



GRUPO CH
Soluções globais

Relatório de Sustentabilidade 2012

Índice

07
07
08
08
15
16
18
20
22
23
24
26
26
28
29
29
30
31
32

ENQUADRAMENTO

1. Mensagem do Administrador

2. Âmbito

3. O nosso Caminho no Desenvolvimento Sustentável

O UNIVERSO CH

1. Quem somos?

1.1. O nosso ADN

1.2. Enquadramento Jurídico

2. Governo da Organização

2.1. Princípios de Governo

2.2. Modelo de Governo e Estrutura Orgânica

3. Compromissos Assumidos

3.1. Compromissos com Iniciativas Externas

3.2. Compromissos com a Sustentabilidade

4. Diálogo com as Partes Interessadas/Stakeholders

4.1. Avaliação da Significância

4.2. Matriz de Dependência/Influência

4.3. Comunicação com Partes Interessadas/Stakeholders

4.4. Envolvimento e Avaliação de Expectativas de Stakeholders

<u>34</u>	5. Reconhecimentos Externos
<u>35</u>	5.1. Satisfação de Clientes
<u>35</u>	5.2. Satisfação de Colaboradores
<u>35</u>	5.3. Liderança
<u>36</u>	5.4. Gestão de Pessoas
<u>36</u>	5.5. Desenvolvimento de Talento
<u>36</u>	5.6. Comunicação Interna
<u>37</u>	5.7. Gestão da Mudança
<u>37</u>	5.8. Inovação
<u>37</u>	5.9. Desempenho Económico
<u>37</u>	5.10. Qualidade
<u>39</u>	UM OLHAR SOBRE 2012
<u>42</u>	Destroika: Temas Materiais, Riscos e Oportunidades
<u>45</u>	1. Combate ao Desperdício
<u>46</u>	1.1. Eliminação de Resíduos e Emissões Perigosas
<u>47</u>	1.2. Eficiência da Gestão de Recursos
<u>48</u>	1.3. Eficiência de Recursos nos Transportes
<u>49</u>	1.4. Compensação de Carbono (Carbon Offsetting)
<u>51</u>	2. Maior Eficiência Operacional
<u>52</u>	2.1. Desempenho Económico
<u>53</u>	2.2. Criação de Emprego
<u>54</u>	2.3. Equipa e Resultados
<u>57</u>	2.4. Desenvolvimento Pessoal e Profissional

<u>59</u>
<u>60</u>
<u>63</u>
<u>64</u>
<u>65</u>
<u>67</u>
<u>68</u>
<u>72</u>
<u>73</u>
<u>77</u>
<u>78</u>
<u>81</u>
<u>82</u>
<u>84</u>
<u>89</u>
<u>90</u>
<u>91</u>
<u>95</u>
<u>96</u>
<u>97</u>
<u>99</u>
<u>112</u>

3. Maior Responsabilização Individual

3.1. Compromisso e Alinhamento Organizacional

4. Mais Flexibilidade

4.1. Diversidade e Conciliação entre a vida pessoal, familiar e profissional

4.2. Promoção da Mudança Positiva

5. Mais Motivação

5.1. Diversão

5.2. Reconhecimentos Internos

5.3. Saúde e Bem-estar

6. Mais Entusiasmo

6.1. Envolvimento

6.2. Comunicação

6.3. Satisfação

6.4. Sociedade

7. Mais Mercado

7.1. Inovação/Criatividade

7.2. Partilha

7.3. Comunicação Externa

7.4. Avaliação de Clientes

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

1. Sumário Conteúdos

2. Avaliação do Relatório

Ficha Técnica

Designação

Relatório de Sustentabilidade do Grupo CH 2012

Autoria

Grupo CH

Equipa Técnica

Ana Rita Pereira
Carolina Leite
Catarina Carvalho
Francisco Janeiro
Luís Ferreira
Luís Marques
Susete Pires
Vítor Ribeiro

Revisão

Grupo CH

Projeto Gráfico

Francisco Horta e Vale
Bürocratik

Edição

Monstros&Cia

Impressão

Tipografia Lousanense

Disclaimer Linguagem Inclusiva

Dada a extensão dos conteúdos publicados de seguida, optámos por prescindir das referências de desagregação por género, ignorando aquela que é considerada como uma boa prática ao nível da linguagem inclusiva. Porque entendemos que as preocupações no plano da igualdade de oportunidades estão amplamente refletidas nos nossos valores organizacionais e são do conhecimento generalizado dos colaboradores, consideramos que esta opção em nada prejudica o espírito das políticas e práticas da organização.

Copyright

Este documento é propriedade do Grupo CH não podendo ser reproduzido total ou parcialmente, sem referência expressa à respetiva autoria. A utilização para fins comerciais está sujeita a autorização prévia à aceitação das condições aplicáveis. A utilização para fins de natureza académica e/ou de investigação é livre, devendo contudo ser expressamente referenciadas as situações em que as práticas empresariais citadas se aplicam e os seus objetivos. Esta informação é de natureza geral e meramente informativa, não se destinando a qualquer entidade ou situação particular, não substituindo assim o aconselhamento profissional adequado.



Este documento foi impresso em papel Munken Lunx, 130 g, ECF, proveniente de florestas controladas e certificadas FSC “corretamente geridas” e certificado pela ISO 9706. Esta publicação é completamente reciclável e biodegradável.



ENQUADRAMENTO

1. Mensagem do Administrador

É com enorme satisfação que apresentamos o nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade. Esta oportunidade de partilharmos o nosso ainda curto percurso na área do Desenvolvimento Sustentável, constitui-se como um mote para um exercício de aprofundada reflexão, considerado da maior relevância.

Muito embora saibamos que temos ainda muito caminho a percorrer, foi com agrado que verificámos ser consistente o trabalho que temos vindo a desenvolver neste domínio, designadamente nas seguintes dimensões organizacionais:

- 1. Compromisso** – Formalmente assumido com a adesão ao BCSD em 2012 e com a celebração do compromisso de *reporting* que esteve na origem da primeira edição do presente relatório.
- 2. Perspetiva integrada** – O modelo de governação há muito que reflete preocupações fundamentais nas dimensões Económica (onde pelo 3º ano consecutivo alcançámos o desempenho de PME Excelência atribuído pelo IAPMEI), Ambiental (contando com um SGQARH certificado pela APCER desde 2010) e Social (sendo públicas os inúmeros prémios e distinções conquistados ao nível da gestão de pessoas).
- 3. Alinhamento** – Muito embora sejam recentes as preocupações formais e estruturadas com a temática do Desenvolvimento Sustentável, foi sem surpresa que verificámos que as questões essenciais estavam desde cedo bem presentes na missão, visão e valores da organização.
- 4. Transparência** – A cultura de transparência e envolvimento que adotamos no Grupo CH é um dos seus pilares de *governance* e uma das razões para os inúmeros êxitos que ilustram os nossos quinze anos de existência.
- 5. Boas Práticas** – Porque perseguimos a excelência em tudo o que fazemos, esta iniciativa foi simultaneamente uma oportunidade para refletirmos e aperfeiçoarmos as nossas práticas de gestão e de intensificarmos a disseminação junto dos principais *stakeholders*.
- 6. Exemplo** – Porque ambicionamos muito ser um “exemplo positivo para a sociedade”, desejamos que a franca partilha das nossas práticas no domínio do desenvolvimento sustentável, possam inspirar outras organizações. Com a mesma intensidade que todos os dias procuramos inspirações para nos superarmos.
- 7. Dinamizar as PME** – A nossa participação é igualmente uma oportunidade de incentivo para outras PME abraçarem os desafios de uma gestão orientada pelos Princípios de Gestão Sustentável.

2. Âmbito

Este relatório apresenta a informação relevante da gestão sustentável, compreendendo as vertentes económica, ambiental e social das atividades desenvolvidas para cumprimento da missão do Grupo CH.

Ao longo do documento, alguns indicadores dizem respeito ao Grupo enquanto outros se referem apenas à empresa CH Business Consulting.¹

Sendo o primeiro Relatório de Sustentabilidade do Grupo CH, não existe um histórico que permita a comparação/evolução de desempenho de alguns dos indicadores.

Também por este motivo decidimos não sujeitar este relatório a verificação externa.

Período de reporte

Este relatório diz respeito ao período de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2012.

O Relatório de Sustentabilidade do Grupo CH é publicado anualmente.

Princípios de reporte

O Relatório de Sustentabilidade orienta-se pela "Global Report Initiatives" (G3.1).

Destinatários

Os destinatários do Relatório de Sustentabilidade são todas as partes interessadas (stakeholders) do Grupo CH.

Publicação do Relatório

Este primeiro Relatório de Sustentabilidade do Grupo CH é divulgado numa ótica de transparência com as partes interessadas. O objetivo da publicação é o de partilhar as preocupações, metas e realizações nos domínios do desenvolvimento sustentável das atividades do Grupo, com todos quantos detenham elos de relação, interesse ou influência, ativa e passiva, com a empresa.

Informações gerais

O Relatório de Sustentabilidade 2012 pode ser consultado no website da empresa: www.grupoch.pt

Quaisquer dúvidas ou esclarecimentos sobre o relatório podem ser solicitados para sustentabilidade@chconsulting.pt

3. O Nosso Caminho no Desenvolvimento Sustentável

O Desenvolvimento Sustentável e a Responsabilidade Social são áreas sobre as quais a organização se tem debruçado há já vários anos.

Desde 2007 que tem formalizada esta preocupação nos seus Princípios de Responsabilidade Social.

Em 2009 aderiu à REDE RSO.PT, integrou colaboradores com competências e conhecimentos na área e estabeleceu parcerias com Universidades de forma a promover investigação nesta área e disseminar a temática junto dos seus parceiros, nomeadamente junto dos seus clientes.


2007

Foram formalizados os Princípios de Responsabilidade Social

2009

Adesão à REDE RSO.PT

¹ Estas situações encontram-se devidamente identificadas




PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Novo

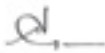
O Grupo CH ciente do papel que o seu contributo, enquanto Consultora de Empresas, pode trazer à Comunidade, adota diversas práticas de responsabilidade social que efetiva e fomenta em todos os seus Colaboradores.

1	OBJEÇÃO DE CONSCIÊNCIA	O Grupo CH reserva-se ao direito de objeção e rejeição de trabalhos provenientes de empresas, cuja atividade reflita práticas manifestamente ilícitas ou socialmente condenáveis, e/ou cujo comportamento fiscal não se adequa ao legalmente estipulado ou às exigências atuais da Sociedade.
2	AMBIENTE	O Grupo CH fomenta, entre os seus colaboradores o respeito pelo Ambiente, através das boas práticas de reciclagem de resíduos específicos e da reutilização de materiais e consumíveis de uso quotidiano.
3	RESPEITO PELA PRIVACIDADE	Através da escrupulosa custódia e reserva das bases de dados pessoais que possam resultar do exercício da sua atividade, nomeadamente as resultantes de recrutamentos, seleção e audição de candidatos.
4	INTERVENÇÃO SOCIAL	Participando e autorizando os seus colaboradores a distintos níveis, a participar, como trabalho de licença graciosa, em Conferências, Colóquios, Seminários e outras intervenções de cariz Cívico, Científico, Social ou Humanitário, desde que, a título não remunerado e inserido numa componente de Intervenção na Sociedade.
5	INTEGRAÇÃO ATIVA	O Grupo CH colabora e incentiva as Empresas suas Clientes no respeito e valorização do cidadão portador de deficiência e no favorecimento da sua integração na vida ativa.
6	SOCIEDADE	A gestão é assumida como uma responsabilidade que está muito para além da produção de resultados económicos. Entendemos o modo como nos integramos na sociedade e os deveres que nos estão reservados enquanto agente económico a quem está associado o exercício das Melhores Práticas de Governação.
7	AS SUAS PESSOAS	O Grupo CH tem nos seus recursos humanos o ativo mais valioso. Gerimos com base num compromisso de transparência total, procurando o crescimento pessoal e profissional e a satisfação de todos os colaboradores.



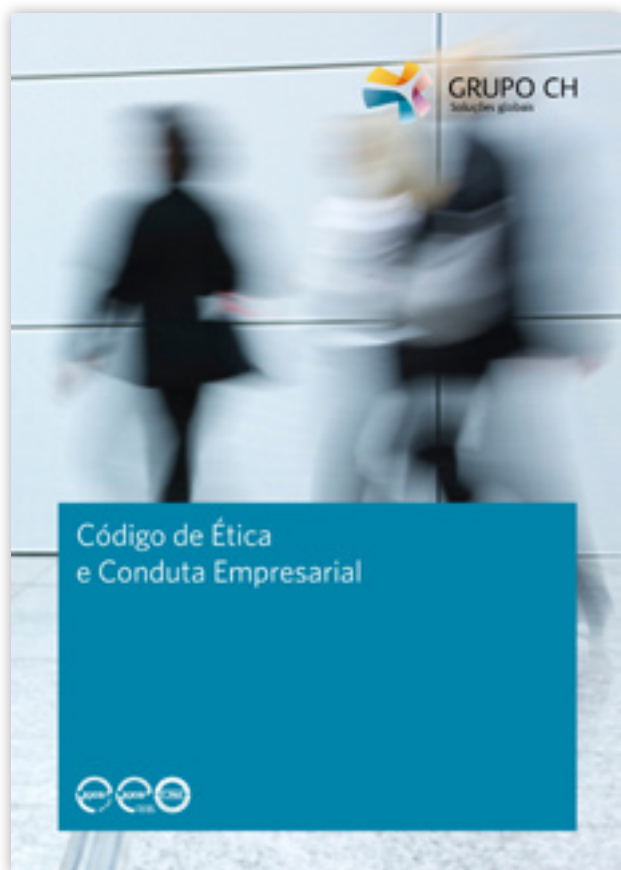
GRUPO CH
Soluções globais

Coimbra, 14 de Setembro de 2010



Administração

Em 2010, com a implementação do Sistema de Gestão Integrado de Qualidade, Ambiente e Recursos Humanos, formalizámos o nosso Código de Ética e Conduta Empresarial, bem como algumas práticas neste domínio.



Foi mais tarde, em 2011, com o crescimento da organização, que sentimos necessidade de formalizar uma estrutura na organização com a missão de encontrar e promover soluções para que, numa base voluntária, o Grupo CH contribuísse de forma mais sistematizada para a construção de uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo, a Direção de Responsabilidade Social.

2010

Formalizámos o nosso Código de Ética e Conduta Empresarial

2011

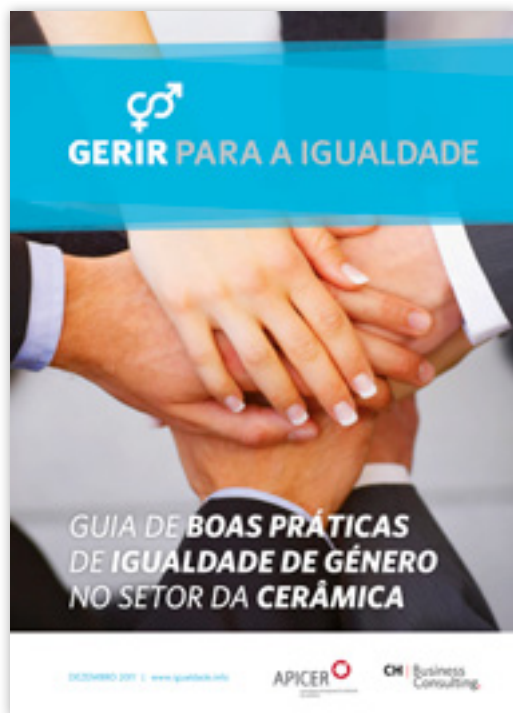
Formalizámos a Direção da Responsabilidade Social

Iniciámos projetos de Responsabilidade Social

Aderimos ao GRACE

Foi também em 2011 que o Grupo CH iniciou projetos de Responsabilidade Social com Associações Empresariais suas clientes e, desde então, tem levado a cabo estudos,

publicações, seminários, formação, junto de empresas e organismos de representação sectorial e empresarial. Apresentam-se de seguida alguns exemplos:



1. Guia de Boas Práticas de Igualdade de Género



2. Estudo Setorial Cer Responsável



3. Manual de Comunicação Cer Responsável



4. Guia de Boas Práticas Cer Responsável

Ainda em 2011 aderimos ao GRACE - Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial, e desde logo nos envolvemos com as iniciativas promovidas, nomeadamente no projeto GIRO - GRACE Intervir Recuperar e Organizar e partilhando boas práticas em publicações.

Em 2012 tornámo-nos associados do BCSD - Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável e desde esse momento participamos ativamente em seminários temáticos. Também durante este ano associámo-nos ao IGEN - Projeto Fórum Empresas para a Igualdade de Género - O nosso Compromisso.

Em Janeiro de 2013 aderimos ao Global Compact Network.

Apresentam-se de seguida alguns dos marcos mais relevantes no nosso caminho da sustentabilidade:

2012

Tornámo-nos associados do BCSD

2013

Aderimos ao Global Compact Network



Apesar de sempre termos tido as preocupações económicas, ambientais e sociais integradas na gestão, durante os dois últimos anos, sentimos necessidade de nos abirmos ao exterior. 2012 foi um ano particularmente importante porque superámos as nossas expectativas, levando o nosso entusiasmo fora de portas e criando valor àqueles com que nos relacionamos.

Com dedicação e criatividade, acreditamos estar a implementar práticas que resultam da combinação de um ADN muito único, com as melhores práticas de gestão. Foram vários os momentos em que a Administração promoveu um debate substancial relativamente ao desenvolvimento sustentável, até porque a própria organização passou por um grande momento de mudança e reestruturação com vista à sua própria sustentabilidade, a Destroika, tema que marcou o ano e, por este motivo, dá o mote ao presente Relatório.



Sabemos que a divulgação do primeiro Relatório de Sustentabilidade traz consigo uma responsabilidade acrescida, que desejamos muito assumir!

E não queremos parar por aqui! Temos consciência de que só apostando continuamente na responsabilidade social e na sustentabilidade, conseguiremos perseguir o caminho da excelência, em linha com a nossa visão!



O UNIVERSO CH



O UNIVERSO CH

1. Quem somos?

Fundado em 2005, o Grupo CH é líder de mercado no segmento das PME. É constituído por cinco empresas que trabalham no sentido de oferecer aos clientes soluções integradas. Dele fazem parte:

CH | Business Consulting.

CH Business Consulting, SA.

Consultoria de Gestão de Pessoas e Organizações.

CH ACADEMY

**CH Academy
Gestão de Capital Humano, Lda.**

Formação e Desenvolvimento de Pessoas.

kwl

**KWL
Sistemas de Gestão de Qualidade, Lda.**

Implementação de Sistemas de Gestão.

MONSTROS CIA.

**Monsters and Company
Soluções de Comunicação, Lda.**

Agência de Comunicação e Design.

Bürocratik

**Bürocratik
Design & Comunicação, Lda.**

Branding e Webdesign.





Desde 2011 o Grupo CH centrou a estratégia de comunicação no reconhecimento do mercado, tendo sido distinguido com vários prémios em diferentes áreas como Qualidade, Satisfação das Pessoas, Práticas de Gestão, Gestão de Talento, Liderança, Gestão da Mudança, Comunicação Interna, Inovação, Resultados e Satisfação de Clientes.

O Grupo tem um ADN único e genuíno de constante busca pela excelência em tudo o que faz.

Para 2013, o enfoque estratégico é a consolidação no segmento das grandes empresas, para o qual desenvolveu um conjunto de produtos, alinhados com o que de melhor se faz no mundo! A Gestão da Mudança Positiva, a filosofia de Organização Transparente e a Felicidade Organizacional são algumas das apostas.

1.1. O Nosso ADN

Missão

Resolver problemas partilhando as melhores práticas de gestão.

Levar entusiasmo e paixão às organizações.

Ser um exemplo positivo para a sociedade.

Visão

Sermos reconhecidos pelo mercado como líderes de excelência em tudo aquilo que fazemos.


Valores

1. Transparência
2. Integridade
3. Determinação
4. Excelência
5. Compromisso
6. Reciprocidade
7. Entusiasmo

Obsessões

1. Satisfação das necessidades dos Clientes
2. Valorização dos Colaboradores, promovendo a Igualdade e a Diversidade
3. Inconformismo permanente e Melhoria contínua dos processos
4. Inovação, Criatividade pessoal e Capacidade de adaptação
5. Postura de Seriedade e de Ética, Pessoal e Profissional
6. Cultura de Responsabilidade, individual e coletiva
7. ...a busca de Resultados económicos, respeitando os Compromissos sociais e ambientais


CÓDIGO GENÉTICO




CÓDIGO GENÉTICO

Para entender a nossa matriz cultural, importará viajar no tempo até 1998, ano da fundação, e perceber quais os traços mais marcantes da nossa personalidade organizacional. Desde os primeiros passos que nos afirmámos como uma organização:

1	DETERMINADA	"É preciso Acreditar!" foi o lema durante muitos anos. O pressuposto de sempre foi "Conseguimos tudo aquilo que queremos!". Quanto maior o desafio ... maior o gozo!
2	CRIATIVA	Está muito longe de ser um lugar-comum. As quase três dezenas de prémios nacionais atribuídos pelo IEFP no âmbito do "Concurso de Ideias de Negócios" são um dos muitos exemplos. São inúmeros os "requintes" que sublinham esta nossa marca de identidade.
3	APRENDENTE	Foi assim que construímos o império CH, aceitando cada novo desafio com entusiasmo e vontade de aprender. A formação contínua é fundamental, estando muito longe de ser uma "cadeira opcional".
4	ÁGIL	A capacidade organizacional de responder rápida e apropriadamente às mudanças da envolvente foi, desde sempre, uma das nossas características inatas. A aposta num estilo de gestão fortemente marcado por múltiplas escolhas e uma visão proactiva não são escolhas inocentes.
5	DIVERTIDA	A boa disposição sempre foi uma imagem de marca. As nossas festas são hoje conhecidas (e cobçadas) de norte a sul do país. A sua importância na nossa cultura organizacional e na construção de um espírito de equipa verdadeiro, vão ao ponto de condicionarmos a ascensão a partner aos quadros que não partilhem deste espírito.
6	EXIGENTE	Porque sim, como se diz às crianças - poderia ser a resposta. É claro para nós que ambicionar a Liderança tem um preço. A exigência é um dos requisitos indispensáveis à tão amada Mudança. Fazemo-lo com enorme prazer.
7	TRANSPARENTE	O mote "Organização Transparente" é recente. As práticas, essas são muito antigas. É antiga a nossa obsessão pelo Report escrito. "Não está escrito não é verdade!" chegou a figurar como um dos pecados capitais. A formalização dos processos tornou tudo incrivelmente claro e objectivo, evitando indesejáveis mal entendidos e falhas de comunicação.

 **GRUPO CH**
Inovação global



1.2. Enquadramento jurídico

A CH Business Consulting foi constituída a 23 de Janeiro de 1998, sob a natureza jurídica de sociedade por quotas, com a firma designada de “Carvalho & Henriques - Consultores Lda”, e capital social de 4.987,98€, detido em partes iguais e dividido entre dois sócios.

Considerando a necessidade de crescimento contínuo e com uma convicção coletiva inabalável da capacidade de tudo vencer, sem olhar ao tamanho e dimensão dos obstáculos, em 2006, procedeu-se ao registo de transformação para sociedade anónima, com a designação de “CH Business Consulting, SA”, e aumento de capital social para 100.000€.

Quanto à aplicabilidade de Instrumentos de Regulamentação Coletiva de Trabalho (IRCT), não existindo regulamentação coletiva específica para a área de consultoria e formação, regemo-nos pela portaria de condições de trabalho para os trabalhadores administrativos².

Quanto aos restantes colaboradores da CH, é-lhes aplicável o Código do Trabalho e demais legislação.



A CH Business Consulting foi constituída a 23 de Janeiro de 1998

² Boletim de Trabalho e Emprego (BTE), 1.ª série, n.º 27 de 22 de Julho de 2012



2. Governo da Organização

As regras de *Corporate Governance* existentes no Grupo CH têm por objetivo uma governação responsável e orientada para a criação de valor. Estatutariamente, o modelo de governo societário confia a condução da Sociedade à Administração, que por sua vez se apoia numa Comissão Executiva constituída por partners e altos quadros da organização.

Existe uma cultura de envolvimento crescente de todos os quadros com funções diretivas, preparando a organização para uma lógica de gestão cada vez mais partilhada e descentralizada.



O Grupo CH aposta numa governação responsável e orientada para a criação de valor



2.1. Princípios de Governo

1. Satisfação do cliente

Garantir que todas as empresas do Grupo orientam a sua atividade para a satisfação das necessidades e requisitos das organizações suas clientes, oferecendo soluções inovadoras e de elevado valor acrescentado.

2. Aprendizagem contínua

Estimular o constante aperfeiçoamento dos conhecimentos e competências dos seus Colaboradores.

3. Ética

Manter uma postura de Honestidade e de Ética, pessoal e profissional, pautada pelo cumprimento integral do Código de Ética e Conduta Empresarial adotado por todas as empresas do Grupo CH.

4. Sustentabilidade

Estabelecer uma relação de compromisso com Acionistas, Colaboradores, Clientes, Fornecedores e Comunidade, de modo a garantir a sustentabilidade económica, ambiental e social.

5. Melhoria contínua

Melhorar continuamente todos os processos, tendo em vista a melhoria contínua da eficácia e o desenvolvimento de metodologias inovadoras, adaptadas às necessidades dos seus clientes.

6. Resiliência

Aplicar internamente as melhores práticas de gestão através do envolvimento de todos os colaboradores e do estímulo à criatividade pessoal, à versatilidade, à responsabilidade e à capacidade individual de adaptação.

7. Agilidade

Criar um Grupo empresarial forte, que se diferencie pela multiplicidade e nível de competências, pela capacidade de superar expectativas e pelo gosto de aceitar novos desafios.

2.2. Modelo de Governo e Estrutura Orgânica³

A estrutura de administração e de fiscalização da sociedade é composta por Conselho de Administração, Comissão Executiva e Conselho Fiscal. São órgãos sociais da sociedade a Assembleia-Geral, o Conselho de Administração, a Comissão Executiva e o Conselho Fiscal.

Os órgãos de gestão são assessorados por duas estruturas de apoio:

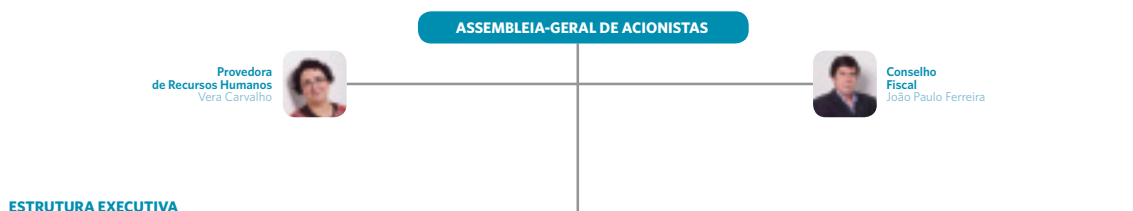
- . Provedora de Recursos Humanos
- . Comissão de Gestão do Risco



³ Consultar adicionalmente Relatório de Governo de Sociedade 2012.

ORGANOGRAMA

ESTRUTURA ACIONISTA



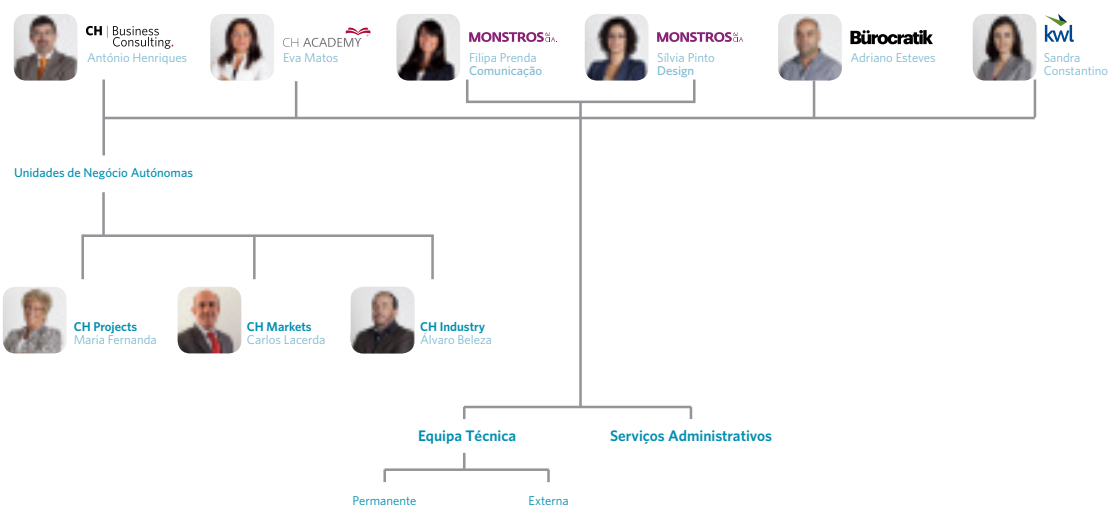
ESTRUTURA EXECUTIVA



ESTRUTURA DE SERVIÇOS PARTILHADOS



ESTRUTURA OPERACIONAL



ESCRITÓRIOS



3. Compromissos Assumidos

3.1. Compromissos com Iniciativas Externas

No ano de 2012 intensificou-se o envolvimento junto de associações e organismos que se dedicam às temáticas da sustentabilidade, tais como as que descrevemos de seguida:



O GRACE é uma Associação Empresarial sem fins lucrativos que tem por missão a reflexão, promoção e desenvolvimento de iniciativas de responsabilidade social empresarial. São vários os projetos, nomeadamente ao nível do voluntariado, que permitem ao GRACE e seus associados partilhar, construir, agir e comunicar!

Fazemos parte desta Associação desde 2011 e desde então que temos vindo a participar e a aceitar os desafios que nos propõem. Neste sentido, temos participado no voluntariado (GIRO – Grace Intervir Recuperar e Organizar), partilhado boas práticas e participado nas publicações tais como livros ou estudos promovidos.

Em Dezembro de 2012 a Diretora de Responsabilidade Social do Grupo CH incorporou a lista eleita para os órgãos sociais da Direção do GRACE.



O BCSD Portugal é uma associação sem fins lucrativos, membro da rede regional do WBCSD e conta atualmente com mais de uma centena de membros, representando mais de 75 mil milhões de euros de volume de negócios conjunto, atuando em mais de 20 áreas de atividade. Acreditando no papel das empresas como parte integrante da sociedade, o BCSD Portugal procura que a ação liderada por estas seja catalisadora de uma mudança rumo ao Desenvolvimento Sustentável, promovendo nas empresas a ecoeficiência, a inovação e a responsabilidade social. Temos colaborado com a partilha de algumas das nossas boas práticas empresariais aos restantes membros da rede.



A REDE RSO.PT é uma estrutura aberta, multisectorial, que agrupa instituições de referência do mundo empresarial e da sociedade civil em Portugal e que assume como missão prioritária trabalhar as diferentes dimensões da responsabilidade social criando e tratando indicadores, realizando e divulgando estudos, promovendo formação e campanhas de informação e sensibilização.

Somos membros desta Organização desde 2009 e temos vindo a participar ativamente nos grupos de trabalho de "Igualdade do Género" e "Observatório".

No início do ano de 2013 ficámos responsáveis pela coordenação do Grupo de Trabalho do Observatório e integrámos o *Steering Committee* da Rede.



Participamos no capital social da NAVES Sociedade de Capital de Risco SA., entidade criada em Dezembro de 2007 pela AESE - Escola de Direção e Negócios, com o objetivo de promover o empreendedorismo e apoio aos alunos no desenvolvimento dos seus projetos.



Participamos no capital social da INCUBADORA D. DINIS (IDD), entidade de direito privado sem fins lucrativos, constituída em Julho de 2004 por iniciativa do Instituto Politécnico de Leiria, da Associação Empresarial da Região de Leiria (NERLEI) e da Câmara Municipal de Leiria, com a colaboração do Instituto Pedro Nunes. A IDD tem por objetivo promover o empreendedorismo, a inovação e as novas tecnologias e de contribuir para a criação de novos projetos empresariais.



O “Projeto Fórum Empresas para a Igualdade de Género – O nosso Compromisso” é promovido pela Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego – CITE e por um conjunto de empresas dos setores privado, público e cooperativo, que a ele queiram aderir.

O Projeto emana de uma vontade comum em assumir uma cultura de reconhecimento da igualdade de género como pilar do desenvolvimento e sustentabilidade no mundo empresarial. O objetivo do mesmo é a criação de um Fórum de Empresas que, face aos desafios da competitividade, assumem, incorporando nas suas estratégias de gestão, os princípios de igualdade entre mulheres e homens num compromisso claro com a promoção da igualdade profissional e com o fim de todos os processos discriminatórios.

A coordenação do Fórum é garantida por uma task force mandatada pelos membros, da qual o Grupo CH faz parte, e as atividades serão desenvolvidas através de uma metodologia de trabalho com e para as empresas.

No acordo de adesão, cuja assinatura pública ocorreu no dia 18 de Fevereiro, as empresas comprometem-se a desenvolver ações de promoção de igualdade de género nas suas organizações, com objetivos e metas quantificadas.



O United Nations Global Compact é uma iniciativa na área da cidadania empresarial, que teve a sua origem numa proposta do anterior Secretário-geral da ONU, Kofi Annan, em 2000. Assenta em dez Princípios fundamentais, sobre as áreas dos direitos humanos, práticas laborais, proteção ambiental e anticorrupção e visa promover o compromisso público e voluntário das empresas em cumpri-los.

Foi no início do ano de 2013 que o Grupo CH subscreveu estes princípios formalmente e formalizou a sua intenção de adesão à Rede Internacional.



Declaração de Compromisso United Nations Global Compact

Com a adesão, no início de 2013, ao Global Compact, a CH Business Consulting assume formalmente o compromisso de honrar os Princípios do Pacto Global, sendo que consideramos que todos eles há muito fazem parte da nossa forma de estar nas relações com os nossos stakeholders.

Reforçamos, neste Relatório de Sustentabilidade, o nosso compromisso de ter em consideração, na gestão da empresa, os princípios do Pacto Global relativos aos Direitos Humanos, Direitos do Trabalho, Proteção do Meio Ambiente e Combate à Corrupção. Empreenderemos ainda esforços para divulgar o Pacto Global continuamente, bem como, numa lógica de transparência, reportar o nosso desempenho anualmente, de acordo com a política de Comunicação de Progresso (COP) do Pacto Global.

Atenciosamente,

António Henriques
(Administrador)



3.2. Compromissos com a Sustentabilidade

Compromissos com a Sustentabilidade de 2012 a 2014

1.

Conduzir a organização a resultados económicos superando os melhores da indústria

2.

Inovar continuamente na gestão de pessoas, implementando práticas que permitam potenciar o seu desempenho e os resultados da organização

3.

Reduzir a pegada ecológica através da compensação das emissões nomeadamente por meio de restauro florestal

4.

Partilhar compromissos do desenvolvimento sustentável e incentivar a sua adoção junto de 300 pequenas e médias empresas



4. Diálogo com as Partes Interessadas/Stakeholders

4.1. Avaliação da Significância

Tendo por base a Norma Portuguesa 4469-2:2010 aplicámos uma metodologia que nos permitiu identificar, numa primeira fase, grandes grupos de partes interessadas. Posteriormente segmentaram-se estes grupos por tipos de partes interessadas, sistematizando exemplos de organizações que aí se enquadram. Este processo foi indispensável na medida em que permitiu o alinhamento dos conceitos.

Seguiu-se a respetiva análise da significância de acordo com a avaliação que abaixo se apresenta:

<u>Grupos de Partes Interessadas</u>	<u>Responsabilidade</u>	<u>Influência</u>	<u>Proximidade</u>	<u>Dependência</u>	<u>Representação</u>
Acionistas	×	×	×	×	
Colaboradores	×	×	×	×	
Parceiros de Negócio	×	×	×	×	
Clientes	×	×	×	×	
Instituições Financeiras	×	×	×		
Estado/Reguladores	×	×	×		
Associações e Redes Empresariais	×	×	×		
Opinião Pública	×	×	×		
Associações Profissionais					×
Comunidade			×		
Instituições Académicas ou Científicas			×		
Fornecedores de Suporte	×				
Ambiente					×
Sindicatos					

4.2. Matriz de Dependência/Influência

Posteriormente foram classificados os stakeholders considerados significativos, de acordo com uma matriz de dependência / influência.⁴

		Influência do stakeholder na Organização			
		Sem influência	Influência Reduzida	Alguma Influência	Alta Influência/ Poder Formal
Dependência do Stakeholder da Organização	Dependência Alta (sem escolha)			Parceiros de Negócio	Clientes Colaboradores Accionistas
	Dependência Baixa (múltipla escolha)	Associações Profissionais	Comunidade Instituições Acadêmicas ou Científicas Ambiente Fornecedores Suporte	Associações e Redes Empresariais Opinião Pública	Instituições Financeiras Estado/Reguladores

Tendo em consideração esta matriz, definimos as próximas estratégias de relacionamento:

- ▼ Ameaça ou oportunidade estratégica - investir no envolvimento dos stakeholders, de forma a compreender as suas expectativas/necessidades e desenvolver soluções.
- ▼ Equilíbrio - manter a participação e a informação, de forma a assegurar um equilíbrio entre as expectativas dos stakeholders de alto nível de influência e as pessoas afetadas pelas decisões.
- ▼ Tratamento Justo - honrar os compromissos assumidos com estes stakeholders. Manter os stakeholders satisfeitos, dentro dos limites de uma relação custo-benefício equilibrada.
- ▼ Baixa prioridade - oferecer acesso aos canais de comunicação gerais da organização.

⁴ Adaptado de Stakeholders Engagement Manual, Accountability & Stakeholder Research Associates.

4.3. Comunicação com Partes Interessadas/Stakeholders

Dada a diversidade dos parceiros da CH, os canais de comunicação utilizados são também diferentes e adaptados às especificidades de cada stakeholder.

Stakeholder	Instrumentos de Comunicação	Periodicidade
Todos	Website	Em Contínuo
	Relatório de Sustentabilidade	Anual
	Artigos nos Media	Em Contínuo
	Campanhas de Comunicação	Em Contínuo
Colaboradores	In CH News	Diário
	CH TV	Quando Justificável
	Jornadas ADN	Trimestral
	Jornadas Comerciais	Quando Justificável
	Campanhas de Sensibilização Temáticas	Em Contínuo
	SIG - Intranet	Diário
	CECE e Políticas da Empresa	Em Contínuo
	Proposta de Valor para Colaboradores	Em Contínuo
	Wall Press	Em Contínuo
	Clipping	Mensal
	Envelopes com Frases Motivacionais	Mensal
	Inside Party	Quando Justificável
	Seven Books	Semanal
	Quem é quem na Organização e o que faz	Em Contínuo
Clientes	Brochuras	Em Contínuo
	Reuniões	Quando Justificável
	We Share	Esporádica
	Integração nas propostas comerciais das cláusulas: reserva ética, compromisso com a responsabilidade social, sustentabilidade e cidadania empresarial	Todas as propostas comerciais
Fornecedores - Parceiros de Negócios	Auscultação Parceiros de Negócio	Anual
	In CH News	Diário
Acionistas	Assembleia Geral de Aprovação de Contas	Anual

Numa ótica de proximidade e de resposta às necessidades específicas de cada stakeholder, definimos diferentes interlocutores responsáveis pelo diálogo com cada grupo de parte interessada.

<u>Grupos de Partes Interessadas</u>	<u>Responsáveis</u>
Acionistas	Conselho de Administração
Colaboradores	Comissão Executiva / Direção de Recursos Humanos
Clientes	Estruturas Operacionais / Direção de Qualidade e Sustentabilidade
Parceiros de Negócio	Direção de Qualidade e Sustentabilidade
Fornecedores de Suporte	Direção de Qualidade e Sustentabilidade
Instituições Financeiras	Conselho de Administração / Direção Financeira
Comunidade	Direção de Responsabilidade Social
Opinião Pública	Direção de Comunicação
Estado/Reguladores	Conselho de Administração
Associações e Redes Empresariais	Comissão Executiva / Direção de Responsabilidade Social
Instituições Acadêmicas ou Científicas	Direção de Recursos Humanos / Direção de Responsabilidade Social / Direção de Comunicação
Ambiente	Direção de Qualidade e Sustentabilidade

4.4. Envolvimento e Avaliação de Expectativas de Stakeholders

O diálogo frequente com todos os *stakeholders* permite identificar um conjunto de questões e sugestões levantadas, dando oportunidade à CH para atuar e responder às suas expectativas. Esta forma de abordagem, permite uma análise mais completa da percepção dos *stakeholders* sobre todas as áreas da Organização, que são objeto de trabalho diário e reporte no Relatório de Sustentabilidade.

Stakeholder	Prática	Descrição	Benefícios
Colaboradores	Barómetro da Felicidade Organizacional	Iniciativa realizada com o objetivo de: Desenvolver uma prática inovadora e de excelência, Criar um mecanismo de auscultação de colaboradores para avaliar a sua satisfação com a organização, Promover a transparência organizacional.	Monitorizar grau de satisfação de colaboradores Testar o grau de transparência da organização Validar o grau de implementação das políticas/práticas da empresa e valor percecionado pelos colaboradores Identificar práticas não conformes com as políticas de empresa aprovadas Recolher sugestões de melhoria Criar um espaço de envolvimento dos colaboradores na condução dos destinos da organização Promoção do convívio e clima organizacional Alinhamento ADN CH Retenção de talento/Gestão de Carreira Criação de ambiente de trabalho inclusivo
	Estudos de Clima Organizacional	GPTW 2012 · Melhor Empresa para Trabalhar 2012 · Excelência no Trabalho 2011/12	
	Jornadas ADN	Desde Março de 2010 que realizamos regularmente as nossas “Jornadas de ADN”, sessões internas de dia completo, que reúnem todos os colaboradores da organização e onde se apresentam as principais linhas estratégicas e os projetos internos / externos em que nos encontramos envolvidos. Uma das inovações é a periodicidade. Ao contrário do formato clássico de convenção anual...na CH é trimestral... ou sempre que a relevância dos acontecimentos o justificar.	
	Campanhas de Envolvimento	Este ano iniciámos a prática de promover ações de comunicação interna através do desenvolvimento de campanhas tendo os colaboradores como atores principais. Uma das campanhas em curso, iniciada no mês de Agosto é a de “Melhor Empresa do Mundo”, onde os colaboradores são chamados a partilhar o seu olhar.	
	Festas	Birthday Party · Festa de Natal · S. João · Sto. António · Entronização de Monstros · Summer Party	
	Provedor/a Recursos Humanos	A representação e a defesa das perspetivas das pessoas no Grupo CH, ouvindo as suas críticas ou queixas, é uma das missões do/a Provedor/a de Recursos Humanos, a quem cabe a avaliação da pertinência das queixas e a investigação das condições que levaram à sua apresentação.	
	Creative Sessions	Promoção de momentos informais com o intuito de formatar novos produtos.	
	Sessões de Brainstorming	Promoção de sessões de brainstorming para introduzir inovação nos projetos.	
	Seja Chefe todos os Dias	Somos uma organização que aprecia a Diversidade e Iniciativa por isso os nossos colaboradores têm total liberdade para darem asas ao seu lado criativo e apresentarem os seus próprios “projetos internos”, nas dimensões que bem entenderem. Temos uma política de empresa específica para o desenvolvimento de projetos internos. O lema é “Seja Chefe todos os dias”... se for esse o seu desejo!	
	Colaboradores como Embaixadores da Produtividade	Vemos em cada colaborador um “embaixador da produtividade”. O colaborador deve reportar todas as situações que, em seu entender, permitam introduzir melhorias na organização. Uma máxima que não se aplica exclusivamente à sugestão de novos investimentos físicos, mas que deverá ser entendida de modo alargado a todas as práticas e procedimentos da organização. O objetivo principal desta “política de investimentos” é garantir a todos que conosco colaboram, meios que permitam alcançar níveis de desempenho superiores e melhores condições de trabalho.	
Clientes	Diagnóstico “Grupo CH - Uma organização socialmente responsável - fora de portas”	Foi desenvolvido um estudo organizacional que teve como principal objectivo compreender a sensibilidade das pessoas para a temática da responsabilidade social bem como a sua disponibilidade/interesse em participar em iniciativas de voluntariado. Tendo em consideração os resultados deste estudo, durante 2012 iniciaram-se os trabalhos de definição da nossa política solidária de parcerias/apoios na qual estabelecemos áreas prioritárias de intervenção bem como critérios objectivos que permitam priorizar os pedidos recebidos da comunidade, respondendo eficazmente às expectativas dos colaboradores.	Construção de Relações de Confiança e Transparência Identificação de oportunidades de melhorar o serviço.
	Avaliação satisfação clientes	Avaliação da satisfação dos clientes através de aplicação de questionário por forma a avaliar o serviço prestado.	
	CHour	Promovemos encontros informais com os parceiros, ao final do dia, num ambiente descontraído, com o único propósito de fomentar o convívio e relaxar depois de um dia de trabalho.	
	We Share	Realizamos regularmente encontros com clientes em Lisboa, Porto e Coimbra, onde partilhamos muitas das nossas práticas empresariais com a comunidade empresarial.	
	Chanfanada Monumental	A Chanfanada Monumental é um momento de convívio mas também é um espaço para sublinharmos a importância dos produtos regionais enquanto fator de valorização territorial e cultural.	
Fornecedores - Parceiros de Negócios	Estudo Melhores Fornecedores de RH	O Grupo CH foi considerado um dos “Melhores Fornecedores de RH 2012 e 2013” pela APG – Associação Portuguesa de Gestão de Pessoas, na Categoria Formação, Coaching e Desenvolvimento Profissional e Consultoria. Este estudo de opinião teve como objetivo identificar os melhores fornecedores em Portugal na área de recursos humanos.	Recolher contributos numa perspetiva de melhoria contínua Confrontar as perceções internas com os resultados efetivos Dar a conhecer algumas das práticas e preocupações do Grupo CH Fomentar o envolvimento com os nossos parceiros Implementar uma prática que consideramos indispensável numa organização que busca a Excelência em tudo aquilo que faz.
	Auscultação Parceiros de Negócio	O Processo de Auscultação de parceiros pretende a recolha de avaliações da satisfação por parte de parceiros de negócio (consultores e formadores). Com a “Auscultação a Parceiros de Negócio” pretendeu-se aproximar e escutar ativamente a comunidade dos nossos parceiros de negócio. Este estudo teve como principais objetivos: Auscultar a opinião dos nossos parceiros de negócios; Recolher contributos numa perspetiva de melhoria contínua; Confrontar as perceções internas com os resultados efetivos; Dar a conhecer algumas das práticas e preocupações do Grupo CH; Fomentar o envolvimento com os nossos parceiros; Avaliar a eficácia da comunicação interna; Implementar uma prática que consideramos indispensável numa organização que busca a Excelência em tudo aquilo que faz.	
Acionistas	Assembleia Geral de Aprovação de Contas	Aprovação de Contas.	Reporting

5. Reconhecimentos Externos

Alinhado com a visão do Grupo CH de “Seremos reconhecidos pelo mercado como líderes de excelência em tudo aquilo que fazemos”, também durante o ano de 2012 foi dado enfoque à partilha das boas práticas com as partes interessadas, numa ótica de disseminação das mesmas. Como resultado desta postura, foram vários os reconhecimentos que nos foram atribuídos durante este ano, em diferentes dimensões.



5.1. Satisfação de Clientes



O Grupo CH foi considerado um dos “Melhores Fornecedores de RH 2013” pela APG – Associação Portuguesa de Gestão de Pessoas, nas categorias “Formação, Coaching e Desenvolvimento Profissional” e “Consultoria”. Este estudo de opinião teve como objetivo identificar os melhores fornecedores em Portugal na área de recursos humanos. Integramos, também, o top 5 no ranking geral.

5.2. Satisfação de Colaboradores



O Grupo CH foi eleito pela Exame/Accenture como A MELHOR EMPRESA PARA TRABALHAR 2013. Para além de sermos considerados a Melhor Empresa para Trabalhar, fomos ainda premiados em mais duas categorias, nomeadamente: Melhor Média Empresa para Trabalhar e a Melhor Empresa para Trabalhar na categoria “Balanço Trabalho/Vida Pessoal”. Esta eleição baseia-se na análise e avaliação das práticas de gestão de capital humano da empresa e do grau de satisfação dos seus colaboradores, tendo o Grupo CH, alcançado este ano, um grau de compromisso de 85,68%.



O Grupo CH foi considerado o melhor Great Place to Work português na edição do mais importante estudo internacional de Clima organizacional, promovido pelo Great Place to Work Institute. Para além de conquistarmos o 1º lugar na categoria de empresas com menos de 100 colaboradores e o 2º lugar no ranking geral, fomos ainda nomeados como Great Place to Work para mulheres, Great Place to Work para Jovens e Great Place to Work em Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial.



O Grupo CH conquistou em 2012/2013 o 1º lugar nas duas categorias em que estava a concurso, na iniciativa “Prémio Excelência no trabalho”: 1º lugar no Sector dos Serviços Profissionais e 1.º lugar como Média Empresa. Este é um estudo centrado na análise de clima organizacional e de desenvolvimento do capital humano, promovido pela Heidrick & Struggles, Diário Económico e ISCTE Business School.

5.3. Liderança



António Henriques, CEO do Grupo CH, foi distinguido com o galardão de CEO Excelência nos Masters do Capital Humano na categoria de Pessoas. O Grupo CH distinguiu-se junto com empresas como Optimus, Barclays Bank, Bosch Car Multimédia, Cisco Systems e IKEA.



O Administrador do Grupo CH, Dr. António Henriques, foi distinguido pela Câmara Municipal de Vila de Nova Poiares, com a Medalha de Mérito Grau Ouro Económico-Empresarial.

5.4. Gestão de Pessoas



A revista Human Resources Portugal acompanha a performance das organizações, nomeando-as nas áreas em que considera terem as melhores práticas e submete-as a votação online. O Grupo CH venceu o primeiro lugar na categoria “Empresa mais Inovadora nos Processos de Gestão de Pessoas”.



O Grupo CH foi distinguido com o Prémio RH 2012, na categoria de Excelência. Este prémio é promovido pela revista RH Magazine e pretende destacar organizações que se diferenciem na área da gestão do capital humano e na gestão global com especial enfoque na gestão estratégica de RH.

5.5. Desenvolvimento de Talento



Participámos na 33ª edição GMC – Global Management Challenge, o maior simulador de estratégia do mundo, e conquistámos, entre 512 equipas participantes, o troféu Melhor PME atribuído pelo IAPMEI, pela segunda vez consecutiva.

5.6. Comunicação Interna



O Grupo CH venceu o Grande Prémio APCE 2012, na categoria de Publicação Interna, com o jornal diário in´CHNEWS. A concurso estiveram cerca de 30 grandes empresas sendo os finalistas os CTT, EDP, EPAL e Galp Energia. O Grupo CH conseguiu destacar-se pela originalidade e periodicidade da publicação.



O Grupo CH marcou presença no seu primeiro prémio internacional, conseguindo o primeiro lugar nos European Internal Communications Awards, na categoria de Best Internal Electronic Newsletter, com o jornal diário interno IN´CH NEWS.



Em 2012 o Grupo CH foi distinguido pelo Observatório da Comunicação Interna e Identidade Corporativa na III Edição do Prémio OCI – Excelência em Comunicação Interna com uma menção honrosa pelas suas boas práticas ao nível da gestão da mudança com o projeto Destroika.

5.7. Gestão da Mudança



O Grupo CH conquistou o Diploma de Mérito na iniciativa “Excelência SEDES 2012 – Boas Práticas na gestão de pessoas”. Foi considerada uma das empresas em Portugal com melhor desempenho ao nível da categoria de “reestruturação e redução de estruturas”.

5.8. Inovação



O Grupo CH, devido à sua atitude e atividade inovadoras, passou a integrar a Rede PME Inovação da COTEC. Um reconhecimento atribuído pelas mãos do Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, e que permite ao Grupo CH o desenvolvimento de um posicionamento de referência no mercado português.

5.9. Desempenho Económico



Desde 2008 que a CH Business Consulting tem vindo a ser distinguida sucessivamente pelo IAPMEI com o estatuto de PME Líder.



Pelo segundo ano consecutivo, a CH alcançou o estatuto PME Excelência 2012. Esta iniciativa desenvolvida em parceria com as principais entidades bancárias premeia as PME com melhores desempenhos anuais. Para a CH este é mais um motivo de orgulho e de mérito. Mais um reconhecimento alcançado, que corresponde na íntegra aos objetivos traçados.

5.10. Qualidade



A CH Business Consulting manteve a certificação do Sistema de Gestão de Qualidade Integrado nas áreas de Qualidade (ISO 9001), Ambiente (ISO 14001) e Recursos Humanos (NP 4427). Um reconhecimento externo que a empresa considera importante, na medida em que valida os seus compromissos com a sustentabilidade.



A blue-tinted photograph of two hands reaching towards each other over a field of tall grass. The hands are positioned in the upper left and center, with fingers slightly curled as if about to grasp each other. The background is a soft-focus field of tall grass, and the entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

UM OLHAR SOBRE 2012

UM OLHAR SOBRE 2012

GRANDES

4.042.801,26€

Volume de negócios

4260

Nº de horas de
formação certificada



NÚMEROS

1281

Nº notícias (Clipping)

3406

Nº de Currícula Vitae
rececionados

169

Nº participações ativas
em conferências



Destroika: Temas Materiais, Riscos e Oportunidades

Para a CH, o Desenvolvimento Sustentável e a Responsabilidade Social não fazem sentido como um acrescento à nossa atividade mas sim integrados na nossa gestão diária.

Considerando que o grande objetivo da Destroika foi o de construir uma agenda de mudança que conduzisse a uma situação de sustentabilidade empresarial, foi claro que a identificação das questões materiais que constam neste Relatório estariam em sintonia com o output da reflexão estratégica promovida aquando da implementação da metodologia da Destroika.

O diagnóstico organizacional permitiu-nos focalizar a organização no que era verdadeiramente importante, detetar riscos e oportunidades e alinhar as pessoas em torno de um novo projeto.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Perspectiva Interna Organização

Liderança/Gestão

Estratégia

Cultura Organizacional

Pessoas/Competências

Resultados/Desempenhos

Meios/Recursos

Processos

Perspectiva Externa Envolvente

Negócio

Concorrência

Mercados

REFLEXÃO ESTRATÉGICA

Visão Sistémica

SWOT

Fatores Críticos de Sucesso

Constrangimentos Organizacionais

NOVO PROJETO EMPRESA

PROCESSO DE ENVOLVIMENTO COLETIVO

De forma estruturada, os níveis de objetivos do projeto foram:

Objetivos nucleares:

- . Mudar o “Registo”
- . Refundar o modelo de negócio num novo paradigma de exigência, compromisso e adaptação aos novos tempos
- . Garantir a Sustentabilidade da Organização

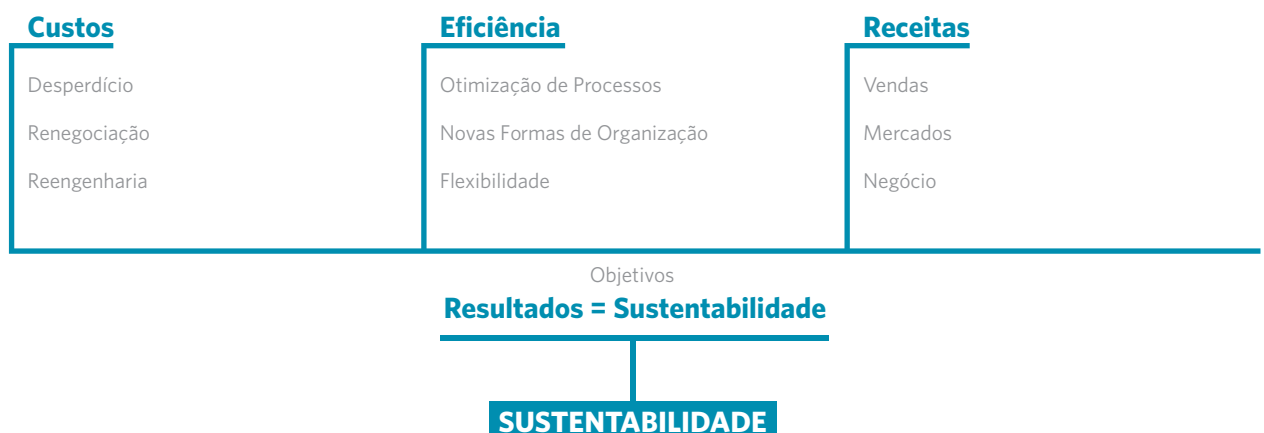
Objetivos estratégicos:

- . Promover o Comprometimento Coletivo
- . Reforçar a Responsabilização Individual
- . Combater o Desperdício
- . Aumentar a Eficiência Operacional
- . Reforçar a Gestão de Risco
- . Focalização no Desenvolvimento Comercial
- . Premiar o Mérito

Objetivos operacionais:

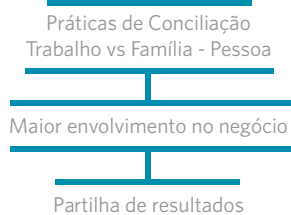
- . Marca
- . Comerciais
- . Faturação
- . Cobrança
- . Vitória

Neste sentido, o principal enfoque incidiu sobre os aspetos que mais influenciavam a Sustentabilidade Empresarial: Custos, Eficiência e Receitas.



Uma perspectiva que contudo não pôde esquecer o bem-estar e a satisfação das pessoas.

Satisfação das pessoas = Felicidade = Sustentabilidade



Tendo em consideração os aspetos materiais a reportar e a filosofia que orientou as decisões estratégicas durante o ano de 2012, decidimos reportar o desempenho com base nas seguintes sete grandes áreas de intervenção da Destroika:

1. Combate ao Desperdício
2. Maior Eficiência Operacional
3. Maior Responsabilização Individual
4. Mais Flexibilidade
5. Mais Motivação
6. Mais Entusiasmo
7. Mais Mercado

A close-up photograph of a person's hand, wearing a green shirt, holding the rim of a blue recycling bin. The bin has a white recycling symbol on its side. A teal-colored rectangular box is overlaid on the bottom right of the image, containing the text '1. Combate ao Desperdício' in white.

1. Combate ao Desperdício

1.1. Eliminação de Resíduos e Emissões Perigosas

No Grupo CH procedemos à separação e entrega dos seguintes resíduos:

- . Papel / Plástico / Vidro - separação e depósito no Ecoponto;
- . Pilhas – dispomos de Pilhões para recolha das pilhas usadas;
- . Cápsulas Nespresso - separação das cápsulas usadas para reciclagem do alumínio;
- . Tampinhas de plástico - Ecoponto Solidário;
- . Tinteiros – Ecoponto Solidário.

O

Reclamações ambientais



Enquadrado com o Decreto Lei 178/2006, o Grupo CH reporta anualmente a sua produção de resíduos à Agência Portuguesa do Ambiente (APA), através do Sistema Integrado da Agência Portuguesa do Ambiente (SIRAPA), preenchendo o mapa integrado de registo de resíduos. No âmbito da atividade do Grupo CH encontram-se identificados todos os tipos de resíduos perigosos produzidos, bem como é garantido o seu encaminhamento para fim de vida.



1.2. Eficiência da Gestão de Recursos

Conscientes da importância da eficiência na gestão de recursos, temos vindo a implementar um conjunto de práticas:

Iluminação com luz natural

Sem comprometer os requisitos do comportamento térmico do edifício, procurou-se que a iluminação natural fosse predominante em todos os espaços do mesmo;

Iluminação amiga do ambiente

A iluminação interior foi integralmente desenhada com lâmpadas fluorescentes como medida de promoção da eficiência energética;

Armaduras com balastro eletrónico

As armaduras estão equipadas com balastro eletrónico, tecnologia que protege a lâmpada contra variações de tensão ou curto-circuito. A regulação da alimentação aumenta a duração de vida da lâmpada em 50%, o que reduz os custos de manutenção e o número de lâmpadas a substituir;

Torneiras com temporizador

As torneiras estão equipadas com temporizador para evitar gastos de água desnecessários;

Detetor de presenças

As zonas de escadas e WC estão equipadas com sensores de movimento;

Iluminação exterior

Os projetores que iluminam a fachada principal estão equipados com interruptor horário.

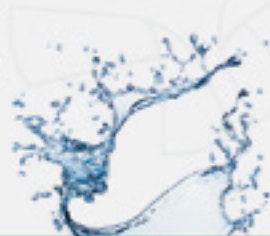
Adicionalmente são promovidas diariamente um conjunto de boas práticas disseminadas na organização com o mesmo objetivo:

Campanha interna de sensibilização

(O apelo à boa gestão dos recursos naturais deu lugar a uma campanha de sensibilização permanente, através da colocação de frases e dísticos em lugares chave da organização);

AJUDE-NOS A PROTEGER O MEIO AMBIENTE.

O Grupo CH preocupa-se com o ambiente por isso usa torneiras com temporizador para **evitar desperdício** de água.



GRUPO CH

AJUDE-NOS A PROTEGER O MEIO AMBIENTE.

O Grupo CH preocupa-se com o ambiente, por isso utiliza sensores de movimento nas áreas coletivas para **evitar desperdício** de energia.



GRUPO CH

AJUDE-NOS A PROTEGER O MEIO AMBIENTE.

Se tiver o ar condicionado ligado, por favor mantenha portas e janelas fechadas.

Obrigado!



GRUPO CH

AJUDE-NOS A PROTEGER O MEIO AMBIENTE.

O grupo CH preocupa-se com o ambiente, por isso ajude-nos a separar:

1. Vidro
2. Embalagens e Tampinhas
3. Cápsulas Nespresso
4. Papel e Papel de Rascunho
5. Tinteiros
6. Lâmpadas
7. Pilhas



GRUPO CH

AJUDE-NOS A PROTEGER O MEIO AMBIENTE.

Ao abandonar o seu posto de trabalho não se esqueça de:

- a. Desligar o ar condicionado **30 minutos antes de sair**
- b. Desligar as luzes
- c. Desligar o computador/monitor **sempre que preveja ausências superiores a 60 minutos**



GRUPO CH

AJUDE-NOS A PROTEGER O MEIO AMBIENTE.

- a. Sempre que possível, utilize folhas de rascunho (já utilizadas num dos lados)
- b. Imprima a cores unicamente nas situações em que seja absolutamente necessário



GRUPO CH

NÃO COLOQUE O PAPEL NA SANITA, COLOQUE NO CAIXOTE DO LIXO.

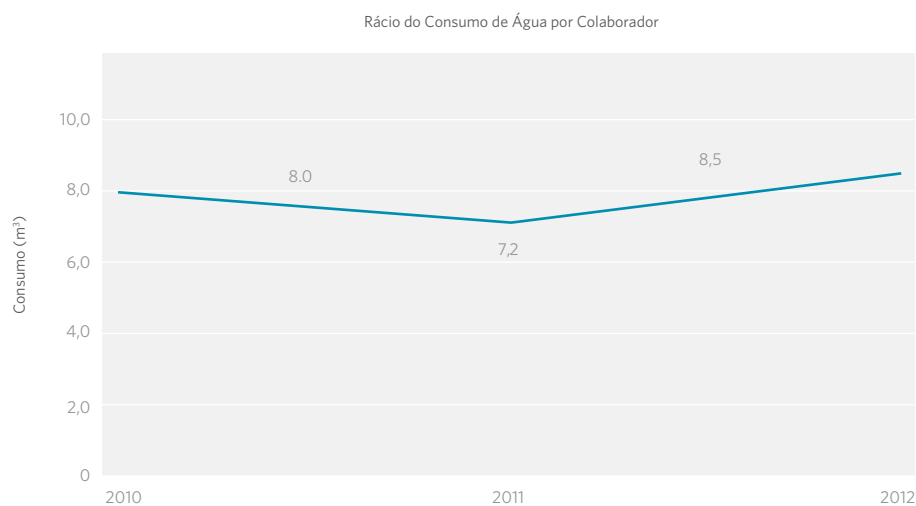
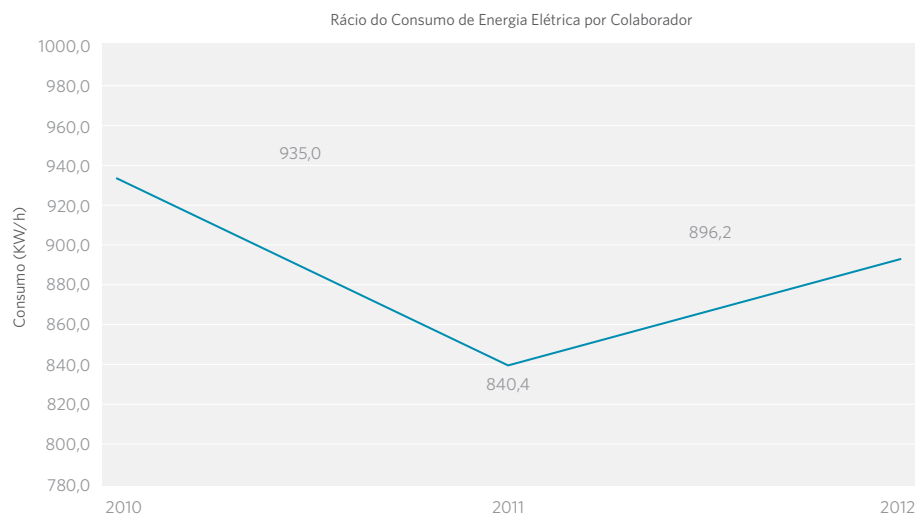
Ajude-nos a manter as infra-estruturas!

GRUPO CH

Orientações para impressão de documentos;

Reutilização de papel;

Almanaque da poupança.



Com a implementação de um vasto conjunto de práticas de sensibilização ao consumo, verificou-se um decréscimo acentuado durante o ano de 2011. Apenas em 2012 com o aumento da taxa de ocupação do edifício (início da dinamização de eventos nas salas de formação e auditório, nomeadamente junto do público externo), se voltou a verificar um aumento do consumo.

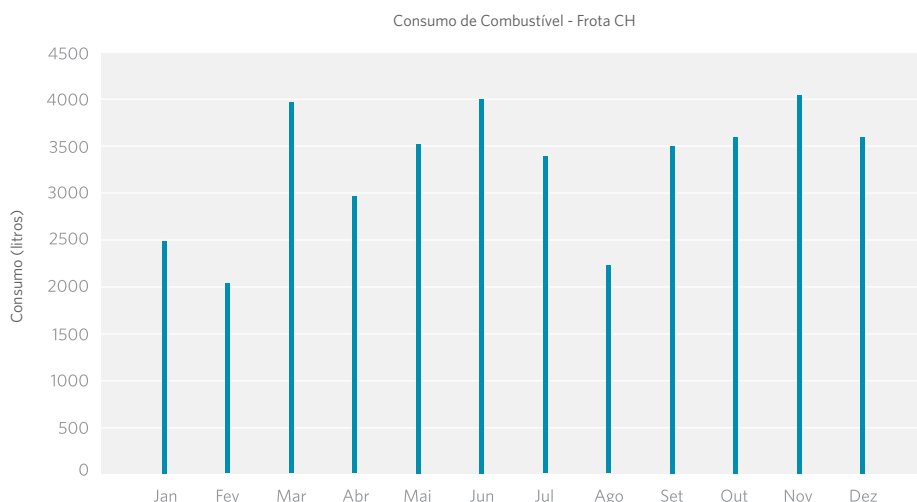
1.3. Eficiência de Recursos nos Transportes

Tendo consciência que a maior parcela da nossa pegada ecológica é relativa a gastos com mobilidade, a eficiência de recursos nos transportes é um dos eixos prioritários ao nível do sistema de gestão integrado implementado.

Para uma gestão mais eficiente de recursos nos transportes foi desenvolvida uma plataforma online de gestão de frota.

Esta plataforma permite não só requisitar as viaturas, como visualizar em tempo real a disponibilidade da frota CH, bem como das viaturas de aluguer. Para além de facilitar o processo de reserva de carros, esta plataforma permite ter uma panorâmica geral das saídas já agendadas, possibilitando a cada colaborador:

Agendar compromissos com clientes, tendo por base outra marcação já efetuada para o mesmo local, por outro colega; Não duplicar reservas para o mesmo cliente e/ou localidade; Agendar compromissos, preferencialmente para dias/periódos em que há veículos disponíveis.



1.4. Compensação de Carbono (*Carbon Offsetting*)

Sendo um problema complexo, as alterações climáticas podem ser combatidas por todos nós através de um mecanismo aparentemente simples: a compensação de emissões. O Grupo CH está consciente do impacto da sua atividade no ambiente quer através da queima de combustível relacionada ao transporte, ou do consumo de energia, ar-condicionado, água e geração de lixo.

Assim, e em particular desde 2012, o Grupo CH assumiu como compromisso a medição, redução e neutralização das emissões de gases com efeito de estufa. Foram já dados vários passos neste sentido:

Medição da Pegada

Contabilizamos as emissões de carbono diretas e indiretas das nossas atividades seguindo metodologias reconhecidas internacionalmente.

Definição da estratégia de Carbono

Trabalhamos de forma a estabelecer objetivos de redução de emissões e consequentemente a nossa pegada de carbono.

Ações para Neutralização

Procuramos neutralizar (compensar) as emissões que não podem ser evitadas.

Comunicação

Relatamos e divulgamos os resultados deste processo, procurando ainda disseminar boas práticas junto dos stakeholders.

O Grupo CH calcula a sua pegada ecológica em termos de toneladas de CO2 equivalente, as quais procura compensar nomeadamente através da plantação de árvores. Tendo em consideração a pegada do Grupo CH em 2012, o objetivo de plantação de árvores para 2013 é de 601 árvores⁵.

Já no ano de 2012 realizámos ações de voluntariado empresarial nas quais, para além de reflorestação (aproximadamente 250 árvores), realizou-se reposição de árvores mortas, controlo de plantas invasoras e controlo de mato, por forma a assegurar a sobrevivência e sustentabilidade da Floresta.

250

**Nº de árvores plantadas
em 2012**

601

**Objetivo de plantação de
árvores para 2013**

⁵ Cálculo com base na metodologia do Green CO2.



2. Maior Eficiência Operacional

2.1. Desempenho Económico

Um dos princípios de Bom Governo da sociedade é justamente a Sustentabilidade, entendendo-se neste contexto como a capacidade de estabelecer uma relação de compromisso com os Acionistas, Colaboradores, Clientes e Fornecedores, de modo a garantir a sustentabilidade económica e financeira do Grupo CH.

As regras de *Corporate Governance* existentes no Grupo CH têm por objetivo uma governação responsável e orientada para a criação de valor.

<u>Indicadores</u>	<u>Ano</u>		
	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>
1 Autonomia Financeira (Capitais Próprios / Total Ativo)	40%	45%	41%
2 Rentabilidade do Ativo (Resultado Líquido / Total Ativo)	18%	11%	8%
3 Rentabilidade dos Capitais Próprios (Resultados Líquidos / Capitais Próprios)	45%	24%	20%
4 Margem Operacional (EBIT / Receitas)	27%	17%	18%
5 Cash Flow / Receitas	22%	15%	17%
6 Alavancagem Financeira (Dívida Líquida / EBITDA)	0,39	0,51	0,13
7 Liquidez Geral (Ativo Circulante / Passivo Circulante)	1,49	1,73	1,63

Nota: Valores agregados de todas as empresas do grupo.

Os resultados confirmam a excelência.

Em 2012, só duas consultoras de gestão conseguiram alcançar o “Estatuto de PME Excelência” atribuído pelo IAPMEI.

A CH foi uma delas.

Compromisso com a Sustentabilidade Económica

Perseguindo a excelência e a construção de uma marca de referência na indústria da consultadoria em Portugal, temos

no horizonte um conjunto de metas perfeitamente definidas para o nível de performance económica e financeira, que pretendemos alcançar até 2015.

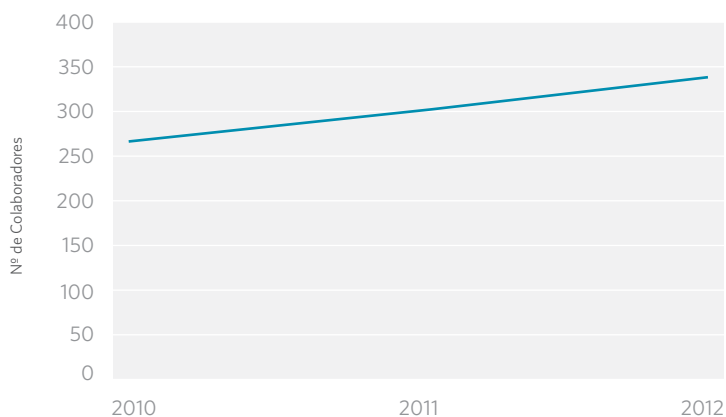
Indicador de Desempenho	Desempenho atual	Meta para 2015	Evolução
Peso dos gastos com Pessoal / Receitas	37%	25%	32%
Margem operacional	18%	35%	94%
Autonomia Financeira	41%	60%	46%
Rentabilidade dos Capitais Próprios	20%	35%	75%
Rentabilidade dos Activos	8%	14%	75%
Resultados Líquidos / Volume de Negócios	15%	25%	67%
Cash Flow / Receitas	17%	30%	76%

2.2. Criação de emprego

Acreditamos que o nosso sucesso a longo prazo reside nas nossas pessoas e, por esse motivo, temos apostado no reforço

e aumento da equipa, tanto ao nível de colaboradores permanentes como de parceiros de negócio.

	2010	2011	2012
Número de Colaboradores	269	306	342
Colaboradores permanentes	59 22%	78 25%	85 25%
Colaboradores pontuais (parceiros de negócios)	210 78%	228 78%	257 75%



Aumentámos em 27% o número de colaboradores diretos e indiretos

O seguinte quadro reflete os gastos com pessoal, comparativamente com o volume de negócios.

	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>
<u>Gastos com Pessoal</u>	35%	36%	37%
Colaboradores permanentes	21%	22%	26%
Colaboradores pontuais (parceiros de negócio)	14%	13%	12%

2.3. Equipa e Resultados

A gestão do capital humano é uma das dimensões de profunda especialização, em linha com a expertise da própria organização e com aquele que é o seu *core business*: Gestão de Pessoas e Organizações.

A Destroika, que marca o nosso ano de 2012, foi um programa direcionado essencialmente para os colaboradores internos. Para haver alinhamento dos colaboradores com o projeto e, consequentemente, com a sustentabilidade empresarial, foi necessário envolver todos os colaboradores. A CH entende que as pessoas são o centro de tudo e, neste sentido, todos tinham de respirar o projeto e sentir o pulsar da estratégia.

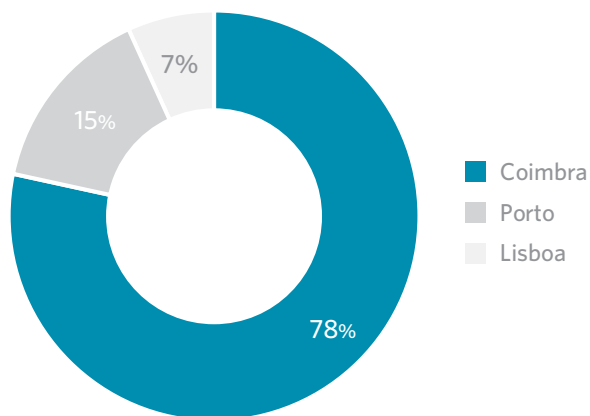
Aos colaboradores foi solicitado um conjunto de atributos qualitativos considerados relevantes para o cumprimento do plano de transformação organizacional traçado e para o posicionamento estratégico selecionado.

65% dos Quadros no Grupo CH são Mulheres

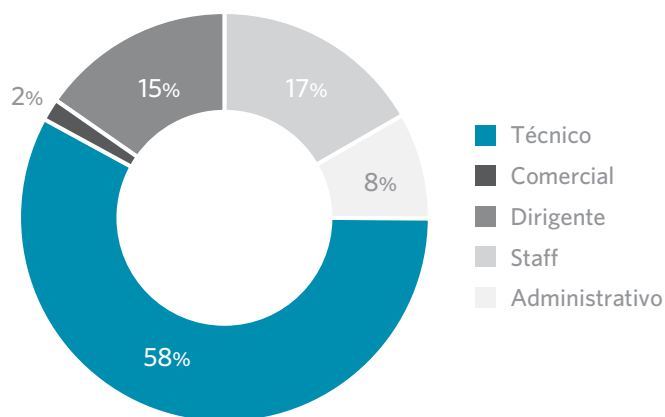
90% dos colaboradores com Formação Superior

67% Taxa de Integração de Estágios Profissionais

Distribuição de Colaboradores por Escritório

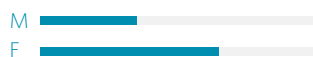


Distribuição de Colaboradores por Carreira Profissional



Distribuição de Colaboradores por Sexo

65% vs 35%



Distribuição de Colaboradores por Sexo
Masculino vs Feminino

Taxa de Novos Colaboradores

30,0%

Taxa de saída

18,3%

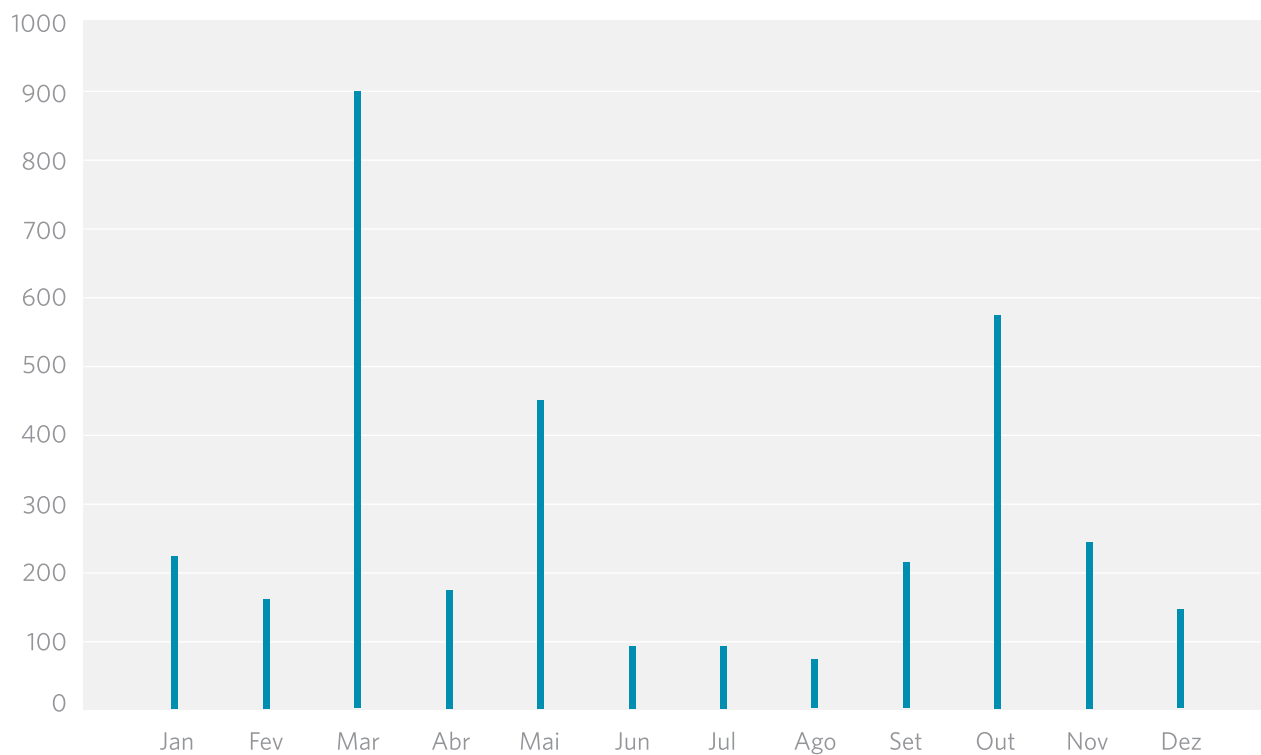
Taxa rotatividade

24,2%

3406

Nº Currícula Vitae rececionados

Número de Candidaturas Rececionadas



343

Nº de Parceiros de Negócio

(Formadores e Consultores Externos)

2⁶

Nº inspeções ACT⁶ Sem contraordenações identificadas.

0

Nº reclamações de Recursos Humanos

2.4. Desenvolvimento Pessoal e Profissional

Formação

No Grupo CH entendemos o processo de formação contínua como indispensável. Oferecemos aos nossos colaboradores a oportunidade de crescerem rapidamente, tendo previsto como objetivo para todos os colaboradores 80h de formação anuais. Acreditamos que este é o lugar perfeito para mentes inquietas e ávidas de novos desafios.

O processo de formação contínua é entendido como:

- . Indispensável na fase de planeamento de cada novo projeto
- . Muito importante ao nível da gestão de carreira
- . Decisivo para que o colaborador possa adequar o seu perfil de competência às necessidades e estratégias da organização
- . Uma condição central na manutenção da empregabilidade

Média de 71h de formação certificada por colaborador em 2012.

Investimento de 2500 horas de formação em Sustentabilidade.

O programa Destroika pressupunha uma alteração profunda ao nível das atitudes, individuais e coletivas. O processo de desenvolvimento de competências e acompanhamento das pessoas era absolutamente crítico para o êxito do projeto, não só na perspectiva de “reconversão profissional”, mas sobretudo para mostrar às pessoas que estávamos empenhados em ajudá-las nesta fase de transição.



SEVENBOOKS
NEWSLETTER DE AQUISIÇÃO DE OBRAS PARA A BIBLIOTECA DO GRUPO CH



Leadership Program

O Leadership Program foi um projeto dirigido aos colaboradores, com especial enfoque nas questões relacionadas com a gestão da mudança e tendo como objetivo principal apoiá-los nos seus processos de transformação.

Através de um programa de Coaching procurámos ainda o desenvolvimento de competências ao nível das atitudes de venda e contato com os clientes, desenvolvimento de competências ao nível das atitudes de venda e contato com os clientes.

Seven Books

O Seven Books consiste numa newsletter digital que anuncia as 7 novas aquisições para a biblioteca. A ideia é serem os próprios colaboradores a sugerirem as novas aquisições ou livros que considerem obras de referência. Com esta iniciativa pretende-se:

- . Estimular a leitura e a aquisição de novos conhecimentos
- . Incentivar a partilha de informação pelos colaboradores
- . Dotar a organização de uma biblioteca com todas as obras de referência nos vários domínios técnicos
- . Envolver os colaboradores no processo de construção e gestão do conhecimento da organização
- . Facilitar o processo de atualização dos colaboradores

30

Nº de participantes no Leadership Program

196

Nº obras adquiridas para a biblioteca

28

Nº Publicações de Seven Books



3. Maior responsabilização Individual

3.1. Compromisso e Alinhamento Organizacional

Contrato de Compromisso

O envolvimento e comprometimento dos colaboradores com o projeto Destroika eram cruciais para o cumprimento do plano de transformação organizacional traçado e para o posicionamento estratégico definido.

A organização apresentou o que pretendia de cada colaborador e cada um disse até onde estaria disponível para ir, e qual o seu grau de compromisso para com a empresa. Ficaram estabelecidos os objetivos e metas a cumprir até ao final de 2012.



Jornadas ADN

As Jornadas de ADN são momentos de partilha e envolvimento por excelência que se realizam desde Março de 2010. Ao contrário do formato clássico de convenção anual, na CH normalmente acontecem trimestralmente... ou sempre que a relevância dos acontecimentos o justifica. No caso concreto da Destroika, a primeira edição alusiva aconteceu no dia 14 de Dezembro de 2011, na semana seguinte após a primeira comunicação oficial. Em 2012 ocorreram mais duas Jornadas de ADN.

60

Média de número de participantes por Jornadas ADN

Frases Motivacionais

Com o objetivo de criar uma dinâmica de participação, criámos um concurso interno de ideias dirigido aos colaboradores, para que estes ilustrassem o espírito da Destroika.

As frases iam sendo diariamente publicadas no in'CHNEWS e no Facebook, por iniciativa individual dos colaboradores.

Selecionámos sete frases vencedoras, entre mais de uma centena de candidatas. Estas foram as frases que posteriormente foram utilizadas para a decoração dos azulejos dos WCs, que ainda hoje se mantêm.







Uma coleção identificando os respectivos autores, que daria também origem as T-Shirts oficiais que marcaram a Summer Party 12. Sete cores fortes e alegres e outras tantas frases alusivas à Destroika, uma associação feliz ao ambiente de celebração e festa que tão bem nos caracteriza.

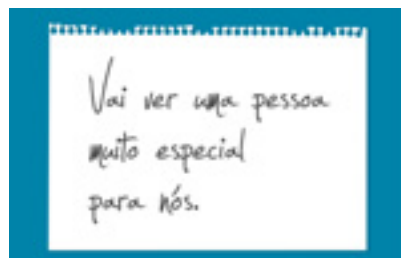


Responsabilização

Enquadrado numa filosofia que se pretendia que se focalizasse no conceito “auto”, a própria Administração deu o exemplo colocando na porta que dá acesso ao seu gabinete um placar que dizia: “Vai ver a pessoa responsável pelo seu futuro”. Ao abrir a porta a pessoa deparava-se com um espelho (entretanto colocado) que projeta a sua própria imagem. A mensagem está em linha com um dos eixos da Destroika, que exige a crescente autorresponsabilização por parte dos colaboradores. O suporte de comunicação prevê mais duas aplicações:

. Na mesma linha mas para reforço positivo da auto-estima.

. E outra sempre que ocorra a visita de clientes.





4. Mais Flexibilidade

4.1. Diversidade e Conciliação entre a vida pessoal, familiar e profissional

Dado que as preocupações com a Igualdade do Género e a Conciliação entre a Vida Pessoal, Profissional e Familiar, são um tema ao qual a organização se tem dedicado, não só internamente mas também junto de clientes, existe um Plano de Igualdade com ações a realizar na área. Esta boa prática está em vigor desde 2009, tendo o plano sido revisto em 2012.

Incentivo ao Matrimónio

Atribuimos um estímulo positivo à constituição de família, através da atribuição de uma gratificação bruta de 500€, aquando da celebração do matrimónio.

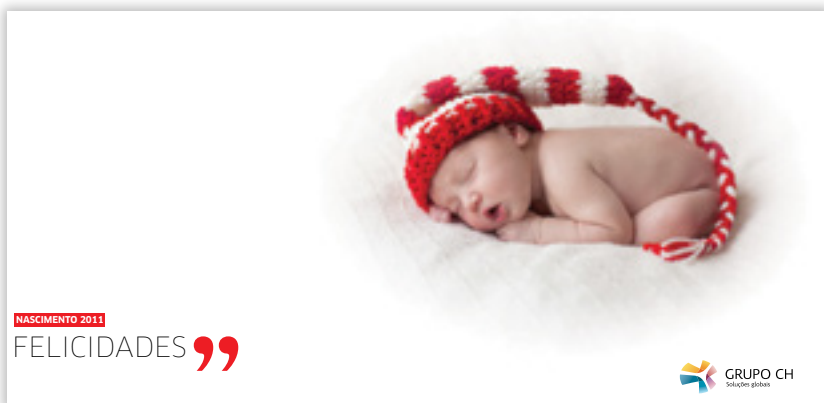
Incentivo à Natalidade

Atribuimos uma gratificação de 250€ pelo nascimento de cada filho e o tradicional “porquinho mealheiro”, para incentivar os hábitos de poupança desde os primeiros passos.



3 Licenças de Parentalidade

100% de Taxa de retorno após Licença de Parentalidade



4.2. Promoção da Mudança Positiva

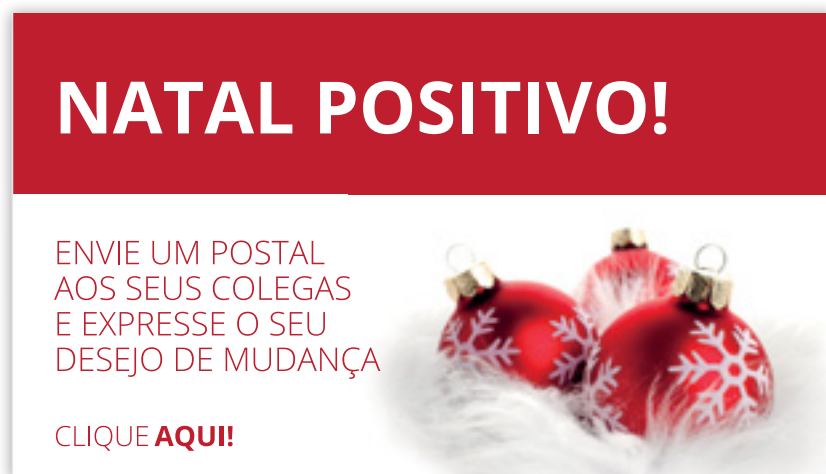
Escreva ao Pai Natal dentro de portas

Porque um dos desígnios da Destroika era a mudança de comportamentos e atitudes, incentivámos os colaboradores a escreverem postais de Natal entre si. Não a pedir presentes como é comum, mas antes a solicitar alteração de comportamentos, segundo um conceito de escrever ao Pai Natal dentro de portas.

Uma ideia a que se associaram outras empresas, tendo a iniciativa ganho imensa visibilidade dentro e fora de portas.



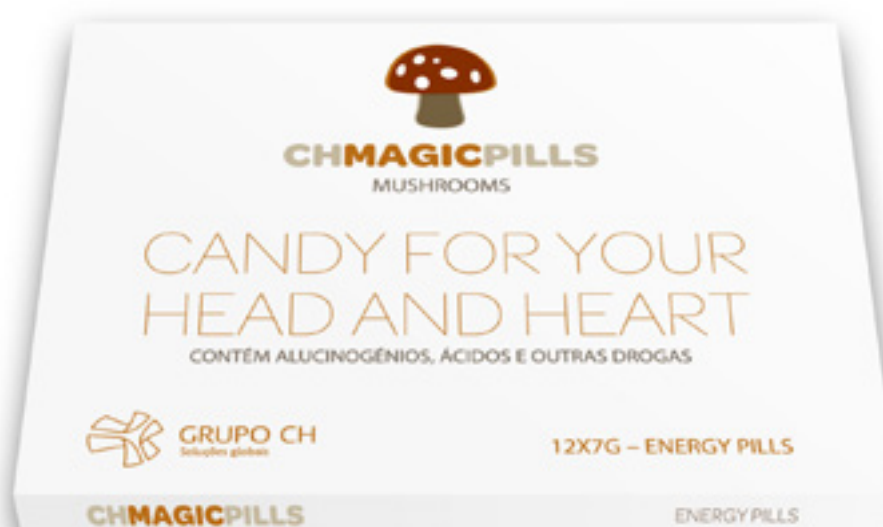
2011 foram enviados **1121** postais



2012 foram enviados **1267** postais

CH Magic Pills

As “CH MAGIC PILLS” foram um dos presentes atribuídos simbolicamente, como receita para o desconforto que a Destroika potenciava. Desenvolveu-se um produto rico em humor e criatividade que estimulou a auto-motivação. Neste sentido, as CH Magic Pills são um compósito do nosso programa de reestruturação, estando as indicações de posologia completamente em linha com os objetivos.





5. Mais Motivação

5.1. Diversão

A atmosfera de festa e convívio é, sem dúvida, uma das nossas imagens de marca, sublinhando uma das nossas diferenças: as Pessoas. As nossas Festas são oportunidades de confraternização e companheirismo onde reforçamos a amizade e o espírito de equipa.



Beer Deck

O Beer Deck é uma zona de lazer que ocupa a cobertura do edifício sede, em Coimbra, e que anima os fins de tarde nos dias de verão.

Quando inaugurámos o Beer Deck, no Verão de 2012 já a Destroika nos dava claros sinais que eram muitos os motivos para festejarmos e quisemos sublinhar a importância da camaradagem e do bem-estar das pessoas.

No cenário que idealizamos, a excelência, a exigência, o rigor, o profissionalismo têm de andar de mãos dadas com a felicidade, a alegria, o humor, a diversão.



Menção do Beer Deck no programa Estado de Graça.



Summer Party

A Summer Party é um dos pontos altos do nosso calendário de festividades e uma das iniciativas mais emblemáticas. A edição de 2012 contou com o alto patrocínio da Destroika.

A título de exemplo, a equipa foi surpreendida com a distribuição de "T-Shirts Destroika", uma das iniciativas mais valorizadas pelos colaboradores na avaliação formal que fizemos do evento, sendo notório o seu contributo para o reforço do espírito de união e de grupo.



A Destroika trouxe-nos um apelo determinado à iniciativa e à ação. Uma mudança em que queríamos contar com o envolvimento e a colaboração de todos, importando passar a mensagem que a decisão estava nas mãos de cada colaborador. Simbolicamente, o local escolhido para a realização da Summer Party, foi em 2012 colocado ao arbítrio da decisão dos colaboradores, que através de um survey interno votaram o seu local preferido.

CH Summer party 12 27 AN.

SONDAGEM CH

Na tua opinião, qual o local mais indicado para realizar a summer party?

☐ Montanha

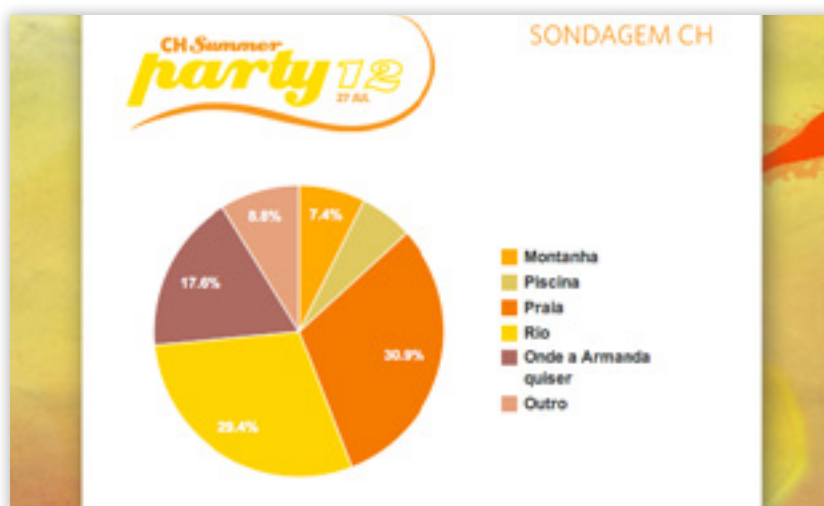
☐ Piscina

☐ Praia

☐ Rio

☐ Outro. Qual?

Nome enviar



sto.
antónio
2012

Santo António

É a sétima festa do calendário de festejos oficiais, tendo iniciado em 2012, e tem a assinatura do escritório das 7 colinas.





São João

Decorreu em 2012 a quarta edição das festas de S. João, no Porto, com a assinatura do escritório local.



Festa de Natal

A festa de Natal é a consoada de Natal da Família CH. Um dos momentos mais aguardado é a “Gala dos Monstros do Ano”, um retrato puro do nosso ADN.

Festas de Aniversário

A comemoração do aniversário dos colaboradores é uma iniciativa espontânea dos próprios e um momento para partilha dos dotes culinários de cada um.

5.2. Reconhecimentos Internos

Gala dos Monstros do Ano

A “Gala dos Monstros do Ano” é um dos momentos mais aguardados do ano. É o momento alto no campeonato dos reconhecimentos. Todos os anos atribuímos 7 galardões, noutras tantas dimensões, distinções que vão evoluindo com o passar dos anos, de acordo com as seguintes categorias:

- . Revelação
- . Desafio
- . Dedicção
- . Persistência
- . Consagração
- . Equipa do Ano
- . Mãe/Pai do Ano
- . Noiva/o do Ano
- . Estagiário/a do Ano
- . Gestor de Projeto do Ano
- . Monstros dos 7 Ofícios

Monstro Mais Brutal

Em ano de Destroika tivemos mais uma inovação no campeonato do reconhecimento. Pela primeira vez, a gala dos Monstros do Ano contou com a eleição do “Monstro Mais Brutal”, uma votação feita entre pares. A votação foi feita através de uma plataforma eletrónica e os resultados determinados de forma automática.

O objetivo foi o de eleger o colaborador que reunisse maior número de características do que consideramos ser o “Monstro maior”:

Determinado

que aceita os desafios sem hesitar e leva-os a cabo com determinação

Criativo

que apresenta soluções fora da caixa e está sempre a inovar

Aprendente

gosta de trabalhar fora da zona de conforto

Ágil

Executa as tarefas JÁ

Divertido

Cria e promove o bom ambiente, tem sentido de humor e diverte-se a trabalhar

Exigente

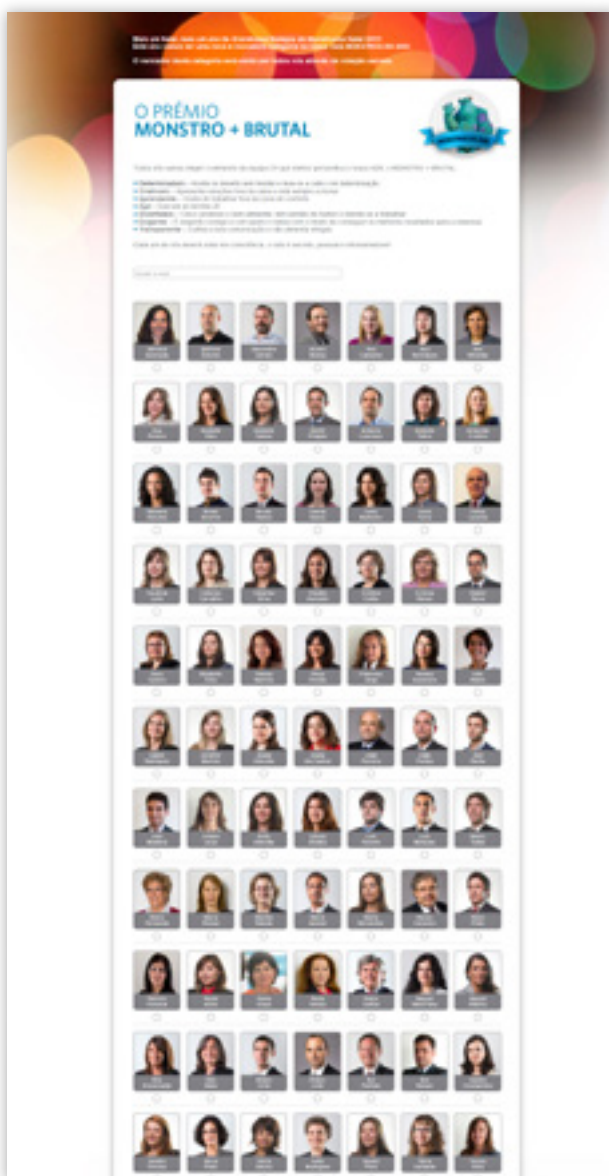
É exigente consigo e com quem o rodeia com o intuito de conseguir os melhores resultados para a empresa

Transparente

Cultiva a boa comunicação e não alimenta intrigas



Em 2012 a iniciativa conheceu com uma categoria especial: O Monstro Destroikiano, um troféu que foi justamente entregue a Susete Pires, Diretora de Recursos Humanos e grande “obreira” da Destroika, com quem partilhamos muito do mérito do êxito deste processo de Gestão da Mudança.



5.3 Saúde e Bem Estar

Saúde, Higiene e Segurança

No campo da proteção e promoção da higiene e segurança no trabalho dos colaboradores, temos vindo a desenvolver um conjunto de iniciativas de sensibilização para a adoção de boas práticas, nomeadamente ao nível da postura e ergonomia ou da condução segura.

O

Acidentes de trabalho

MEDIDAS DE PREVENÇÃO

1/6

PROBLEMAS VISUAIS

1. A concentração visual constante que é exigida no trabalho com dispositivos de visualização, como computadores comporta riscos de problemas visuais para o utilizador.

É recomendável fazer pausas para descansar a vista.

HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO

MEDIDAS DE PREVENÇÃO

2/6

PROBLEMAS VISUAIS

2. A orientação dos monitores em relação à luz, especialmente a luz natural, pode fazer com que estejamos a adoptar posturas incorrectas.

O monitor não deve estar orientado, nem de frente, nem de costas para a entrada de luz natural.

Deve estar perpendicular à entrada de luz natural.

HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO

MEDIDAS DE PREVENÇÃO

3/6

POSTURAS INCORRECTAS

1. Nos trabalhos que exigem que se mantenha a posição sentada durante muitas horas, é importante manter uma postura correcta, que evite dores lombares e/ou lesões musculo-esqueléticas.

Devemos:

- formar um ângulo de 90° entre o braço e o antebraço, quando apoiados na mesa, mantendo as costas direitas, através da regulação da altura da cadeira e/ou da mesa.

HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO

MEDIDAS DE PREVENÇÃO

4/6

POSTURAS INCORRECTAS

2. Nos trabalhos que exigem que se mantenha a posição sentada durante muitas horas, é importante manter uma postura correcta, que evite dores lombares e/ou lesões musculo-esqueléticas.

Devemos:

- Estar sentados com as costas ligeiramente reclinadas, com a zona lombar da coluna apoiada no encosto e evitar inclinar-nos para a frente e para os lados.

HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO

MEDIDAS DE PREVENÇÃO

5/6

POSTURAS INCORRECTAS

3. De modo a evitar a compressão dos músculos posteriores das pernas, que dificultará a circulação do sangue, os pés devem apoiar-se sempre no solo. Caso tal não seja possível, deverá utilizar-se um repouso-pés.

HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO

MEDIDAS DE PREVENÇÃO

6/6

POSTURAS INCORRECTAS

4. Para evitar as rotações desnecessárias da cabeça e do tronco, ou adoptar posições incómodas, é recomendável colocar o monitor nas seguintes condições:

- a sua distância aos olhos do utilizador não deverá ser menor do que 40 cm;
- a sua parte superior coincide com a linha de olhar do utilizador;
- formar um ângulo de, pelo menos, 120° relativamente ao campo visual do utilizador. A melhor posição é em frente do utilizador.

HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO

Benefícios

São várias as parcerias estabelecidas com outras organizações, com vista à obtenção de melhores condições para os colaboradores do Grupo CH.

Hotelaria



Grupo Prainha

Bem estar e lazer



Faculdades do corpo

Saúde



Psikontacto

Família



Consigo24

Instituições Financeiras



Santander



Hotéis Tivoli

Ginásio manutenção porto



Hotéis Vila Galé

Reiki

Porque a preocupação com o bem-estar das pessoas esteve sempre presente, foram muitas as iniciativas desenvolvidas para ajudar a restabelecer o equilíbrio físico e emocional dos colaboradores. O Reiki passou a fazer parte das nossas vidas, com sessões semanais asseguradas por uma colaboradora que é simultaneamente terapeuta desta arte de relaxamento.

35

Nº colaboradores que usufruíram de sessões de Reiki



Risoterapia

Com a Destroika veio a ansiedade e o stress. Foram muitas as iniciativas realizadas para aumentar os níveis de confiança, segurança e bem-estar, como aconteceu com a promoção de sessões de Risoterapia.

O Yoga do Riso é uma técnica inovadora que transmite um bem-estar profundo, permitindo encontrar um equilíbrio físico emocional, mental e espiritual. É uma das ferramentas mais poderosas para combater o stress.

São vários os benefícios do riso, do humor e das emoções positivas, quer a nível da saúde, quer a nível do desempenho/performance individual e, por conseguinte, organizacional.







6.1. Envolvimento

Campanha Melhor Empresa do Mundo

Iniciámos em 2012 a prática de promover ações de comunicação interna através do desenvolvimento de campanhas tendo os colaboradores como atores principais.

Uma das campanhas em curso, iniciada em Agosto de 2012 é a de "Melhor Empresa do Mundo", onde os colaboradores foram chamados a partilhar o seu olhar.



SOMOS A MELHOR EMPRESA DO MUNDO PORQUE

SALTAMOS DE
PARAQUEDAS TODOS
OS DIAS.



ANTÓNIO HENRIQUES CEO



GRUPO CH
Soluções globais

Campanha Human Resources Portugal

Na campanha da Human Resources Portugal, os colaboradores deram a cara nas redes sociais, mobilizando os amigos para votar na sua empresa.

Uma iniciativa que contribuiu muito decisivamente para a afirmação marca CH, com benefícios objetivos dentro e fora de portas.



37

Nº de colaboradores envolvidos na Campanha Human Resources Portugal

1ª fase: Vou ser candidato

1726

Gostos

47

Partilhas

2ª fase: Vota em Mim

1795

Gostos

617

Partilhas

3ª fase: (Obrigado)

77

Gostos

58

Partilhas

6.2. Comunicação

In CH News

A Destroika não teria chegado onde chegou sem uma ferramenta de comunicação interna tão poderosa como o in'CHNEWS. Num processo de reestruturação os fatores comunicação/informação são absolutamente críticos.

A equipa de comunicação teve um papel central, beneficiando do profundo envolvimento da Administração em todas as fases do processo. A comunicação foi constante e partilhada com absoluta transparência.

O in'CHNEWS provou por que razão tem sido objeto de distinções nacionais e internacionais.

256

Nº edições in'CHNEWS



Campanha Comunicação Externa

O entusiasmo, um dos requisitos exigidos formalmente a todos os colaboradores através da assinatura de “Contratos de Compromisso”, foi o mote escolhido para dar corpo à campanha de comunicação de 2012. Um dos muitos exemplos onde a Comunicação Interna e Externa são uma só.



6.3. Satisfação

Barómetro de Felicidade Organizacional

Organizámos pela primeira vez o nosso “Barómetro da Felicidade Organizacional”, uma iniciativa de auscultação aos colaboradores realizada com o objetivo de:

- . Testar o grau de transparência da organização
- . Monitorizar a satisfação dos colaboradores
- . Validar o grau de implementação das políticas e práticas da empresa e o valor percebido pelos colaboradores
- . Identificar práticas não conformes com as políticas de empresa aprovadas
- . Recolher sugestões de melhoria
- . Criar um espaço de envolvimento dos colaboradores na condução dos destinos da organização



81,4%

Taxa de Satisfação
Global dos
Colaboradores

Para alcançar estes objetivos desenvolvemos um estudo onde avaliam as seguintes dimensões:

- | | |
|---|--|
| 1. Transparência | 9. Igualdade e Conciliação |
| 2. Envolvimento Organizacional | 10. Sistema de Gestão |
| 3. Ambiente de trabalho Monstruoso | 11. Ambiente e Sociedade |
| 4. Recursos, condições de trabalho e serviços partilhados | 12. Relacionamento com partes interessadas |
| 5. Liderança (chefias diretas) | 13. Orgulho e Marca |
| 6. A minha função | 14. Felicidade Global |
| 7. O meu desenvolvimento e carreira na organização | |
| 8. Remuneração, Recompensas e Reconhecimentos | |

Participação nos Estudos de Clima Organizacional Nacionais

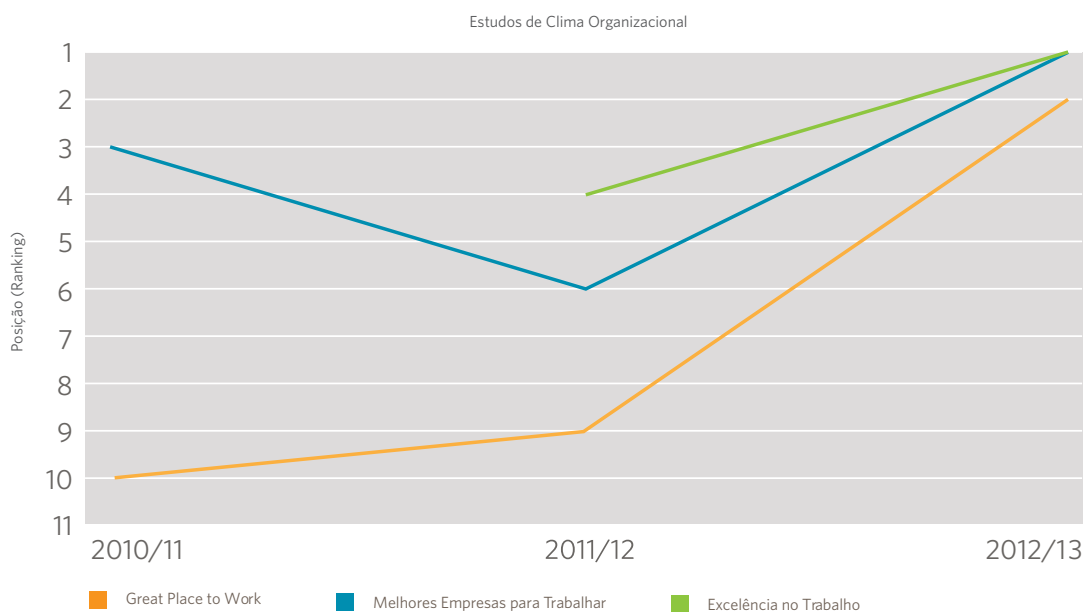
Como metodologia de auscultação a colaboradores, o Grupo CH considera ainda importante a participação nos três principais estudos de clima organizacional realizados em Portugal:

"Melhores Empresas para Trabalhar"
Exame / Accenture

"Best Place To Work"
Great Place to Work Institute"

"Excelência no Trabalho"
Heidrick & Struggles / ISCTE

Estes estudos refletem-se de grande relevância na medida em que são realizados por entidades externas o que confere maior independência à metodologia.



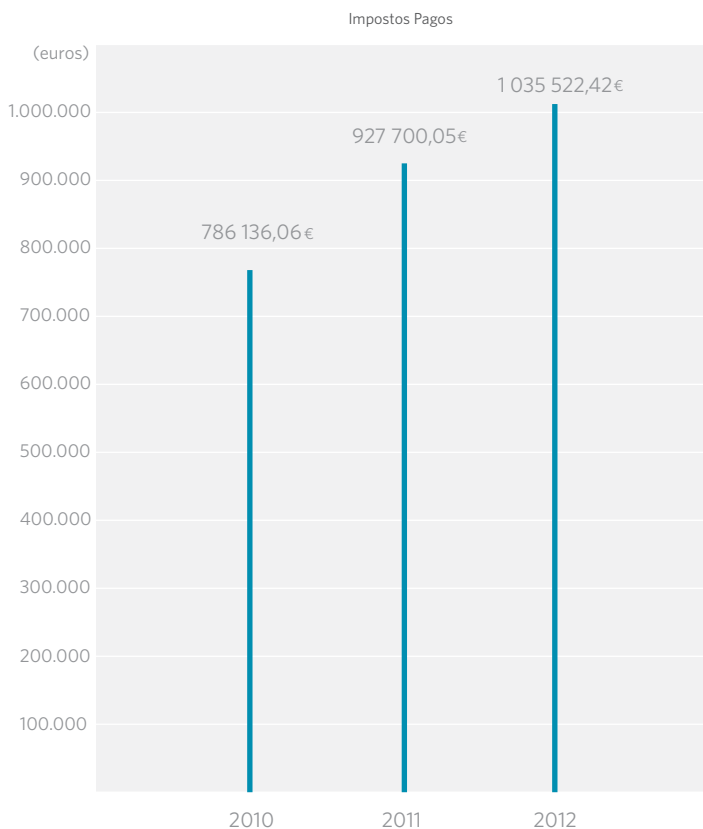
6.4. Sociedade

Contribuição Líquida de Impostos

Junto do Estado, assumimos as nossas responsabilidades com uma contribuição crescente no que diz respeito ao pagamento de impostos.

<u>Impostos</u>	<u>2010</u>		<u>2011</u>		<u>2012</u>	
IRS - Retenções na fonte	153.519,39€	20%	171.460,02€	18%	186.485,79€	18%
Contribuições para a Segurança Social	135.312,98€	18%	197.795,53€	21%	235.796,12€	23%
IRC	210.179,96€	28%	178.015,52€	19%	182.533,33€	18%
IVA	250.067,65€	33%	375.916,91€	41%	426.251,81€	41%
Outros impostos	829,22€	0%	4.512,07€	0%	4.455,37€	0%
Totais	749.909,20€	100%	927.700,05€	100%	1.035.522,42€	100%

Nota: Informações agregadas de todas as empresas do grupo CH.



Nos últimos três anos contribuímos com mais de 2,7 milhões de euros em contribuições para impostos



CH Volunteers

A dinâmica de voluntariado no Grupo CH, teve por base um diagnóstico organizacional para compreender a sensibilidade e disponibilidade das pessoas relativamente ao voluntariado.



No período de 2012 foram despendidas 380 horas em ações de voluntariado empresarial, tais como reconstrução de espaços em IPSS, reflorestação e ações com contacto direto com os públicos-alvo.

380_h

Nº horas em ações voluntariado

8.822€

Total de investimento massa salarial(estimativa)

VOUCHER SOLIDÁRIO

Eu, _____
ofereço a quantia de _____ €
para _____
(TRILUPADE)


MODALIDADE DE PAGAMENTO

☐ _____
☐ _____
☐ _____
☐ Outro, Qual? _____

_____ Assinatura

CHvolunteers

who cares? we do!



VOUCHER MÃO DE OBRA

Eu, _____
ofereço _____ horas de trabalho _____
para _____
(TRILUPADE)

DATA _____
LOCAL _____

_____ Assinatura

CHvolunteers

who cares? we do!



Tendo em consideração que o envolvimento das pessoas era prioritário, de acordo com a estratégia delineada, e sabendo que nem todas as pessoas desejavam participar da mesma forma, criamos vouchers solidários.

Através destes vouchers os colaboradores podem participar doando horas de trabalho especializado, por exemplo.

Ao nível do Voluntariado de Competências temos reforçado a nossa participação em conferências, seminários, estudos científicos e livros.

Ao longo do ano de 2012, para além da participação em fóruns de discussão e junto das redes e associações das quais fazemos parte, participámos ativamente enquanto oradores, partilhando conhecimentos e boas práticas, em 114 eventos. Destes, 45 especificamente sobre a temática da Responsabilidade Social ou da Sustentabilidade.

22 800 €

**Total de investimento
massa salarial (estimativa)**

Temos ainda colaborado com diversas instituições de ensino no apoio a investigações, seja disponibilizando pessoas para fazerem parte da amostra ou fornecendo informação para uma melhor ponte entre o mundo empresarial e a investigação/ensino.

Área do estudo/investigação

Nº estudos

Comunicação	2
Recursos Humanos	7
Responsabilidade Social	2
Total	11



Ecoponto Solidário

Tendo por base os princípios do desenvolvimento sustentável e procurando combinar as preocupações e responsabilidades sociais e ambientais, o Grupo CH criou o Ecoponto Solidário.

Trata-se de uma estrutura de recolha localizada numa zona privilegiada da sede da empresa, junto ao auditório, onde são realizadas regularmente sessões públicas e, por isso, de grande afluência.

O principal objetivo deste Ecoponto Solidário é a recolha de resíduos geradores de valor, com vista à sua entrega a organizações sociais. Neste sentido, foram criadas parcerias com diversas instituições da comunidade local, às quais são entregues os resíduos para que sejam reutilizados pelas mesmas, isto é, que se deem novos usos a materiais já utilizados, ou que sejam reciclados com contrapartidas. Neste Ecoponto Solidário, existe ainda um espaço onde todos podem contribuir para uma causa maior. Recolhem-se ainda bens como roupa, brinquedos, material didático e livros, com o intuito de serem doados a Organizações ou Bibliotecas, prolongando assim o ciclo de vida útil destes bens.



Monster Market

Decidimos promover, entre portas, os negócios e habilidades das nossas pessoas. Para além da brochura de apresentação de todos os negócios dos colaboradores e seus familiares diretos, na época natalícia dinamizámos ainda um mercado interno onde estiveram expostos os produtos e serviços sinalizados pelas pessoas.

O objetivo é promover o intra-empresendedorismo e os negócios dos nossos colaboradores e aproveitar para proporcionar uma boa oportunidade da “Comunidade Monstruosa” divulgar os seus negócios, sob o lema “Partilhar para Lucrar”.

“Partilhar para Lucrar”

22

Nº de negócios
partilhados



A conceptual image of a globe where the continents are represented by interlocking puzzle pieces. The pieces are light gray with dark outlines, set against a white background. The globe is shown from a slightly low angle, curving upwards.

7. Mais Mercado

7.1. Inovação/Criatividade



Sessões de Brainstorming

Porque o enfoque na dinamização comercial era um dos eixos prioritários da Destroika, uma das iniciativas foi a constituição de um grupo de trabalho responsável pela dinamização de “Sessões de Brainstorming”, com o objetivo de gerar ideias passíveis de serem integradas na área de Projetos. Destas sessões resultaram ideias que deram origem à apresentação de seis projetos internacionais.

3

Nº de
Sessões de
Brainstorming

6

Nº de
Projectos
Internacionais



Creative Sessions

Vender mais era uma das prioridades da mudança pretendida. A aposta na formatação de produtos, uma das saídas encontradas. As Creative Sessions surgiram como sessões de criatividade desenvolvidas em horário pós-laboral, fora das instalações da empresa e por iniciativa dos colaboradores.

3

Nº de
Creative
Sessions

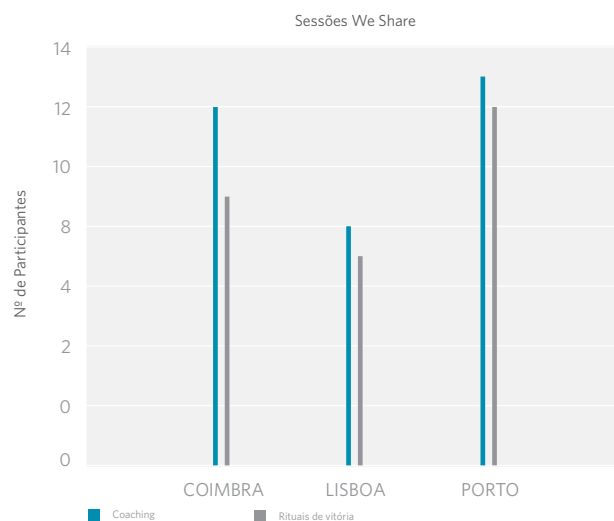


7.2. Partilha



We Share

A iniciativa “We Share Because we Care” que consiste na realização de sessões regulares de partilha de boas práticas numa lógica de *open day* itinerante, para um número restrito de convidados e num ambiente descontraído. Em 2012 foram desenvolvidas 6 sessões We Share sobre as temáticas Coaching, Rituais de Vitória e Celebração. Estas sessões decorreram em Lisboa, no Porto e em Coimbra.



CHour

Com esta iniciativa decidimos associar a marca CH a espaços descontraídos. Criámos um conceito positivo com o objetivo de reforçar laços sociais com clientes e parceiros. Com palco rotativo por locais emblemáticos da capital, os eventos “CHour” foram uma das formas que o escritório de Lisboa teve de se apresentar ao mercado.

54

Nº total de participantes nas sessões CHour



Roadshow Destroika

Movidos pela missão de sermos um “exemplo positivo para a sociedade”, aceitámos o desafio lançado pela APG – Associação Portuguesa de Gestão de Pessoas para organizarmos uma sessão de apresentação do nosso estudo de caso, em Lisboa.

O êxito da sessão motivou-nos a repetir a iniciativa que prontamente contou com o apoio e adesão de inúmeros parceiros institucionais.

Durante os meses de Junho e Julho, percorremos 15 cidades nacionais, incluindo as ilhas, numa Tournée de DESTROIKA.



DESTROIKA® - Locais - Parceiros - Testemunhos - Comunicação Social

O que é - Objectivo - Implementação - Prioridades - 7 Regras de Ouro - Aspectos críticos - Públicos alvo

QUAIS OS ASPETOS CRÍTICOS?

Existem aspetos que consideramos críticos para o êxito da implementação:

O envolvimento da gestão de topo - Incondicionalmente, A DESTROIKA é muito mais que um programa de reestruturação de empresas. É um teste à capacidade de resiliência da própria organização, pelo que o exemplo tem de partir de quem lidera. É nos momentos de crise que se sublinha a qualidade e a seriedade (IN) FAVINÇAN.

Determinação - A determinação tem de ser clara e objetiva. A resistência à mudança faz parte da natureza humana e tem de ser tida em conta. É fundamental que existam sinais claros de convicção.

O espírito - O que se pretende não é implementar um programa de downsizing. De todo. Promovemos mudanças positivas e de alinhamento organizacional com o envolvimento e de todos os colaboradores. As organizações que não consigam evoluir para este novo estado organizacional estão condenadas ao fracasso.

A Comunicação - As pessoas têm de conhecer com total abertura o porquê das coisas e como se integram na estratégia global. Um processo como a DESTROIKA exige às empresas uma política de comunicação profissional com mecanismos de partilha adequados às diferentes realidades da organização.

GRUPO CH
Soluções globais

COIMBRA
Parque Empresarial de Lousa, Ls. 22
3000-430 Coimbra
T +351 233 490 110
F +351 233 490 119

LISBOA
R. Araújo 1, 104, 2º D
1070-015 Lisboa
T +351 213 866 226

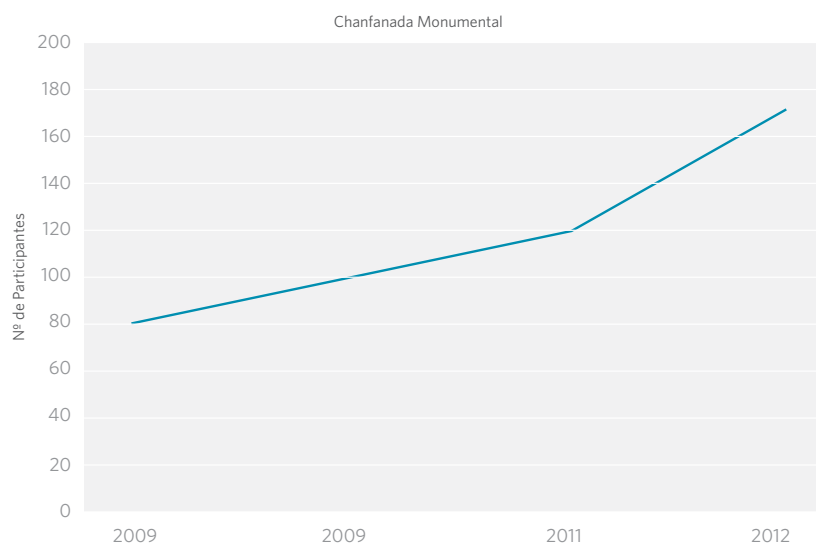
PORTO
R. Faria Guimarães, 125, 1º Esq
4000-206 Porto
T +351 225 599 819
F +351 225 599 819





Chanfanada Monumental

Decorreu em 2012 a quarta edição da "Chanfanada Monumental", um motivo para reunir amigos, clientes e parceiros.



Mascote da Chanfanada, Kilimanjaro

7.3. Comunicação Externa

Clipping

Mensalmente partilhamos com todos os colaboradores o clipping (com os recortes de imprensa e meios digitais) de todas as notícias relacionadas com o Grupo CH (empresas; acontecimentos; projetos; pessoas; etc.), prática que estendemos a alguns dos nossos parceiros, designadamente às instituições financeiras que nos apoiam.



1281

Notícias

349

Meios On-Line

58

Meios Impressos



7.4. Avaliação de Clientes

Teve lugar em 2012 a implementação do Barómetro de Satisfação de Clientes para o Grupo CH. A conceção e desenvolvimento desta ferramenta online capaz de gerir a informação para a avaliação da satisfação dos clientes permite a escuta ativa junto dos mesmos, bem como a implementação de ações de melhoria permanentes a todos os elementos da equipa de projeto envolvidos.

83%

Taxa de Satisfação
de Clientes


GRUPO CH
Soluções globais

Avaliação da Satisfação de Clientes

A Excelência é a nossa obsessão. A sua opinião é muito importante!



Projecto: POPH 3.2
 Descrição do Projecto: Gestão de Plano de Formação

Esta foi a equipa que partilhou entusiasmo consigo




Arabela Fabre
 Ruben Grilo

Questionário de Satisfação

	Excedeu as expectativas	Correspondeu as expectativas	Ficou abaixo das expectativas
Contacto com o cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cumprimento dos prazos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Competência técnica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Envolvimento no projecto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidade de resolver problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introdução de boas práticas na organização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resultados alcançados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Se entender oportuno, descreva-nos a experiência desta colaboração com a(s) Monstros & CIA e CH - Business Consulting. Queremos muito partilhar a sua opinião.

Enviar



INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

1. SUMÁRIO CONTEÚDOS

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
1. Estratégia e Análise				
	1.1 Declaração da pessoa com maior poder de decisão na organização sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e a sua estratégia.	T	7	1, 7, 9
	1.2 Descrição dos principais impactes, riscos e oportunidades, relacionados com a atividade da empresa.	T	42	
2. Perfil Organizacional				
	2.1 Denominação da organização relatora	T	8	
	2.2 Principais marcas, produtos e/ou serviços.	T	16	
	2.3 Estrutura operacional da organização, incluindo principais departamentos empresas em funcionamento, empresas participadas e joint ventures	T	25	
	2.4 Localização da sede social da empresa	T	115	
	2.5 Países em que está presente e nome daqueles com operações significativamente relevantes para as questões de sustentabilidade abordadas no relatório.	N.A.		
	2.6 Tipo e natureza jurídico-legal de propriedade	T	20	
	2.7 Mercados abrangidos.	N.A.		
	2.8 Dimensão da organização relatora, incluindo número de colaboradores, vendas líquidas e quantidade de produtos disponibilizados e serviços prestados	T	16, 52, 53	
	2.9 Principais alterações que tenham ocorrido, durante o período abrangido pelo relatório, referentes à dimensão, à estrutura organizacional ou à estrutura acionista	T	42-44	

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/ Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
	2.10 Prêmios recebidos durante o período a que se refere o relatório	T	35-37	
3. Parâmetros do Relatório		T		
	3.1 Período abrangido para as informações apresentadas no relatório	T	8	
	3.2 Data do último relatório publicado	T	8	
	3.3 Ciclo de publicação de relatórios	T	8	
	3.4 Pessoa(s) a ser(em) contactada(s) para esclarecimentos referentes ao relatório ou ao seu conteúdo, incluindo o endereço eletrônico e o site da internet	T	8	
	3.5 Processo para a definição do conteúdo do relatório, incluindo: o processo para determinar a relevância, a definição de questões prioritárias no âmbito do relatório e a identificação das partes interessadas que sejam potenciais utilizadoras do relatório.	T	29-33 42-44	
	3.6 Limites do relatório (países ou regiões, produtos ou serviços, departamentos, instalações, joint ventures ou empresas participadas, bem como outras limitações de âmbito específico).	T	8	
	3.7 Limitações específicas relativas ao âmbito e ao limite do relatório.	T	8	
	3.8 Base de elaboração do relatório no que se refere a joint ventures, empresas participadas, parcialmente controladas, instalações arrendadas, operações subcontratadas e outras situações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos distintos ou com relatórios de outras organizações.	N.A.		
	3.9 Técnicas de medição de dados e as bases de cálculo, incluindo hipóteses e técnicas subjacentes às estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e de outras informações contidas no relatório	T		
	3.10 Explicação do efeito de quaisquer reformulações de informações existentes em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (por ex., fusões/aquisições, mudança do período ou ano base, natureza do negócio, métodos de medição)	N.A.		
	3.11 Alterações significativas, em relação a relatórios anteriores no âmbito, limite ou métodos de medição aplicados.	N.A.		

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC
	3.12 Tabela que identifica o local das informações padrão no relatório.	T	99-111	
	3.13 Política e prática corrente relativa à procura de um processo independente de garantia de fiabilidade para o relatório	N.R.	8	
4. Governance, Compromissos e Envolvimento				
	4.1 Estrutura de governance da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governance hierarquicamente mais elevado e com responsabilidade por tarefas específicas, tais como a definição da estratégia ou a supervisão da organização.	T	22-25	
	4.2 Indicar se o presidente do órgão de governance hierarquicamente mais elevado é, simultaneamente, um diretor executivo (e, nesse caso, quais as suas funções no âmbito da gestão da organização e as razões para esta composição).	T	24-25	
	4.3 Indicar, no caso de organizações com uma estrutura de administração unitária, o número de membros do órgão de governance hierarquicamente mais elevado que são independentes e/ou os membros não executivos.	T	25	
	4.4 Mecanismos que permitem a acionistas e colaboradores transmitir recomendações ou orientações ao órgão de governance hierarquicamente mais elevado.	T	25	
	4.5 Relação entre a remuneração dos membros do órgão de governance hierarquicamente mais elevado, dos diretores de topo e dos executivos (incluindo acordos de tomada de decisão) e o desempenho da organização (incluindo o desempenho social e ambiental).	N.R.		
	4.6 Processos ao dispor do órgão de governance hierarquicamente mais elevado para evitar a ocorrência de conflitos de interesse.	T	10, 25	
	4.7 Processo para a determinação das qualificações e competências exigidas aos membros do órgão de governance hierarquicamente mais elevado para definir a estratégia da organização relativamente às questões ligadas ao desempenho económico, ambiental e social.	N.R.		
	4.8 Declarações de princípios ou de missão, códigos de conduta e princípios considerados relevantes para o desempenho económico, ambiental e social, assim como a fase de implementação.	T	7, 18, 19	1 a 10
	4.9 Processos do órgão de governance hierarquicamente mais elevado para supervisionar a forma como a organização efetua a identificação e a gestão do desempenho económico, ambiental e social, a identificação e a gestão de riscos e oportunidades relevantes, bem como a adesão ou conformidade com as normas internacionalmente aceites, códigos de conduta e princípios	N.R.		

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC
	4.10 Processos para a avaliação do desempenho do órgão de governance hierarquicamente mais elevado, especialmente em relação ao desempenho económico, ambiental e social	NR.		
	4.11 Explicação sobre se o princípio da precaução é abordado pela organização e de que forma	N.R.		
	4.12 Cartas, princípios ou outras iniciativas, desenvolvidas externamente, de carácter económico, ambiental e social, que a organização subscreve ou defende.	T	26, 27	1 a 10
	4.13 Participação significativa em associações e/ou organizações de defesa nacionais/internacionais.	T	12, 13, 26, 27	
	4.14 Relação dos grupos que constituem as partes interessadas envolvidas pela organização	T	30	
	4.15 Base para a identificação e seleção das partes interessadas a serem envolvidas	T	29-33	
	4.16 Abordagens utilizadas para envolver as partes interessadas, incluindo a frequência do envolvimento, por tipo e por grupos, das partes interessadas.	T	29-33	
	4.17 Principais questões e preocupações identificadas através do envolvimento das partes interessadas e as medidas adotadas pela organização no tratamento das mesmas, nomeadamente através dos relatórios.	P	32	
Abordagens de Gestão				
	Abordagem de Gestão Económica	T	37	
	Abordagem de Gestão Ambiental	T	45-50	7, 8, 9
	Abordagem de Gestão Social - Práticas Laborais e Trabalho Condigno	T	56, 73	2, 3, 4
	Abordagem de Gestão Social - Direitos Humanos	T	64	1
	Abordagem de Gestão Social - Sociedade	T	84-88	
	Abordagem de Gestão Social - Responsabilidade do Produto	N.A		1

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
Indicadores de Desempenho Económico				
E	EC1. Valor económico direto gerado, distribuído e acumulado.	T	52	
E	EC2. Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização, devido às alterações climáticas.	N.R.		
E	EC3. Cobertura das obrigações referentes ao plano de benefícios definidos pela organização.	N.R.		
E	EC4. Apoio financeiro significativo recebido do governo.	N.R.		
Aspeto - Presença no Mercado				
C	EC5. Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, nas unidades operacionais importantes.	N.R.		
E	EC6. Políticas, práticas e proporção de custos com fornecedores locais, em unidades operacionais importantes.	N.R.		
E	EC7. Procedimentos para a contratação local e proporção de cargos de gestão de topo ocupado por indivíduos provenientes da comunidade local.	N.R.		
Aspeto - Impactes Económicos Indiretos				
E	EC8. Desenvolvimento e impacto dos investimentos em infraestruturas e serviços que visam essencialmente o benefício público através de envolvimento comercial, em géneros ou pro bono	P	84, 85	
C	EC9. Descrição e análise dos impactes económicos indiretos mais significativos, incluindo a sua extensão.	P	24	
Indicadores de Desempenho Ambiental				
Aspeto - Matérias-Primas				
E	EN1. Matérias-primas utilizadas, por peso ou por volume.	N.A.		7, 8, 9

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/ Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
E	EN2. Percentagem das matérias-primas utilizadas que são provenientes de reciclagem ou reutilização	N.A.		7, 8, 9
Aspeto - Energia				
E	EN3. Consumo direto de energia, por fonte de energia primária.	T	48	7, 8, 9
E	EN4. Consumo indireto de energia, por fonte de energia primária	N.R.		7, 8, 9
C	EN5. Poupança de energia devido a melhorias na conservação e na eficiência.	T		7, 8, 9
C	EN6. Iniciativas para fornecer produtos e serviços baseados na eficiência energética ou nas energias renováveis, e reduções de consumo obtidas.	N.A.		7, 8, 9
C	EN7. Iniciativas para reduzir o consumo indireto de energia e objetivos alcançados.	N.R.		7, 8, 9
Aspeto - Água				
E	EN8. Consumo total de água, por fonte.	P		7, 8, 9
C	EN9. Fontes hídricas significativamente afetadas pelo consumo de água.	N.A.		7, 8, 9
C	EN10. Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada.	N.A.		7, 8, 9
Aspeto - Biodiversidade				
E	EN11. Localização e dimensão dos terrenos pertencentes, arrendados ou administrados pela organização em áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade, ou adjacente às mesmas	N.A.		
E	EN12. Descrição dos impactes significativos de atividades, produtos e serviços sobre áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade	N.A.		7, 8, 9
C	EN13. Habitats protegidos ou recuperados	N.A.		7, 8, 9

Natureza	Indicadores GRI	Nível de Reporte	Página/ Resposta direta	Princípios UNGC
C	EN14. Estratégias e programas, atuais e futuros, de gestão de impactes na biodiversidade.	N.A.		7, 8, 9
C	EN15. Número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afetadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção	N.A.		7, 8, 9
Aspeto - Emissões, Efluentes e Resíduos				
E	EN16. Emissões de gases com efeito de estufa (GEE), por peso.	N.R.		7,8,9
E	EN17. Outras emissões indiretas relevantes de GEE, por peso	N.R.		7, 8, 9
C	EN18. Iniciativas para reduzir as emissões de GEE e reduções alcançadas	N.R.		7, 8, 9
E	EN19. Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso.	N.R.		7, 8, 9
E	EN20. NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e por peso	N.R.		7, 8, 9
	EN21. Descarga total de água, por qualidade e destino.	N.R.		7, 8, 9
	EN22. Quantidade total de resíduos, por tipo e método utilizado no fim de linha.	N.R.		7, 8, 9
	EN23. Número e volume total de derrames significativos.	N.A.		7, 8, 9
	EN24. Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados, considerados perigosos nos termos da Convenção de Basileia – Anexos I, II, III e VIII, e percentagem de resíduo transportados por navio, a nível internacional	N.A.		7, 8, 9
	EN25. Dimensão, estatuto de proteção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respetivos habitats afetados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento superficial	N.A.		7, 8, 9
	EN26. Iniciativas para mitigar os impactes ambientais de produtos e serviços e o grau de redução do impacto.	P	47-50	7, 8, 9

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/ Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
	EN27. Percentagem recuperada de produtos vendidos e respetivas embalagens, por categoria.	N.A.		7, 8, 9
Aspeto - Conformidade				
E	EN28. Montantes envolvidos no pagamento de coimas significativas e o número total de sanções não monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais	T	46	7, 8, 9
Aspeto - Transportes				
C	EN29. Impactes ambientais significativos, resultantes do transporte de produtos e outros bens ou matérias-primas utilizados nas operações da organização, bem como o transporte de colaboradores.	P	49	7, 8, 9
Aspeto - Geral				
C	EN30. Custos e investimentos com a proteção ambiental, por tipo	N.R.		7, 8, 9
Indicadores de Desempenho Social - Práticas Laborais e Trabalho Condigno				
Aspeto - Emprego				
E	LA1. Mão de obra total, por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por género e região.	T	54-56	
E	LA2. Número e percentagem de colaboradores contratados e respetiva taxa de rotatividade, por faixa etária, por género e por região.	P	54-56	
C	LA3. Benefícios assegurados aos colaboradores a tempo inteiro que não são concedidos a colaboradores temporários ou a tempo parcial.	N.R.		
E	LA15. Taxa de retorno e de retenção após licença parental, por género	T	64	
Aspeto - Relações entre Funcionários e Administração				
E	LA4. Percentagem de colaboradores abrangidos por acordos de negociação coletiva.	T	20	3

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/ Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
E	LA5. Prazos mínimos para aviso prévio em relação a mudanças operacionais, incluindo se essa questão é mencionada nos acordos de negociação coletiva.	N.A.		
Aspeto - Segurança e Saúde no Trabalho				
E	LA6. Mão de obra representada em comissões formais de segurança e saúde, que ajudam no acompanhamento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.	P	73	1
E	LA7. Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região e por género.	P	73	1
E	LA8. Programas de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controlo de risco, em curso, para garantir assistência aos colaboradores, às suas famílias ou aos membros da comunidade afetados por doenças graves.	T	73	
E	LA9. Tópicos relativos a saúde e segurança, abrangidos por acordos formais com sindicatos.	N.A.		1,3
Aspeto - Formação e Educação				
E	LA10. Média de horas de formação, por categoria de colaborador e por género.	P	57	1
E	LA11. Programas para a gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos colaboradores e a gestão de carreira	N.A.	58	1
E	LA12. Percentagem de colaboradores que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira, por género.	N.R.		1
Aspeto - Diversidade e Igualdade de Oportunidades				
E	LA13. Composição dos órgãos de governance e discriminação dos colaboradores por categoria, de acordo com o género, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade.	P	54	1
E	LA14. Rácio entre a remuneração total de homens e mulheres, por categoria profissional e por localização das operações	N.R.		1

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/ Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
Indicadores de Desempenho Social - Direitos Humanos				
Aspeto - Práticas de Investimento e de Aquisições				
E	HR1. Percentagem e número total de acordos e contratos de investimento significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos, ou que foram submetidos a avaliações referentes a esta temática	N.R.		
E	HR2. Percentagem dos principais fornecedores, empresas contratadas e outros parceiros de negócio que foram submetidos a avaliações relativas a direitos humanos e medidas tomadas.	N.R.		1 a 6
E	HR3. Número total de horas de formação em políticas e procedimentos relativos a aspetos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo a percentagem de colaboradores que beneficiaram de formação.	N.R.		1 a 6
Aspeto - Não Discriminação				
E	HR4. Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas.	T	56	1,2,6
Aspeto - Liberdade de Associação e Acordo de Negociação Coletiva				
E	HR5. Operações e fornecedores relevantes em que exista um risco significativo de violação dos direitos de liberdade de associação e realização de acordos de negociação coletiva, e medidas que contribuam para a concretização destes direitos.	N.A.		
Aspeto - Trabalho Infantil				
E	HR6. Operações e fornecedores relevantes em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e medidas que contribuam para a sua abolição.	N.R.		1,2,5
Aspeto - Trabalho Forçado e Escravo				
E	HR7. Operações e fornecedores relevantes em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou escravo e medidas que contribuam para a sua eliminação.	N.R.		1,2,4

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/ Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
Aspeto - Práticas de Segurança				
C	HR8. Percentagem do pessoal de segurança submetido nas políticas ou procedimentos da organização, relativos aos direitos humanos que são relevantes para as operações.	P	73	
Aspeto - Direitos dos Povos Indígenas				
C	HR9. Número total de incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e ações tomadas.	T	56	
Aspeto - Avaliação				
E	HR10. Percentagem e número total de operações sujeitas a revisões/ avaliações relativas a direitos humanos.	T	56	
Aspeto - Remediação				
E	HR11. Número de queixas relacionadas com a violação de direitos humanos arquivadas, abordadas e resolvidas através de mecanismos formais de gestão de reclamações.	T	56	
Indicadores de Desempenho Social - Sociedade				
Aspeto - Comunidade				
E	SO1. Percentagem e número total das operações que realizaram avaliações de impacto na comunidade local e que implementaram programas de envolvimento ou de desenvolvimento da comunidade local.	P	84-87	
E	SO9. Operações com potencial de efeitos negativos na comunidade local	N.A.		
E	SO10. Medidas de prevenção e mitigação dos efeitos negativos na comunidade local.	N.A.		
Aspeto - Corrupção				
E	SO2. Percentagem e número total de unidades de negócio alvo de análise de riscos para prevenir a corrupção.	N.R.		10

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
E	SO3. Percentagem de colaboradores que tenham efetuado formação nas políticas e práticas de anticorrupção da organização	N.R.		10
E	SO4. Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.	N.R.		10
Aspeto - Políticas Públicas				
E	SO5. Participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.	N.R.		
C	SO6. Valor total das contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país.	T	Não foram efetuadas	
Aspeto - Concorrência Desleal				
C	SO7. Número total de ações judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio, bem como os seus resultados	N.R.		
Aspeto - Conformidade				
E	SO8. Número total de multas e sanções não monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos	N.R.		
Indicadores de Desempenho Social - Responsabilidade do Produto				
Aspeto - Saúde e Segurança do Cliente				
E	PR1. Ciclos de vida dos produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objetivo de efetuar melhorias, bem como a percentagem das principais categorias de produtos e serviços sujeitas a tais procedimentos.	N.A.		
C	PR2. Número total de incidentes resultantes da não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos aos impactes, na saúde e segurança, dos produtos e serviços durante o respetivo ciclo de vida, discriminado por tipo de resultado.	N.A.		

<u>Natureza</u>	<u>Indicadores GRI</u>	<u>Nível de Reporte</u>	<u>Página/ Resposta direta</u>	<u>Princípios UNGC</u>
Indicadores de Desempenho Social - Responsabilidade do Produto				
Aspeto - Rotulagem de Produtos e Serviços				
E	PR3. Procedimentos para informação e rotulagem dos produtos e serviços, bem como a percentagem dos principais produtos e serviços sujeitos a tais requisitos.	N.A.		
C	PR4. Número total de incidentes resultantes da não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos à informação e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado.	N.A.		
C	PR5. Procedimentos relacionados com a satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do cliente.	N.A.		
Aspeto - Comunicações de Marketing				
E	PR6. Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários relacionados com comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.	N.R.		
C	PR7. Número total de incidentes resultantes da não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado.	N.R.		
Aspeto - Privacidade do Cliente				
C	PR8. Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes.	T	Não existiram	
Aspeto - Conformidade				
E	PR9. Valor monetário de multas relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos relativos a produtos e serviços.	N.R.		

2. AVALIAÇÃO DO RELATÓRIO

A sua opinião é muito importante para nós, gostávamos que avaliasse o nosso primeiro de relatório de sustentabilidade e que respondesse ao seguinte questionário, por forma a melhor respondermos às suas expectativas no próximo ano. Agradecemos desde já a sua colaboração!

1) A qual dos grupos de stakeholders pertence ou representa?

- ☐ Colaboradores
- ☐ Acionistas
- ☐ Parceiros de Negócio
- ☐ Clientes
- ☐ Instituições Financeiras
- ☐ Estado/Reguladores
- ☐ Associações e Redes Empresariais
- ☐ Opinião Pública
- ☐ Associações Profissionais
- ☐ Comunidade
- ☐ Instituições Académicas ou Científicas
- ☐ Fornecedores de Suporte
- ☐ Ambiente
- ☐ Sindicatos
- ☐ Concorrência

2) Este relatório contribuiu para tornar mais clara a atuação do Grupo CH nas dimensões económica, ambiental e social?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Parcialmente

3) Como avalia este relatório a partir das características apresentadas de seguida:

3.1) Clareza (a linguagem utilizada é de fácil compreensão?)

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Parcialmente

3.2) Apresentação gráfica (o formato utilizado facilita a consulta?)

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Parcialmente

4) Quais os temas que considera que merecem uma apresentação mais detalhada no próximo relatório?

5) Sente que algum tema relevante não foi abordado neste relatório?

6) Para comentários adicionais sobre o Relatório de Sustentabilidade 2012, por favor, utilize o espaço abaixo.

7) Identificação e dados para correspondência (opcional)

- ☐ Nome
- ☐ E-mail
- ☐ Endereço

Locais e contatos

Lisboa

Edifício Taurus
Campo Pequeno, nº 48 - 4º Esquerdo
1000-081 Lisboa
T +351 213 866 226

Coimbra (Sede)

Parque Empresarial de Eiras, Lote 22
3020 - 430 Coimbra
T +351 239 499 110

Porto

Rua Gonçalo Sampaio, 271 - 4º Dto
4150-367 Porto
T +351 225 099 819

