeholders internos na política de escolha e implementação dos ODS? [Grandes Empresas].



Parcerias no âmbito dos ODS	De que forma envolvem os stakeholders externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q17)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 2,47$; $p = ,12$
	Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? (Questão Q19)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 1,62$; $p= ,21$
Motivação da direção executiva para os ODS	Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q30)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 1,72$; $p = ,20$

Verifica-se que existe uma relação positiva entre a perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade, e o envolvimento das PMEs com os seus stakeholders internos na política de escolha e implementação dos ODS.

PMEs – como variam os tópicos em análise face à Perceção da Implementação da Estratégia de Sustentabilidade

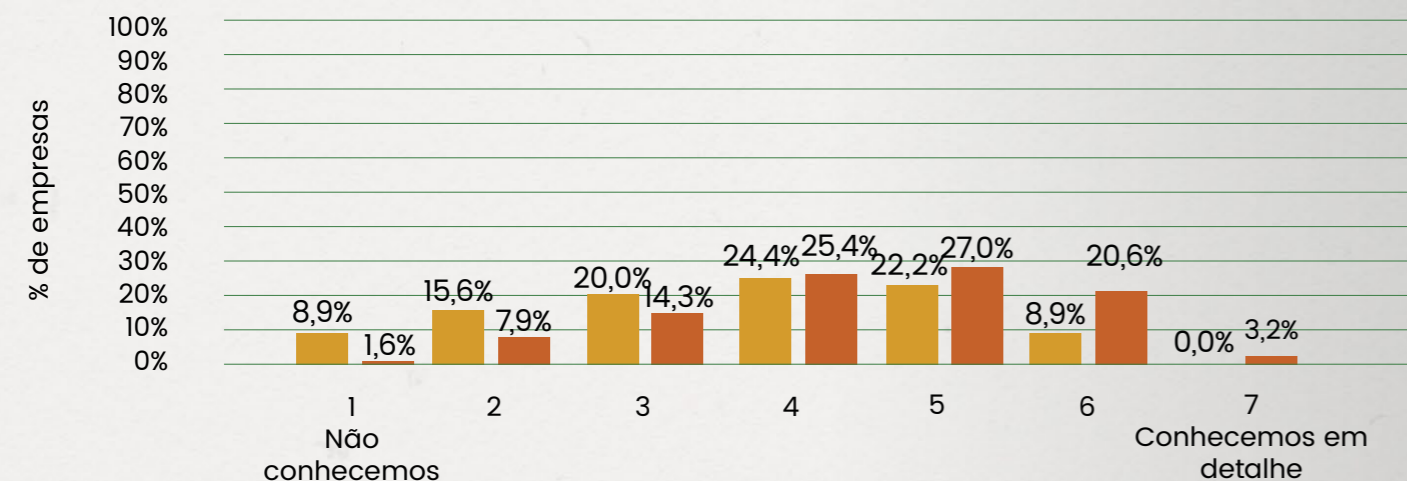
Tabela 5.4.7.

Análise de variabilidade entre grupos (baixa versus elevada perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade) em diferentes temas [PMEs].

Categoria	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q23)	Sim	O grupo que apresenta elevada perceção de implementação de sustentabilidade é também o que apresenta níveis de conhecimento dos ODS superiores (Média=4,43; Desvio-Padrão=1,35 versus Média=3,62; Desvio-Padrão=1,45).	F(1,107)=8,78; p=,00

Figura 5.4.24.

Análise entre baixa e elevada implementação dos ODS no conhecimento dos ODS — Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? [PMEs].

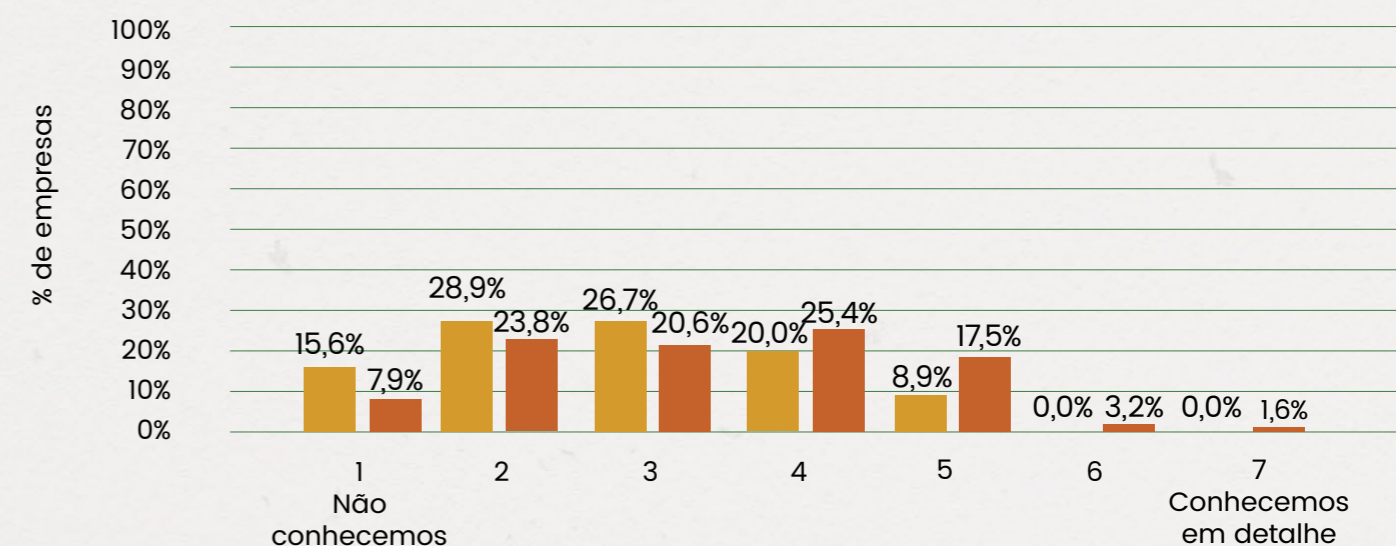


- Baixa perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade
- Elevada perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade

Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? (Questão Q24)	Sim	O grupo com elevada perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade apresenta níveis de conhecimento dos targets dos ODS superiores (Média=3,37; Desvio-Padrão=1,40 versus Média=2,78; Desvio-Padrão=1,20).	F(1,107)=5,21; p=,03
----------------------	--	-----	---	----------------------

Figura 5.4.25.

Análise entre baixa e elevada perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade no nível de conhecimento dos 169 targets — Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? [PMEs].



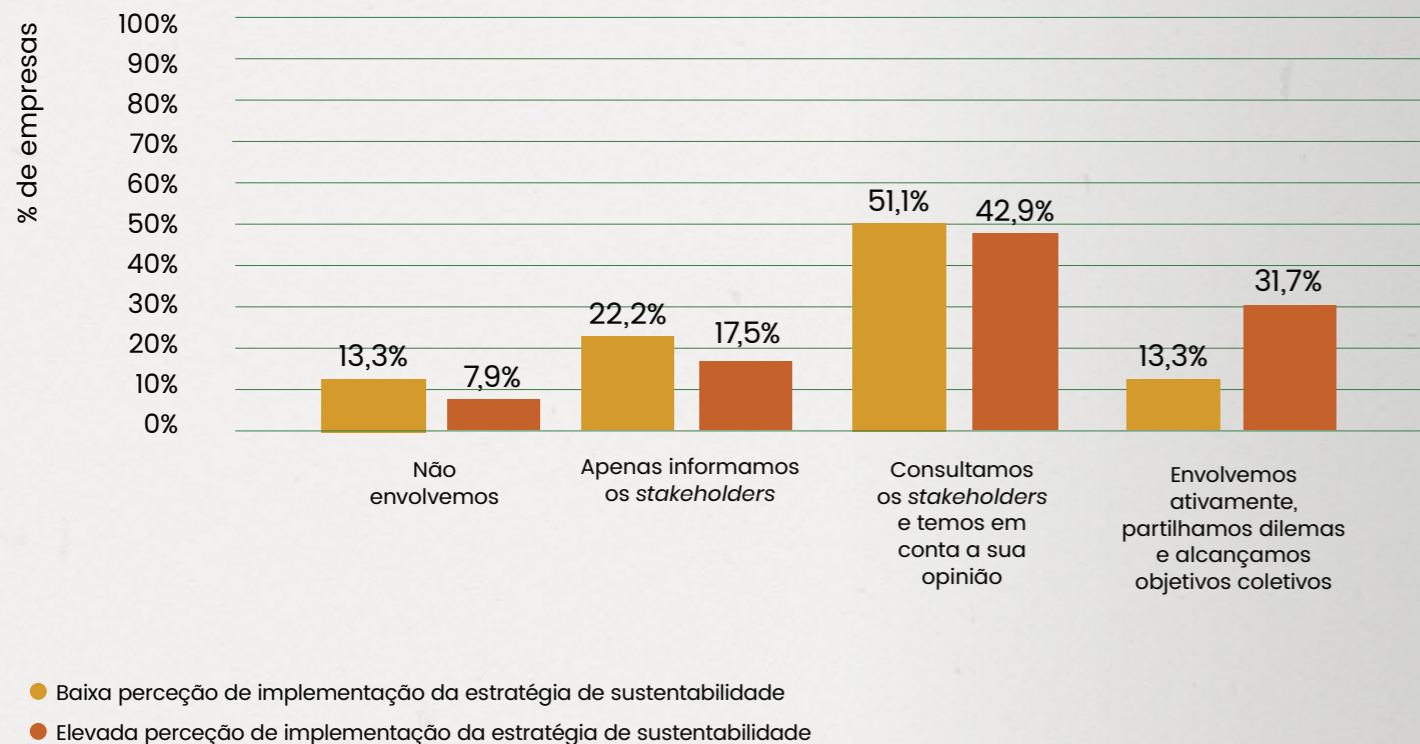
- Baixa perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade
- Elevada perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade

Conhecimento dos ODS	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q33)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	F(1,107)=,66; p=,42
	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para stakeholders vs. criação de valor para shareholders] (Questão Q20)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão	F(1,107)=,02; p=,89

Relação com os stakeholders	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q29)	Sim	O grupo que perceciona elevada implementação da estratégia de sustentabilidade envolve mais ativamente os <i>stakeholders</i> internos, partilhando dilemas e alcançando objetivos coletivos (31,7%) do que o grupo de baixa perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade (13,3%)	$F(1,107)=5,20$, $p=,03$

Figura 5.4.26.

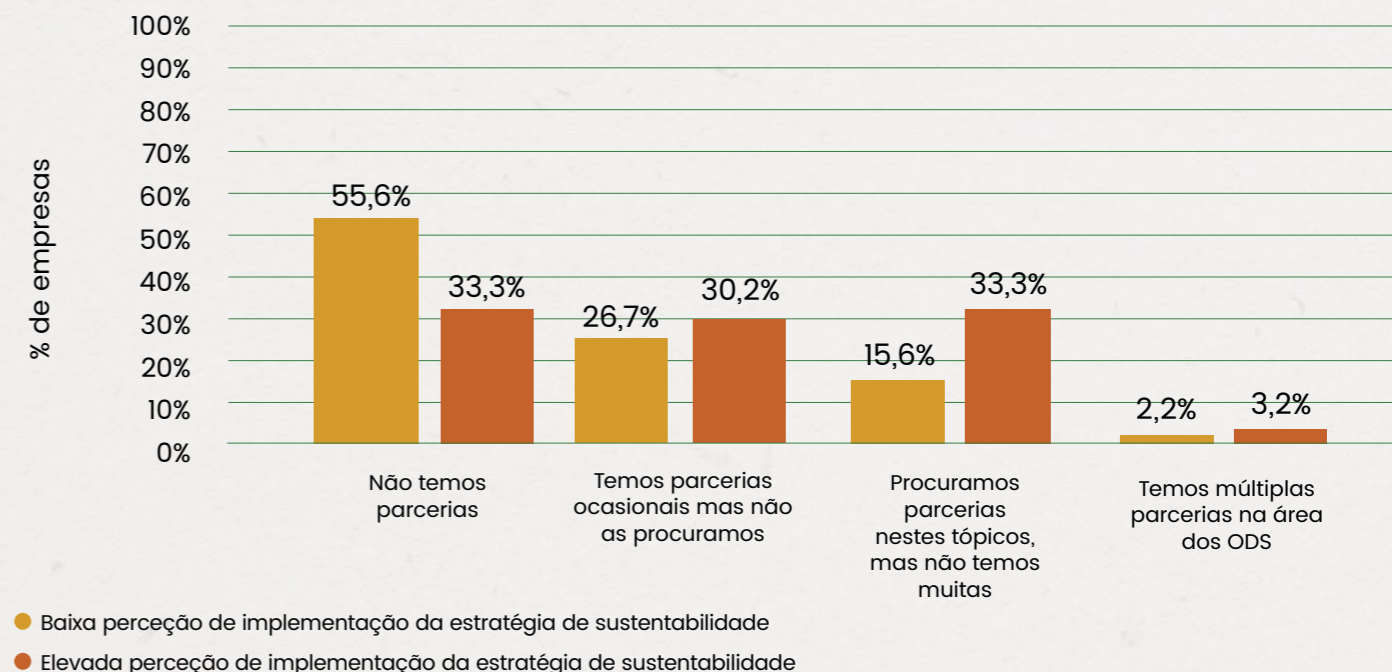
Análise entre baixa e elevada perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade no envolvimento dos *stakeholders* internos na política de escolha e implementação dos ODS [PMEs].



Parcerias no âmbito dos ODS	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q30)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,107)=2,05$; $p=,16$
	De que forma envolvem os <i>stakeholders</i> externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q30)	Sim	É no grupo que perceciona menor implementação da estratégia de sustentabilidade que existem mais empresas a selecionar a opção "não temos parcerias" (55,6%) comparativamente ao grupo de elevada perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade (33,3%).	$F(1,107)=6,10$; $p=,02$

Figura 5.4.27.

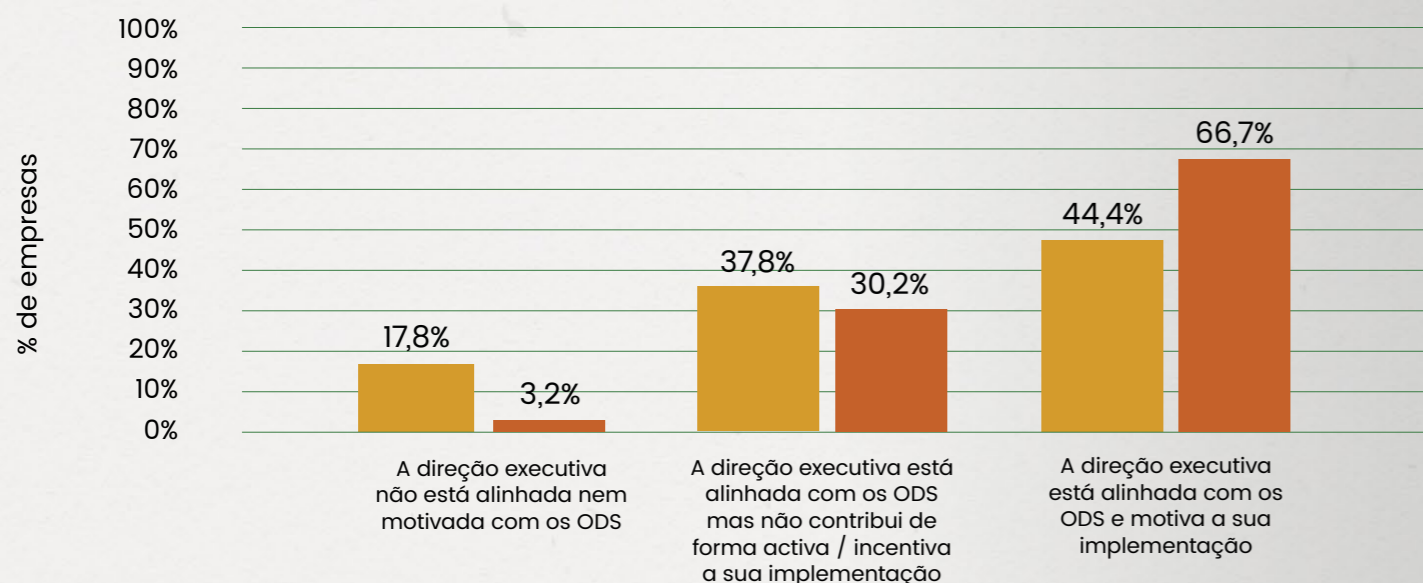
Análise entre baixa e elevada perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade no desenvolvimento de parcerias no âmbito dos ODS — Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? [PMEs]



Motivação da direção executiva para os ODS	Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q43)	Sim	As direções executivas das PME's estão mais alinhadas com os ODS e motivam a sua implementação no grupo que perceciona maior implementação da estratégia de sustentabilidade (66,7% versus 44,4%).	$F(1,107)=8,69$; $p=,00$

Figura 5.4.28.

Análise entre baixa e elevada perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade na motivação da direção executiva para a agenda dos ODS — Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a agenda dos ODS? [PME's].



- Baixa perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade
- Elevada perceção de implementação da estratégia de sustentabilidade

Verifica-se que existe uma relação positiva entre a perceção de implementação de estratégia de sustentabilidade, o conhecimento dos ODS e dos seus targets, o envolvimento dos stakeholders internos na política de escolha e implementação dos ODS, bem como o desenvolvimento de parcerias e direções executivas motivadas para a Agenda dos ODS.

5.4.1.4. Reporte de Sustentabilidade e ODS

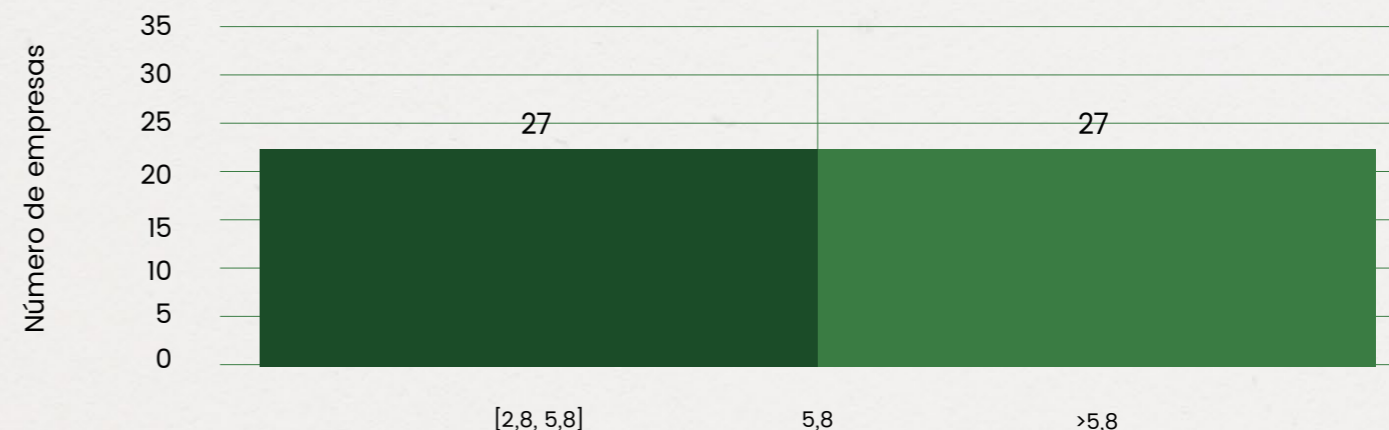
No que se refere ao Reporte de Sustentabilidade e ODS foram criados, a partir da mediana (Grandes Empresas: 5,80; PME's: 4,60), dois grupos distintos que correspondem a (1) baixo reporte de sustentabilidade/ODS e (2) elevado reporte de sustentabilidade/ODS.

No caso das Grandes Empresas, o grupo de baixo reporte de sustentabilidade/ODS contempla todas as empresas cujo valor de alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 5,80 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevado reporte de sustentabilidade/ODS.

No que diz respeito às PME's, o grupo de baixo reporte de sustentabilidade/ODS contempla todas as empresas cujo valor de alinhamento correspondente à categoria está abaixo de 4,60 de mediana. As restantes empresas pertencem ao grupo de elevado reporte de sustentabilidade/ODS. As figuras 5.4.29 e 5.4.30 ilustram a variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente ao reporte de Sustentabilidade e ODS. As tabelas 5.4.8 e 5.4.9 demonstram como estes dois grupos diferem entre si.

Figura 5.4.29.

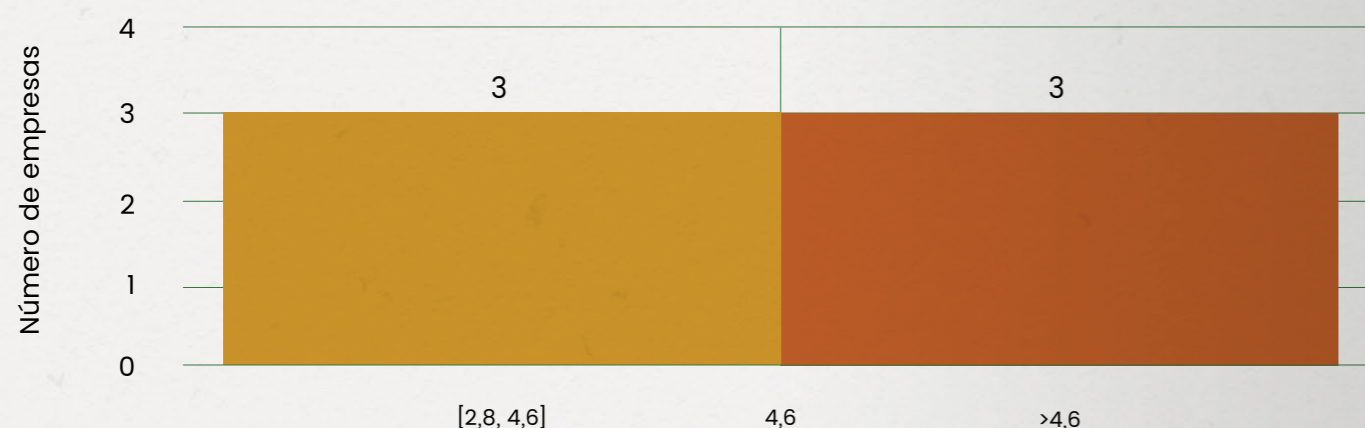
Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente ao reporte de Sustentabilidade e ODS — Reporte de Sustentabilidade e ODS [Grandes Empresas].



Devido ao facto de se ter elegido a mediana como ponto de divisão das empresas, a distribuição de Grandes Empresas é similar entre grupos de baixo e elevado reporte de sustentabilidade e ODS (na ordem dos 50,0%), sendo que o grupo de baixo reporte agrega um total de 27 empresas até ao valor de 5,8 e o grupo de elevado reporte agrega um total de 27 empresas. O número total de empresas é menor do que 61 porque nem todas as empresas reportam Sustentabilidade e ODS.

Figura 5.4.30.

Variabilidade entre grupos, tendo em conta a mediana, relativamente ao reporte de Sustentabilidade e ODS — Reporte de Sustentabilidade e ODS [PMEs].



O mesmo acontece para as PMEs. Neste caso, ambos os grupos agregam um total de 3 empresas (cada). O número total de empresas é menor do que 108 porque nem todas as empresas estavam elegíveis para responder a todas as questões referentes à dimensão "reporte de Sustentabilidade e ODS".

Grandes Empresas – como variam os tópicos em análise face ao Reporte de Sustentabilidade e ODS

Tabela 5.4.8.

Análise de variabilidade entre grupos (baixo versus elevado reporte de sustentabilidade/ODS) em diferentes temas [Grandes Empresas].

Categoria	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q10)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,16; p = ,69$
	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? (Questão Q11)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,06; p = ,81$

	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q20)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = 2,78; p = ,10$
	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para stakeholders vs. criação de valor para shareholders] (Questão Q7)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,03; p = ,87$
Relação com os stakeholders	De que forma envolvem os stakeholders internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q16)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,45; p = ,50$
	De que forma envolvem os stakeholders externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q17)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,01; p = ,93$
Parcerias no âmbito dos ODS	Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? (Questão Q19)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,12; p = ,73$
Motivação da direção executiva para os ODS	Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q30)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1, 60) = ,38; p = ,54$

Verifica-se, a partir da análise da tabela 5.4.8, que os tópicos em análise mencionados não se correlacionam de forma significativa com o reporte de ODS e sustentabilidade. Ou seja, estes tópicos não contribuem para explicar a variabilidade entre grupos no que se refere ao seu reporte de sustentabilidade e ODS.

PMEs – como variam os tópicos em análise face ao Reporte de Sustentabilidade e ODS

Categoria	Questão	Existe diferença entre os dois grupos?	Interpretação	Teste Anova
Conhecimento dos ODS	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (Questão Q23)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,5)=7,20$; $p=,06$
	Qual a sua perceção sobre o nível de conhecimento dos 169 targets? (Questão Q24)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,5)=3,06$; $p=,16$
Relação com os stakeholders	Fizeram alguma sessão de formação sobre ODS na empresa nos últimos dois anos? (Questão Q33)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,5)=4,00$; $p=,12$
	O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? [criação de valor para stakeholders vs. criação de valor para shareholders] (Questão Q20)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,5)=4,00$; $p=,12$
	De que forma envolvem os stakeholders internos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q29)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,5)=4,00$; $p=,12$
Parcerias no âmbito dos ODS	De que forma envolvem os stakeholders externos na política de escolha e implementação dos ODS? (Questão Q30)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,5)=,82$; $p=,42$
	Desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS? (Questão Q32)	Não	A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.	$F(1,5)=,00$; $p=1,00$

Motivação da direção executiva para os ODS

Qual é a sua perceção sobre a motivação da direção executiva para a Agenda dos ODS? (Questão Q43)

Não

A diferença entre grupos não é significativa nesta questão.

$F(1,5)=1,00$; $p=,37$

Verifica-se, a partir da análise da tabela 5.4.9, que os tópicos em análise mencionados não se correlacionam de forma significativa com o reporte de ODS e sustentabilidade. Ou seja, estes tópicos não contribuem para explicar a variabilidade entre grupos no que se refere ao seu reporte de sustentabilidade e ODS.

5.4.2. Sustentabilidade: Perceção de oportunidade versus risco

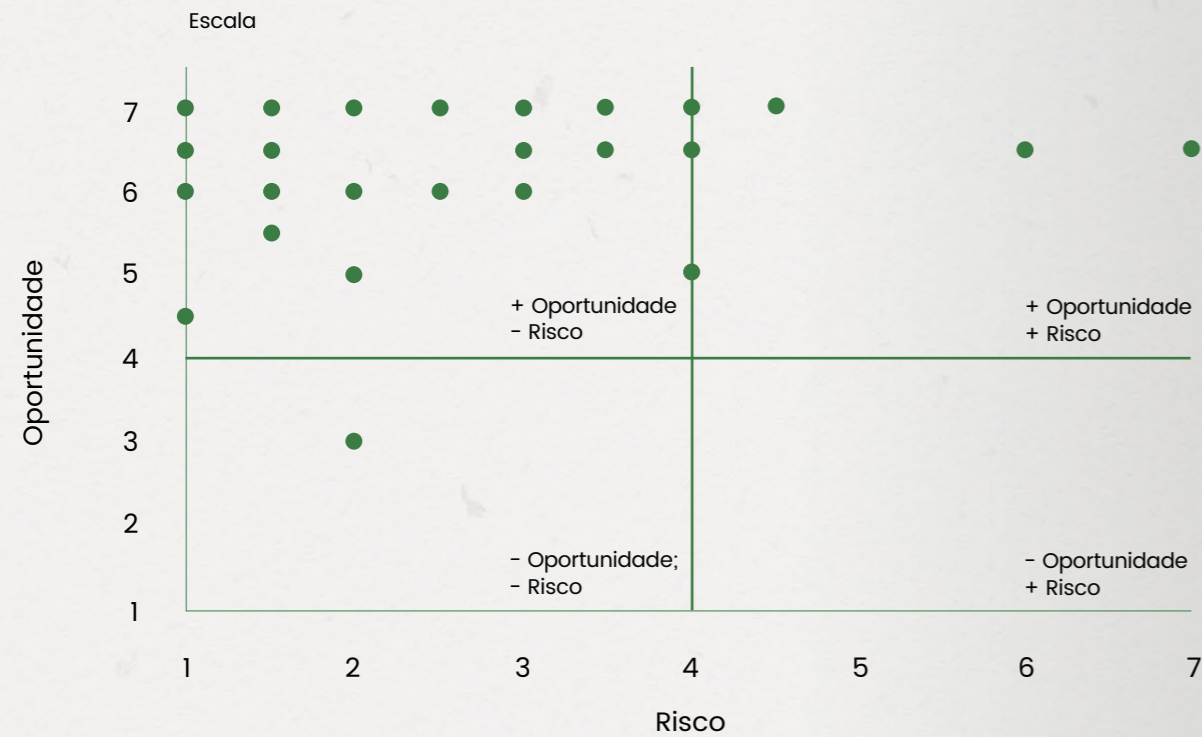
A última análise deste capítulo tem por objetivo aferir a perceção das empresas face à sustentabilidade. A questão que se coloca é: **será que as empresas percebem a sustentabilidade como um risco, como uma oportunidade ou como ambos?**

A presente análise é realizada tanto para as Grandes Empresas como para as PMEs, através da ilustração de dois gráficos de dispersão que mostram o posicionamento das empresas face à sua perceção de sustentabilidade tendo em conta duas variáveis de análise: oportunidade e risco que associam à sustentabilidade. Assim sendo as empresas são posicionadas em diferentes quadrantes, tendo em conta a sua perceção de: Q1: elevada oportunidade, elevado risco; Q2: elevada oportunidade, baixo risco; Q3: baixa oportunidade, baixo risco; e Q4: baixa oportunidade e elevado risco.



Grandes Empresas

Figura 5.4.31.

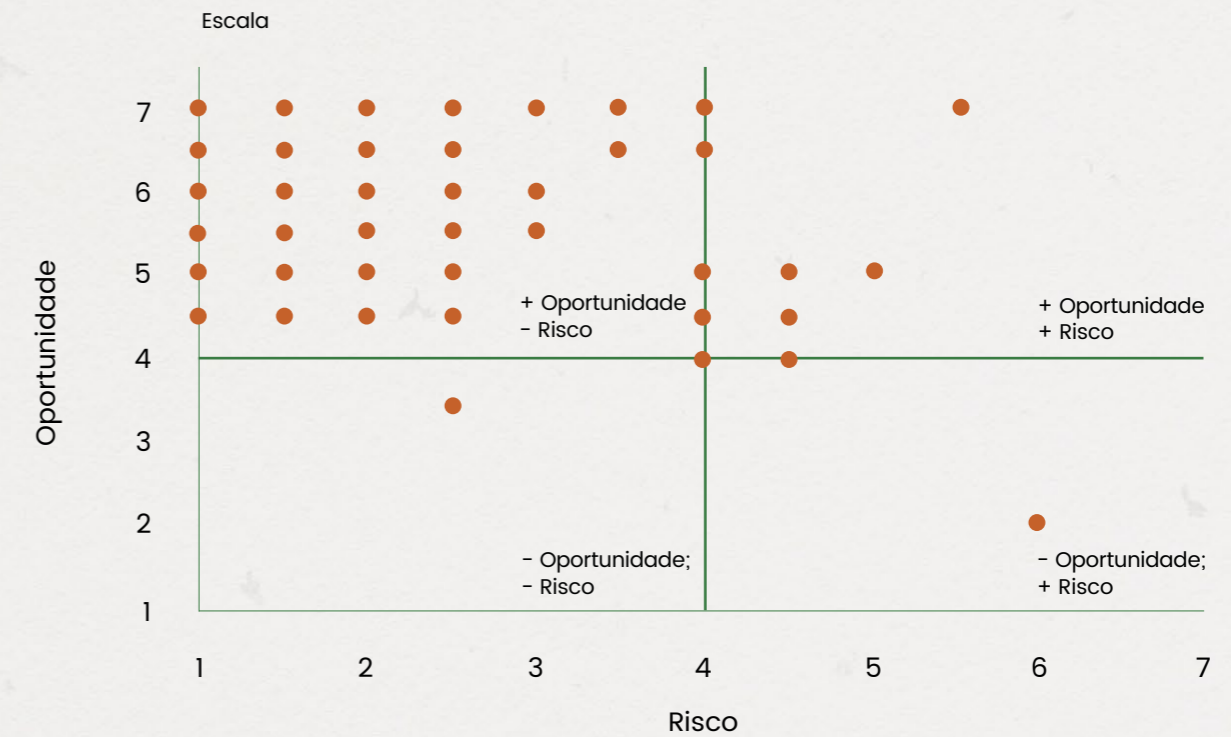
Perceção de oportunidade *versus* risco [Grandes Empresas].

A partir do gráfico 5.4.31, é possível observar que a maioria das Grandes Empresas se situa no Q2: elevada oportunidade, baixo risco. Isto significa que as empresas percebem a sustentabilidade como uma elevada oportunidade, com baixo risco. Este dado é encorajador pois demonstra que a sustentabilidade pode ser algo positivo para as empresas, enquanto comporta baixo risco, ou seja, as empresas estarão predispostas a investir em sustentabilidade.

O segundo quadrante com maior prevalência de empresas é o Q1: elevada oportunidade, elevado risco. Este quadrante está, no entanto, muito distante em termos de número de empresas face ao Q2. As empresas que estão no Q1, ainda que reconheçam um risco na sustentabilidade, não deixam de a perceber como uma oportunidade, o que é positivo.

PMEs

Figura 5.4.32.

Perceção de oportunidade *versus* risco [PMEs]

À semelhança das Grandes Empresas, verifica-se que a grande maioria das PME's percebe a sustentabilidade como uma elevada oportunidade e baixo risco (Q2). O segundo quadrante com maior prevalência de empresas é, tal como nas Grandes Empresas, o Q1, de elevada oportunidade e elevado risco. Mais uma vez se confirma que, ainda que seja percebida como um risco, a sustentabilidade não deixa de ser percebida como uma oportunidade, o que é positivo. No entanto, nas PME's há mais empresas a ver a sustentabilidade com um risco comparando com as Grandes Empresas.

5.4.3. Conclusão

Esta secção iniciou-se com a análise de grupos de baixo(a) e elevado(a): (1) alinhamento estratégico com a sustentabilidade; (2) implementação dos ODS; (3) perceção da implementação da estratégia de sustentabilidade; e (4) reporte de sustentabilidade.

Decorrente desta análise, as evidências demonstram que **Grandes Empresas** com **elevado alinhamento estratégico de sustentabilidade são as que:**

- Realizam mais formações sobre ODS;
- Envolvem mais os *stakeholders* externos na sua política de escolha e implementação dos ODS;
- Têm Direções Executivas mais motivadas para a Agenda dos ODS.

Por seu turno, **PMEs** com **elevado alinhamento estratégico de sustentabilidade:**

- Têm maior conhecimento dos *targets* da Agenda dos ODS.

Estes resultados sugerem que o alinhamento estratégico com a sustentabilidade está positivamente relacionado com o conhecimento/formação para os ODS tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs, indicando que são variáveis que se reforçam mutuamente.

Estes dados sugerem que, para as empresas terem um elevado alinhamento estratégico com a sustentabilidade, poderá fazer sentido investir em formação, e no envolvimento dos *stakeholders*, principalmente os externos. Ter uma Direção Executiva alinhada e motivada para a Agenda dos ODS é igualmente importante.

No que diz respeito à categoria **implementação dos ODS**, verifica-se, tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs, que os **grupos com elevada implementação dos ODS:**

- Apresentam níveis superiores de conhecimento sobre os ODS;
- Apresentam níveis superiores de conhecimento sobre os *targets* dos ODS;
- Envolvem mais os *stakeholders* internos e externos na política de escolha e implementação dos ODS;
- Desenvolvem mais parcerias no âmbito dos ODS;
- Têm direções executivas mais motivadas para a Agenda dos ODS.

Estas evidências demonstram que o conhecimento dos ODS e dos seus targets assim como o envolvimento com stakeholders e parceiros reforçam a implementação dos ODS. Não é surpreendente verificar que as Direções Executivas se encontram mais motivadas para os ODS no caso dos grupos de elevada implementação – **este resultado sugere que a motivação do C-Level tem, impacto na implementação dos ODS.**

Adicionalmente, os resultados sugerem que empresas que pretendam ter uma elevada implementação dos ODS poderão beneficiar de formações sobre o tema no sentido de aumentar o seu conhecimento. Poderão também desenvolver parcerias e envolver os *stakeholders* na política de escolha e implementação dos ODS e promover Direções Executivas motivadas para esta Agenda.

No que diz respeito às **Grandes Empresas**, verifica-se ainda que empresas que têm uma perceção **mais estratégica da sustentabilidade** envolvem mais os *stakeholders* internos na política de escolha e implementação dos ODS. **No caso das PMEs, estas:**

- Apresentam níveis superiores de conhecimento sobre os ODS;
- Apresentam níveis superiores de conhecimento sobre os *targets* da Agenda dos ODS;
- À semelhança das Grandes Empresas, envolvem mais os seus *stakeholders* internos na política de escolha e implementação dos ODS;
- Desenvolvem mais parcerias no âmbito dos ODS;
- Têm Direções Executivas mais motivadas para a Agenda dos ODS.

Verifica-se ainda que, tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs, os tópicos em análise não têm relação direta com o reporte de ODS e sustentabilidade e ODS. Isto é, não existe uma relação positiva ou negativa entre reportar mais ODS ou sustentabilidade e ter maior conhecimento sobre os ODS, ou relação com os *stakeholders*, nem maior desenvolvimento de parcerias, nem Direções Executivas mais motivadas para a Agenda dos ODS. Estes resultados sugerem que o reporte não está associado ao empenho/*engagement* efetivo das empresas com os ODS e sustentabilidade. O maior ou menor reporte dos ODS e sustentabilidade pode estar relacionado com outras variáveis, como por exemplo as regulamentações e normas em vigor.

Por fim, foi analisada a perceção das Grandes Empresas e das PMEs face à sustentabilidade. Verifica-se uma tendência similar, tanto nas Grandes Empresas como nas PMEs. Ambas percecionam a sustentabilidade como sendo um investimento de elevada oportunidade e baixo risco, o que é encorajador, e demonstra que existe lugar para a sustentabilidade no futuro das empresas portuguesas e que esta pode ser um investimento positivo e de baixo risco.