



Guia de consulta às partes interessadas Sustentabilidade

M.07/001



Índice

1. INTRODUÇÃO	3
2. OBJECTIVOS	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3. IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES INTERESSADAS	5
4. FERRAMENTAS DE CONSULTA	6
5. LINHAS ORIENTADORAS DE CONSULTA ÀS PARTES INTERESSADAS	6

1. Introdução

A atividade das empresas do grupo AdP está centrada na proteção do meio ambiente e da saúde pública de forma economicamente sustentada.

Porquê a sustentabilidade em empresas cuja atividade principal está intrinsecamente ligada ao conceito sustentabilidade?

As empresas do grupo AdP têm uma responsabilidade acrescida na medida em que a sua estratégia de sustentabilidade ambiciona ir mais além do motivo para o qual foram criadas. A adoção de práticas sustentáveis pelas empresas potencia o papel ativo das empresas na sociedade e no meio ambiente.

Para quem a sustentabilidade nas empresas?

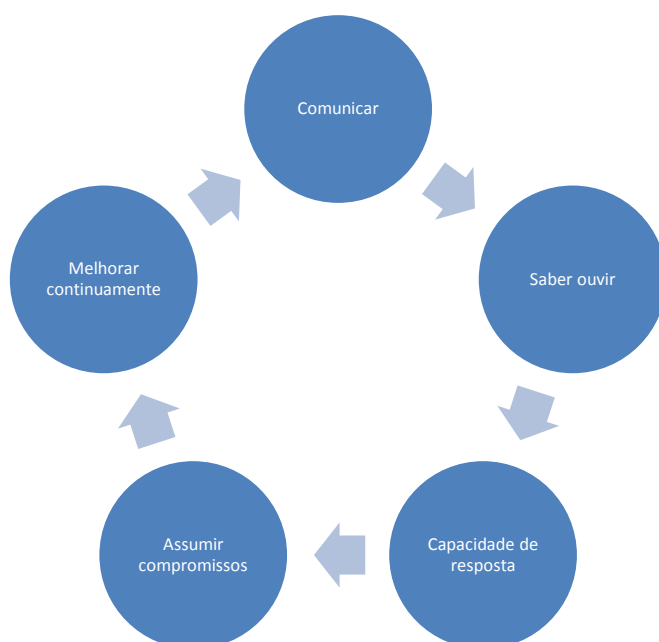
As partes interessadas são o coração de uma estratégia de sustentabilidade. O seu sucesso depende do envolvimento das empresas com a sociedade, integrando as necessidades e expectativas das partes interessadas. Associado à sustentabilidade surge o conceito de simbiose, dar e receber sinergias. Respondendo à questão “Para quem a sustentabilidade nas empresas?” para todos. Para os seus colaboradores, para os seus clientes, para os seus acionistas, para toda a sociedade com quem a empresa direta ou indiretamente se relaciona e para os que direta ou indiretamente beneficiam destas simbioses. A sustentabilidade pretende chegar aos grupos de voz ativa, pessoas, grupos e organizações, bem como às partes interessadas sem voz, o ambiente e as gerações futuras. A sustentabilidade passa as fronteiras nacionais tendo impacto à escala mundial.

A comunicação de sustentabilidade com as diversas partes interessadas é corporizada no relatório de sustentabilidade do Grupo AdP. .

2. Objetivos

A comunicação é um fator transversal à estratégia de sustentabilidade de uma empresa. A relação bidirecional entre as partes interessadas e as empresas assenta num princípio de transparência: *“Dever de prestar contas, de uma forma clara e aberta, a todos os que têm legítimo interesse em saber – as partes interessadas”*

Sendo intenção das empresas do grupo identificar quais as necessidades e expectativas das partes interessadas em matéria de sustentabilidade, surge a necessidade de criar uma metodologia de consulta e recolha de informação junto das mesmas.



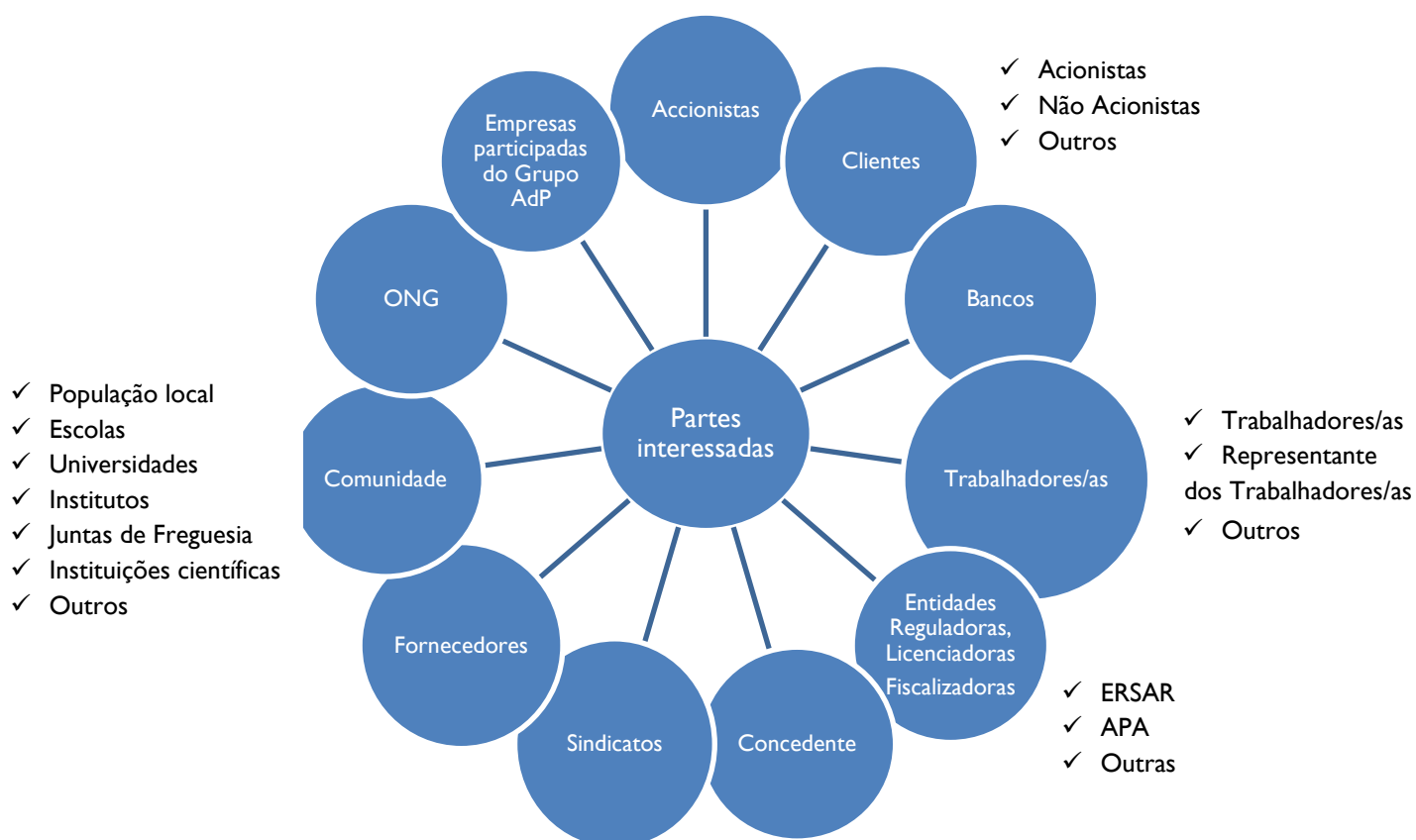
Foram definidas 4 etapas:



Identificar todas as partes interessadas.	Relacionar as partes interessadas identificadas segundo três dimensões:  Hierarquizar para definir prioridades (em detrimento de uma auscultação a todas as partes interessadas). <i>Nota1: Caso seja necessário, em avaliações específicas, poderão ser acrescentadas mais dimensões, além das 3 referidas.</i> <i>Nota2: O Objetivo é obter maior rigor na recolha de</i>	Identificar quais as necessidades e expectativas das partes interessadas no que diz respeito à atividade sustentável da empresa, percecionando opiniões referentes a: • Imagem • Reputação • Desempenho • Estratégia • Comunicação Identificar os maiores desafios em matéria de sustentabilidade, tendo presente o que é exequível gerir por parte da empresa.	Responder às partes interessadas através das diferentes formas de comunicação, nomeadamente o Relatório de Sustentabilidade.
---	--	---	--

	<i>informação e na definição de estratégias.</i> <i>Progressivamente pretende-se aumentar o grupo a auscultar.</i>		
--	--	--	--

3. Identificação das partes interessadas



4. Ferramentas de consulta

Existem diversas ferramentas de apoio à auscultação de opiniões, entre outras:

- Questionários escritos
- Questionários *online*
- Reuniões
- Workshops
- Entrevistas

Na seleção da metodologia deve ser tida em consideração a motivação das partes interessadas para responder. Cada empresa deverá definir qual a melhor estratégia a adotar.

Um dos aspetos relevantes nas consultas de contacto direto é quem efetua a auscultação. Esta deve ser imparcial de forma a obter resultados o mais verdadeiros possível. A obtenção de respostas positivas, encoraja a continuar, mas é nos aspetos menos bons que surgem oportunidades de melhoria.

5. Linhas orientadoras de consulta às partes interessadas

Na consulta às partes interessadas, devem ser selecionadas as questões de acordo com o alvo a auscultar. Para cada questão devem ser tipificadas as respostas expectáveis de forma sintética. Deve ser dada a possibilidade de receber informação complementar.

De seguida encontram-se descritos os objetivos da consulta às partes interessadas e algumas alternativas de questões:

➤ Imagem e Reputação

Objetivos: Identificar a imagem e reputação da empresa:

- *no contexto nacional*
- *no contexto da sustentabilidade*
- *no contexto da ética empresarial*
- *no contexto da gestão*
- *no contexto social*

Exemplos:

Considera que a empresa é um parceiro para o desenvolvimento do país, na medida que se encontra inserida num Grupo de âmbito nacional?

Considera que a empresa tem um papel ativo no âmbito das temáticas Ambientais, Sociais e Económicas - Sustentabilidade?

Considera que a empresa se rege por princípios éticos na condução da sua atividade e estratégias?

Considera que existe um equilíbrio entre a gestão financeira, ambiental e social da empresa?

Considera que a empresa contribui globalmente de forma positiva para a sociedade?

Considera a empresa como uma das boas empresas para trabalhar em Portugal?

➤ Desempenho e Estratégia

Objetivos: Identificar temas relevantes para a sustentabilidade da empresa:

- *Expectativas das partes interessadas*
- *Perceção do desempenho da empresa (Ambiente, Social e Económico)*
- *Identificação de Oportunidades de Melhoria sob o ponto de vista das partes interessadas*

Exemplos:

Quais são para si os principais impactes (positivos e negativos) da atividade da empresa?

Qual a sua opinião face às certificações em qualidade, ambiente, segurança e RS da empresa?

Qual a sua opinião relativamente ao desempenho da empresa?

Quais são para si os principais desafios/oportunidades de melhoria da empresa?

➤ Comunicação

Objetivos: Avaliar o envolvimento das empresas com as partes interessadas.

Identificar opinião acerca das formas e conteúdos de comunicação na área da sustentabilidade.

Exemplos:

Como caracteriza a sua relação com a empresa?

Identifique os principais pontos fortes e pontos fracos dessa relação.

Quais os meios de comunicação disponibilizados que costuma consultar?

Qual a informação que gostaria de ver divulgada? Pretende-se identificar assuntos considerados importantes e que não se encontram divulgados (ou se estão divulgados e não “chegam” ao público alvo)?

Como avalia a qualidade da informação disponibilizada?

Como avalia o relatório de sustentabilidade quanto à forma e conteúdo?