



ENGAGEMENT RATING

Edição 2011

ENGAGEMENT RATING PORTUGAL 2011

Enquadramento.....	3
A metodologia do Engagement Rating.....	6
Controlo de qualidade	8
Painel de Peritos	9
Resultados	10
Conclusões.....	22
Recomendações - Sair da Casca.....	25

Enquadramento

A comunicação da actuação empresarial nas dimensões da sustentabilidade a todas as partes interessadas (*stakeholders*) demonstra um compromisso das empresas com uma gestão mais responsável e transparente das suas actividades.

A forma como a organização comunica e presta contas integra-se numa lógica interna e externa de sustentabilidade: internamente, na medida em que é uma fonte de avaliação rigorosa do desempenho e uma ferramenta de gestão estratégica no apoio a novas decisões e identificação de novas metas e objectivos; externamente, na medida em que informa as partes interessadas sobre o seu desempenho actual e planos futuros.

Um dos principais objectivos da prestação de contas, a nível empresarial, reside numa gestão eficaz de riscos, que contempla as questões mais relevantes para as partes interessadas. Neste contexto, a comunicação assume um papel fundamental, indissociável do desempenho da empresa: por um lado, funciona como um retorno positivo para a imagem, quando o desempenho da mesma acompanha essa tendência positiva; por outro, apoia em situações de crise e permite gerir as expectativas das partes interessadas, nomeadamente quando o desempenho da empresa não responde às questões mais relevantes, mitigando os seus impactes negativos.

Em suma, o objectivo do envolvimento com *stakeholders* é impulsionar as orientações estratégicas e a excelência operacional nas organizações. Os imperativos da sustentabilidade reforçam a necessidade de envolvimento com os *stakeholders* de forma a integrá-los na prossecução dos objectivos empresariais e apoiar na resposta aos desafios económicos, sociais e ambientais.

O trabalho da Sair da Casca na promoção da transparência

O percurso 2008 - 2010

Reconhecendo a importância de uma gestão transparente e considerando que as expectativas dos *stakeholders* devem estar sempre no centro da estratégia de sustentabilidade das empresas, a **Sair da Casca** implementou o **Accountability Rating** no contexto português. Em 2008, a análise cingiu-se a Portugal e, em 2009, foi alargada para a elaboração em simultâneo dos dois *ratings* – **Accountability Rating Portugal 2009** e **Accountability Rating Spain 2009**.

Entre 2005 e 2008, o **Accountability Rating** foi publicado pela revista Fortune, incidindo sobre as 100 maiores empresas mundiais, seleccionadas através da lista Fortune Global 500. A metodologia utilizada e o resultado final, apresentado num valor numérico entre 0 e 100, permitiram obter resultados directamente comparáveis entre as empresas líder de cada país e a nível global, possibilitando um *benchmark* ao nível da transparência.

Na primeira edição nacional do *rating* em 2008, a **Sair da Casca** definiu como principal objectivo contribuir de forma decisiva para um salto qualitativo nas práticas de *reporting* do tecido empresarial português. Na segunda edição do **Accountability Rating Portugal**, a **Sair da Casca** pretendeu mostrar a evolução das empresas relativamente a 2008 e proporcionar uma análise comparativa com o tecido empresarial espanhol.

Em 2010, após a interrupção do **Accountability Rating** pela empresa que o desenvolveu, a **Sair da Casca** implementa o *rating* de sua autoria denominado de **Engagement Rating**.

Engagement Rating 2011

Actualmente, o Engagement Rating encontra-se na sua segunda edição, **Engagement Rating Portugal 2011** e **Engagement Rating Spain (ERP 2011/ERS 2011)**. Mantendo uma abrangência ibérica, este *rating* contou com algumas novidades não apenas na metodologia, como também no seu processo de execução.

A principal alteração do ERP 2011 foi o envolvimento das empresas participantes na fase final de concepção da metodologia, assim como, dos elementos que compõem o painel de peritos. As empresas obtiveram

conhecimento total da metodologia adoptada, dos resultados provisórios e, após a análise do painel de peritos, dos resultados finais da empresa antes da publicação oficial dos resultados do *rating*.

Cada empresa, na pessoa do interlocutor, teve acesso ao seu resultado de uma forma exclusiva.

O objectivo desta avaliação é ajudar as empresas a melhorar a sua transparência relativamente à forma como envolvem os seus *stakeholders* nas questões críticas para o negócio e ao seu desempenho em matéria de sustentabilidade, através da identificação dos seus pontos fortes e fracos e da sua situação relativamente às restantes empresas em análise.

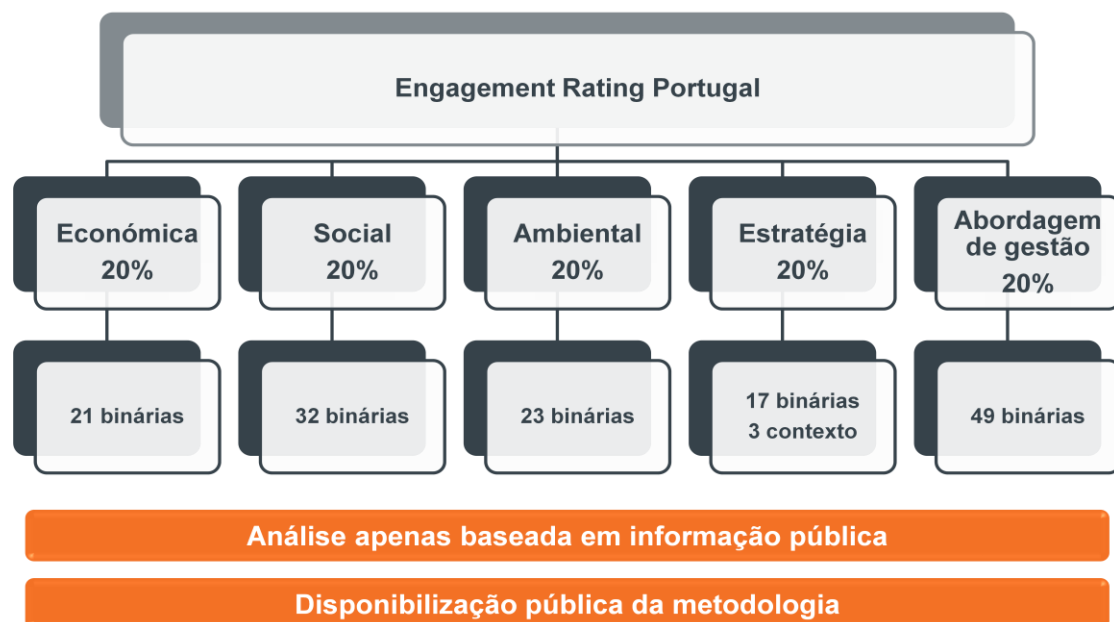
A metodologia do Engagement Rating

A metodologia de avaliação utilizada baseia-se exclusivamente em informação pública das empresas e está dividida pelas seguintes dimensões de análise:

- Económico
- Social
- Ambiental
- Estratégia
- Abordagem de gestão

Através destas dimensões, que intrinsecamente contemplam os três pilares do desenvolvimento sustentável, pretende-se conhecer o desempenho das empresas desde que assumem compromissos estratégicos até à gestão da sua actuação em matéria de sustentabilidade, compreendendo de que forma envolvem as partes interessadas nas questões estratégicas.

A metodologia compreende perguntas gerais aplicáveis a todas as empresas e uma parte que permite fazer uma avaliação contextual e integrada, após a análise de toda a documentação relevante disponível sobre a empresa.



A edição de 2011 do Engagement Rating Portugal, foi marcada pela disponibilização prévia da metodologia a todos os intervenientes.

Numa primeira fase, a metodologia foi submetida a um escrutínio das empresas em duas sessões de esclarecimento, nas quais foram recolhidos *inputs* sobre a metodologia inicial. Posteriormente, após uma análise pela equipa de analistas interna, alguns desses *inputs* foram inseridos na metodologia. A metodologia foi fechada antes do período de análise das empresas.

Todas as empresas tiveram acesso à metodologia inicial, às alterações efectuadas nas sessões de esclarecimento e à metodologia final do Engagement Rating 2011.

Controlo de qualidade

A qualidade final dos resultados do ERP é garantida através de uma série de procedimentos:

- Apresentação da metodologia às empresas participantes e ao painel de peritos – sessões de esclarecimento e de recolha de *inputs*.
- Incorporação de algumas sugestões recolhidas nas sessões de esclarecimento na metodologia/processo do ERP 2011.
- Fecho da metodologia ERP 2011
- Formação e acompanhamento contínuo dos analistas
- Avaliação transversal da mesma empresa por diferentes equipas (controlo interno e por parte do coordenador)
- Harmonização das pontuações nas questões contextuais a nível nacional e internacional
- Comunicação às empresas sobre os respectivos resultados provisórios
- Realização de *conference-calls* e reuniões presenciais com as empresas que o desejaram sobre os resultados provisórios.
- Avaliação final apresentada e defendida perante um Painel de Peritos
- Envolvimento *one-to-one* e *workshops* com as empresas avaliadas após a publicação dos resultados
- Revisão anual da metodologia

Painel de Peritos

O painel de peritos do **ERP 2011** inclui especialistas de diferentes áreas, totalmente independentes da equipa de analistas e profissionais amplamente reconhecidos dentro dos seus sectores de actividade. A principal função deste painel é emitir opiniões e comentários, sem um carácter vinculativo, sendo que a **Sair da Casca** assume totalmente os resultados do *rating*. O envolvimento de peritos externos é consistente com a noção de envolvimento de *stakeholders* assumida pela **Sair da Casca**.

A divulgação da metodologia junto das empresas, que caracterizou esta edição do *rating*, originou um menor foco na análise das questões de reposta binária, uma vez que as mesmas já tinha sido debatidas com as respectivas empresas. A análise efectuada pelo painel de peritos incidiu, essencialmente, sobre as três questões de contexto incluídas no domínio de Estratégia.

A apresentação dos resultados a este Painel é também uma oportunidade para os analistas defenderem os seus resultados, especialmente nas questões de contexto, devendo eventuais alterações aos resultados serem justificadas com base em informação pública.

O painel de especialistas do ERP 2011 foi composto por:

- Luís Rochartre | Secretário-Geral do BCSD Portugal
- Susana Fonseca | Vice - Presidente da Direcção Nacional da Quercus
- Isabel Canha | Directora da revista Exame
- Joana Mendonça | Responsável pelo envolvimento com *stakeholders* - TESE

Resultados

Dimensão Económica | pontuações ≥ 10

Posição	Empresa	Resultado
1	Banco Espírito Santo	20
	Banco Comercial Português	20
2	Portugal Telecom	19
	Caixa Geral de Depósitos	19
	Galp Energia	19
3	Sonae Distribuição	18
	TAP – Transportes Aéreos Portugueses	18
4	EDP – Energias de Portugal	17
	Sonaecom	17
	Vodafone Portugal	17
5	Fidelidade Mundial	16
	Mota-Engil	16
6	REN – Redes Energéticas Nacionais	15
	BP Portugal	15
7	Jerónimo Martins	13
8	Teixeira Duarte	12
9	BES Vida	11
10	Cepsa – Portuguesa Petróleos	10
	Companhia Portuguesa de Hipermercados	10
	Ocidental	10

Pontuação entre 0 e 20

Dimensão Social | pontuações ≥ 10

Posição	Empresa	Resultado
1	Banco Comercial Português	18
	REN – Redes Energéticas Nacionais	18
2	EDP – Energias de Portugal	17
	Sonaecom	17
3	Caixa Geral de Depósitos	15
	Companhia Portuguesa de Hipermercados	15
	Galp Energia	15
4	Vodafone Portugal	14
	Sonae Distribuição	14
5	Fidelidade Mundial	13
	Banco Espírito Santo	13
	TAP – Transportes Aéreos Portugueses	13
6	Portugal Telecom	12

Pontuação entre 0 e 20

Dimensão Ambiental | pontuações ≥ 10

Posição	Empresa	Resultado
1	EDP – Energias de Portugal	19
	Caixa Geral de Depósitos	19
	Sonae Distribuição	19
2	REN – Redes Energéticas Nacionais	18
	Sonaecom	18
3	Banco Espírito Santo	17
	Portugal Telecom	17
	Banco Comercial Português	17
	Vodafone Portugal	17
4	Galp Energia	15
	Fidelidade Mundial	15
	Volkswagen Autoeuropa	15
5	TAP – Transportes Aéreos Portugueses	12
	Companhia Portuguesa de Hipermercados	12
6	Jerónimo Martins	11
	Mota-Engil	11

Pontuação entre 0 e 20

Dimensão Estratégia | pontuações ≥ 10

Posição	Empresa	Resultado
1	Banco Espírito Santo	18
	Caixa Geral de Depósitos	18
2	Portugal Telecom	16
	EDP – Energias de Portugal	16
	Fidelidade Mundial	16
	BES VIDA	16
3	REN – Redes Energéticas Nacionais	15
	Sonae com	15
	Companhia Portuguesa de Hipermercados	15
4	Banco Comercial Português	14
	Galp Energia	14
5	Sonae Distribuição	12
	Vodafone Portugal	12
6	TAP – Transportes Aéreos Portugueses	11
	Cepsa – Portuguesa Petróleos	11
	Ocidental	11
7	Jerónimo Martins	10
	Volkswagen Autoeuropa	10

Pontuação entre 0 e 20

Dimensão Gestão | pontuações \geq 10

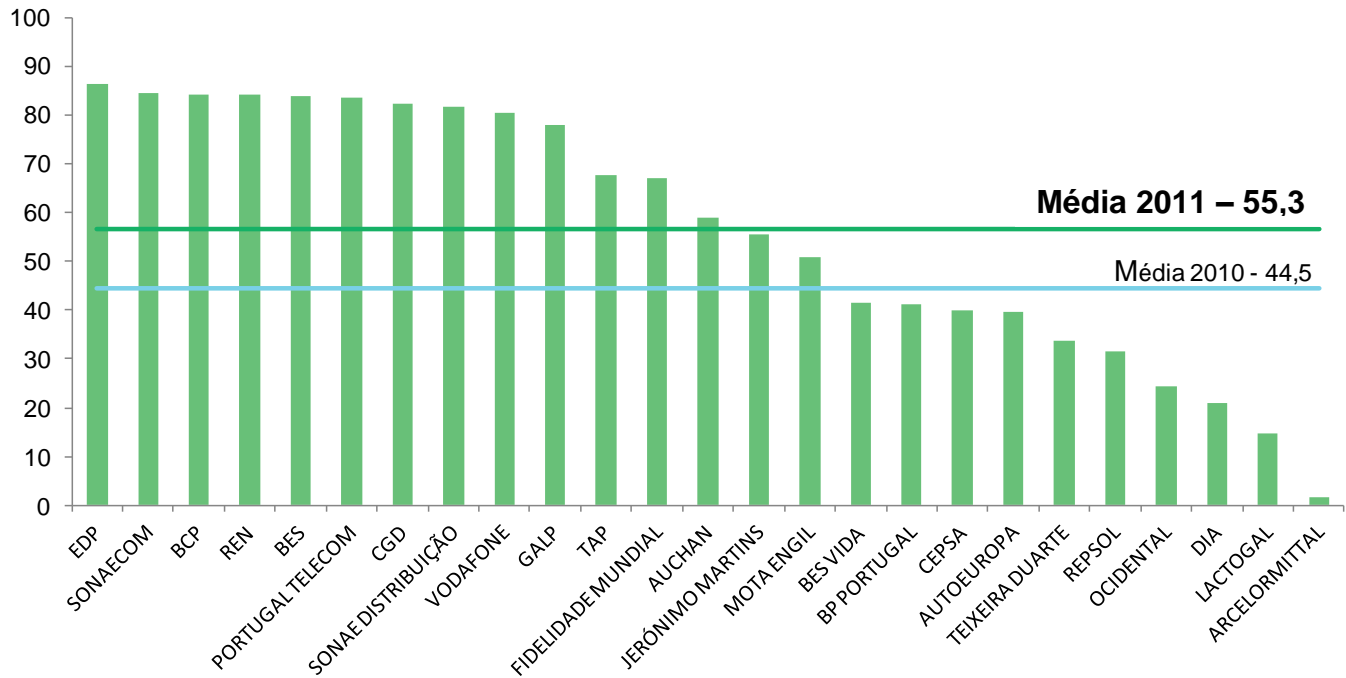
Posição	Empresa	Resultado
1	EDP – Energias de Portugal	18
2	Portugal Telecom	17
	Vodafone Portugal	17
3	Banco Espírito Santo	16
	REN – Redes Energéticas Nacionais	16
4	Banco Comercial Português	15
	Galp Energia	15
	Sonaecom	15
5	TAP – Transportes Aéreos Portugueses	14
6	Sonae Distribuição	13
7	Caixa Geral de Depósitos	11
8	Cepsa – Portuguesa Petróleos	10

Pontuação entre 0 e 20

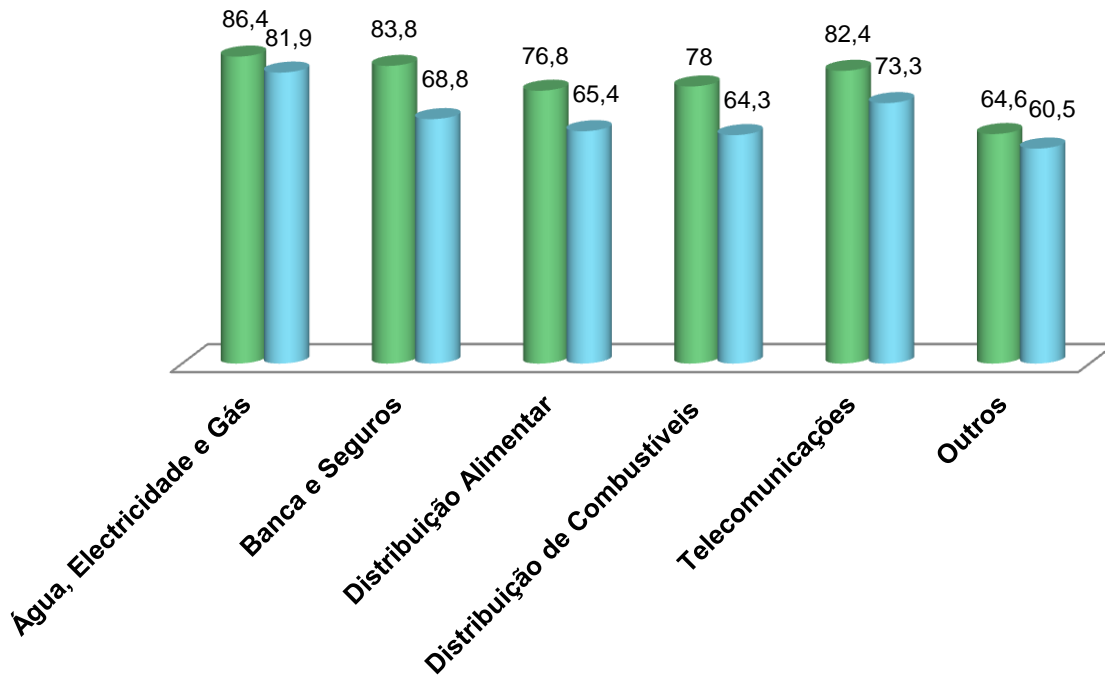
Classificação Final | Pontuação De 0 a 100

Posição	Empresa	2011	2010	
1	EDP – Energias de Portugal	86,4	81,9	TOP TEN
2	Banco Espírito Santo	83,8	68,8	
3	Banco Comercial Português	83,5	59,4	
4	Caixa Geral de Depósitos	82,4	62,5	
5	Sonaecom	82,4	69,6	
6	Portugal Telecom	81,7	73,3	
7	REN – Redes Energéticas Nacionais	81	62,1	
8	Galp Energia	78	64,3	
9	Vodafone Portugal	76,9	71,5	
10	Sonae	76,8	41,5	
11	Fidelidade Mundial	67	61,2	
12	TAP – Transportes Aéreos Portugueses	64,6	60,5	
13	Companhia Portuguesa de Hipermercados	59,1	65,4	
14	Mota-Engil	50,6	32,5	
15	Jerónimo Martins	49,8	55	
16	BES Vida	41,4	37,7	
17	Cepsa – Portuguesa Petróleos	39,9	37,9	
18	Volkswagen Autoeuropa	39,5	30,9	
19	BP Portugal	36,8	32,8	
20	Teixeira Duarte	33,8	NA	
21	Repsol Portuguesa	31,4	33,3	
22	Ocidental	24,3	23,4	
23	Dia Portugal	<20	<20	Valores <20 não revelados
24	Lactogal	<20	<20	
25	Arcelormittal Trading	<20	NA	

Resultados Finais do Engagement Rating Portugal 2011



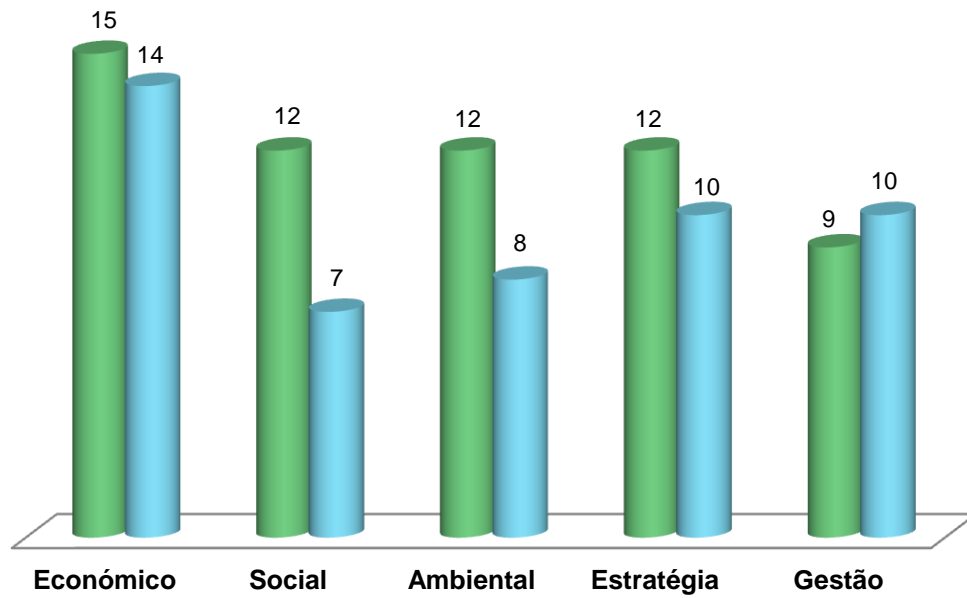
Best-in-class por sector de actividade (sector definido pela revista EXAME no estudo 500 Maiores e Melhores) | Pontuação entre 0 e 100



ER 2011

ER 2010

Comparativo da média obtida em cada domínio de análise | Pontuação entre 0 e 20



ER 2011

ER 2010

Enquadramento Ibérico

A **Sair da Casca** promoveu igualmente o **Engagement Rating Spain 2011**. A escolha das empresas foi feita através das 25 maiores empresas do *ranking 500 Mayores Empresas de España* publicado pela revista *Actualidad Económica*.

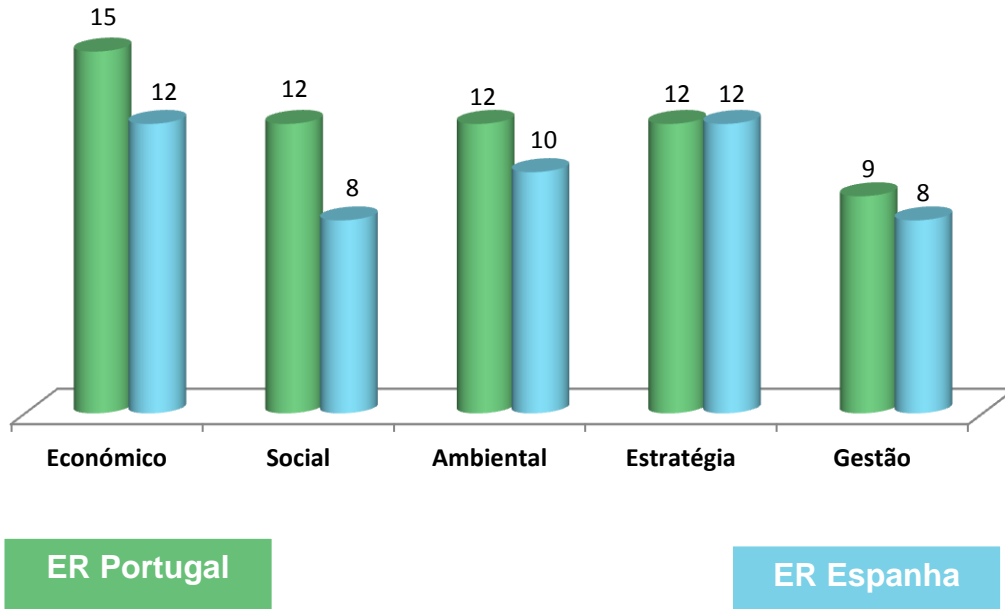
Os resultados obtidos permitem uma análise comparativa do cenário ibérico, tanto a nível sectorial como em termos de dimensão de análise da metodologia Engagement Rating. Os resultados dos dois países são sem dúvida uma mais-valia para efeitos de *benchmark*.

Classificação Final | Pontuação De 0 a 100

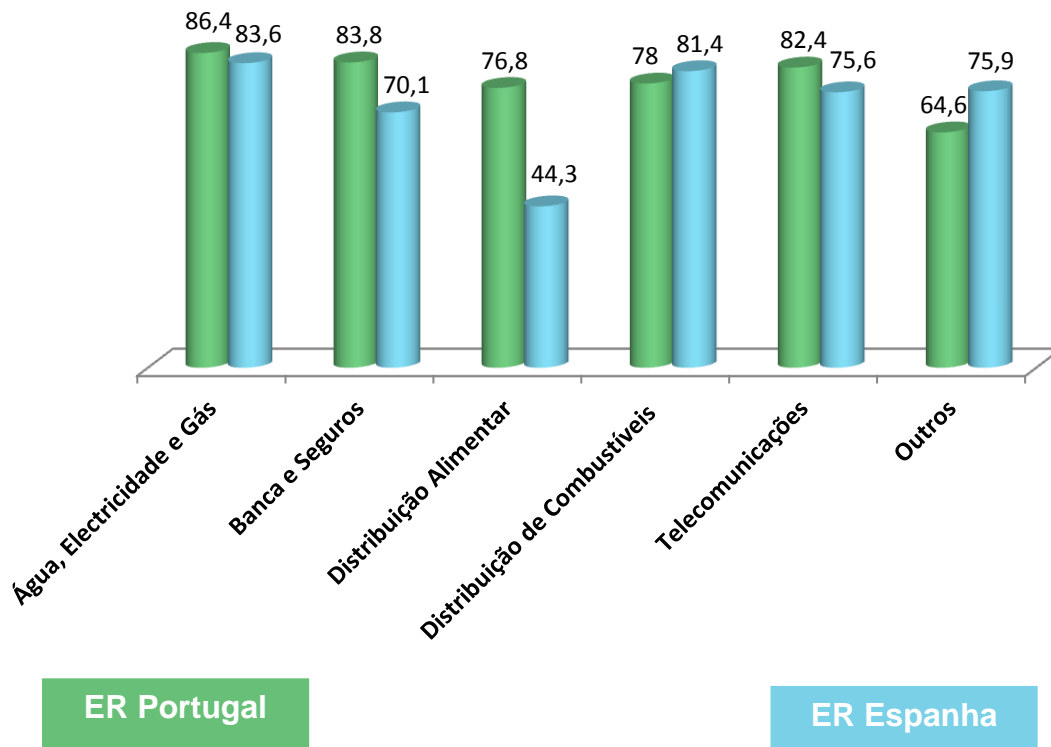
Posição	Empresa	Resultado	País
1	EDP - Energias de Portugal	86,4	Portugal
2	Banco Espírito Santo	83,8	Portugal
3	Endesa	83,6	Espanha
4	Banco Comercial Português	83,5	Portugal
5	Caixa Geral de Depósitos	82,4	Portugal
6	Sonaecom	82,4	Portugal
7	Gas Natural Fenosa	82,0	Espanha
8	Portugal Telecom	81,7	Portugal
9	Repsol España	81,4	Espanha
10	REN – Redes Energéticas Nacionais	81	Portugal
11	Galp Energia	78	Portugal
12	Iberdrola	77,3	Espanha
13	Vodafone Portugal	76,9	Portugal
14	Sonae	76,8	Portugal
15	Grupo ACS – Actividades de Construcción y Servicios	75,9	Espanha
16	Iberia – Líneas Aéreas de España	75,7	Espanha
17	Telefonica	75,6	Espanha
18	Santander España	70,1	Espanha
19	MAPFRE	68,1	Espanha
20	La Caixa	67,3	Espanha
21	Fidelidade Mundial	67	Portugal

22	Cepsa España	65	Espanha
23	TAP - Transportes Aéreos Portugueses	64,6	Portugal
24	BBVA	62,6	Espanha
25	Companhia Portuguesa de Hipermercados	59,1	Portugal
26	Mota-Engil	50,6	Portugal
27	Jerónimo Martins	49,8	Portugal
28	Carrefour España	44,3	Espanha
29	BES Vida	41,4	Portugal
30	Cepsa – Portuguesa Petróleos	39,9	Portugal
31	Volkswagen Autoeuropa	39,5	Portugal
32	Mercadona	34	Espanha
33	El Corte Ingles	37,9	Espanha
34	BP Portugal	36,8	Portugal
35	Mercadona	34	Espanha
36	Teixeira Duarte	33,8	Portugal
37	SEAT	33,2	Espanha
38	Repsol Portuguesa	31,4	Portugal
39	General Motors España	28,4	Espanha
40	Petronor	27,1	Espanha
41	AXA España	27	Espanha
42	Ocidental	24,3	Portugal
43	Peugeot Citroen Automóviles	21,9	Espanha
44	BP España	20,8	Espanha
45	Dia Portugal	<20	Portugal
46	Volkswagen Audi España	<20	Espanha
47	Renault España	<20	Espanha
48	Lactogal	<20	Portugal
49	Ford España	<20	Espanha
50	Arcelormittal Trading	<20	Portugal

Análise comparativa das cinco dimensões de análise da metodologia do Engagement Rating a nível ibérico | Pontuação entre 0 e 20



Análise comparativa das *Best-in-class* por sector de actividade | Pontuação entre 0 e 100



Conclusões

Os resultados globais do **Engagement Rating Portugal 2011** apresentam uma evolução bastante positiva relativamente à edição de 2010. A grande maioria das empresas melhorou globalmente no *rating* e a média global em Portugal é de 55,3 valores, um valor bastante acima dos 44,5 registados em 2010.

A nível individual, a EDP – Energias de Portugal mantém a liderança pelo quarto ano consecutivo. É de salientar que das empresas que compõem o *top 10*, oito já se encontravam nesta condição na edição do ano passado.

Este ano, o *rating* registou um número considerável de subidas significativas, no que diz respeito à pontuação final das empresas. **No grupo das dez empresas com melhor pontuação, a evolução registada face à edição do ano passado é de 22%, representando um total de sete empresas com uma pontuação superior a 80. Na edição do ERP 2010, apenas uma empresa conseguiu uma pontuação superior a 80.**

A pontuação de 81,7 registada no ano passado pela EDP – Energias de Portugal obteria um sexto lugar na classificação final do ERP 2011, enquanto o anterior vice líder obteria um lugar fora do *top 10*.

O maior nível de descrição dos motivos que originaram as evoluções nos diversos indicadores, assim como a descrição mais detalhada dos impactos indirectos da actividade e uma maior integração da estratégia de sustentabilidade na estratégia de negócio, foram as principais razões para a evolução obtida pelas empresas portuguesas no ERP 2011.

A subida mais significativa do *rating* deste ano foi registada pela Sonae Distribuição, em consequência da publicação do Relatório de Sustentabilidade antes do período de fecho de análise do *rating* e com o aumento de divulgação em matéria de sustentabilidade. A classificação do Banco Comercial Português deverá também ser destacada, cujo crescimento levou-o a ascender ao segundo lugar do sector da Banca e Seguros a nível nacional. Também a Sonaecom registou uma subida significativa e assume a liderança no sector das Telecomunicações, muito devido à consolidação do seu esforço em matéria de sustentabilidade e à descrição detalhada dos impactes directos e indirectos da sua actividade.

As três empresas portuguesas com melhor pontuação no *rating* **apresentam um relatório integrado**, que resulta de uma sinergia entre o relatório e contas e o relatório de sustentabilidade. A existência de um relatório integrado demonstra a adopção da estratégia de sustentabilidade como ‘a’ estratégia da

empresa, resultando na existência de políticas e práticas que revelam um maior compromisso com a operação da empresa.

A pontuação final do ERP 2011 poderia ter sido mais elevada para as empresas Companhia Portuguesa de Hipermercados e Vodafone Portugal, tendo em conta que ambas ainda não publicaram toda a informação oficial relativa ao ano de 2010.

Na segunda metade da tabela, encontram-se algumas multinacionais que, apesar de registarem boas práticas de *reporting* a nível internacional, ainda não demonstram profundidade no envolvimento com o *stakeholder* local.

Os **melhores resultados** obtidos a nível nacional centram-se no **domínio económico**, demonstrando que a divulgação do desempenho financeiro e impactes económicos são já temas bastante consolidados.

O **domínio social** registou, no ERP 2011, **a maior subida na pontuação média**.

O **domínio de estratégia** demonstra ainda a necessidade de melhorar a integração do envolvimento dos *stakeholders* como questão estratégica da empresa e a identificação dos assuntos prioritários para os diferentes segmentos. A apresentação clara das opiniões e expectativas contribuirá para uma melhor gestão de riscos.

Em termos sectoriais verifica-se um crescimento da transparência em todos os sectores. O sector da Banca e Seguros apresenta um dos maiores crescimentos com os três bancos portugueses a ocuparem posições dentro do *top 5* da classificação geral. A liderar este sector encontra-se o Banco Espírito Santo, que registou uma evolução face à edição do ano passado, de 22%. No entanto, a subida mais representativa neste sector foi a do Banco Comercial Português que registou uma evolução de 41%. As *best-in-class* dos sectores de Distribuição de Combustíveis, Distribuição Alimentar e Telecomunicações registam um crescimento menos acentuado, mas igualmente significativo, na ordem dos 20%.

A nível ibérico, regista-se uma mudança acentuada na ocupação dos primeiros lugares da tabela pelas empresas portuguesas. Apesar das empresas espanholas terem também registado um crescimento na pontuação final face ao ano anterior, o top 10 está dividido em 70/30 com preponderância para as empresas portuguesas. A liderança ibérica este ano é, novamente, assumida pela EDP – Energias de Portugal e o top 3 ibérico conta com duas empresas portuguesas.

Uma das grandes diferenças verificadas a nível ibérico é a **diferença dos ritmos de crescimento entre empresas portuguesas e espanholas**. Nas edições anteriores do *rating*, as empresas espanholas compunham a maioria das posições de topo, contudo a não participação da Vodafone Espanha, anterior líder do Engagement Rating Espanha, assim como os atrasos registados na publicação de informação relacionada com a sustentabilidade em algumas empresas, foram as principais razões para tal padrão classificativo.

A evolução registada pelas empresas portuguesas contribui também para que, pela primeira vez na história do *rating*, **as pontuações médias dos domínios em análise registassem valores mais elevados na edição portuguesa do Engagement Rating, do que na edição espanhola**.

No entanto, é de destacar a liderança de empresas espanholas em alguns sectores de actividade, nomeadamente no sector de Distribuição de Combustíveis, Logística e Transportes e no sector Segurador (incluído no sector Banca e Seguros).

A nível sectorial, Portugal lidera no sector da Água, Electricidade e Gás, Telecomunicações e no sector da Banca e Seguros.

Em termos gerais, os resultados obtidos no **Engagement Rating Portugal 2011** assentam em **três** conclusões principais. Em primeiro lugar, é de salientar uma **maior integração da estratégia de sustentabilidade na estratégia de negócio** das empresas, o que resulta numa promoção mais eficiente das políticas de sustentabilidade na operação da empresa. Em segundo lugar, a **expressiva evolução dos resultados**, numa percentagem de aproximadamente 20%, reflectem um compromisso significativamente maior das empresas em transmitir informação sobre as suas práticas, acções e intenções futuras de uma forma transparente e objectiva. Consequentemente, as publicações sobre sustentabilidade, em conjunto com os *websites* institucionais, apresentam-se cada vez mais abrangentes, rigorosos e integrados no plano de comunicação da empresa. Por último, a **predominância das empresas portuguesas no topo da classificação** e na liderança de diversos sectores estratégicos, revela o esforço desenvolvido pelas empresas no sentido de melhorar a comunicação oficial e promover uma maior transparência sobre diversos aspectos de interesse para o *stakeholder*.

Recomendações - Sair da Casca

A Sair da Casca apresenta algumas recomendações para continuar a progressão em matéria de transparência.

Global

- Apresentação de dados que permitem de forma objectiva perceber a progressão da empresa e comparar a sua performance (princípio da equidade)
- Comunicação da monitorização dos compromissos/objectivos assumidos em anos anteriores;

Social

- Comunicação dos prazos de pagamento aos fornecedores.
- Esforço para avaliar os impactos sociais das políticas de filantropia da empresa.

Estratégia

- Maior equilíbrio na relação entre os pontos fortes e os pontos de melhoria. As empresas tendem a omitir a ocorrência de incidentes, problemas, conflitos e os seus dilemas relativas a tomada de decisão nas questões de sustentabilidade
- Comunicação mais detalhada sobre a estratégia e os mecanismos de *stakeholders engagement* discriminados por grupo de *stakeholders*;

Gestão

- Melhor comunicação do modelo de *governance* para a sustentabilidade. (existência de comités de sustentabilidade, remuneração variável dependente de performance sócio-ambiental, comunicação de pelouros dos diferentes administradores no âmbito da sustentabilidade...);
- Informação relativa ao estabelecimento de parcerias dinâmicas entre a empresa e os fornecedores com a finalidade de sensibilizar e formar a cadeia de valor, na temática da sustentabilidade.