



OBSERVATÓRIO ODS
NAS EMPRESAS PORTUGUESAS

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA ONU
NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS (PMES) PORTUGUESAS

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
2. COMO ESTÃO AS PMES A IMPLEMENTAR A SUSTENTABILIDADE E OS ODS	2
Importância do conceito de sustentabilidade para as PMEs.....	2
Nível de conhecimento dos ODS na sua empresa.....	3
Nível de conhecimento dos 169 targets	4
Relação com os stakeholders	6
Cultura da empresa, formação e <i>taskforces</i>	6
As PMEs demonstram dar importância a uma cultura ODS, podendo ainda explorar mais profundamente o potencial dos ODS como um fator unificador e motivador para a ação.	7
Número de Formações.....	7
Parcerias no âmbito dos ODS.....	8
Comunicação de ODS: Relatórios Não Financeiros.....	9
Comunicação de ODS: indicadores de sustentabilidade	9
Comunicação de ODS: hierarquia, especificidade e hierarquia de <i>clusters</i>	10
Pontos de Comunicação	11
3. PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES E BARREIRAS PARA A ADOÇÃO DE ODS	12
Motivação para adoção dos ODS.....	12
ODS como uma oportunidade de negócio	14
Principal motivação do CEO ou da Comissão Executiva para a Agenda dos ODS.....	14
Grau de motivação dos colaboradores da empresa para sustentabilidade e para ODS	14
ODS e decisões organizacionais	15
Estratégia da empresa	15
Barreiras à implementação dos ODS	16
4. A IMPLEMENTAÇÃO DOS ODS E OS SEUS IMPACTOS NO CONTEXTO	18
Nível de implementação	18
Impactos positivos, tomada de decisão e Relatório Não Financeiro	18
Impactos negativos, tomada de decisão e Relatório Não Financeiro	19
Referências a <i>spillovers</i> (externalidades) no Relatório Não Financeiro.....	20
Escolha dos ODS.....	21
Conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal	21
5. CONCLUSÕES	22

ANEXO: CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS	23
Estrutura legal, estrutura de capital e empresas familiares	23
Número de colaboradores, faturação e localização da sede	24
Setor de Atividade / Indústria	25
Tipologia de negócio e data de fundação	26
Número de países e continentes onde opera / para onde exporta	26
Redes Empresariais	28
Conselho de Administração e/ou Gerência	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. A minha empresa vê a sustentabilidade como	2
Figura 2. Qual o nível de conhecimento dos ods na sua empresa?.....	3
Figura 3. Qual é o nível de conhecimento que têm sobre os 169 targets da agenda dos ods?	4
Figura 4. De que forma estão os ods incorporados na estratégia da sua empresa?	4
Figura 5. Que ods estão incorporados na estratégia da sua empresa? Pode escolher mais do que uma opção.....	5
Figura 6. Como descreveria a cultura da sua empresa?	7
Figura 7. Existe um grupo de embaixadores ou uma taskforce de sustentabilidade na organização?	8
Figura 8. A sua empresa tem indicadores de sustentabilidade?	9
Figura 9. Existem indicadores de sustentabilidade ligados ao “core business” da sua empresa	10
Figura 10. Existe alguma referência a(os)	11
Figura 11. Motivação das empresas para adoção dos ods	13
Figura 12. Qual é a principal motivação do ceo ou da comissão executiva para a agenda dos ods?	14
Figura 13. Estratégia da empresa.....	15
Figura 14. Barreiras para a adoção dos ods	17
Figura 15. Impactos positivos no processo de tomada de decisão e escolha dos ods	19
Figura 16. Impactos positivos tidos em conta no relatório não financeiro.....	19
Figura 17. Impactos negativos no processo de tomada de decisão e escolha dos ods	20
Figura 18. Impactos negativos tidos em conta no relatório não financeiro	20
Figura 19. Estrutura legal.....	23
Figura 20. Empresas familiares	24
Figura 21. Número de colaboradores	24
Figura 22. Receitas da empresa em 2021	25
Figura 23. Setor de atividade / indústria	25
Figura 24. Data de fundação	26
Figura 25. Qual a percentagem das suas exportações no volume de vendas da sua empresa?	26
Figura 26. Para quantos países exporta a sua empresa?	27
Figura 27. Para que continentes exporta ou opera a sua empresa?	27
Figura 28. Quantos membros tem o seu conselho de administração ou gerência da sua empresa?	28
Figura 29. Género	28
Figura 30. Faixa etária.....	29

1.

INTRODUÇÃO

O presente documento tem como objetivo apresentar, de uma forma simplificada, os dados referentes à implementação dos ODS e sustentabilidade nas PMEs (Pequenas e Médias Empresas) portuguesas. Os dados apresentados são uma compilação dos resultados presentes no [Relatório do Ano 1 do Observatório dos ODS nas empresas portuguesas](#).

Da informação recolhida ao longo do ano de 2022, conseguimos concluir que apesar da importância atribuída ao alinhamento estratégico com sustentabilidade, a implementação dos ODS e sustentabilidade nas PMEs portuguesas é ainda incipiente. O nível de conhecimento dos ODS e as estratégias e práticas organizacionais desenvolvidas pelas PMEs demonstram que há ainda bastantes oportunidades de melhoria neste tópico. Numa altura em que o tema da sustentabilidade se torna cada vez mais premente, e a incorporação de critérios ambientais e sociais na gestão do *core business* é fundamental para manter a licença de operação, este documento pretende ser o início de uma tomada de consciência da necessidade de uma ambição e prática mais efetivas nas nossas pequenas e médias empresas.

Os ODS mais trabalhados pelas PMEs, a comunicação efetuada e as barreiras enfatizadas como mais relevantes, como a “falta de conhecimento sobre como operacionalizar”, abrem um caminho de claro para o futuro: mais implementação e mais prática! As PMEs portuguesas, seguidas das Grandes Empresas (já avançadas nestes temas¹), serão a segunda linha de embate das novas exigências de sustentabilidade. Sabemos que não estão preparadas, mas é missão do Observatório dos ODS mapear a realidade, para, em conjunto, podermos agir nas soluções.

Auspiciamos um futuro de muita prosperidade para as nossas Pequenas e Médias Empresas. É nossa missão guiar este caminho, ajudando na teoria e na prática.

¹ A comparabilidade dos dados entre PMEs e Grandes Empresas pode ser encontrada no Relatório do Observatório dos ODS nas empresas portuguesas do Ano 1.

2.

COMO ESTÃO AS PMES A IMPLEMENTAR A SUSTENTABILIDADE E OS ODS

Importância do conceito de sustentabilidade para as PMEs

A maioria das PMEs (77,7%), quando questionadas sobre a forma como “veem a sustentabilidade”, afirmam ver a sustentabilidade como uma “oportunidade estratégica”. É relevante afirmar que nenhuma empresa vê a sustentabilidade como ameaça nem de forma indiferente.

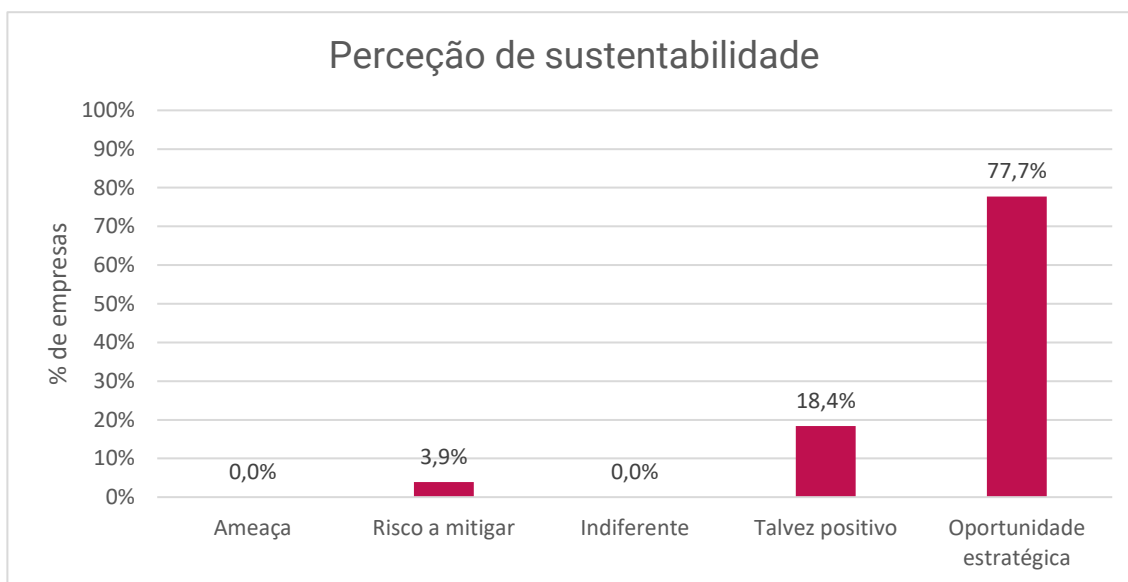


Figura 1. A minha empresa vê a sustentabilidade como

65% das PMEs descrevem a sua estratégia geral como **criação de valor para os stakeholders**, enquanto 35% descrevem a sua estratégia geral como **criação de valor para os shareholders (lucro)**. Apesar de a tendência ser maioritariamente voltada para uma estratégia de criação de valor para os *stakeholders*, há uma grande diferença face

às Grandes Empresas em estudo no Observatório dos ODS nas empresas portuguesas (Observatório), onde 90% escolheram esta opção.

Sobre a importância dos três temas de sustentabilidade (ambiental, social e económica), estes revelam-se muito importantes para as PMES (a grande maioria das organizações classificou com nível acima de 5 a importância dos três temas de sustentabilidade), com destaque para a sustentabilidade social, que tem maior percentagem de respostas (**56,3%**) no nível máximo de importância "7". Ainda no nível máximo de importância "7", **52,4%** classificaram como muito importante a Sustentabilidade Económica e **43,7%** das PME's classificaram como muito importante a Sustentabilidade Ambiental. De destacar, neste caso, que há uma diferença face às Grandes Empresas em estudo no Observatório, que privilegiaram o tema da sustentabilidade económica.

Nível de conhecimento dos ODS na sua empresa

A maior parte das empresas (**52,5%**) indica ter algum conhecimento ou conhecimento detalhado sobre os ODS. **21,4%** indicam não ter muito nem pouco conhecimento e **24,3%** indicam ter pouco conhecimento. Apenas duas empresas (**1,9%**) afirmam não ter conhecimento sobre os ODS. A média de conhecimento, numa escala de 1 a 7, situa-se no valor de 4,40 (M=4,40; DP=1,42). Em termos gerais, o nível de conhecimento dos ODS por parte das PME's evidencia-se como menor face às Grandes Empresas portuguesas.

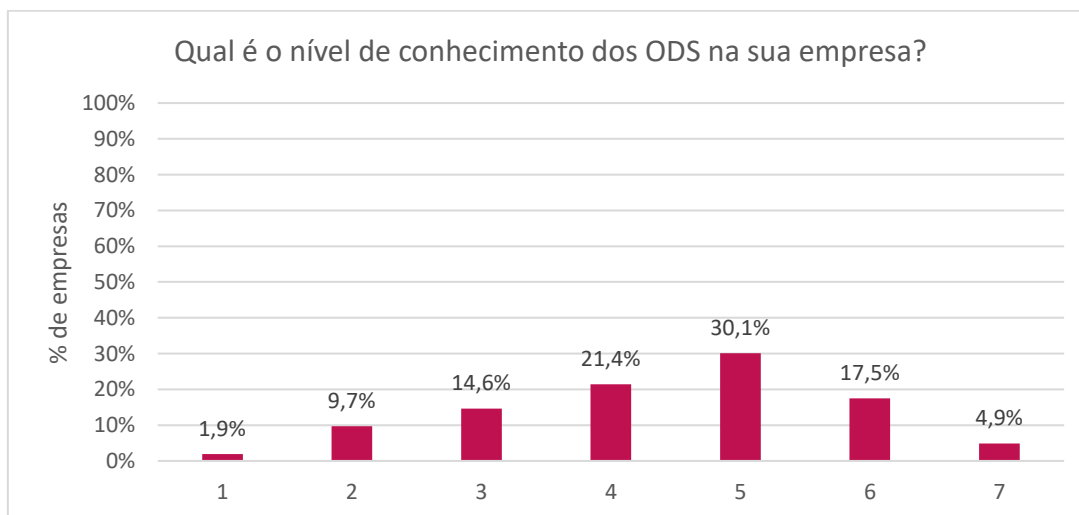


Figura 2. Qual o nível de conhecimento dos ODS na sua empresa? (1 – Não temos conhecimento; 7 – Conhecemos em detalhe)

Nível de conhecimento dos 169 targets

Quando questionadas sobre o nível de conhecimento que as empresas têm sobre os 169 *targets* da Agenda dos ODS, foi obtida a seguinte dispersão de respostas:

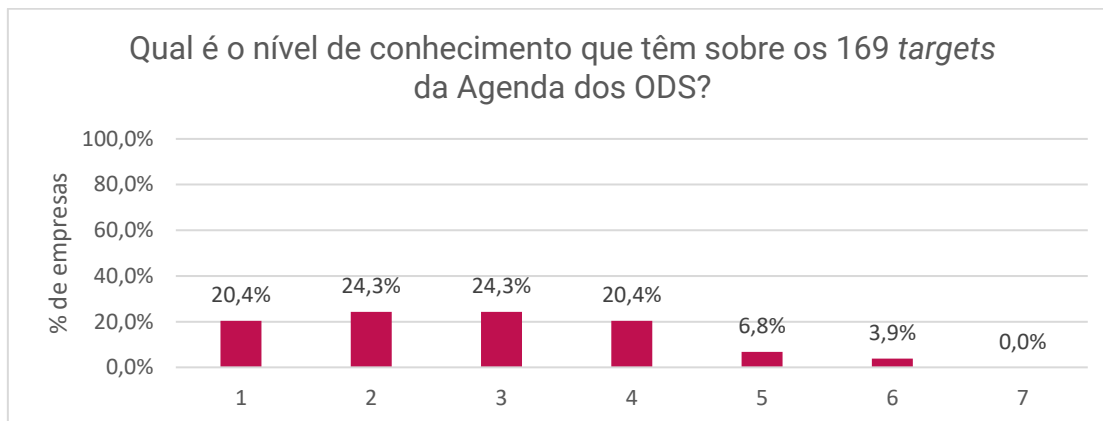


Figura 3. Qual é o nível de conhecimento que têm sobre os 169 targets da Agenda dos ODS? (1 – Não temos conhecimento; 7 – Conhecemos em detalhe)

O baixo conhecimento dos *targets* ou metas dos ODS ($M=2,81$; $DP=1,37$), comparativamente à média de conhecimento dos ODS que é superior ($M=4,40$; $DP=1,42$), representa uma oportunidade de melhoria para as PMEs, e está alinhado com o perfil de respostas destas empresas no que toca ao conhecimento e formação desenvolvida na Agenda 2030. De notar, ainda, que algumas das empresas entrevistadas em 2022 mencionaram que a entrevista foi o primeiro contacto que tiveram com os ODS e que a pesquisa sobre os mesmos (como forma de preparação para a entrevista) foi um primeiro passo no conhecimento desta Agenda.

Relativamente à forma como os ODS estão incorporados na estratégia da empresa, foram obtidas as seguintes respostas:

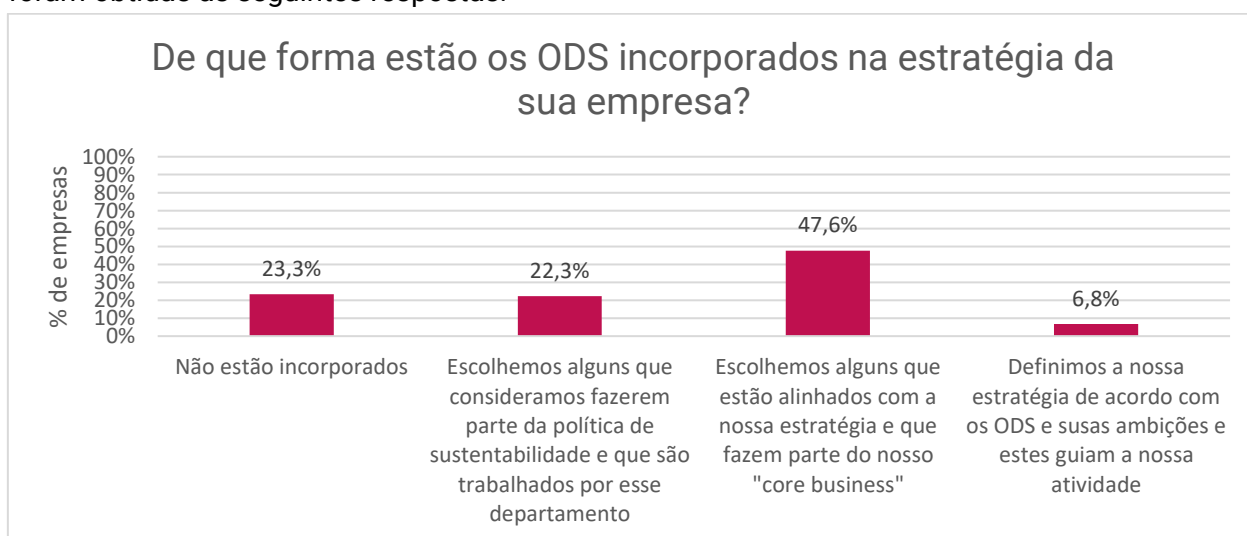


Figura 4. De que forma estão os ODS incorporados na estratégia da sua empresa?

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

A maioria das empresas (**47,6%**) indica escolher alguns ODS que estão alinhados com a sua estratégia e que fazem parte do seu *core business*. Esta estratégia demonstra alinhamento com os ODS e o *core business* da empresa, mas não necessariamente uma adoção estratégica destes objetivos como guia de ação. **6,8%** indicam definir a sua estratégia de acordo com os ODS e suas ambições, e que estes guiam a sua atividade, sendo esta uma atitude proativa face a estes objetivos.

22,3% indicam escolher alguns ODS que consideram fazer parte da política de sustentabilidade e que são trabalhados por esse departamento, sendo esta uma atitude mais reativa, que demonstra que estas empresas não trazem os ODS para o *core* da sua estratégia. Cerca de um quarto das empresas (**23,3%**) indicam ainda que os ODS não estão incorporados na sua estratégia, um valor que abre portas a possibilidades de melhoria neste campo.

Quando questionadas sobre quais os ODS incorporados na sua estratégia, as PMEs apresentam os seguintes resultados:

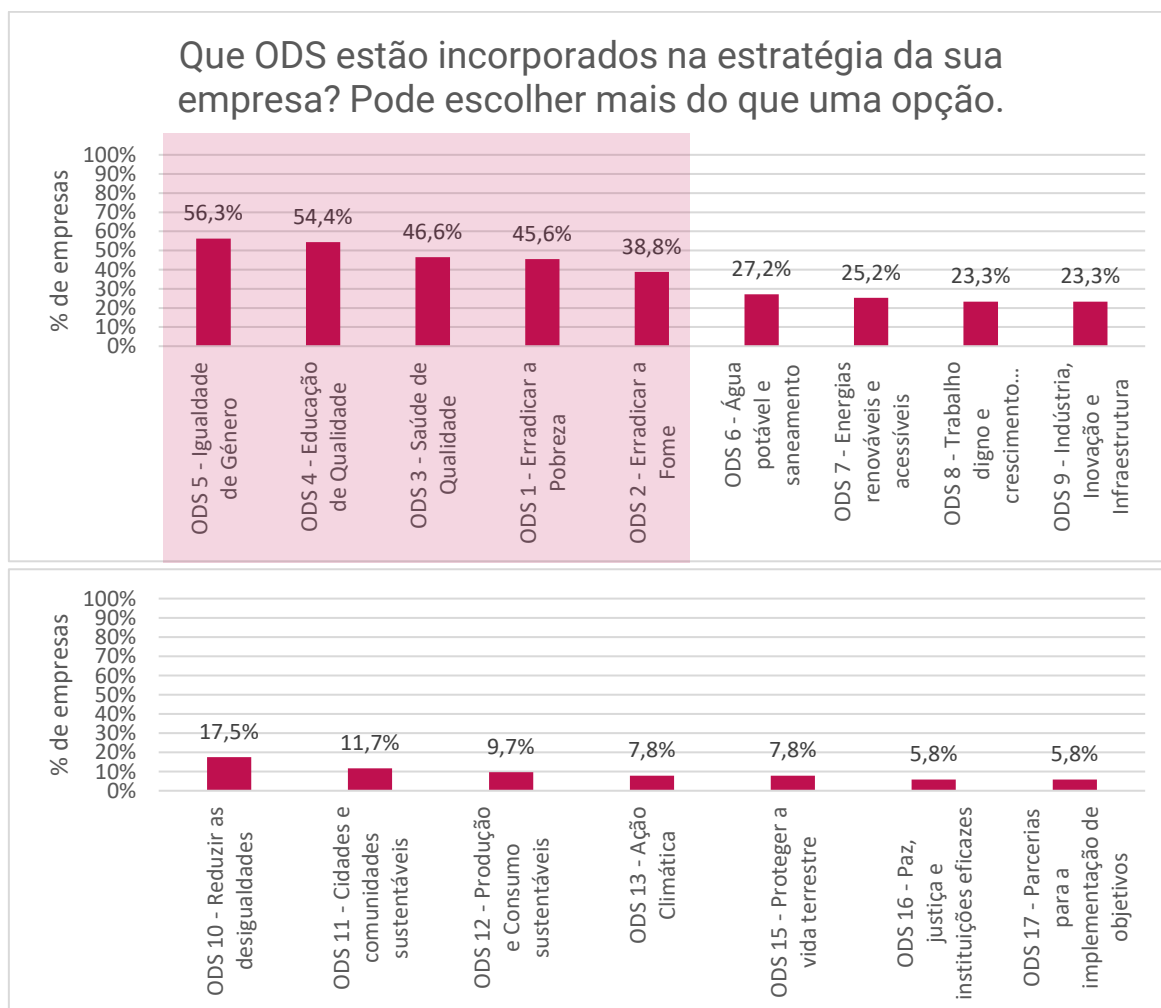


Figura 5. Que ODS estão incorporados na estratégia da sua empresa? Pode escolher mais do que uma opção

Estes resultados demonstram que as PMEs trabalham essencialmente objetivos sociais, possivelmente longe do seu *core business*, o que pode implicar um desalinhamento com a estratégia e consequente perda de oportunidade de negócio. Este ponto merece reflexão por parte das PMEs portuguesas.

Relação com os stakeholders

No que respeita a relação com os *stakeholders* para a Agenda 2030, as PMEs apresentam grande dispersão de respostas:

- **11,7%** partilham dilemas e alcançam objetivos coletivos com todos os *stakeholders*, desenvolvendo assim uma relação próxima e de partilha de decisões com os seus *stakeholders*;
- **29,1%** das empresas envolvem os *stakeholders* internos e externos na sua política de escolha e implementação dos ODS, seguindo a boa prática de envolvimento das diferentes partes interessadas;
- **18,4%** envolvem exclusivamente os *stakeholders* internos, e **2,9%** envolvem exclusivamente os *stakeholders* externos
- **13,6%** apenas informam os *stakeholders* sobre a sua política ODS;
- **24,3%** não envolvem os *stakeholders* na sua política de escolha e implementação de ODS.

Apesar de demonstrarem uma atitude menos proativa no envolvimento de *stakeholders* do que as Grandes Empresas, as PMEs, ainda assim, demonstram uma relação próxima com os seus *stakeholders*. Há, no entanto, espaço para trabalhar mais estas relações como evidenciado também na questão acima sobre a criação de valor para *stakeholders* vs. *shareholders*.²

Cultura da empresa, formação e taskforces

Quando questionadas sobre a forma como os ODS se incorporam na cultura da empresa, foram obtidas as seguintes respostas:

² A questão referida é a seguinte: O que melhor descreve a estratégia geral da sua empresa? (1) Criação de valor para os *shareholders* (lucro); (2) Criação de valor para os *stakeholders*.

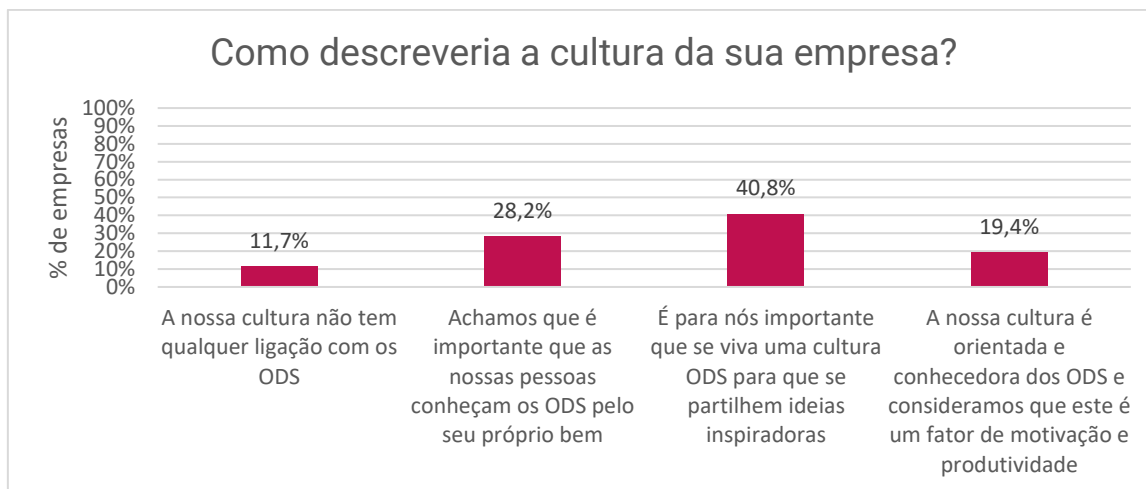


Figura 6. Como descreveria a cultura da sua empresa?

As PMEs demonstram dar importância a uma cultura ODS, podendo ainda explorar mais profundamente o potencial dos ODS como um fator unificador e motivador para a ação.

Número de Formações

No que diz respeito ao número de formações realizadas, os resultados foram:

- **74,8%** nunca fez sessões de formação sobre os ODS;
- **4,9%** fez apenas uma formação sobre ODS;
- **14,6%** das empresas fez várias formações sobre ODS;
- **5,8%** não tem conhecimento.

A maioria das empresas (**74,8%**) **nunca** fez sessões de formação sobre os ODS. Há, portanto, neste tema da formação, um amplo caminho de melhoria por parte das PMEs e por parte de quem oferece formação de qualidade. Esta informação alinha-se com o menor nível de conhecimento dos ODS evidenciado pelas PMEs, face às Grandes Empresas.

Sobre a existência de um grupo de embaixadores ou uma *taskforce* de sustentabilidade na organização, foram obtidas as seguintes respostas:

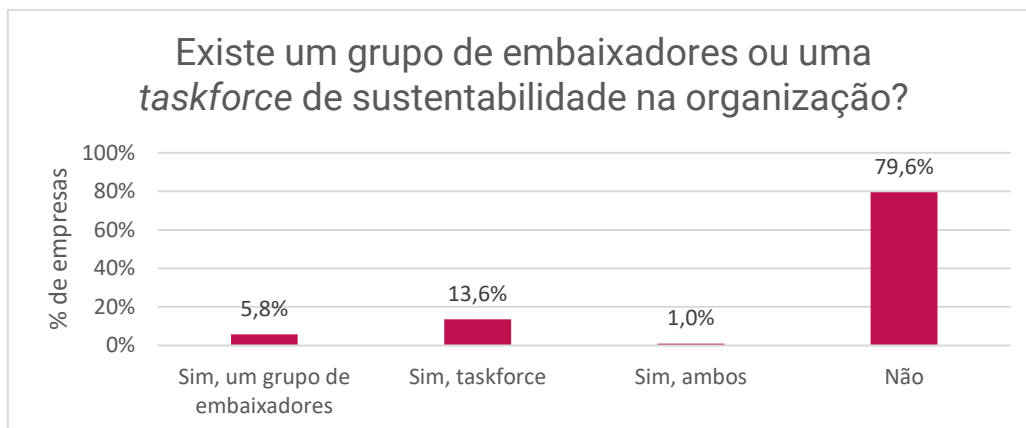


Figura 7. Existe um grupo de embaixadores ou uma *taskforce* de sustentabilidade na organização?

A maioria das empresas (**79,6%**) reporta não existir nenhum dos grupos na sua organização. **13,6%** reporta ter apenas uma *taskforce* de sustentabilidade. **5,8%** reporta ter apenas um grupo de embaixadores. Apenas uma empresa afirma ter ambos: um grupo de embaixadores e uma *taskforce* de sustentabilidade.

Este número contrasta com a elevada percentagem de *taskforces* e embaixadores no caso das Grandes Empresas. Há, portanto, grande oportunidade por parte das PMEs de explorarem estas opções no sentido de uma maior implementação dos ODS na sua estratégia e operação.

Parcerias no âmbito dos ODS

Quando questionadas se “desenvolvem parcerias no âmbito dos ODS?”, as empresas responderam da seguinte forma:

- **50,5%** não tem parcerias estabelecidas;
- **24,3%** tem algumas parcerias, mas não é prática habitual;
- **22,3%** procura algumas parcerias no tópico dos ODS e tem algumas;
- **2,9%** tem múltiplas parcerias.

Mais uma vez, o caminho a percorrer pelas PMEs neste tema pode trazer vastas oportunidades relacionadas com a Agenda dos ODS.

Potenciais parcerias que as PMEs podiam estabelecer incluem:

- **Parcerias** com o Governo;
- **Parcerias** com Organizações da Sociedade Civil ou ONGs;
- **Parcerias** com Universidades;
- **Parcerias** com fornecedores;
- **Parcerias** com outras empresas.

Comunicação de ODS: Relatórios Não Financeiros

Apenas **11,7%** das PMEs publicam **Relatórios Não Financeiros**. Esta informação alinha-se com as diferenças nas obrigações legais (atuais e previstas) para empresas com menor e maior dimensão. Destas 12 empresas (11,7%):

- **58,3%** publicam um Relatório Integrado;
- **16,7%** publicam um Relatório de Sustentabilidade;
- **25,0%** publicam outros tipos de relatório (e.g., Relatório de Desempenho Ambiental ou Relatório de Responsabilidade Corporativa);
- **91,7%** publicam anualmente o seu respetivo Relatório;
- **50,0%** das empresas fazem referência aos ODS nos seus Relatórios Não Financeiros.

Comunicação de ODS: indicadores de sustentabilidade

A maioria das empresas (**52,4%**) menciona não ter indicadores de sustentabilidade, enquanto que **43,7%** possuem indicadores gerais para a sustentabilidade.

Apenas **3,9%** possuem indicadores para os ODS. Apenas **33,0%** das empresas reportam ter indicadores de sustentabilidade ligados ao *core business* da empresa. Este alinhamento é fundamental para a empresa conseguir progredir na sua política de sustentabilidade e gerar *business case*, pelo que esta é uma oportunidade de melhoria muito importante para as PMEs portuguesas.

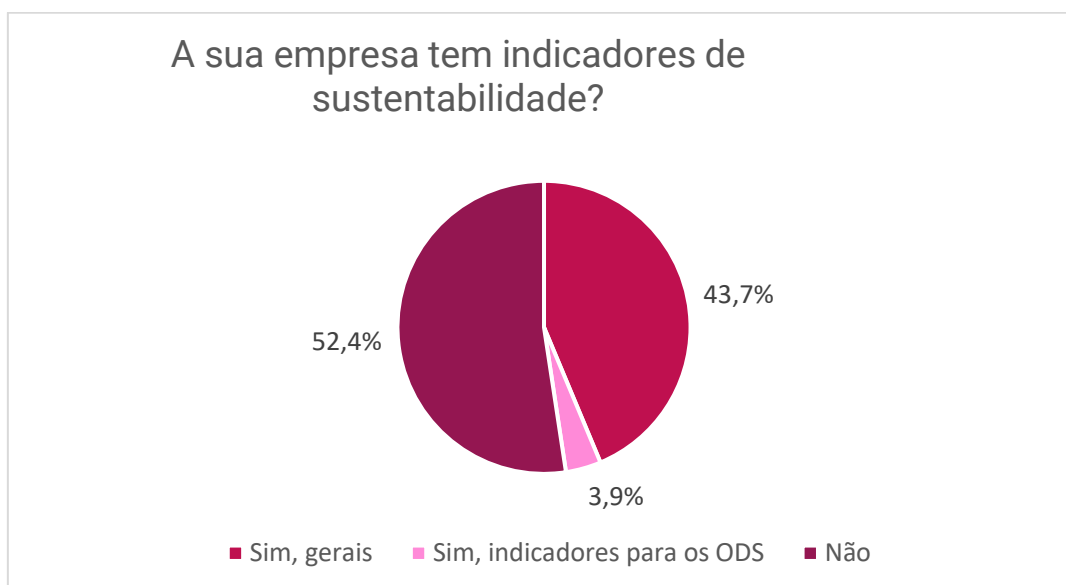


Figura 8. A sua empresa tem indicadores de sustentabilidade?

Quando questionadas sobre a existência de indicadores de sustentabilidade ligados ao *core business* da empresa, foi obtida a seguinte dispersão de respostas:

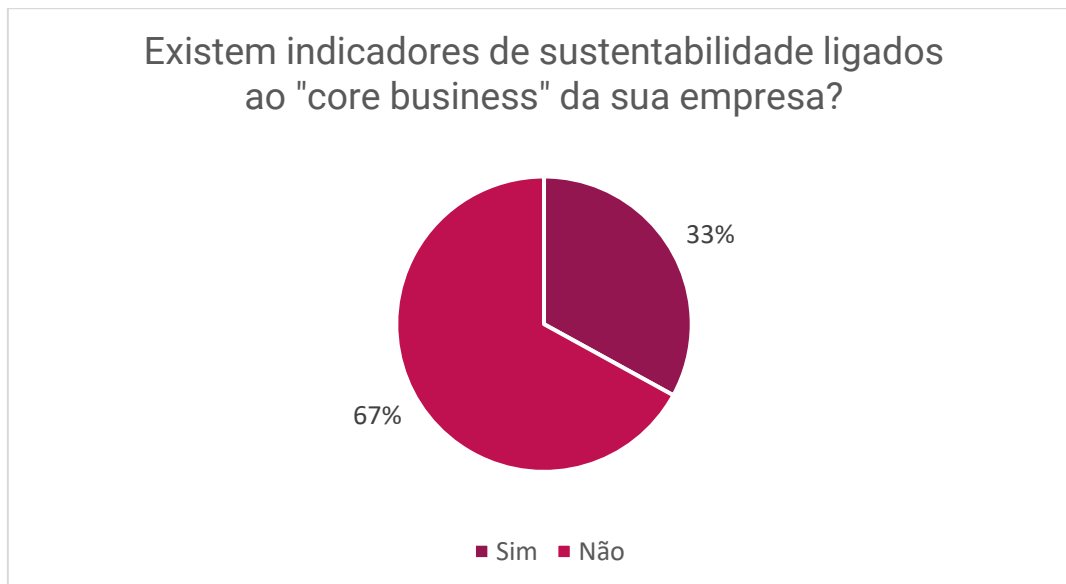


Figura 9. Existem indicadores de sustentabilidade ligados ao "core business" da sua empresa

Quando questionadas sobre se "**os indicadores de sustentabilidade são estandardizados?**" houve a seguinte dispersão de respostas:

- A maioria das empresas (**79,6%**) indica não ter indicadores ou não ter conhecimento acerca da estandardização de indicadores;
- **10,2%** indicam que os seus indicadores de sustentabilidade seguem o *standard* SABS (*Sustainability Accounting Standards Board*);
- **6,1%** indicam seguir o *standard* GRI (*Global Reporting Initiative*);
- **4,1%** indicam seguir o CCP (*Carbon Disclosure Project*)

Comunicação de ODS: hierarquia, especificidade e hierarquia de clusters

91,3% das empresas indicam ter uma **hierarquia de ODS**. A existência de hierarquia ODS está por vezes associada a uma superior maturidade na adoção dos ODS, mas nem sempre é o caso.

No sentido de estabelecer uma hierarquia entre os *clusters* económico, social, ambiental e institucional, as empresas tiveram de classificar estes 4 *clusters* de acordo com a sua importância.

53,4% das empresas indica o *Cluster Económico* (ODS #7 a #12) como o mais relevante para a sua empresa; o *Cluster Social* (ODS #1 a #6) é apontado como o segundo mais relevante, por **25,2%** das empresas; o *Cluster Ambiental* (ODS #13 a #15) é apontado como o terceiro mais relevante, por **42,7%** das empresas; por fim, o *Cluster Institucional* (ODS #16 e #17) é indicado como menos relevante (em quarto lugar), por **75,7%** das empresas.

Pontos de Comunicação

Quando questionadas acerca do seu *website*, cerca de metade das empresas (**49,5%**) indica ter referência a sustentabilidade no geral, **1,9%** indicam ter referência aos ODS e **48,5%** indicam não ter qualquer referência a sustentabilidade.

55,3% das empresas indicam ter referência a sustentabilidade no geral nos seus produtos ou serviços, **1,0%** indicam ter referência aos ODS e **43,7%** não fazem qualquer referência a sustentabilidade.

Quando questionadas acerca da mensagem do CEO, **31,1%** das empresas indicam existir referência a sustentabilidade em geral, **1,9%** indicam existir referência aos ODS e **67,0%** indicam não existir qualquer referência a sustentabilidade.

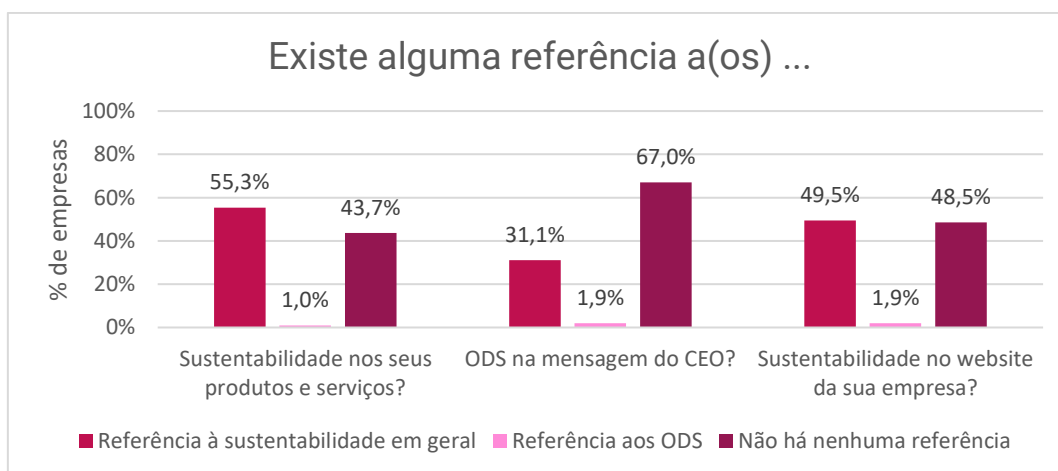


Figura 10. Existe alguma referência a(os) ...

3.

PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES E BARREIRAS PARA A ADOÇÃO DE ODS

Motivação para adoção dos ODS

As motivações apontadas mais frequentemente como “muito importantes” para a adoção dos ODS foram:

- Cumprir a legislação (**41,7%**);
- Oportunidade de crescimento de negócio (**35,0%**);
- Conseguir vantagem competitiva (**33,0%**);
- Reduzir custos (**32,0%**);
- Ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade (**27,2%**).

É possível verificar pelas motivações mais escolhidas pelas PMEs que a sua motivação é tanto reativa (cumprir legislação e reduzir custos), como ativa (oportunidade de crescimento de negócio e conseguir vantagem competitiva) e proativa (ter impacto na indústria como líder na sustentabilidade).

Interessante é também verificar que (tal como no caso das Grandes Empresas) as pressões externas de *stakeholders* e a necessidade de ganhar reputação ou ter licença para operar são menos motivadoras para as PMEs portuguesas.

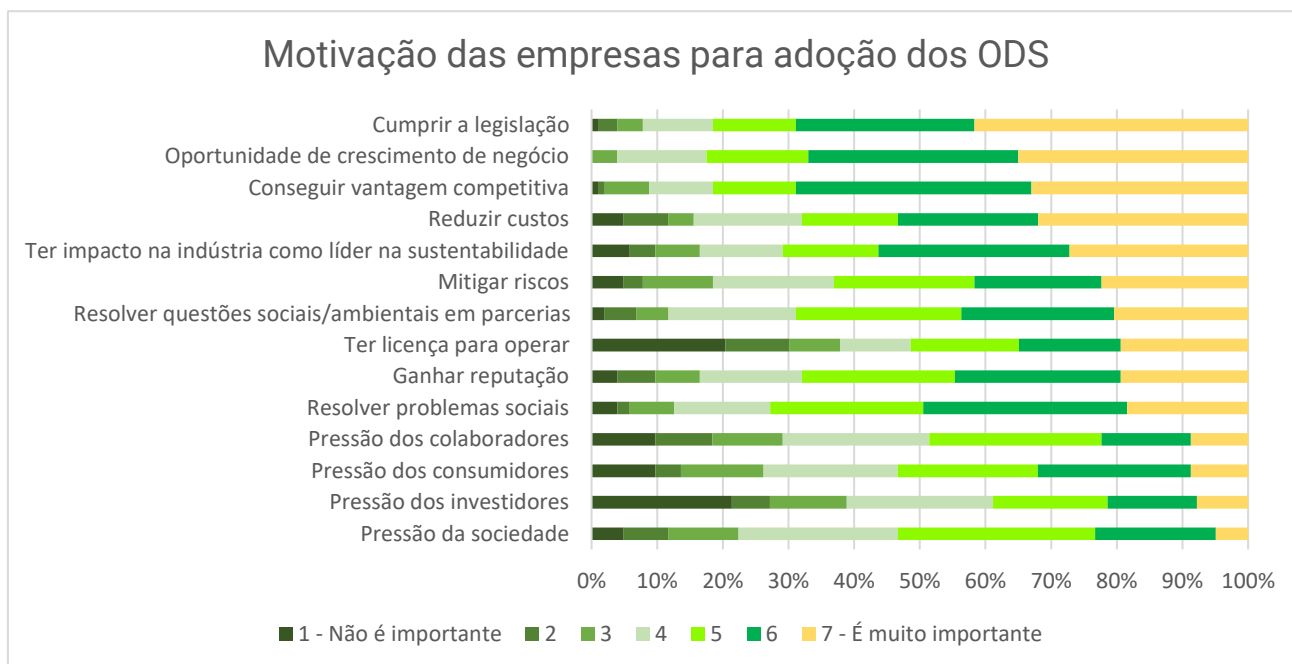


Figura 11. Motivação das empresas para adoção dos ODS

Foram apresentadas às empresas dicotomias, em que as empresas tinham de optar por um dos lados do espectro. As opções que se mostram como claramente mais consensuais enquanto principais fatores de motivação para a sustentabilidade, são:

- A diferenciação de produtos e serviços (**88,3%**) *versus* os custos de produtos e serviços (**11,7%**);
- A ambição interna (**79,6%**) *versus* a pressão externa (**20,4%**);
- As necessidades das gerações futuras (**77,7%**) *versus* as necessidades das gerações atuais (**22,3%**);
- A criação de valor para um amplo grupo de *stakeholders* (**76,7%**) *versus* lucrar (**23,3%**).

É nas seguintes dicotomias que as empresas têm maior nível de dispersão (decisões menos fortes):

- Ter impacto na indústria *versus* reduzir custos;
- Reputação *versus* resolver problemas sociais;
- Resolver questões sociais em conjunto *versus* vantagem competitiva.

ODS como uma oportunidade de negócio

A maioria das empresas – mais concretamente, **58,3%** –, vê os ODS como uma **oportunidade de negócio**, apesar deste valor ser inferior ao verificado nas Grandes Empresas estudadas no Observatório.

Apenas cerca de **4,9%** não vê (de todo) os ODS como **oportunidade de negócio** e **16,5%** das empresas também vê nos ODS uma baixa oportunidade de negócio.

Principal motivação do CEO ou da Comissão Executiva para a Agenda dos ODS

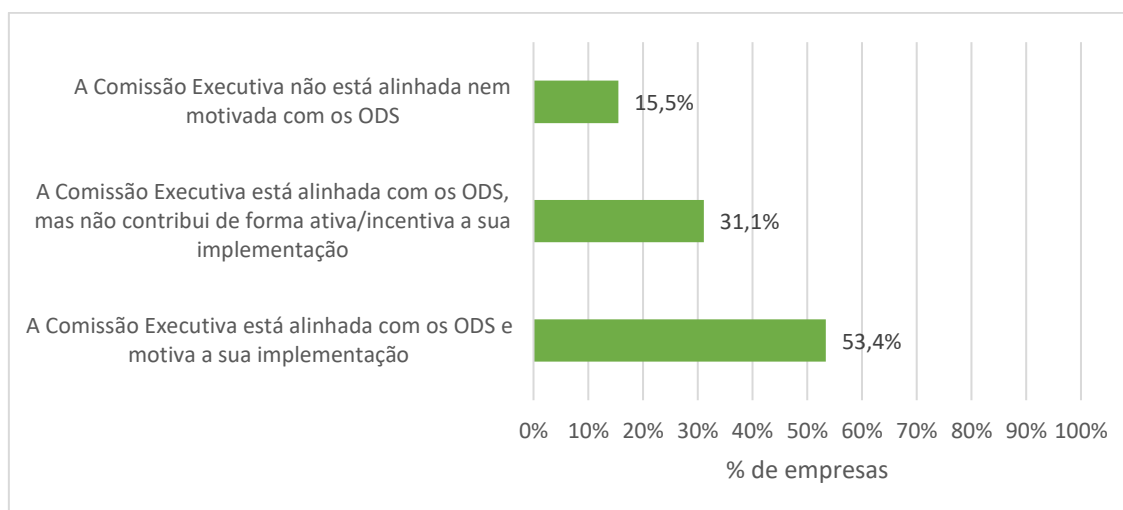


Figura 12. Qual é a principal motivação do CEO ou da Comissão Executiva para a Agenda dos ODS?

A maioria das empresas (**53,4%**) afirma que o CEO/Comissão Executiva da sua empresa estão alinhados e motivados para a implementação da agenda dos ODS. No entanto, **15,5%** afirma que a Comissão Executiva não está alinhada nem motivada com os ODS e cerca de um terço (**31,1%**) afirma, que apesar de alinhada, a Comissão Executiva não motiva a sua implementação.

Grau de motivação dos colaboradores da empresa para sustentabilidade e para ODS

As empresas indicam que os colaboradores se mostram mais motivados para a sustentabilidade do que para os ODS, em alinhamento com o verificado nas Grandes Empresas. **59,2%** das empresas indica que os seus colaboradores estão motivados a muito fortemente motivados para o tema da sustentabilidade, contra **34,0%** que responderam que os seus colaboradores estariam motivados a muito fortemente

motivados para os ODS. Há, neste sentido, a oportunidade de as PMEs trabalharem mais esta agenda e seu *awareness* junto dos seus colaboradores.

ODS e decisões organizacionais

A maioria das PMEs (**57,3%**) aponta que os ODS estratégicos da sua empresa servem como suporte ao processo de tomada de decisão, no entanto, apenas **14,6%** alinham os objetivos dos ODS com incentivos internos na compensação dos departamentos e dos funcionários. Este alinhamento é também fundamental para que a empresa possa alinhar os incentivos dos seus colaboradores com os seus objetivos estratégicos, pelo que há algum caminho a traçar por parte das PMEs neste aspeto.

Estratégia da empresa

Para aferir a estratégia das PMEs, foram apresentadas algumas dicotomias. Pretendeu-se avaliar o posicionamento de quatro departamentos distintos (*Procurement*, Recursos Humanos, *Marketing* e *Produção*) em diferentes itens:

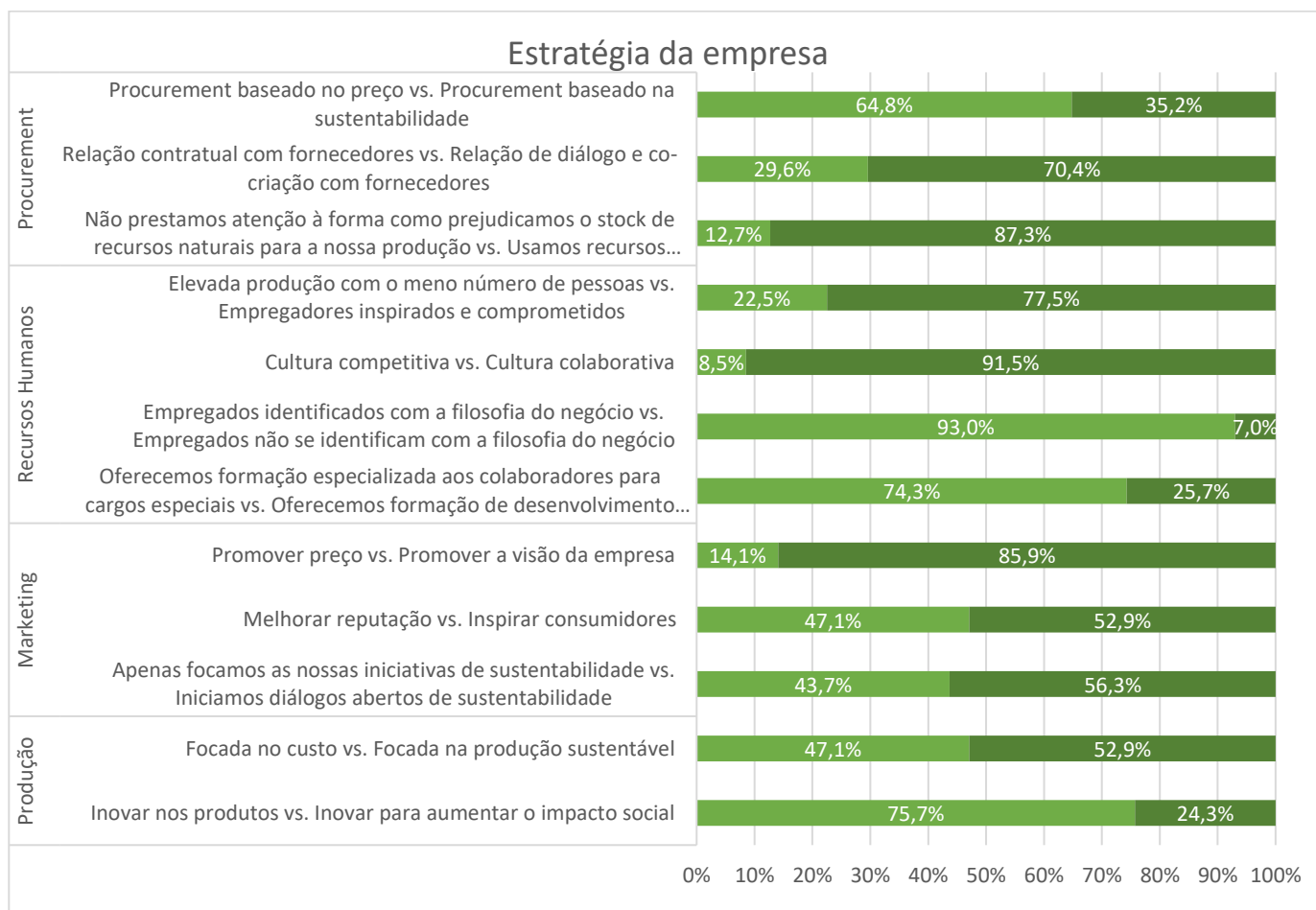


Figura 13. Estratégia da empresa

No que diz respeito ao departamento de *Procurement*, a maioria das PMEs faz *Procurement* baseado no preço (**64,8%**), fomenta uma relação de diálogo e cocriação com os fornecedores (**70,4%**) e usa recursos renováveis sempre que possível (**87,3%**).

No que respeita ao departamento de Recursos Humanos, a maioria das PMEs foca-se em ter empregados inspirados e comprometidos (**77,5%**) e identificados com a filosofia de negócio (**93,0%**) uma cultura colaborativa (**91,5%**), e oferece formação especializada aos colaboradores para cargos especiais (**74,3%**).

No departamento de *Marketing*, a maioria das PMEs promove a visão da empresa (**85,9%**), inspira consumidores (**52,9%**) e inicia diálogos abertos de sustentabilidade (**56,3%**).

No que concerne o departamento de Produção, a maioria das PMEs foca-se na produção sustentável em detrimento do enfoque no custo (**52,9%**) e inova nos produtos (**75,7%**).

Barreiras à implementação dos ODS

A maioria das PMEs demonstra ter conhecimento sobre como trabalhar a sustentabilidade e/ou ODS, apesar de não estarem a operacionalizar:

- **24,3%** indicam saber como atuar na sustentabilidade/ODS e estar a operacionalizar;
- **26,2%** indicam saber como atuar na sustentabilidade/ODS, mas ainda não estar a operacionalizar;
- **22,3%** indicam saber como trabalhar a sustentabilidade, mas não os ODS;
- **9,7%** das empresas consideram que não sabem como e onde começar a trabalhar na sustentabilidade;
- **17,5%** indicam não saber como e onde começar a trabalhar nos ODS.

Quando questionadas sobre o *business case* da sustentabilidade, cerca de metade das empresas (**48,5%**) não considera a falta de *business case* (relação custo-lucro) como uma barreira para a implementação dos ODS. No entanto, um terço das empresas considera difícil encontrar um *business case*. E **18,4%** das empresas concorda que a falta de *business case* é uma barreira porque o *business case* não existe.

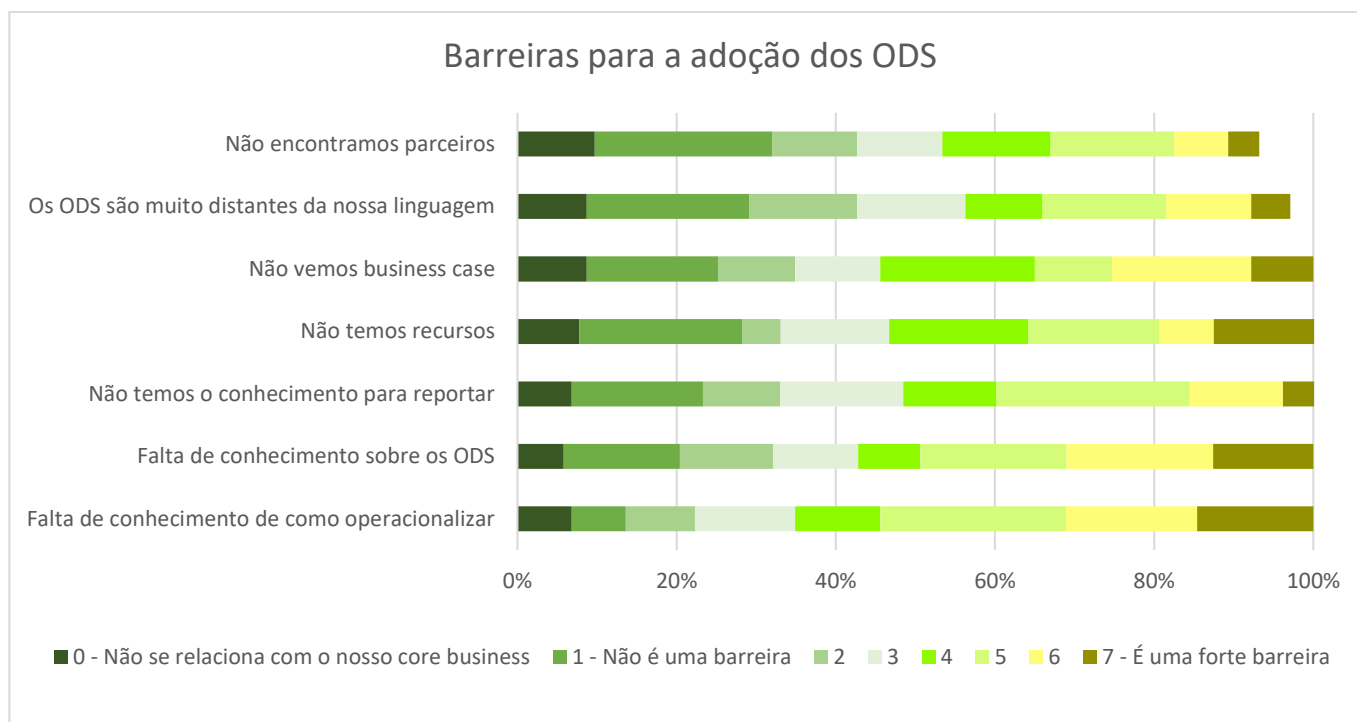


Figura 14. Barreiras para a adoção dos ODS

Quando questionadas sobre as barreiras para a adoção dos ODS, a maioria das empresas (**54,4%**) apontou a “falta de conhecimento de como operacionalizar” como barreira ou forte barreira. De seguida apresenta-se a “falta de conhecimento sobre os ODS” (indicada por **49,4%** das empresas) e “não temos conhecimento para reportar” (apontada como barreira ou forte barreira por **39,9%** das empresas). O facto de não ter parceiros, os ODS estarem distantes da linguagem empresarial e o facto de não verem *business case* foram as barreiras menos mencionadas como importantes pelas PMEs. Ao contrário das Grandes Empresas, as PMEs veem a falta de recursos como uma barreira. De notar, ainda, que deste grupo de empresas no geral todas deram mais pontuação/valor às barreiras apresentadas do que as Grandes Empresas. Neste sentido, verifica-se que as PMEs consideram haver mais barreiras do que as Grandes Empresas na implementação dos ODS.

Das empresas que responderam à pergunta “Quer adicionar outra barreira”, as empresas evidenciam a falta de apoio especializado e oferta formativa para as PMEs. Adicionalmente, uma empresa mencionou a dificuldade em quantificar o impacto da adoção ODS.

4.

A IMPLEMENTAÇÃO DOS ODS E OS SEUS IMPACTOS NO CONTEXTO

Nível de implementação

A maioria das empresas (**64,1%**) considera que o trabalho que desenvolve sobre os ODS está distante do nível de implementação onde gostaria de estar. De notar também que **22,3%** das empresas se mostrou num nível intermédio nesta questão e que apenas **13,5%** considera que o seu nível de implementação está próximo ou muito próximo ao nível onde gostaria de estar.

Em termos gerais, há uma diferença face às Grandes Empresas, que se encontram mais próximas do nível de implementação onde gostariam de estar.

Impactos positivos, tomada de decisão e Relatório Não Financeiro

Os impactos positivos sociais/ambientais da empresa são tidos em conta, em parte ou totalmente, por **38,9%** das empresas na escolha dos ODS e por **28,1%** das empresas no Relatório Não Financeiro.

No entanto, **32,0%** não tem em conta os impactos positivos sociais/ambientais da empresa no Relatório Não Financeiro, nem **11,7%** no processo de tomada de decisão.

As Grandes Empresas consideram mais os impactos positivos do que as PMEs na sua tomada de decisão e *Report* Não Financeiro.

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

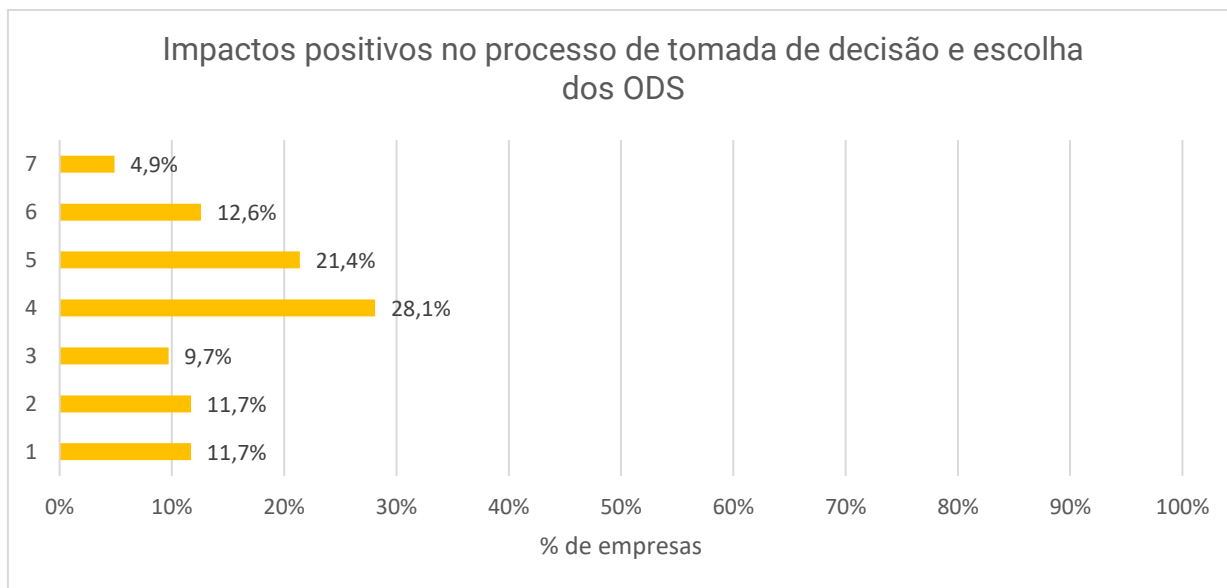


Figura 15. Impactos positivos no processo de tomada de decisão e escolha dos ODS (1 – Não são tidos em conta; 7 – São totalmente equacionados e ajudam à tomada de decisão)



Figura 16. Impactos positivos tidos em conta no Relatório Não Financeiro (1 – Não são tidos em conta; 7 – São totalmente equacionados e ajudam à tomada de decisão)

Impactos negativos, tomada de decisão e Relatório Não Financeiro

Os impactos negativos sociais/ambientais da empresa são tidos em conta, em parte ou totalmente, por **36,9%** das empresas na escolha dos ODS e por apenas **25,5%** das empresas no Relatório Não Financeiro, o que não difere substancialmente face aos

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

impactos positivos. Note-se que estes valores são, contudo, bastante inferiores aos verificados nas Grandes Empresas.

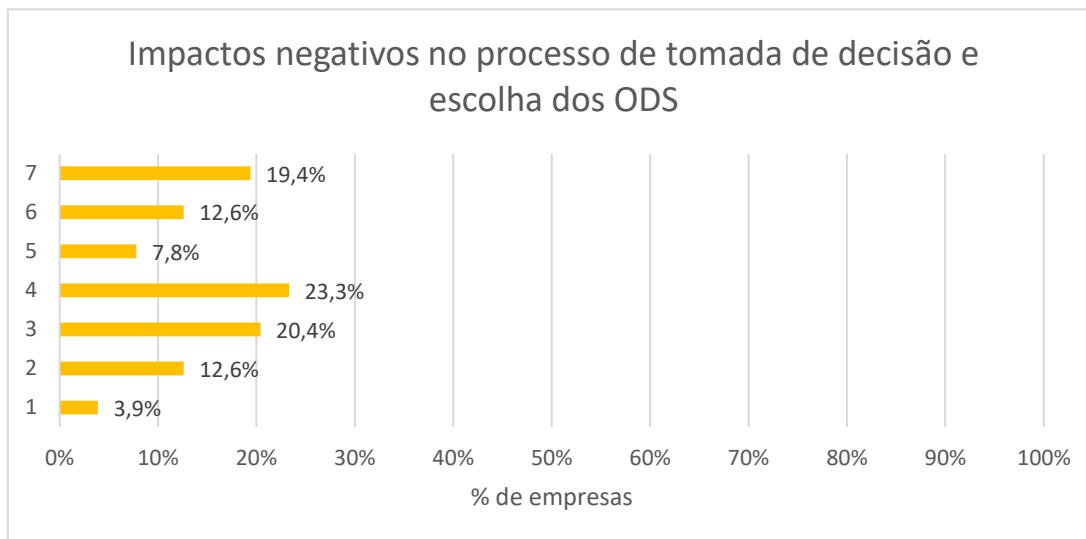


Figura 17. Impactos negativos no processo de tomada de decisão e escolha dos ODS (1 – Não são tidos em conta; 7 – São totalmente equacionados e ajudam à tomada de decisão)

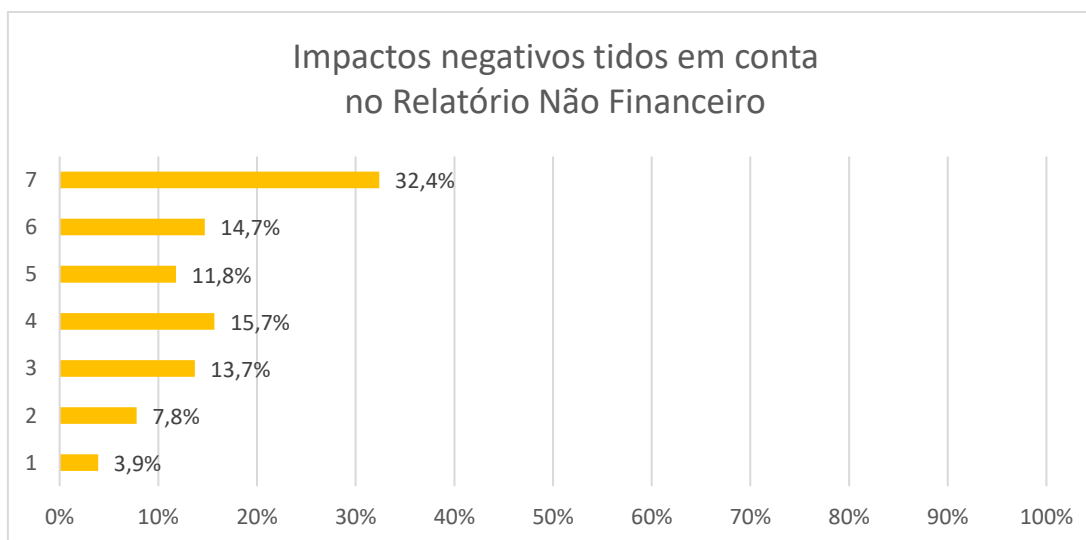


Figura 18. Impactos negativos tidos em conta no Relatório Não Financeiro (1 – Não são tidos em conta; 7 – São totalmente equacionados e ajudam à tomada de decisão)

Referências a *spillovers* (externalidades) no Relatório Não Financeiro

45,6% das empresas declara não fazer referência no seu Relatório Não Financeiro ou comunicar pela empresa a interligação dos ODS e *spillovers* (externalidades) negativos e positivos, apesar de que **28,2%** gostaria de considerar. Apenas **6,8%** das empresas declara fazer referência ou comunicar a interligação dos ODS e *spillovers* (externalidades) negativos e positivos no seu Relatório Não Financeiro, com interligação aos ODS. Considerando que os ODS estão intimamente relacionados entre si, esta temática é muito relevante. O facto de a maioria das empresas não comunicar os impactos positivos e negativos (mas **28,2%** gostaria de o considerar) apresenta grande potencial para progressão.

Escolha dos ODS

No que toca ao processo de escolha dos ODS, a maioria das empresas (**54,4%**) afirma não ter ou ter pouco em atenção o nível de desenvolvimento dos ODS nas geografias mais importantes onde opera para escolha dos seus ODS. Apenas duas empresas (**1,9%**) têm em total atenção este fator. As PMEs demonstram, portanto, não valorizar este ponto na escolha dos ODS estratégicos.

A maioria das empresas (**64,1%**) indicou “Temos em conta o que podemos fazer com os nossos recursos internos pois a contribuição para os ODS depende da nossa capacidade interna” e **20,4%** indicou “Consideramos primeiro o contexto social onde estamos inseridos para depois escolher os ODS estratégicos que mais precisam da nossa contribuição”. Apenas **15,5%** diz escolher os ODS que são mais fáceis de atingir.

As Grandes Empresas demonstram nesta questão uma atitude mais proativa, optando mais por considerar primeiro o contexto social onde estão inseridas. Ainda assim, a última atitude mais proativa poderá ser mais trabalhada pelo tecido empresarial português (tanto PMEs como Grandes Empresas) tendo em vista o maior impacto na sociedade portuguesa.

Conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal

Por fim, apenas **29,1%** das empresas afirmam ter conhecimento dos ODS estratégicos para Portugal, comparativamente com um valor de **70%** nas grandes empresas.

5.

CONCLUSÕES

A análise da adoção dos ODS nas PMEs portuguesas apresentada neste documento é clara quanto à oportunidade de melhoria das PMEs portuguesas em estudo. Considera-se que, face às cada vez maiores exigências de reporte e alinhamento estratégico (ainda que não legalmente exigido) das PMEs com a sustentabilidade, é fundamental traçar caminhos de futuro que permitam a estas empresas:

- um maior alinhamento estratégico entre o seu *core business* e os temas de sustentabilidade considerados como estratégicos e implementados nas operações;
- obter um maior conhecimento de como implementar e operacionalizar os ODS e a sustentabilidade na sua estratégia e no dia-a-dia do seu negócio;
- conhecer melhor esta agenda, as suas potencialidades e a forma como a linguagem da Agenda 2030 se aplica à realidade empresarial;
- compreender melhor oportunidades de negócio e de inovação associadas aos ODS e sustentabilidade, que se possam refletir numa valorização do seu negócio;
- compreender a sustentabilidade e os ODS como uma vantagem competitiva e uma licença para operar, fundamental para se manterem como *players* ativos de mercado;
- reportar e comunicar estes temas de forma mais estratégica, tendo em conta a importância de alinhamento com os vários *stakeholders* que poderão influenciar as operações da empresa.

É propósito do Observatório dos ODS nas empresas portuguesas contribuir de forma direta para estes objetivos. Com o conhecimento aprofundado sobre esta realidade, será fundamental continuar a acompanhar de perto estas empresas e ajudar as PMEs portuguesas nas suas ambições de contribuir para uma economia mais competitiva, sustentável e resiliente. Contem connosco!

ANEXO: CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Para a seleção da amostra de PMEs, foi estabelecida uma parceria com o IAPMEI, I.P., Agência para a Competitividade e Inovação. Este parceiro colaborou na seleção de um universo de 1604 empresas de alto desempenho económico-financeiro, distinguidas com o estatuto de PME Líder. O questionário foi distribuído a este grupo de empresas, sendo que o objetivo seria o de obter 100 respostas para análise. Foram obtidas, no total, 103 respostas. Todas as empresas do universo escolhido têm experiência exportadora, com níveis diferenciados. São empresas com negócios em mercados externos, sendo, portanto, as mais afetadas pelas exigências da Agenda 2030. Privilegiou-se também a abrangência de destinatários, quer em termos setoriais, quer de classe dimensional. O universo de empresas pelas quais foi distribuído o questionário inclui pequenas e médias empresas, distribuídas da seguinte forma:

- Indústria: 55,2%
- Comércio: 19,9%
- Serviços: 10,7%
- Transportes: 6,1%
- Construção e Imobiliário: 5,4%
- Turismo: 1,6%
- Agricultura: 1,3%

O universo destas empresas possui ainda as seguintes características:

- Faturação média de 6,7 milhões de euros
- Exportações médias de 2,9 milhões de euros
- Empregam em média 50 trabalhadores

Destas empresas, 103 completaram a resposta ao questionário do Observatório dos ODS nas empresas portuguesas e as suas características apresentam-se nas páginas seguintes.

Estrutura legal, estrutura de capital e empresas familiares

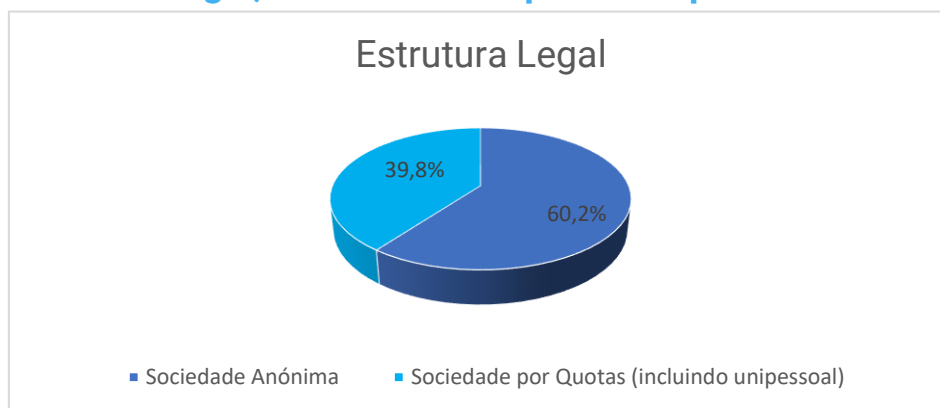


Figura 19. Estrutura legal

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

A maioria das PMEs são sociedades anónimas (**60,2%**) e todas as empresas inquiridas possuem capital privado (**100%**).

A maioria das empresas possuem capitais familiares (**71,8%**).

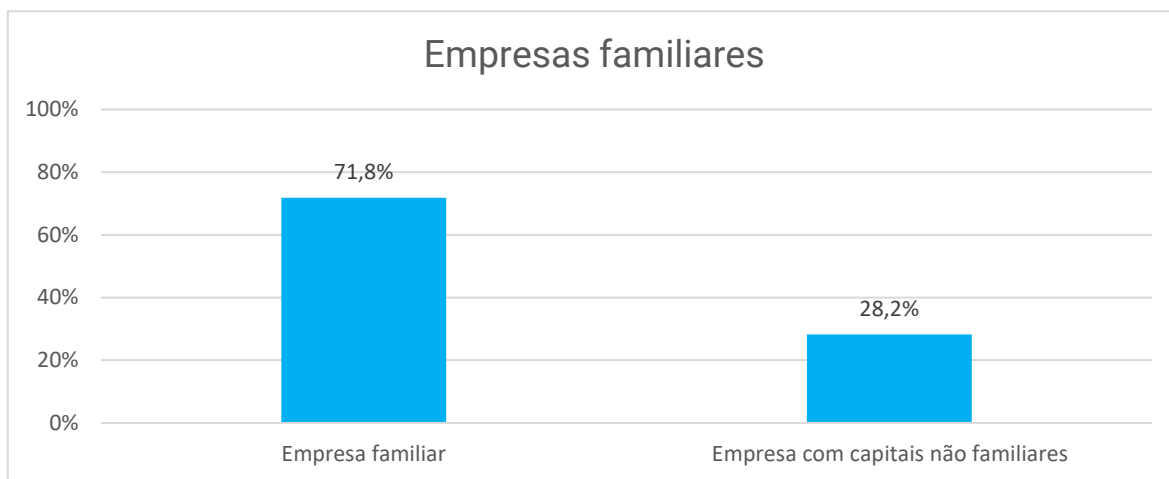


Figura 20. Empresas familiares

Número de colaboradores, faturação e localização da sede

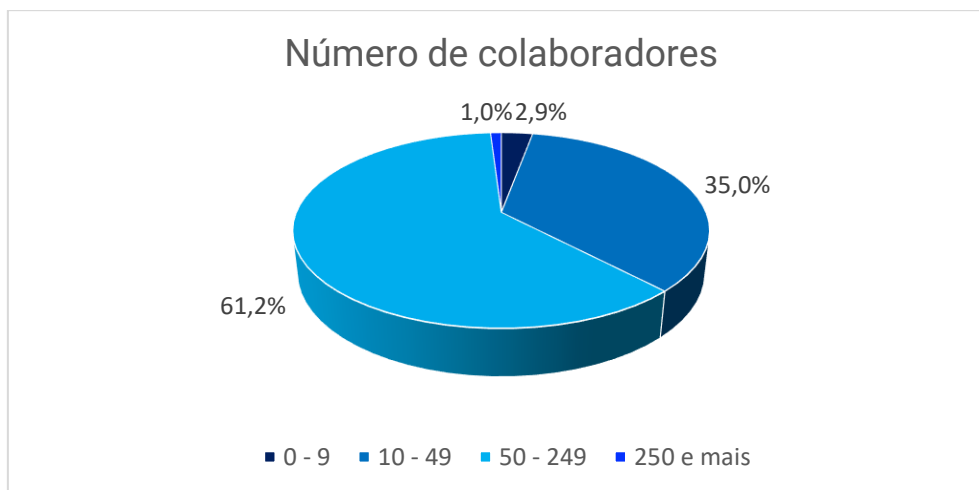


Figura 21. Número de colaboradores

Mais de metade das PMEs (**61,2%**) possui entre 50 e 249 colaboradores.

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

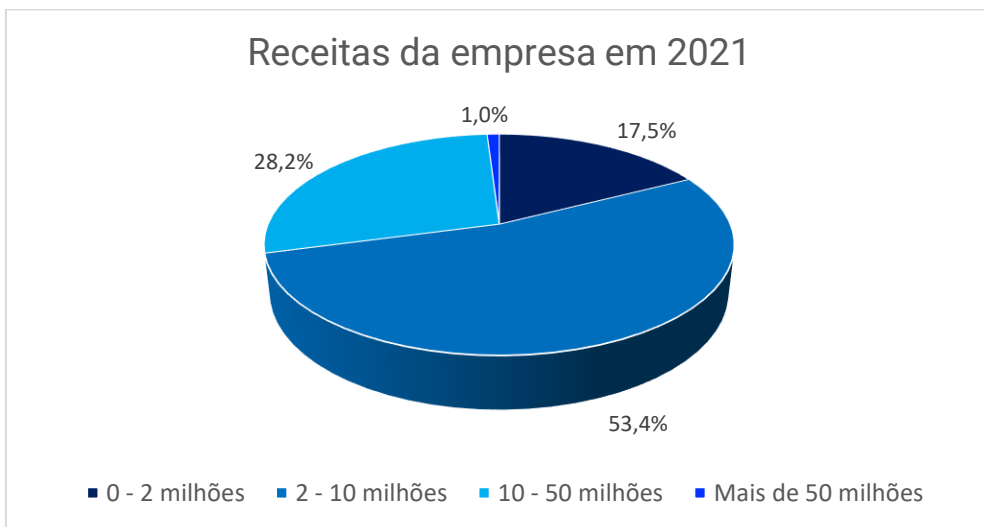


Figura 22. Receitas da empresa em 2021

Cerca de metade das PME (53,4%) obteve entre 2 e 10 milhões de Euros em receitas em 2021. Todas as empresas (100%) têm a sede localizada em Portugal.

Setor de Atividade / Indústria

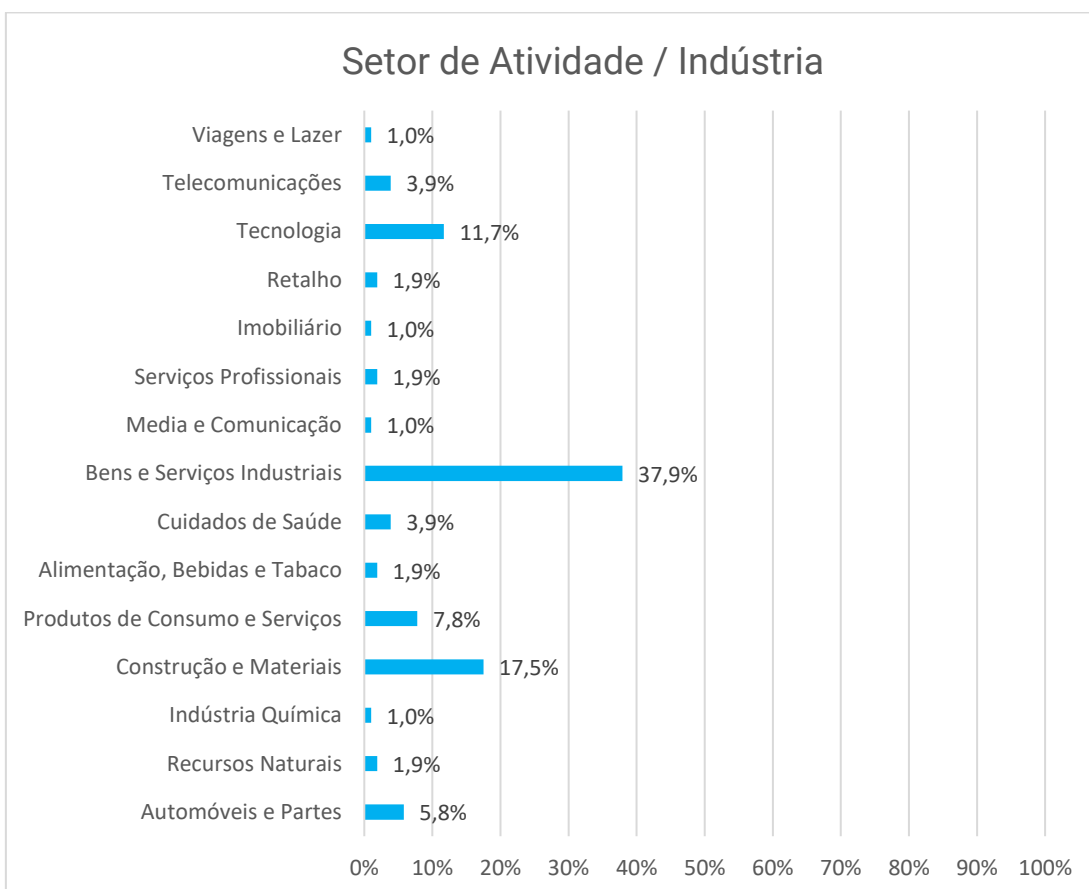


Figura 23. Setor de atividade / indústria

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

A maioria das PMEs em análise atuam no ramo dos bens e serviços industriais (**37,9%**). Segue-se o setor da Construção e Materiais (**17,5%**) e o setor da Tecnologia, com uma representatividade de **11,7%** na amostra.

Tipologia de negócio e data de fundação

Quando questionadas “A sua empresa é um negócio de serviços ou negócio de produtos?”, a maioria das PMEs respondeu “Produtos” (**48,5%**). **30,1%** das PMEs indica que a sua empresa é um negócio de produtos e serviços (ambos) e, por fim, **21,4%** das PMEs refere ter uma empresa de serviços.

Acerca da data de fundação, foram obtidos os seguintes resultados, o que reflete bastante diversidade na senioridade das empresas em estudo:

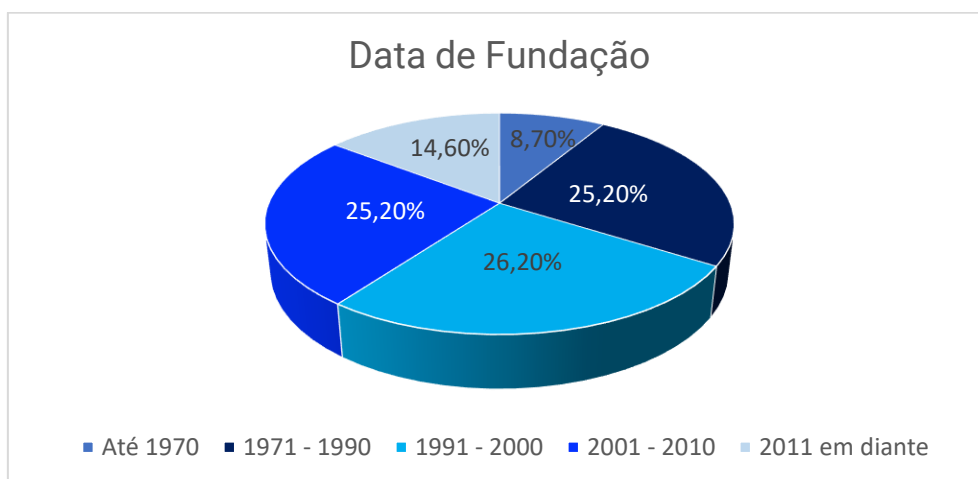


Figura 24. Data de fundação

Número de países e continentes onde opera / para onde exporta

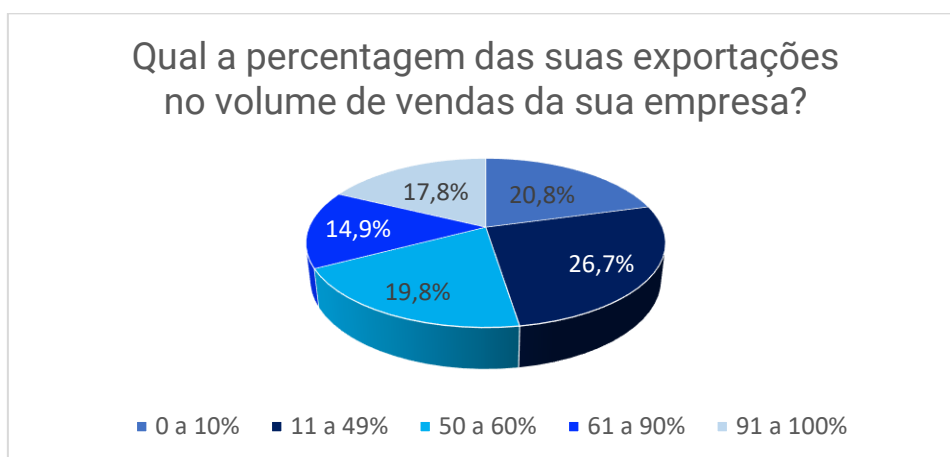


Figura 25. Qual a percentagem das suas exportações no volume de vendas da sua empresa?

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

20,8% das empresas exportam entre 0 e 10% do seu volume de vendas, 26,7% exportam entre 11 e 49%, 19,8% exportam entre 50 e 60%, 14,9% exportam entre 61 e 90% e 17,8% das empresas exportam entre 91 e 100% do seu volume de vendas. Existe, portanto, uma grande diversidade do perfil exportador das PMEs em estudo. De destacar é o facto de apenas 20,8% exportarem até 10% da sua produção, o que denota o perfil altamente exportador nas PMEs portuguesas em estudo.

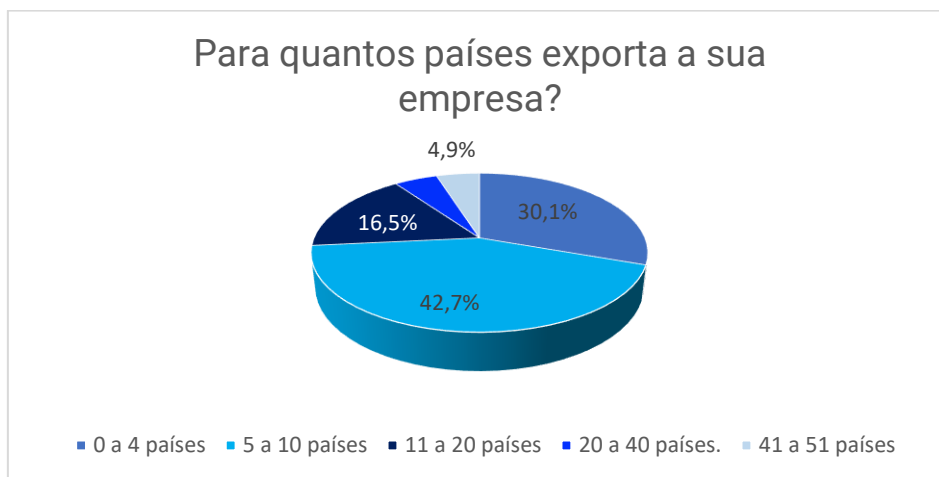


Figura 26. Para quantos países exporta a sua empresa?

Uma grande parte das empresas (**42,7%**) exporta para 5 a 10 países. 30,1% exportam para até 4 países.

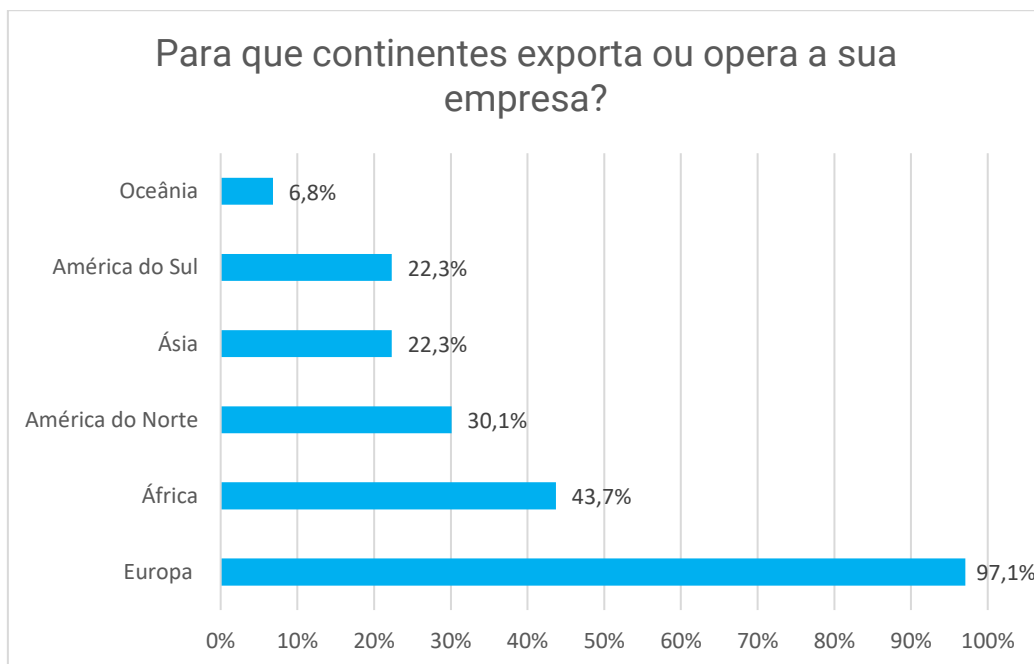


Figura 27. Para que continentes exporta ou opera a sua empresa?

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

A maioria das PMEs (97,1%) exporta para a Europa.

Redes Empresariais

Quando questionadas sobre as redes empresariais às quais pertencem, foram obtidas as seguintes distribuições de resposta:

- 4,9% refere a Global Compact Network Portugal;
- 1,0% refere a GRACE;
- 1,9% refere a BCSD/WBCSD.

Conselho de Administração e/ou Gerência

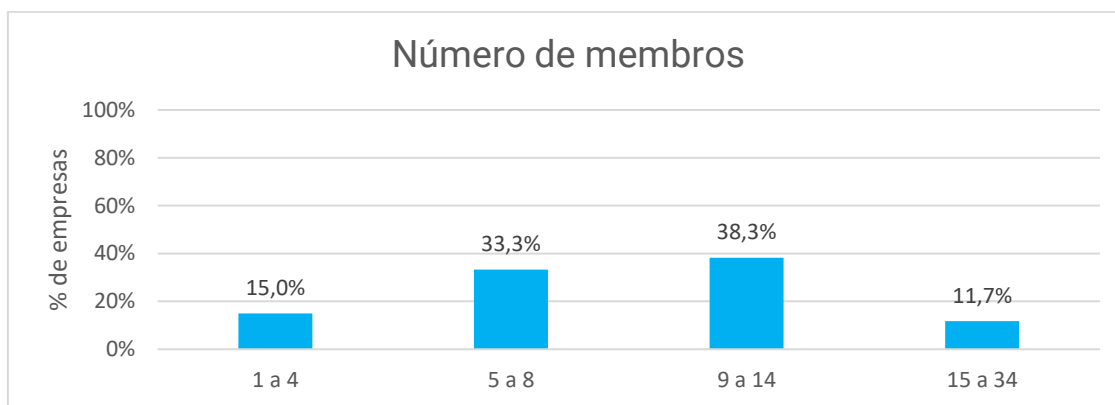


Figura 28. Quantos membros tem o seu Conselho de Administração ou Gerência da sua empresa?

Relativamente ao Conselho de Administração/Gerência, a maioria possui entre 9 e 14 membros (38,3%) e são do sexo masculino (76,7%).

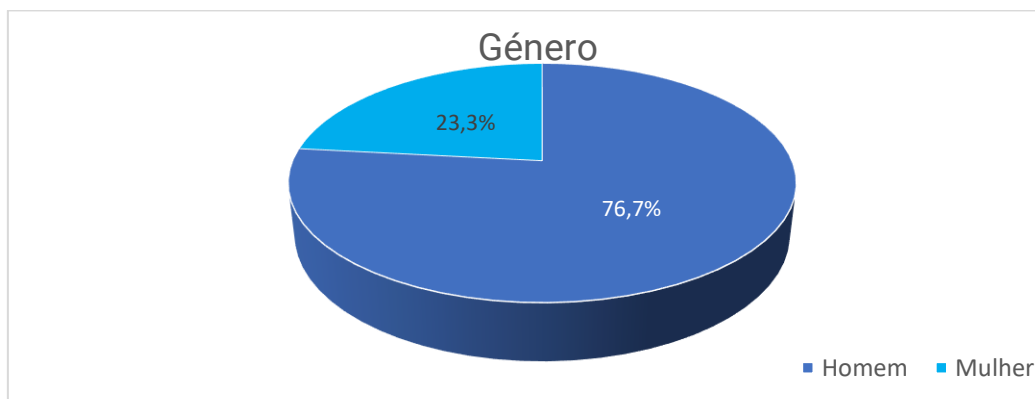


Figura 29. Género

COMO ESTÃO AS PMES PORTUGUESAS A INCORPORAR A SUSTENTABILIDADE NAS SUAS ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES?

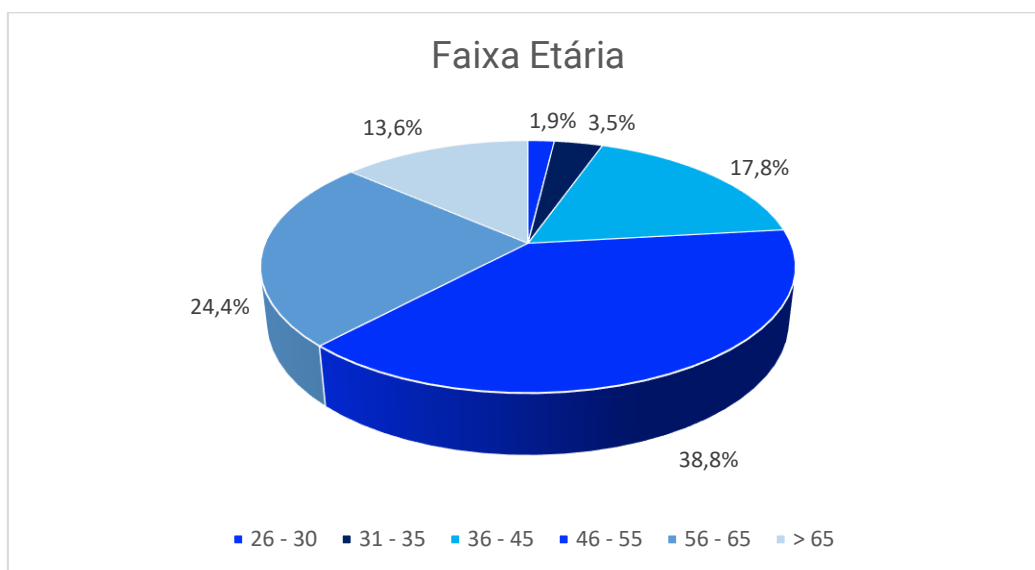


Figura 30. Faixa Etária

No que diz respeito à idade dos membros do Conselho de Administração/Gerência, a maioria encontra-se na faixa etária dos 46 aos 55 anos (**38,8%**).

De *background* formativo dos membros do Conselho de Administração, destacam-se as áreas de Negócios e Economia (**41,1%**), Engenharia (**25,2%**) e Outros (**25,2%**).