

Relato não financeiro no setor das águas minerais naturais: relação ODS e métricas^(*)



Sandra Lopes

Escola Superior de
Tecnologia e Gestão –
Instituto Politécnico de
Leiria



Teresa Eugénio

Escola Superior de
Tecnologia e Gestão –
Instituto Politécnico de
Leiria

RESUMO

Este estudo pretende analisar de que forma as empresas europeias do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) contribuem para o desenvolvimento e implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) publicados pela ONU em Setembro de 2015. Pretende também identificar as métricas publicadas pelas empresas deste setor. Recorre à análise documental de diversas fontes e à técnica da análise de conteúdo de relatórios não financeiros (relatórios integrados, relatórios de sustentabilidade e outros). Pela elaboração deste estudo ficou presente que casos como a Nestlé e a Heineken podem servir como modelo a outras empresas do setor como um relato que alinha os compromissos da empresas com os ODS e que opta pela publicação de um vasto número de métricas tendo em conta os diferentes capitais: humano, natural, intelectual e social e de relacionamento.

Este estudo contribui para o recente debate sobre a implementação dos ODS nomeadamente sobre o papel que as empresas podem desempenhar para a sua concretização.

Palavras-chave: *Relato não financeiro, Relato integrado, Setor das águas minerais, Objetivos de desenvolvimento sustentável, Métricas.*

1. INTRODUÇÃO

A necessidade de aumentar a transparência das informações em matéria social e ambiental que é prestada pelas empresas de todos os setores, é um imperativo. Com este objetivo a Comissão Europeia publicou a DIRETIVA 2014/95/UE DO PAR-

LAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 22 de outubro de 2014, que se refere à divulgação de informações não financeiras e de informações sobre a diversidade. A Comissão alerta os Estados-Membros para a importância de requererem melhorias adicionais da transparência da informação não financeira das empresas, o que, pela sua própria natureza constitui um esforço contínuo. No passado mês de Julho de 2017, Portugal transpôs esta Diretiva com a publicação do Decreto-Lei n.º 89/2017 em Julho de 2017. Este diploma indica que as empresas devem apresentar nas suas contas uma demonstração não financeira, que contenha as “informações bastantes para uma compreensão da evolução, do desempenho, da posição e do impacto das suas atividades, referentes, no mínimo, às questões ambientais, sociais e relativas aos trabalhadores, à igualdade entre mulheres e homens, à não discriminação, ao respeito dos direitos humanos, ao combate à corrupção e às tentativas de suborno”. (DL 89/2017, artigo n.º 3).

Assim é fundamental que as empresas continuem a apostar no seu relato não financeiro, optando por introduzir informações no seu relatório anual, produzindo um relatório integrado ou um relatório autónomo como o relatório de sustentabilidade.

O documento por excelência para divulgar informação não financeira tem sido o relatório de sustentabilidade sem prejuízo do relatório e contas apresentar também informação não financeira. Recentemente surgiu o Relato Integrado, a sua estrutura foi publicada em 2013 no documento: Estrutura Internacional para relato integrado pelo IIRC – *International Integrated Reporting Council*) que pretende apresentar a informação de natureza financeira e informação de natureza não financeira numa perspetiva de pensamento integrado. O objetivo da informação divulgada pelas organizações é propiciar informa-

ção útil que permita aos seus utilizadores a tomada de decisões. Com vista a alcançar este objetivo, a informação que é reportada não pode permanecer estática, necessita de refletir as mudanças que vão ocorrendo na realidade das organizações, a evolução nos sistemas de informação e as necessidades sentidas pelos utilizadores. De acordo com esta orientação, um relatório Integrado (RI) propicia informação para os investidores e os financiadores relativamente à avaliação do risco e ao potencial crescimento de valor, influenciando a gestão e a auditoria do risco. (Rodrigues *et al.* 2016).

Os Relatórios Integrados representam a mais recente tentativa internacional de relacionar o desempenho financeiro com o desempenho de sustentabilidade de uma empresa num único relatório da empresa. O RI deve comunicar “de forma concisa” sobre como a estratégia, governança, desempenho e perspectivas de uma empresa, no contexto do seu ambiente externo, levam à criação de valor sustentável. Ao mesmo tempo, o RI precisa de ser “completo e equilibrado”, ou seja, incluindo em termos gerais, todas as questões materiais, tanto positivas como negativas. (Melloni *et al.* 2017).

Segundo o IIRC (2013a), o pensamento integrado leva em consideração a relação e as interdependências entre um conjunto de fatores que afetam a capacidade de uma organização de gerar valor ao longo do tempo, inclusive os capitais utilizados ou afetados pela organização. Estes capitais são: financeiro, produtivo, intelectual, humano, natural e social e de relacionamento.

Contribuindo para o aprimoramento da perceção sobre a relação entre os desafios ambientais e sociais e os compromissos do desenvolvimento humano no século XXI, em setembro de 2015 a Cúpula da ONU lança os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), em Nova Iorque, reconhecendo a necessidade de considerar as dimensões: social, económica e ambiental de forma equilibrada e integrada. Apresentado preliminarmente em *Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development*, os 17 ODS visam, entre outros, o combate à fome e à pobreza; à promoção da educação inclusiva e equitativa; à igualdade de género e ao empoderamento da mulher; ao emprego pleno e ao trabalho decente; à redução da desigualdade; ao acesso à água, ao saneamento e à energia; a infraestruturas e a cidades sustentáveis; os padrões de produção e consumo sustentáveis; ao combate às mudanças climáticas e os seus impactos; ao uso sustentável dos oceanos, mares e recursos marinhos; à recuperação e à promoção do uso consciente dos ecossistemas terrestres. Dessa forma, dá-se continuidade a compromissos presentes nos 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), lançados no ano 2000 com vista a 2015, que embora não alcançados na sua plenitude, aceleraram o combate a problemas prioritários na agenda de desenvolvimento humano. Para ser exitosa, a agenda de desenvolvimento pós-2015 precisa alcançar escolas (do ensino básico ao superior) e o sector empresarial desde as grandes multinacionais às organizações de pequeno porte e *startups*,

influenciando os seus programas de investigação e reorientando os seus compromissos de inovação, para permitir mais prosperidade com menos utilização de recursos naturais e impactos ambientais. Dada a atualidade desta questão e da sua importância no setor empresarial, um dos objetivos deste estudo é analisar qual a relação dos ODS com o relato integrado (ou de sustentabilidade) e em que medida é que as empresas os relatam.

Este estudo incide sobre o sector de produtos alimentares e bebidas na categoria das águas, sendo este um setor fundamental à qualidade de vida do ser humano. O ODS 6 tem por título “água limpa e saneamento”, sendo uma das suas orientações: promover o uso sustentável, equilibrado e equitativo de água de boa qualidade (UNRIC, 2016b). O setor empresarial que desenvolve a sua atividade nesta área pode contribuir significativamente para o alcance deste ODS.

Analisando o relato empresarial também este estudo tenta promover o ODS 16 “Paz, justiça e instituições eficazes”. Instituições eficazes são aquelas que, entre outros aspetos, são responsáveis e transparentes a todos os níveis. O relato empresarial no geral, e o relato integrado ou o relato de sustentabilidade em particular, promovem a transparência das empresas tornando-as mais próximas dos seus *stakeholders* e respondendo a um maior número de interesses coletivos.

A escolha pelo sector deve-se também ao facto, de ser um setor com reduzida investigação e disponibilização de informação e ser um setor em crescimento não só em Portugal mas a nível mundial (dados revelados pela Globaldate, Canada, 2016, acedido em Junho 2017).

Este estudo incide sobre o relato não financeiro. Vários são os autores que consideram que a investigação sobre relato não financeiro é ainda insuficiente e que é necessário continuar a aprofundar esta temática. Assim este estudo pretende colmatar essa lacuna incidindo sobre o relato de sustentabilidade ou relato integrado publicado por empresas do sector de produtos alimentares e bebidas da categoria das águas. Os objetivos do estudo são (1) perceber de que forma é que as empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) contribuem para o desenvolvimento e implementação dos ODS; (2) identificar as métricas relativas aos diferentes capitais, divulgadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais).

É utilizada uma metodologia qualitativa, recorrendo á análise documental de várias fontes e à técnica de análise de conteúdo aos últimos relatórios de sustentabilidade ou relatórios integrados publicados até finais de 2016 pelas empresas da amostra. A amostra é composta por sete relatórios de cinco instituições europeias, do sector de produtos alimentares e bebidas: Nestlé – Suíça, Danone – França, Coca-Cola – Península Ibérica, Heineken – Países Baixos – Holanda, Delta Cafés – Portugal, Central Cervejas – Portugal, Unicer – Portugal.

Os principais resultados evidenciam que as empresas da amostra abordam temáticas que tocam os diferentes ODS, mas nem todas os referem de uma forma explícita. Considera-se que as práticas divulgadas pela Nestlé e pela Heineken relativas às suas ações para a implementação e compromissos assumidos na linha dos ODS pode servir de inspiração a outras empresas.

Quanto às métricas relativas aos diferentes capitais publicadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais), concluiu-se que as empresas da amostra apresentam métricas para todos os indicadores dos 4 capitais estudados, no entanto tendem a divulgar, em média, mais indicadores sobre o capital natural (71%), seguido do capital humano (64%), capital intelectual (63%) e por último o capital social (39%).

O presente estudo encontra-se estruturado da seguinte forma: na secção seguinte apresenta-se a revisão da literatura e o desenvolvimento dos objetivos, seguido da metodologia, explicando o método de investigação, descrição da amostra e recolha de dados. Posteriormente são analisados os resultados e finaliza-se com as conclusões, limitações e pistas de investigação futura.

2. REVISÃO DE LITERATURA E CONTEXTO DO RELATO NÃO FINANCEIRO

2.1. O Relato de Sustentabilidade e o Relato Integrado – Breve contextualização

Na década de 70 começaram a publicar-se os primeiros relatórios de informação não financeira, os relatórios ambientais (Eugénio *et al.*, 2010). Na década de 90 com a criação do *Global Reporting Initiative* e de outros organismos com trabalho importante nesta área, a publicação de relatório de sustentabilidade começa a despertar (em particular a partir de 2000). A *Global Reporting Initiative* (GRI) é uma organização internacional independente, com sede em Amsterdão, criada em 1997 com a missão de disseminar a prática dos relatórios de sustentabilidade, de forma que ele se torne padrão entre as empresas. Ela fornece as diretrizes e orientações para facilitar a comunicação de informações do desenvolvimento sustentável de uma organização (GRI, 2007). Hoje são muitas as empresas que seguem as diretrizes de elaboração de um relatório de sustentabilidade proposto pela GRI.

Na década de 90, o relatório não financeiro alavancou por mérito das grandes empresas multinacionais e hoje, mais de 95% das 250 maiores empresas do mundo (G250) e 69% das empresas N100 negociadas publicamente (as mais de 100 empresas por receita em 34 países) divulgam o seu desempenho na área da sustentabilidade (KPMG, 2011). Estes dados demonstram que as empresas aderem significativamente ao modelo internacional de relato da sustentabilidade, GRI, e comecem a transformá-lo na tradução prática da sustentabilidade empresarial (Moneva *et al.*, 2006).

De acordo com os dados do Corporate Register (2017), entre 2012 e 2016 foram publicados 88.585 relatórios de sustentabilidade. Em Portugal foram publicados 552 relatórios neste período e 13 do setor de produtos alimentares.

O relato integrado surgiu num passado mais recente com a criação do IIRC em 2010 e com a publicação da estrutura do relato integrado em 2013. O IIRC é um conselho advindo de uma coalizão global de reguladores, investidores, empresas, definidores de padrões, profissionais do setor da contabilidade e organizações não-governamentais, que compartilham uma visão da necessidade da evolução dos relatórios corporativos. O IIRC defende que esses relatórios devem fornecer uma comunicação concisa a respeito da estratégia, gestão, desempenho e suas perspectivas, considerando também o ambiente externo, apresentando, desta forma, a criação de valor no curto, médio e longo prazo.

O relatório integrado é apresentado como algo mais do que apenas a publicação de um relatório que compreende informação financeira e não financeira (Jensen e Berg, 2012). De acordo com IIRC o relatório integrado é um “documento conciso sobre como a estratégia, a governança de uma organização e o contexto do ambiente externo, levam à criação de valor a curto, médio e longo prazo. O relatório integrado deve ser elaborado de acordo com esta estrutura”. (IIRC, 2013a, p.7).

Trata-se de uma representação clara e concisa de como uma organização cria e sustenta valor, tendo em conta fatores económicos, sociais e ambientais (IIRC, 2013b). Afirma-se que os relatórios integrados podem ajudar a impulsionar a mudança organizacional, para resultados mais sustentáveis (Eccles e Krzus, 2010). Alguns autores defendem que este relato promete ter uma visão holística, estratégica, responsiva, material e relevante em vários quadros do tempo (Adams e Simnett, 2011). Esta proposta incorpora o trabalho do *Internacional Integrated Reporting Council* (IIRC), da *Global Reporting Initiative* (GRI), do *World Business Council* para o desenvolvimento sustentável, do *The World Resources Institute*, e do Pacto Global da ONU. (Collin *et al.* 2014).

A utilização das diretrizes da GRI na versão quatro (GRI G4) e as orientações do IIRC possibilitam a integração das informações económicas, ambientais e sociais, e tem como objetivo integrar a sustentabilidade na estratégia da empresa, melhorando a qualidade das suas informações, tornando-as mais transparentes e com maior clareza para todas as suas partes interessadas. Essa iniciativa, além de representar uma melhoria na transparência, auxilia a empresa a conhecer e demonstrar o seu processo de criação de valor no decorrer do tempo (curto, médio e longo prazo) e como a empresa realiza a manutenção deste valor.

O relatório integrado é uma prática híbrida que abrange os diferentes mundos dos relatórios financeiros e relatórios de sustentabilidade. Isso visa fornecer uma visão verdadeira e justa do valor da empresa. Os relatórios integrados podem assim

ser conceitualizados como uma constelação de várias lógicas de avaliação que devem ser reconciliadas para atingir um estado de legitimidade (Koen, 2014).

2.2. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU

A viragem do século foi interpretada pela ONU, com um momento único e simbólico para articular um novo impulso para a Organização. Em setembro de 2000, Chefes de Estado e de Governo, reunidos a nível de Cimeira, aprovaram a Declaração do Milénio. A seção III desta Declaração foca o tema “Desenvolvimento e erradicação da pobreza” e foi o principal documento de referência para a formulação dos Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM). Os objetivos representam uma parceria entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento, tendo em vista criar um clima, tanto a nível nacional como mundial, que conduza ao desenvolvimento e à eliminação da pobreza (MDR, 2010). “Não podemos desiludir os milhares de milhões de pessoas que esperam que a comunidade internacional cumpra a promessa de um mundo melhor contida na Declaração do Milénio. Cumpramos essa promessa.” Palavras do Secretário das Nações Unidas, Ban Ki-Moon, citado (MDR, 2010).

Os ODS são construídos a partir das conquistas dos ODM, que produziram o mais bem sucedido movimento de combate à pobreza na história durante o período de 2000 a 2015.

De acordo com o relatório MDR (2010), a proporção da população mundial vivendo abaixo da pobreza extrema caiu para mais da metade entre 2002 e 2012. A proporção de crianças sofrendo de nanismo com menos de 5 anos caiu de 33% em 2000 para 24% em 2014. Entre 1990 e 2015, os indicadores de mortalidade materna no mundo caíram 44%, enquanto o número de mortalidade de crianças com menos de 5 anos caiu para metade.

Em 2015, 6,6 bilhões de pessoas, ou 91% da população global, usaram uma fonte melhorada de água potável, comparados a 82% em 2000. Além disso, a assistência oficial ao desenvolvimento totalizou 131,6 bilhões de dólares em 2015, aumento de 6,9% em termos reais na comparação com 2014 e representa o nível mais alto já alcançado.

Para a promoção do desenvolvimento social, económico e ambiental, foram apresentados 17 objetivos, 169 metas e 231 indicadores, que até 2030, estarão a ser debatidos, articulados e mobilizados pelos sectores das sociedades (UN, 2016).

Os cinco elementos essenciais para o alcance dos ODS, tal como a figura abaixo, são: Pessoas – erradicar a pobreza e a fome de todas as maneiras e garantir a dignidade e a igualdade; Prosperidade – garantir vidas prósperas e plenas, em harmonia com a natureza; Paz – promover sociedades pacíficas, justas e inclusivas; Parcerias – implementar a agenda por meio de uma parceria global sólida; Planeta – proteger os recursos naturais e o clima do nosso planeta para as gerações futuras.



Figura 1 – Elementos essenciais para o alcance dos ODS, 2016

Fonte: Guia Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (UNRICa, 2016).

Portugal teve uma participação importante no processo da definição da agenda 2030, com destaque para a defesa mais vinculada dos objetivos de promover sociedades pacíficas e inclusivas, de erradicar todas as formas de discriminação e de violência com base no género e de conservar os mares e oceanos, gerindo os seus recursos de forma sustentável. O documento adotado na Cimeira, para vigorar até 2030, tem a designação de “Transformando o nosso Mundo: a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável de 2030”. Citado de Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, I.P., a entidade que foi responsável pela coordenação da posição nacional sobre a agenda pós 2015.

Pretende-se identificar metas mais específicas, atender às necessidades humanas, reduzir a fome e a pobreza, e preservar os sistemas básicos de suporte de vida do planeta, em fóruns mundiais e conferências globais recentes, tratados ambientais internacionais e avaliações. Ao fazê-lo, o Conselho em 1995 antecipou os objetivos da declaração do milénio de 2000, muito dos quais foram incorporados na sua análise de metas. Menos otimistas do que a ONU, o Conselho determinou que levaria uma geração para alcançar os objetivos de 2015 do Milénio e outra geração para alcançar os objetivos do conselho de atender as necessidades humanas para a população em 2050 (Kates et al., 2005).

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, fixados na cimeira da ONU, em Nova Iorque (EUA), de 25 a 27 de setembro de 2015, são apresentados na figura 2. Trata-se da nova agenda de ação até 2030, que se baseia nos progressos e lições aprendidas com os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milénio, entre 2000 e 2015. Esta agenda é fruto do trabalho conjun-

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Figura 2 – Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Fonte: Guia Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, (UNRIC, 2016a).

to de governos e cidadãos de todo o mundo para criar um novo modelo global para acabar com a pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar de todos, proteger o ambiente e combater as alterações climáticas (UNRIC, 2016a).

As empresas são sem dúvida, um motor para a implementação desta agenda através de parcerias que podem elaborar quer a montante quer a jusante com os seus diversos e múltiplos *stakeholders*. Ou diretamente sobre determinados ODS face ao setor de atividade em que operam.

2.3. Capitais do Relato Integrado e Métricas de Sustentabilidade

O modelo de relato integrado apresentado no documento: “Estrutura internacional para relato integrado” publicada pelo IIRC (2013a), como já referido, apresenta linhas orientadoras para a elaboração do relato integrado. Nele podemos encontrar os princípios básicos que sustentam a preparação de um relatório integrado, informando o conteúdo do relatório e a forma como a informação é apresentada (IIRC, 2013a, p.5). Estes princípios básicos são: (1) Foco estratégico e orientação para o futuro: Um relatório integrado deve oferecer uma visão da estratégia da organização e como esta se relaciona com a capacidade da organização de gerar valor no curto, médio e longo prazo, bem como com o uso que faz dos capitais e seus impactos sobre eles; (2) Conectividade da informação: Um relatório integrado deve mostrar uma imagem holística da combinação, do inter-relacionamento e das dependências entre os fatores que afetam a capacidade da organização de gerar valor ao longo do tempo; (3) Relações com partes interessadas: Um relató-

rio integrado deve prover uma visão da natureza e da qualidade das relações que a organização mantém com suas principais partes interessadas, incluindo como e até que ponto a organização entende, leva em conta e responde aos seus legítimos interesses e necessidades; (4) Materialidade: Um relatório integrado deve divulgar informações sobre assuntos que afetam, de maneira significativa, a capacidade de uma organização de gerar valor no curto, médio e longo prazo; (5) Concisão: Um relatório integrado deve ser conciso; (6) Confiabilidade e completude: Um relatório integrado deve abranger todos os assuntos relevantes, tanto positivos quanto negativos, de maneira equilibrada e isento de erros materiais; (7) Coerência e comparabilidade: As informações em um relatório integrado devem ser apresentadas: (a) em bases coerentes ao longo do tempo; e (b) de maneira a permitir uma comparação com outras organizações na medida em que seja material para a capacidade da própria organização de gerar valor ao longo do tempo.”

Um relatório integrado abrange oito Elementos de Conteúdo que estão fundamentalmente vinculados uns aos outros e não são mutuamente excludentes (IIRC, 2013a, p.5): Visão geral organizacional e ambiente externo: O que a organização faz e sob que circunstâncias ela atua?; Governança: Como a estrutura de governança da organização apoia a sua capacidade de gerar valor no curto, médio e longo prazo?; Modelo de negócios: Qual é o modelo de negócios da organização?; Riscos e oportunidades: Quais são os riscos e oportunidades específicos que afetam a capacidade da organização de gerar valor no curto, médio e longo prazo, e como a organização lida com eles?; Estratégia e alocação de recursos: Para onde a organização deseja ir e como ela pretende chegar lá?; Desempenho: Até

que ponto a organização já alcançou os seus objetivos estratégicos para o período e quais são os impactos no que respeita aos efeitos sobre os capitais?; Perspetiva: Quais são os desafios e as incertezas que a organização provavelmente enfrentará ao perseguir a sua estratégia e quais são as potenciais implicações para o seu modelo de negócios e o seu desempenho futuro?; Base para apresentação: Como é que a organização determina os temas a serem incluídos no relatório integrado e como é que estes temas são quantificados ou avaliados?"

O propósito desta estrutura é estabelecer Princípios Básicos e Elementos de Conteúdo que guiem o conteúdo geral de um relatório integrado, e explicar os conceitos fundamentais que os sustentam (IIRC, 2013a, p.7).

A implementação do processo de Relato Integrado é focado em seis capitais financeiro, produtivo, intelectual, humano, social e de relacionamento, e natural. No anexo 1 pode encontrar-se maior detalhe destes capitais. O Relato Integrado coloca os capitais financeiros e não financeiros juntos, refletindo assim uma visão integrada. Os capitais apresentam os dois aspetos mais relevantes nas organizações: dinheiro e pessoas. Se por um lado a importância de uma gestão financeira rigorosa é reconhecida desde longa data, somente recentemente se reconheceu a importância do desenvolvimento de talentos como uma prioridade para os gestores (Tilley, 2014). Juntamente com os fatores financeiros, a dimensão humana ganha maior relevância dentro das organizações como fator de crescimento: relacionamento com clientes e fornecedores, desenvolvimento de talentos e capital intelectual. O Relato Integrado vai além do relato habitual dos capitais financeiros e produtivos, conside-

rando também os capitais relacionados com atividades humanas (intelectual, social e de relacionamento) e com os recursos naturais (IIRC, 2013a).

Os capitais são repositórios de valor que aumentam, diminuem ou transformam-se por meio das atividades e produtos da organização. E.g., o capital financeiro de uma organização aumenta quando ele gera lucro, e a qualidade de seu capital humano melhora quando os empregados recebem melhor formação. O stock geral de capitais não permanece fixo ao longo do tempo. Há um fluxo constante entre e dentro dos capitais à medida que eles aumentam, diminuem ou se transformam. E.g. quando uma organização melhora o seu capital humano por meio de formação, os custos incorridos com a formação reduzem o capital financeiro. O efeito é que o capital financeiro se transforma em capital humano. Embora isto seja um exemplo simples e apresentado apenas numa perspetiva da organização, ele reflete a interação e transformação contínua entre capitais, embora com diferentes taxas e impactos (IIRC, 2013a, p.12).

A componente mais crítica do Relato Integrado é a identificação da forma como a organização cria valor através da utilização do seu modelo de negócio para a seleção dos elementos a utilizar, o seu processo é a criação de resultados. O processo de criação de valor é o aumento, diminuição e transformação dos elementos definidos como capitais de acordo com a visão, missão, valores e capitais da organização. Os gestores poderão pensar nos capitais como ativos líquidos e no modelo de negócio como algo semelhante a uma demonstração de resultados (Fried *et al.*, 2014). O processo da criação de valor encontra-se representado na figura 3.

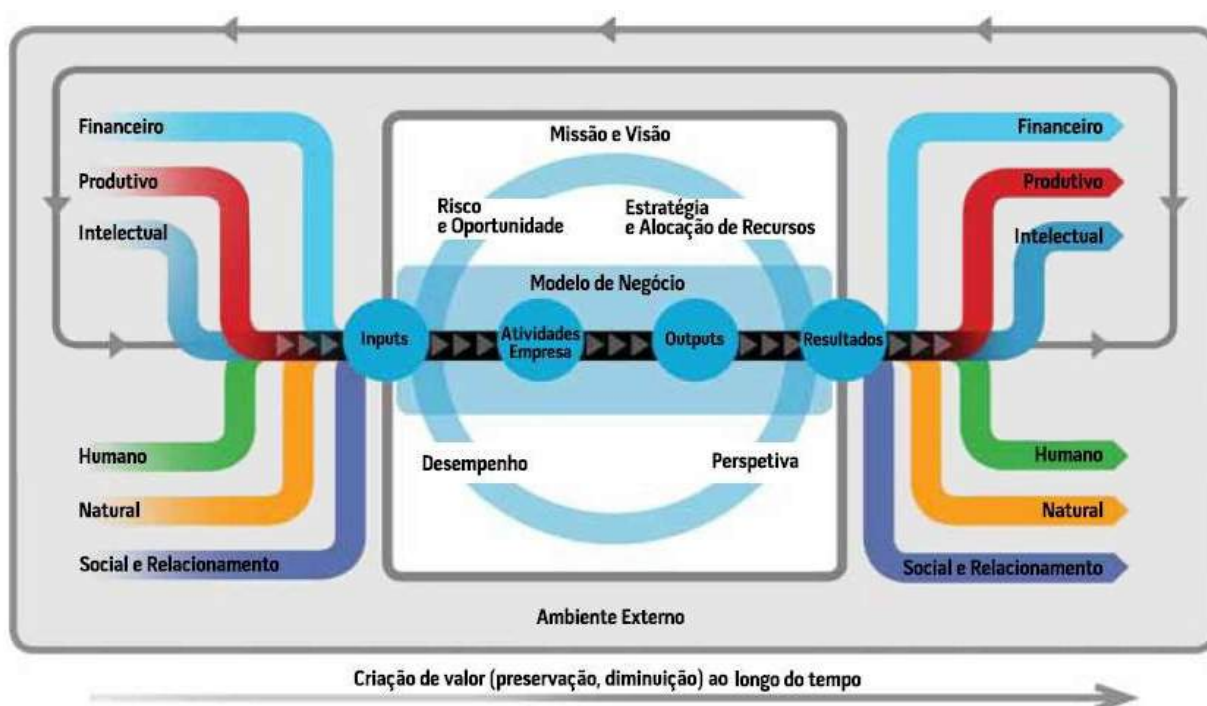


Figura 3 – Processo da Criação de Valor
 Fonte: Adaptado da Estrutura Conceptual (IIRC, 2013a)

O processo esquematizado na figura anterior, de criação de valor por uma organização, é um processo dinâmico orientado pela visão e missão que identificam de forma clara e concisa a finalidade da organização e o percurso que se pretende seguir, no contexto do seu ambiente externo que engloba as condições económicas, sociais, ambientais e tecnológicas. O núcleo deste processo é o modelo de negócio da organização que determinam os recursos que são necessários – os capitais, a sua forma de utilização e como estes são transformados no produto ou serviço pretendido. Desta forma, a estratégia da organização deve procurar a alocação e conjugação de recursos que consideram os riscos e as oportunidades existentes e permitam a obtenção do melhor desempenho (Rodrigues *et al.*, 2016).

O processo de reconhecimento e divulgação das informações não financeiras está a crescer entre as organizações onde a aplicação do relato integrado ou do relato de sustentabilidade pode criar melhorias. Essas melhorias incluem planeamento estratégico, apresentação dessa estratégia e mensuração do desempenho. Ao longo do tempo, o relato integrado e o relato de sustentabilidade desempenharam um papel destinto para as organizações. Sendo que as métricas de desempenho são fundamentais, quer para o investimento financeiro, quer pela diferenciação dos seus negócios, melhorando a reputação e construindo relacionamentos mais próximos com as partes interessadas (Ey, 2014). Nas diretrizes para elaboração de um relatório de sustentabilidade GRI (G4) são apresentados um vasto conjunto de indicadores no sentido de auxiliar os leitores deste relato a tomarem as melhores decisões.

Seguindo o modelo do GRI (para o relatório de sustentabilidade) as empresas encontram uma sugestão de 91 indicadores repartidos pelos 3 pilares da sustentabilidade: Económico, ambiental e social. Apresenta 9 Indicadores do Desempenho Económico; 34 Indicadores de Desempenho Ambiental e 48 Indicadores de Desempenho Social (estão são divididos em 4 temas: Práticas laborais (14 indicadores); Direitos humanos (12 indicadores); Sociedade (11 indicadores) e Responsabilidade pelo produto (9 indicadores). O modelo do IIRC (para o relato integrado) não apresenta indicadores diretos mas recomenda a utilização dos indicadores do GRI quando adequado.

Para o presente estudo, com o objetivo de identificar as métricas divulgadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas, optou-se por seguir as métricas sugeridas por Eugénio e Branco (2016) e adaptadas do IIRC (2014), IMI – ACCA (2016) e GRI G4. Assim, a análise aos relatórios quer de sustentabilidade quer integrados das empresas da amostra tiveram em conta as métricas dos 4 capitais diretamente relacionados com informação não financeira (intelectual; humano, social e de relacionamento; e natural), de acordo com a tabela 1.

Capital	Métricas
Intelectual	<ul style="list-style-type: none"> - número de patentes requeridas - despesas com projetos de investigação e desenvolvimento - número de testes com nova tecnologia - reconhecimento da marca - outros podem incluir: <ul style="list-style-type: none"> • número de novos produtos desenvolvidos • despesas com desenvolvimento de mudança organizacional/desenvolvimento de processos • despesas com o desenvolvimento de software para sistemas internos • vendas geradas por produtos originados de I&D
Humano	<ul style="list-style-type: none"> - número de empregados - diversidade - investimento total em formação - empregados em e-learning da organização - idade média - média de dias de formação por empregado - resultados de inquéritos aos empregados - lesões por milhões de horas de trabalho - taxa de absentismo - taxa de demissão - relação ao salário mínimo
Social e de relacionamento	<ul style="list-style-type: none"> - ranking de “melhores empresas para trabalhar” - número de voluntários - reclamações / processos judiciais - envolvimento em ações sociais - envolvimento em projetos culturais - índice de satisfação do cliente - dotação para projetos sociais - “investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)
Natural	<ul style="list-style-type: none"> - emissões de CO2 - consumo de energia por fonte de energia - quantidades de resíduos - acidentes ambientais - resíduos reciclados - investimentos em proteção ambiental - animais adquiridos para testes

Tabela 1 – Métricas para informação não financeira

Fonte: Eugénio e Branco (2016). Informação adaptado por estes autores com base no IIRC (2014); IMI-ACCA (2016); GRI G4.

3. METODOLOGIA

3.1. Método de Investigação

O presente estudo tem por objetivo (1) perceber de que forma é que as empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) contribuem para o desenvolvimento e implementação dos ODS; (2) identificar as métricas de informação não financeira divulgadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais).

Para alcançar os objetivos propostos, este estudo segue uma metodologia de investigação qualitativa, através da análise documental e recorrendo à técnica de análise de conteúdo. A técnica da análise de conteúdo de acordo com Bardin (2004) é um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do

conteúdo das mensagens. A sua intenção é a inferência de conhecimentos relativos às condições e produção (ou, eventualmente, de receção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não). Diversos autores discorrem sobre essa técnica, com a finalidade de lidar com a subjetividade dos estudos qualitativos; no entanto, estes métodos não devem ser considerados como um modelo exato e rígido (Mozzato & Grzybowski, 2011). Neste estudo foi efetuada uma análise documental a várias fontes e análise de conteúdo a todos os relatórios da amostra, tendo sido construído um instrumento de análise quer para o objetivo 1 quer para o objetivo 2.

3.2. Descrição da Amostra

A amostra selecionada para a presente investigação é composta por sete empresas europeias do sector de Produtos Alimentares e Bebidas, presentes em cinco países: (Nestlé – Suíça, Danone – França, Coca-Cola – Península Ibérica, Heineken – Países Baixos – Holanda, Delta Cafés – Portugal, Central Cervejas – Portugal, Unicer – Portugal). Os relatórios foram recolhidos através da base de dados do *Global Reporting*: <http://database.globalreporting.org/search/> de 2017).

A escolha, por empresas europeias deve-se ao facto, de serem empresas com maior probabilidade de transações comerciais e distribuição, na vertente burocrática e custos. A seleção das empresas para o estudo, não foi aleatória, sendo que, todas são do mesmo sector, e no caso da Nestlé, Danone, Coca-Cola e Heineken, com notoriedade e distribuição a nível global. São organizações que trabalham a categoria das águas, Nestlé uma das marcas é a “Aquarel”, a Danone uma das marcas é a “Font Vella”, e a Coca-Cola uma das marcas que comercializa é a “AquaBona”. Ambas presentes na rede de distribuição nacional e.g. El Corte Inglés. No caso do grupo cervejeiro Heineken, a escolha deve-se ao facto, de fazer parte da Sociedade Central de Cervejas, que comercializa a nível nacional a marca líder do mercado na categoria das águas minerais naturais: a marca “Luso”. A Unicer, por ter a marca Vitalis, na categoria das águas, que segundo os dados da APIAM (2016), está na segunda posição do mercado, e a Delta Cafés, por comercializar a marca Vimeiro, que se distingue das referidas anteriormente pelo seu posicionamento, preço e características. Para fazer parte da amostra, além do setor e do país (europa) as empresas tinham de ter já publicado um relatório de sustentabilidade ou relatório integrado.

A escolha pelo sector de produtos alimentares e bebidas deve-se ao facto, de ser um sector com carência de investigação, fraca disponibilização de informação, e ser um sector em crescimento pela entrada de novos conceitos e produtos, como e.g., “bio” “free from”, “saúde” e “bem-estar”. A categoria das águas pela sua ligação direta a um dos ODS, o ODS 6: “água limpa e saneamento”. Uma das orientações deste ODS é: promover o uso sustentável, equilibrado e equitativo de água de boa qualidade (ONRIC, 2016). Por outro lado, enquanto produ-

to, a água tem uma tendência de consumo crescente, não só em Portugal mas a nível mundial (dados revelados pela *Global-date Canadian*, 2016, acedido em Junho 2017).

3.3. Recolha de Dados

Existe uma variedade de fontes documentais através das quais se pode gerar informação. E.g., edições do Diário da República, jornais, revistas, newsletters, manuais e outras publicações, correspondências (física ou eletrónica), projetos e propostas de projetos, relatórios, diários, memorandos, arquivos históricos, anúncios publicitários, contratos, websites, entre outros (Major e Vieira, 2009). Nesta pesquisa foram analisados vários documentos tais como relatórios integrados, relatórios de sustentabilidade, outros relatórios de informação não financeira, relatórios de gestão, páginas web, revistas da especialidade na área de produtos alimentares e bebidas, entre outros.

A leitura preliminar destas fontes tiveram como objetivo identificar as principais características do setor, um maior conhecimento das empresas da amostra e uma caracterização da forma de publicação de informação não financeira escolhida por cada empresa.

Para perceber de que forma é que as empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) contribuem para o desenvolvimento e implementação dos ODS foi realizada uma leitura integral do último relatório de informação não financeira (relatório integrado, relatório de sustentabilidade ou outro) publicado à data de Maio 2017, de cada empresa da amostra. Desta leitura resultaram conclusões sobre o envolvimento de cada empresa com os ODS e de que forma eles são integrados na sua estratégia, nos seus compromissos e como é que as suas ações podem contribuir para ao desenvolvimento e implementação destes ODS. Para melhor ilustrar essas conclusões foram elaboradas tabelas de correspondência entre compromissos e ODS para as empresas que apresentavam essa relação clara e recorreu-se a excertos dos relatórios sempre que foi considerado oportuno.

Para identificar as métricas relativas aos diferentes capitais, divulgadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) foi utilizado o método de análise documental e análise de conteúdo. Após a leitura e análise dos relatórios de informação não financeira (de sustentabilidade, integrados ou outros) da amostra, foi elaborado um instrumento de trabalho utilizado para todos os relatórios, com base nas métricas identificadas na tabela 1 (Métricas para informação não financeira). A análise foi efetuada para 4 capitais indicados pelo IIRC (os mais focados na informação não financeira): intelectual, humano, social e de relacionamento, e natural. Foi definida uma escala onde 0 = não (não foi divulgada no relatório essa métrica) ou 1 = sim (sim, foi divulgada no relatório essa métrica).

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta secção apresenta-se primeiro a discussão dos resultados objetivo um e posteriormente do objetivo dois. Da análise detalhada do relato não financeiro das sete empresas analisadas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais), situadas em países europeus, concluímos que o seu relato não financeiro apresenta nomes diferentes e seguem diretrizes diferentes, como apresentado na tabela 2. No seu título alguns relatórios fazem referência à criação de valor (conceito associado ao relato integrado, caso da Nestlé), outros referem a saúde através da alimentação (conceito associado ao bem estar e também aos ODS, caso da Danone); outros fazem a ligação ao futuro ou à contribuição para um mundo melhor caso da Coca Cola, Central de Cervejas e Heineken) e outros optam por um nome simples como relatório de sustentabilidade (caso da Delta) ou por considerar este relatório um apoio direto á gestão (caso da Unicer).

Das empresas da amostra 3 publicaram um relatório integrado, com ano de publicação mais recente: Nestlé, 2017; Danone, 2016; Heineken, 2017. Todos estes relatórios seguiram o GRI, sendo que a Nestlé e a Heineken seguiram a versão mais recente – GRI G4, em conformidade, ou seja são as empresas que seguiram mais de perto as Diretrizes de elaboração de um relatório de sustentabilidade proposto pelo GRI. Note-se que a GRI sugeriu a utilização da versão 4, para os relatórios publicados após 31 de Dezembro de 2015. Duas das empresas da amostra publicaram um relatório de sustentabilidade (Delta Cafés e Unicer, ambas portuguesas), seguindo a versão GRI – G3, com um nível de aplicação B+. Note-se que o último relatório publicado à data de Maio 2017, havia sido publicado em 2012 e 2014, respetivamente. A Coca-cola e a Central de Cervejas optaram por outros modelos de relato não financeiro, publicados em 2016 e 2011 respetivamente.

Desta forma obtivemos uma amostra diversificada quanto às linhas de orientação a seguir para a elaboração deste relato. De salientar também a diferença de “quantidade” de conteúdo apresentado face ao números de paginas que cada relatório apresen-

ta, sendo o relatório com menor numero de páginas o da Central de Cervejas (28 páginas) e o maior, o da Nestlé (179 páginas).

4.1. Contribuição das Empresas para o desenvolvimento e implementação dos ODS

Para perceber de que forma é que as empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) contribuem para o desenvolvimento e implementação dos ODS, foram analisados cuidadosamente os relatórios das diferentes empresas, com particular atenção para a informação que fizesse a ligação aos ODS. Como forma de ilustrar a posição de cada empresa face aos ODS, optou-se por fazer uma análise resumida individualizada de cada uma delas. O caso da Nestlé é apresentado de forma mais detalhada que os seguintes por ser a empresa que mais informação apresenta com ligação aos ODS.

● NESTLÉ

O relatório completo da Nestlé: *Nestlé in Society Creating Shared Value and meeting our commitments 2016*, ao longo de 176 páginas, demonstra o progresso, objetivos e ambições da empresa e como os seus compromissos têm contribuindo para a sociedade.

As prioridades para a criação de valor são as áreas de maior interseção entre a Nestlé, os negócios e a sociedade, onde também podem aportar maior diferenciação. A nutrição reforçando compromissos para permitir vidas mais saudáveis e mais felizes, com o foco nas famílias, lactantes e crianças; o desenvolvimento rural, para ajudar a desenvolver comunidades prósperas e resilientes com o apoio de meios de subsistência; a água uma questão crítica para o planeta e segurança alimentar; sustentabilidade ambiental e a água reforçando os compromissos na preservação dos recursos naturais para as gerações futuras; direitos humanos, emprego justo e diversidade, proporcionando a empregabilidade a jovens, incentivando a que outros parceiros o façam também.

Organização	País	Tipo de Relatório	Titulo do Relatório	Diretrizes Relatórios	Ano Publicação	Nível Aplicação	Nº pág
Nestlé	Suiça	RI	Nestlé in Society Creating Shared Value and meeting our commitments	GRI-G4	2017	Em conformidade	179
Danone Group	França	RI	Bringing Health through Food to as Many people as possible	Citando-GRI	2016	Nenhum	72
Coca-Cola Ibérica	Espanha	Outro	Liderando el futuro	Ñ GRI	2016	Nenhum	119
Heineken	Holanda	RI	Brewing a Better World	GRI-G4	2017	Em conformidade	172
Delta Cafes	Portugal	RS	Relatório de Sustentabilidade 2011	GRI-G3.1	2012	B+	45
Central Cervejas	Portugal	Outro	Produzindo um futuro melhor	Ñ GR	2011	Nenhum	28
Unicer	Portugal	RS	Take Root Management Report 2013	GRI-G3	2014	B+	67

Tabela 2 – Descrição do Relato Não Financeiro das empresas da Amostra
Legenda: RI = Relatório Integrado; RS = Relatório de Sustentabilidade Fonte: Elaboração Própria

Nestlé	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Segurança Alimentar e Nutricional	X	X	X		X					X			X	X	X		X
Subnutrição		X	X		X					X		X					X
Marketing Responsável e Influyente			X	X								X	X				X
Segurança de Alimentos e Produtos			X														X
Bem-estar dos Animais			X														X
Desenvolvimento Rural e Pobreza	X	X		X	X	X		X	X	X						X	X
Rastreabilidade												X		X	X		X
Empoderamento das Mulheres	X	X	X		X			X		X							X
Preservação da Água						X						X		X			X
Água, Saneamento e Higiene	X	X	X			X								X			X
Preservação de Recursos Naturais		X				X						X	X	X			X
Mudanças Climáticas		X				X	X		X			X		X			X
Eficiência de Recursos e Resíduos		X					X		X		X	X	X	X			X
Ética Empresarial								X								X	X
Direitos Humanos	X							X		X						X	X
Emprego e Empregabilidade	X			X	X			X		X						X	X
Segurança dos Funcionários, saúde e Bem-estar			X			X		X									X

Tabela 3 – Indicadores da Atividade Nestlé, impacto direto e indireto dos ODS

Fonte: Elaboração própria, com base no Relatório Suíça, Nestlé: Nestlé in Society Creating Shared Value and meeting our commitments, 2016

Pela análise detalhada do seu relato foi possível construir a tabela seguinte, que apresenta os indicadores da atividade Nestlé, e o impacto direto e indireto nos diferentes ODS.

Os objetivos estabelecem uma visão para acabar com a pobreza, fome e a desigualdade e proteger os recursos naturais até 2030. Os 17 objetivos estão interligados e estão a ser integrados na estratégia de criação de valor da Nestlé, com ênfase no maior impacto positivo. Servindo como guia de ações e orientações das ambições e compromissos.

A Nestlé publica há quatro anos, os seus compromissos para se responsabilizar publicamente pelo seu desempenho. Sendo também, uma forma de medir o seu progresso e que à mais para fazer. Em 2016, fizeram uma extensa revisão interna dos seus compromissos, de acordo com as ambições para 2030, introduziram novos compromissos para avançar e apro-

	Nutrição, saúde e bem-estar
	Desenvolvimento Rural
	Água
	Sustentabilidade Ambiental
	Direitos Humanos e conformidade
	População Interna

Figura 4 – Símbolos Nestlé

Fonte: Elaboração própria, com base no Relatório Suíça, Nestlé: Nestlé in Society Creating Shared Value and meeting our commitments, 2016

Nestlé	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		4	1_15								7;9						
	16;17	16;18;19	18	16;20;21	16	16		16;17				16	16	19	16;19		16
				25		22_26			22;24			22;24	25	24	25		
		33					29;30;31		29;31		29;30;31	29_33	27;28;33		33		32
	35							35;36;37		35						34;35;36	
			42		38			39;41		38;39	39	40					

Tabela 4 – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável alinhados com os compromissos da Nestlé.

Fonte: Elaboração própria, com base no Relatório Suíça, Nestlé: Nestlé in Society Creating Shared Value and meeting our commitments, 2016.

fundar os anteriores. Todos os compromissos estão alinhados com os negócios. A Figura 4 ilustra os símbolos e a correspondente descrição de cada símbolo, utilizados no relatório.

O mapeamento da materialidade da Nestlé associados a compromissos, alinhados com o desenvolvimento estratégico, pode ser consultado no relatório. Além do mapeamento da materialidade, a Nestlé reavisa também os objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU com os 42 compromissos. Sendo ações que contribuem para a execução dos ODS. A Tabela 4 ilustra o alinhamento dos ODS com os 42 compromissos.

Pela análise detalhada deste documento conclui-se que a Nestlé estabelece as suas ambições apoiadas nos objetivos de desenvolvimento de sustentabilidade (ODS). Este é um marco diferenciador no seu relatório e que contribui de forma muito direta para a implementação e alcance de vários ODS. Estando a empresa envolvida nesta questão desde a administração aos operacionais.

Na mensagem do presidente pode ler-se:

The second milestone for Nestlé in 2016 was the first anniversary of the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) with the definition of a clear indicator framework and a solid recognition of the role of the private sector and its contribution in the spirit of Creating Shared Value. (...)

Nestlé plays its full part in meeting the SDGs not only through our Creating Shared Value approach to doing business, but also through partnerships, collaborations and stakeholder engagement. Through the Consumer Goods Forum, for example, we help shape the global collective agenda through resolutions and commitments on health and wellness, social sustainability, climate change and environmental sustainability.

● DANONE

A Danone no relatório *Bringing Health through Food to as Many people as possible*, 2015, ao longo de 72 páginas, informa sobre o seu impacto e desempenho com base em padrões internacionalmente reconhecidos, estruturando o seu Relatório Integrado de forma a cumprir as diretrizes da GRI – G4.

A Danone é uma empresa global de alimentos, com uma cultura de missão única e móvel nos negócios 1996-2015, com 20 anos de história. Ocupa uma posição de liderança perante 4 atividades de negócio, com ligação aos ODS.

Em 2015, o volume de negócios da Danone foi de €22.412 milhões, divididos nas atividades, Nutrição Medicinal, representando 7% do VN, a número 1 a nível Europeu; Produtos Lácteos Frescos, 50% do VN, número 1 a nível mundial, Águas, 21% do VN, a 3ª a nível mundial, Primeira Nutrição, 22% VN, a 2ª a nível mundial. Fora da Europa realizam-se 60% do VN, 20% na América do Norte: Estados Unidos da América e Canadá e 40% na Ásia – Pacífico, América Latina, Médio Oriente e África.

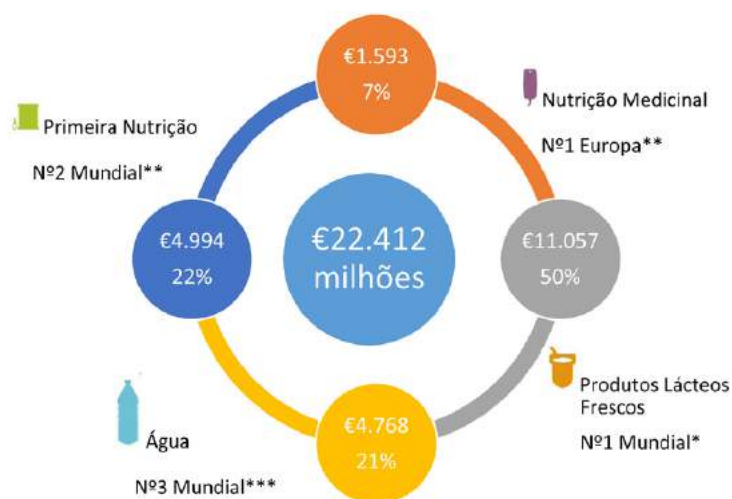


Figura 5 – Atividades de Negócio Danone
Fonte: Relatório França, Danone: Bringing Health through Food to as Many people as possible, 2015, pag.12. <http://database.globalreporting.org/reports/47114/>

Com marcas e categorias únicas, na projeção da planificação dos próximos 5 anos, a Danone é fiel à sua missão de “trazer saúde”. Assim para 2020, pretende atingir o maior número de pessoas possíveis com alimentos saudáveis, projetando um crescimento na ordem dos 5%, Figura 24.



Figura 6 – Projeção de crescimento Danone para 2020
Fonte: Relatório França, Danone: Bringing Health through Food to as Many people as possible, 2015, pag.23.

Os números apresentados pretendem ilustrar o impacto no setor alimentar e bebidas que esta empresa tem, reforçando a necessidade de empresas desta dimensão estarem alinhadas com os ODS.

O Relatório Integrado da Danone tem como projeto “Um Futuro mais Saudável, em ação” com enfoque numa (1) Aproximação do Negócio; (2) Saúde Melhor; (3) Viver Melhor e (4) Mundo Melhor. A luta contra o trabalho forçado, trabalho infantil, todos os tipos de discriminação, limitação do número e gravidade dos acidentes de trabalho e a promoção dos Direitos Humanos dentro da empresa foram incluídas nas prioridades da empresa, uma vez que estes são considerados desafios fundamentais.

Embora demonstre o progresso, objetivos e ambições da empresa e como os seus compromissos têm contribuindo para a sociedade, o Relatório Integrado da Danone **Bringing Health**

through Food to as Many people as possible, 2015, não estabelece, uma ligação clara e objetiva aos ODS. Não tendo sido utilizados os símbolos, como referência ou ilustração no RI apresentado.

● **Coca-Cola Ibérica**

O relatório da Coca-Cola Ibérica, *Liberando el Futuro*, 2015, ao longo de 119 páginas, demonstra que a liderança do futuro, consegue-se com uma grande equipa de profissionais, com um amplo portfólio de produtos de qualidade, com um valor modelo de negócios responsável e sustentável, para gerar valor compartilhado, para ser o melhor sócio dos seus clientes, adaptando-se à realidade de cada território, junto dos seus fornecedores, com transparência e resultados económico-financeiros.

Coca-Cola Iberian Partners – é o engarrafador The Coca-Cola Company, para a Europa Ocidental – Andorra, Espanha e Portugal. Sendo o maior engarrafador independente de Coca-Cola, no mundo em termos de receita líquida. (<http://www.ccepiberia.com/pt/sobrenos>, junho, 2017)

A própria dinâmica da publicação do relatório corporativo coloca-os numa situação paradoxal: apresentar o relatório do exercício de 2015, ano que fazem parte da corporativa internacional cotada na bolsa de valores de Nova York, Londres, Amesterdão e Madrid – integração na Coca-Cola Europeia. Ao avaliar o desempenho da Coca-Cola Ibérica, percebe-se que o ano só trouxe boas notícias para a empresa, tendo como desafio no horizonte o ano de 2020, alcançar um crescimento sustentado e sustentável, gerando valor para as partes interessadas e contribuir para melhorar a comunidade em que atuam. A sinergia desenvolvida pelos parceiros, Espanha, Portugal e Andorra, foi transversal afetando positivamente todas as áreas e direções. A esfera corporativa de Portugal, no mapa de operações da empresa culminou com uma ambiciosa e grande conquista. Em 2015, tomaram os primeiros passos para implementar a cadeia de suprimentos ações futuras sustentáveis, em linha com os compromissos ambientais 2020, que assegurará a continuidade da cadeia de valor e qualidade dos produtos.

É um relatório que não segue a estrutura do GRI, nem são referidos os ODS.

● **Heineken**

O relatório da Heineken, *A Circular Thought*, 2016, ao longo de 172 páginas, demonstra como constroem verdadeiras conexões humanas e quebram barreiras, acreditando em grandes momentos compartilhados. As suas expirações são os consumidores, para preparar as melhores cervejas e estender a mesma paixão a todas as marcas, produtos e atividades. As pessoas estão no coração da empresa, como força, confiança, diversidade e progresso. Defendem o consumo responsável, comprometendo-se com as suas comunidades, em melhorar consistentemente o impacto que fazem no planeta. Heineken é a cervejaria mais internacional do mundo, com as suas marcas disponíveis em 178 países ao redor do mundo. A sustentabilidade é uma das principais prioridades dos negócios, e criar um mundo melhor é o foco estratégico.

As metas de eficiência e produtividade estão estreitamente ligadas à estratégia *Brewing a Better World*. E definem as ambições até 2030 de acordo com os ODS da ONU (tabela 5). Nos últimos sete anos, desde que iniciaram *Brewing a Better World*, algumas medidas já refletem resultados, e.g. a emissão de CO2 diminuir 5%, apesar do volume de negócios ter crescido 52%. Os valores da Heineken, orientam como trabalham e conduzem os negócios, apoiados pelos princípios das orientações da OCDE.

Este é o primeiro ano que produzem um relatório anual conjunto, financeiro e de sustentabilidade, sentindo que o objetivo é gerir o negócio de forma sustentável ao longo das operações, divulgando o processo de *Brewing a Better World*, juntamente com os resultados financeiros.

Conclui-se que como a Nestlé, a Heineken faz uma ligação clara dos seus compromissos com os ODS, apresentando ações concretas para o seu desenvolvimento e a sua implementação.

Heineken	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1) Empregados					X			X		X								
2) Agricultura	X	X				X		X				X						X
3) Fabricação de Cerveja						X	X					X	X					X
4) Embalagem												X						
5) Distribuição			X									X						
6) Comunidades			X	X		X		X							X			X
7) Clientes			X									X						
8) Consumidores			X															X

Tabela 5 – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável alinhados com os compromissos da Heineken, Relatório Holanda, Heineken: A Circular Thought, 2016, pag.7.

Fonte: <http://database.globalreporting.org/reports/49622/>, (agosto,17)

● Delta Cafés

O relatório completo da Delta Cafés, *Relatório Sustentabilidade*, 2011, ao longo de 45 páginas, demonstra que a gestão tem rosto humano e identifica os novos horizontes da Delta, porque se sentem ligados ao ambiente e à comunidade, e os resultados econômico-financeiros. É um relatório que segue as diretrizes GRI – V.3.1 para a elaboração de um Relatório de Sustentabilidade da *Global Report Initiative* (GRI), tendo obtido o nível B+. Reporta as principais atividades, projetos e dados relevantes, bem como os principais indicadores de desempenho da Delta Cafés (SGPS), no período compreendido entre 1 de janeiro de 2010 e 31 de dezembro de 2011.

A Delta Cafés, é uma marca e empresa portuguesa, especializada na torre e comercialização de café. Líder no mercado nacional e exporta para uma dezena de países (<http://www.delta-cafes.pt/>, junho, 2017)

O Relatório de sustentabilidade da Delta Cafés, visa responder às expectativas das partes interessadas e demonstrar a forma como a sustentabilidade está incorporada no negócio. Este é o último relatório da Delta Cafés, publicado, na base de dados da Global Reporting (<http://database.globalreporting.org/organizations/2281/>, junho, 2017). A Delta Cafés, vinha a publicar Relatórios de Sustentabilidade com um intervalo de dois anos, no entanto, não foi encontrado nenhum outro até Maio de 2017). O Relatório em investigação Delta Cafés, divulga os dados de desempenho referentes a 2010 e 2011, apresentando os desafios de gestão para o próximo biênio, em linhas orientadoras. De forma a assegurar a fiabilidade dos dados reportados e o cumprimento com as linhas orientadoras definidas pelo GRI, o relatório foi verificado por uma entidade externa independente à empresa. Os dados financeiros, que constam no relatório Delta Cafés, foram alvo de verificação no âmbito de auditoria externa financeira anual às contas das empresas englobadas na Delta Cafés, SGPS. Não faz uma referência explícita aos ODS ou mesmo aos ODM uma vez que na data de publicação do relatório de sustentabilidade os ODS ainda não tinham sido publicados.

● Central Cervejas

O relatório completo da Central de Cervejas e Bebidas, *Produzindo um Futuro Melhor*, 2011, tem 28 páginas e não segue as diretrizes do GRI.

A SCC – Sociedade Central de Cervejas, beneficia das competências do Grupo Heineken, beneficiando do seu alinhamento em políticas e processos, na área da sustentabilidade e da responsabilidade social corporativa, consubstanciados no programa “*Brewing a Better Future 2010-2020*.”

A SCC foi construída em 1934 com o objetivo de comercializar as cervejas, pelas antigas companhias produtoras de Malte e Cerveja Portugal, Cervejas Estrela, Cervejas Coimbra e Companhia da Fábrica de Cerveja Jansen, (<http://www.centralcervejas.pt/pt.aspx>, junho 2017). A Responsabilidade Social Corpora-

tiva (RSC) é entendida por a SCC, como um fator de diferenciação face a outros *players*, do mercado.

Neste relatório de sustentabilidade são apresentados alguns exemplos de iniciativas positivas, as quais tiveram lugar em 2011. A escuta ativa dos *Stakeholders*, a integração com os colaboradores, são fatores diferenciadores na abordagem da SCC ao tema da sustentabilidade, com enfoque na prestação de contas anuais e pública dos seus compromissos. O caminho da responsabilidade corporativa é encarado como um processo sustentável e transversal a toda a atuação da SCC, sendo seu ambição atingir e desenvolver as melhores práticas. Para a SCC a sustentabilidade, consubstancia no programa produzindo um futuro melhor – “*Brewing a Better Future*, é contribuir para a reputação da sua empresa e suas marcas, procurando melhorar os impactos ambientais e sociais, reforçando assim, o seu posicionamento no mercado, enquanto empresa socialmente responsável. Tendo como enfoque três pontos estratégicos: Melhorar continuamente o desempenho ambiental das suas marcas e negócio; Envolver os colaboradores e as comunidades próximas das suas instalações; e Trabalhar no sentido de valorizar o impacto positivo da cerveja na sociedade. Assumindo o compromisso de reduzir a pegada de carbono de forma continuada. O segmento da cadeia de produção de cerveja, da fábrica ao consumidor, é uma área na qual podem fazer diferença substancial. Acreditando que é aqui que a pegada de carbono, tem maior impacto.

Tal como a Delta cafés, não faz uma referência explícita aos ODS ou mesmo aos ODM uma vez que na data de publicação do relatório de sustentabilidade os ODS ainda não tinham sido publicados.

● Unicer

O relatório completo da Unicer, *Enraizar*, 2013, é composto por 67 páginas. Em 2013 a Unicer encerra o ciclo de estratégia de sustentabilidade, assumindo publicamente com a apresentação dos eixos prioritários na sua intervenção: Pegada Ecológica, As Pessoas, “Comunidade”, “Consumidores” e “Parceiros de Negócio”. Apresentando como raízes do relatório, “fazer com ética e transparência e comunicar com clareza”, (<http://database.globalreporting.org/organizations/3864/> (maio, 2017, pg.2). O relatório pretende mostrar o que fizeram nos últimos três anos – desempenho ambiental, social e económico e apresentar a forma como desejam continuar a produzir no futuro. Definindo objetivos complementares e respetivas metas de avaliação, essenciais para garantir a construção de um futuro assente em princípios de negócio sustentáveis.

A Unicer é a maior empresa portuguesa de bebidas, com uma estratégia multimarca e multimercado, cuja atividade assenta nos negócios das Cervejas e das Águas engarrafadas, (<https://www.unicer.pt/pt/>, abril, 2017).

O relatório foi elaborado de acordo com as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI G3), o relatório foi submetido a ve-

rificação por parte de uma entidade independente de reconhecida credibilidade. Obtendo a classificação de B+.

Tal como a Delta cafés e a Central de Cervejas, a Unicer não faz uma referência explícita aos ODS ou mesmo aos ODM uma vez que na data de publicação do relatório de sustentabilidade os ODS ainda não tinham sido publicados.

Concluimos que os modelos de elaboração de um relatório de informação não financeira é bastante diferente nas empresas da amostra e apesar de recente 2 das empresa já referem os ODS no seu relato de forma muito direta. As outras abordam temáticas que tocam os diferentes ODS, mas não os referem de uma forma explícita. Considera-se que as práticas divulgadas pela Nestlé e pela Heineken relativas às suas ações para a implementação e compromissos assumidos na linha dos ODS são promissoras e podem servir de inspiração a outras empresas.

Empresa	Relatos de Sustentabilidade			Referência	
	RI	GRI	Outros	ODS	Outros
Nestlé	x	x		x	
Danone	x	x			x
Coca-Cola IB			x		x
Heineken	x	x		x	
Delta Cafés		x			x
C Cervejas			x		x
Unicer		x			x

*Tabela 6 – Quadro resumo da Contribuição para o desenvolvimento e implementação dos ODS
Fonte: Elaboração própria*

Na tabela 6 resume-se o tipo de relato publicado por cada empresa da amostra e a sua referência explícita aos ODS ou a outros assuntos.

Capital	Métricas	Ano	2016	2015	2015	2016	2011	2010	2013
			Amostra	Nestlé	Danone Group	Coca-Cola Ibérica	Heineken	Delta Cafés	Central Cervejas
Intelectual			Escala: 0 = não 1 = sim						
	sub Total	8	6	3	8	6	3	6	
	Total	9	9	9	9	9	9	9	
Humano	sub Total	10	4	3	9	8	1	8	
	Total	10	10	10	10	10	10	10	
Social e de Relacionamento	sub Total	5	2	2	4	3	1	2	
	Total	7	7	7	7	7	7	7	
Natural	sub Total	6	5	5	6	5	3	5	
	Total	7	7	7	7	7	7	7	
	Total	29	17	13	27	22	8	21	
	*Total	33	33	33	33	33	33	33	

*Tabela 7 – Métricas por capital
Fonte: Elaboração própria*

4.2. Divulgação de métricas

Com o objetivo de identificar as métricas relativas aos diferentes capitais, divulgadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) foi elaborado um instrumento de trabalho aplicado a todas as empresas da amostra, como já referido na secção da metodologia. Este instrumento de trabalho pode ser consultado no anexo 2.

Após a análise detalhada de todos os relatórios conclui-se que as empresas da amostra apresentam métricas para todos os indicadores dos 4 capitais estudados, no entanto tendem a divulgar, em média, mais indicadores sobre o capital natural (71%). Seguido do capital humano (64%), capital intelectual (63%) e por ultimo o capital social (39%). Das 33 métricas estudadas 4 não são divulgadas por nenhuma empresa (intelectual: número de teses com nova tecnologia; social e de relacionamento: número de voluntários, número de reclamações ou processos judiciais relativos ao capital social e de relacionamento; natural: animais adquiridos para investigação). Contrariamente conclui-se que existem 8 métricas divulgadas por todas as empresas (intelectual: número de patentes requeridas; número de novos produtos desenvolvidos e organizacional/ desenvolvimento de processos; humano: número de empregados; social e de relacionamento: dotação para projetos sociais; natural: emissão de CO2, consumo de energia por fonte de energia, resíduos reciclados).

Na tabela 7 são apresentados os resultados sumários por empresa. Conclui-se que a Nestlé e a Heineken apresentam maior número de métricas, 88% e 82 % respetivamente. A Central de Cerveja é a empresa que menos métricas publicou (24%). Elaborando um ranking de divulgação de métricas teríamos na 1ª posição: a Nestlé; 2º Heineken, 3º Delta Cafés, 4º Unicer, 5º Danone, 6º Coca - Cola, 7º Central Cervejas.

Conclui-se ainda que as métricas mais divulgadas pela Nestlé foram as de capital humano (100%). A Danone privilegiou as métricas de capital intelectual (67%). A Coca-Cola publicou um maior número de métricas de capital natural (71%), a Heineken optou por publicar mais métricas sobre capital humano e capital intelectual (90%). A Delta também publicou mais métricas sobre capital humano (80%). A Central de Cervejas privilegiou o capital natural e a Unicer o capital humano. Portanto o capital humano foi privilegiado pela maioria das empresas. Fazendo uma análise semelhante para as métricas menos divulgadas concluímos todas as empresas da amostra divulgaram menos indicadores de capital social e de relacionamento.

Não se deve esquecer no entanto que na amostra algumas empresa divulgaram RS e não RI, ainda assim podemos concluir que a informação da maioria dos capitais já estava presente neste tipo de relato. Esta conclusão suporta as afirmações de Lozano e Huisingh (2011) que defendiam que as diretrizes do GRI, correspondem à melhor estrutura disponível para elaboração do relatório de sustentabilidade, com escopo mais abrangente, comparativamente com outras ferramentas. Vantagem que pode justificar a sua ampla adoção mundial. Por outro lado, os mesmos autores salientam que as diretrizes não facilitam a divulgação de informações de longo prazo e criam dimensões específicas e individualizadas, baseadas no conceito de *triple bottom line*, porém as informações ambientais, sociais e económicas possuem interdependência e são mais informativas de maneira integrada.

6. CONCLUSÕES

Recorrendo à análise documental e análise de conteúdo este estudo teve por objetivo (1) perceber de que forma é que as empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) contribuem para o desenvolvimento e implementação dos ODS; e (2) identificar as métricas relativas aos diferentes capitais, divulgadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais).

Neste estudo o setor e a amostra assumem particular relevância porque é um setor ainda pouco explorado e com reduzida investigação na área da ligação aos ODS e relato não financeiro. O setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais) tem forte ligação ao ODS 6 (água potável e saneamento); as empresas da amostra todas comercializam pelo menos uma marca de água mineral e a diversidade de países permite ter uma amostra diversificada em termos de práticas de relato.

Por outro lado este estudo contribui para a reflexão e melhoria também do ODS 16 (Paz, justiça e instituições eficazes) pois a melhoria do relato (quer financeiro quer não financeiro) e a maior aposta na sua transparência, contribui para instituições mais eficazes. Também refletir sobre a divulgação de informação não financeira contribui para pôr em prática as reco-

mendações da Diretiva 2014/95/UE do Parlamento Europeu e do Conselho transposta para a ordem jurídica interna pelo Decreto-Lei n.º 89/2017 de 28 de julho (Esta diretiva vem sugerir a divulgação de informação não financeira como relato obrigatório a um conjunto de empresas).

Concluímos que os modelos de elaboração de um relatório de informação não financeira são bastante diferentes nas empresas da amostra e apesar de recente, 2 das empresa já referem os ODS no seu relato de forma muito direta. As outras empresas abordam temáticas que tocam os diferentes ODS, mas não os referem de uma forma explícita. Considera-se que as práticas divulgadas pela Nestlé e pela Heineken relativas às suas ações para a implementação e compromissos assumidos na linha dos ODS pode servir de inspiração a outras empresas. Quanto às métricas relativas aos diferentes capitais, publicadas pelas empresas do setor de produtos alimentares e bebidas (na categoria das águas minerais), concluiu-se que as empresas da amostra apresentam métricas para todos os indicadores dos 4 capitais estudados, no entanto tendem a divulgar, em média, mais indicadores sobre o capital natural (71%), seguido do capital humano (64%), capital intelectual (63%) e por ultimo o capital social (39%). Concluímos assim que neste setor é dada preferência à temática do capital natural e atribuída menos importância à temática do capital social e de relacionamento. A Nestlé e a Heineken apresentam maior número de métricas, 88% e 82 % respetivamente. A Central de Cerveja é a empresa que menos métricas publicou (24%) no seu último relatório não financeiro. Das 33 métricas analisadas 4 não foram publicadas por nenhuma empresa e 8 foram publicadas por todas.

Pela elaboração deste estudo ficou presente que casos como a Nestlé e a Heineken podem servir como modelo a outras empresas do setor (ou de outros setores) como um relato que alinha os compromissos da empresas com os ODS e que opta pela publicação de um vasto número de métricas tendo em conta os diferentes capitais: humano, natural, intelectual e social e de relacionamento.

A dimensão da amostra constitui uma limitação deste estudo. Pelo que como pistas de investigação futura sugere-se alargar a amostra das empresas deste setor. Seria também oportuna a realização de entrevistas a empresas da amostra de forma a recolher informação mais completa e tirar conclusões mais amplas sobre esta temática.

A sustentabilidade exige que se passe da gestão dos recursos para a gestão da própria humanidade. Se o objetivo é viver de uma maneira sustentável, deve-se assegurar que os produtos e processos da natureza sejam utilizados numa velocidade que permita a sua regeneração. (Bellen, 2003).



REFERENCIAS

- Adams, S. and Simnett, R. (2011), Integrated reporting: an opportunity for Australia's notforprofit sector, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 21 No.3, pp.292-301.
- APIAM (2016), Águas Minerais Naturais e de Nascente de Portugal, <http://www.apiam.pt/>. Bardin, L. (2004), Análise de Conteúdo: Lisboa – edições 70.
- Bellen, V. M. Hans (2003), Desenvolvimento Sustentável: uma descrição das Principais Ferramentas de Avaliação, *Ambiente & Sociedade* – vol. VII, n.º1, jan-jun.
- Colin H.; Wendy S. and Tyron L. (2014), Walking the talk(s): Organizational narratives of integrated reporting”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 27 Iss 7, pp.1090-1119.
- Comissão Europeia (2014), DIRETIVA 2014/95/UE DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 22 de outubro de 2014, Relato não financeiro, publicada em 15.11.2014, L 330/9, Jornal Oficial da União Europeia.
- Decreto-Lei n.º 89/2017 de 28 de julho, Diário da República.
- Eccles, R. G., Krzus, M. P., e Watson, L. A. (2010), “Integrated Reporting Requires Integrated Assurance.” *Q Finance*, 1–14.
- Efika, E., Wu, C. Williams, T. (2012), *J. Anal. Pyrol.* 95, 87-94.
- Eugénio, T. e Branco, M. (2016), Tópicos de Relato Integrado, Aparentamentos da unidade Curricular de Sustentabilidade e Relato Integrado, do Mestrado Executivo em Corporate Reporting, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, junho.
- Eugénio, T.; Lourenço, I. e Morais, A. (2010), Recent developments in social and environmental accounting research, *Social Responsibility Journal*, Vol. 6 Iss: 2, pp.286-305.
- Ey (2014), Relato Integrado, Pensamento, Estratégia e Valor Compartilhado, Ey Building a Better Working World.
- Fried, A., Holtzman, M. P., & Mest, D., (2014), “IR the new annual Report for the 21st century.” *Financial Executive*, Fall 2014, 24 – 31.
- GRI (2007), “Sustainability Report – Global Reporting Initiative.”
- GRI (2013), “The sustainability content of integrated reports – a survey of pioneers, Global Reporting Initiative”.
- GRI (2014), Sustainability Reporting Guidelines: Version 4, Global Reporting Initiative
- Gurvitch, G. (2012), “La idea del derecho social: noción y Sistema del derecho social.” Granda (Espanha), editorial Comares.
- IIRC, (2013a), A Estrutura Internacional para Relato Integrado, *International Integrated Reporting Council*.
- IIRC, (2013b), “The International IR framework, 37.” Retrieved from www.theiirc.org
- IIRC, (2014), “O Internacional <IR> Framework, Estrutura Internacional para Relato Integrado,” Maio, pp 2-23.
- IMA-ACCA, (2016), “Research From Share Value to Shared Value: Exploring the Role of Accountants in Developing Integrated Reporting in Practice,” Institute of Management Accountants and The Association of Chartered Certified Accountants, January.
- Jensen, J. e Berg, N., (2012), Determinants of Traditional Sustainability Reporting Versus Integrated Reporting – An Institutional Approach, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 21, Iss 5, pp. 299-316.
- Koen van Bommel, (2014), Towards a legitimate compromise? *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 27 Iss 7, pp.1157-1189
- KPMG (2011), “KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011”, KPMG International Global Sustainability Services, Amsterdam. <http://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporateresponsibility2011.p df>.
- KPMG (2013), “The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013”, [kpmg.com/sustainability.http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibilityreporting-2013.pdf](http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibilityreporting-2013.pdf).
- Lozano, R., e Huisingh, D. (2011). Inter-linking issues and dimensions in sustainability reporting. *Journal of Cleaner Production*, 19(2-3), 99-107.
- Major, M. and Vieira, R. (2009), Contabilidade e Controlo de Gestão – Teoria, Metodologia e Práticas, Escolar Editora, Lisboa
- MDR (2010), Millennium Development Report, Departamento de Assuntos Económicos e Sociais do Secretariado das Nações Unidas (DESA), n.º 315 055/10, IED.
- Melloni, G. e Galio, A. e Perego, P. (2017), “Saying more with less? Disclosure conciseness, completeness and balance in Integrated Reports,” *Journal of Accounting Public Policy*, Vol. 36 No.3, pp. 220-238.
- Moneva M.J., Archel P., Correa C. (2006), “GRI and the Camouflaging of Corporate Unsustainability,” *Accounting forum* Vol. 30 No. 2, pp.121-137.
- Mozzato, A. R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731-747.
- Rodrigues, M; Morais, A. e Cunha, J., (2016), Integrated Reporting o novo paradigma e corporate reporting, *Revisores e Auditores*, Janeiro-Março, pp 34-41.
- UN (2016) The sustainable development goals report, United Nations publication issued by the Department of Economic and Social Affairs (DESA), ISBN: 978-92-1-101340-5, United Nations, New York.
- UNRIC (2016a), Guia Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, Centro Regional de Informação das Nações Unidas para a Europa Ocidental.
- UNRIC (2016b), Relatório Nacional sobre a implementação da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, Republica Portuguesa – Negócios Estrangeiros, Centro Regional de Informação das Nações Unidas para a Europa Ocidental.

(*) Prémio de Contabilidade “Luiz Chaves de Almeida”, ed. 2017 – 1.º prémio.

ANEXO 1 – CAPITAIS DE ACORDO COM A ESTRUTURA DO RELATO INTEGRADO (IIRC)

Para efeito da estrutura do RI, os capitais são classificados e descritos da seguinte forma (IIRC, 2013a, pp.12-13):

• Capital financeiro – conjunto de recursos que:

- Está disponível a uma organização para ser utilizado na produção de bens ou na prestação de serviços
- É obtido por meio de financiamentos, tais como dívidas, ações ou subvenções, ou gerado por meio de investimentos.

• Capital produtivo – objetos físicos manufaturados (diferentes de objetos físicos naturais) disponíveis a uma organização para uso na produção de bens ou na prestação de serviços, incluindo:

- Prédios
- Equipamentos
- Infraestruturas (tais como estradas, pontes e plantas para o tratamento de esgoto e água)

O capital produtivo é, muitas vezes, gerado por outras organizações, mas inclui ativos fabricados pela organização relatora para venda, ou quando retidos, para uso próprio.

• Capital intelectual – intangíveis organizacionais baseados em conhecimento entre eles:

- Propriedade intelectual, tais como patentes, direitos autorais, software, direitos e licenças
- Capital organizacional, tais como conhecimento técnico, sistemas, procedimentos e protocolos

• Capital humano – as competências, habilidades e experiências das pessoas e suas motivações para inovar, incluindo:

- Alinhamento e apoio à estrutura de governança, ao gerenciamento de riscos e aos valores éticos

b. A capacidade de entender, desenvolver e implementar a estratégia de uma organização

c. Lealdade e motivação para melhorar processos, bens e serviços, incluindo a capacidade de liderar, gerir e colaborar.

• Capital social e de relacionamento – as instituições e os relacionamentos dentro e entre comunidades, grupos de partes interessadas e outras redes, e a capacidade de compartilhar informação, para melhorar o bem-estar individual e coletivo. O capital social e de relacionamento abrange:

- Padrões compartilhados, bem como valores e comportamentos comuns
- Relacionamentos com as principais partes interessadas, a confiança e o compromisso que uma organização desenvolve e procura construir e proteger com as partes interessadas externas
- Intangíveis associados à marca e reputação desenvolvidas por uma organização
- Licença social para a organização operar

• Capital natural – todos os recursos ambientais renováveis e não renováveis e processos ambientais que fornecem bens ou serviços que apoiam a prosperidade passada, presente e futura de uma organização, isto inclui:

- Água, terra, minerais e floresta
- Biodiversidade e a qualidade do ecossistema.”

Nem todos os capitais são relevantes ou aplicáveis a todas as organizações. Embora a maioria das organizações interaja, até certo ponto, com todos os capitais, estas interações podem ser relativamente insignificantes ou tão indiretas que não sejam suficientemente importantes para serem incluídas no relatório integrado (IIRC, 2013a, p.13). O papel dos capitais na estrutura do RI serve como parte de sustentação teórica do conceito da geração de valor, como diretriz para assegurar que as organizações levem em conta todas as formas de capital utilizadas ou afeta a elas (IIRC, 2013a, p.13).

INSCREVA-SE
NA APOTEC!

Venha fazer parte da história
do livre Associativismo!

Há 43 Anos ao Serviço dos Associados!


ANEXO 2
INSTRUMENTO DE TRABALHO – MÉTRICAS PARA OS DIFERENTES CAPITAIS

		Ano	2016	2015	2015	2016	2011	2010	2013
Capital			Nestlé	Danone Group	Coca-Cola Ibérica	Heineken	Delta Cafés	Central Cervejas	Unicer
Intelectual	Métricas	Escala: 0 = não 1 = sim							
	número de patentes requeridas	1	1	1	1	1	1	1	1
	despesas com projetos de investigação e desenvolvimento	1	1	0	1	1	0	1	1
	número de teses com nova tecnologia	0	0	0	0	0	0	0	0
	reconhecimento da marca	1	1	1	1	1	1	1	1
	números de novos produtos desenvolvidos	1	1	0	1	1	0	1	1
	despesas com desenvolvimento de mudança organizacional/desenvolvimento de processos	1	0	0	1	0	0	0	0
	despesas com o desenvolvimento de software para sistemas internos	1	1	1	1	1	1	1	1
	vendas geradas por produtos de I&D	1	1	0	1	0	0	0	0
	sub Total	8	6	3	8	6	3	6	6
	Humano	número de empregados	1	1	1	1	1	1	1
diversidade		1	1	0	1	1	0	1	1
investimento total em formação		1	1	1	1	1	0	1	1
empregados em e-learning da organização		1	0	1	1	1	0	1	1
idade média		1	0	0	1	1	0	1	1
resultados de inquéritos aos empregados		1	1	0	1	1	0	1	1
lesões por milhões de horas de trabalho		1	0	0	1	0	0	0	0
taxa de absentismo		1	0	0	1	1	0	1	1
taxa de demissão		1	0	0	0	1	0	1	1
relação ao salário mínimo		1	0	0	1	0	0	0	0
sub Total	10	4	3	9	8	1	8	8	
Social e de relacionamento	ranking de "melhores empresas para trabalhar"	1	0	0	1	0	0	0	0
	número de voluntários	0	0	0	0	0	0	0	0
	reclamações / processos judiciais	0	0	0	0	0	0	0	0
	envolvimento em projetos culturais	1	0	0	1	1	0	0	0
	índice de satisfação do cliente	1	0	0	0	0	0	0	0
	dotação para projectos sociais	1	1	1	1	1	1	1	1
	"investimento social" (dinheiro gasto em filantropia)	1	1	1	1	1	0	1	1
	sub Total	5	2	2	4	3	1	2	2
Natural	emissão de CO2	1	1	1	1	1	1	1	1
	consumo de energia por fonte de energia	1	1	1	1	1	1	1	1
	quantidade de resíduos	1	1	1	1	1	0	1	1
	acidentes ambientais	1	0	0	1	0	0	0	0
	resíduos reciclados	1	1	1	1	1	1	1	1
	investimentos em proteção ambiental	1	1	1	1	1	0	1	1
	animais adquiridos para teses	0	0	0	0	0	0	0	0
	sub Total	6	5	5	6	5	3	5	5
Total	29	17	13	27	22	8	21	21	

Fonte: Elaboração própria