

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2014-2015

PRINCÍPIOS  
DE UMA  
ALIMENTAÇÃO  
RESPONSÁVEL

O relatório de sustentabilidade foi elaborado de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) na versão G4, na opção *in accordance – Core*. Foi também considerado o *G4 Food Processing Sector Disclosures*. Destaca-se nesta versão mais recente da GRI a importância dada à avaliação da materialidade, para que as empresas relatoras privilegiem as dimensões do negócio mais significativas para a sustentabilidade e ajam sobre elas. Na Eurest, esta reflexão resultou da conjugação da nossa estratégia com as expectativas e preocupações das partes interessadas, auscultadas através de inquéritos *online* e *focus groups*.

## COMO LER ESTE RELATÓRIO

Ao longo deste relatório serão utilizados alguns elementos gráficos com o objetivo de facilitar a leitura:

-  Indicador de Perfil
-  Indicador de Desempenho Económico
-  Indicador de Desempenho Ambiental
-  Indicador de Desempenho Social
-  Indicador de Desempenho *Food Processing Sector Disclosures*

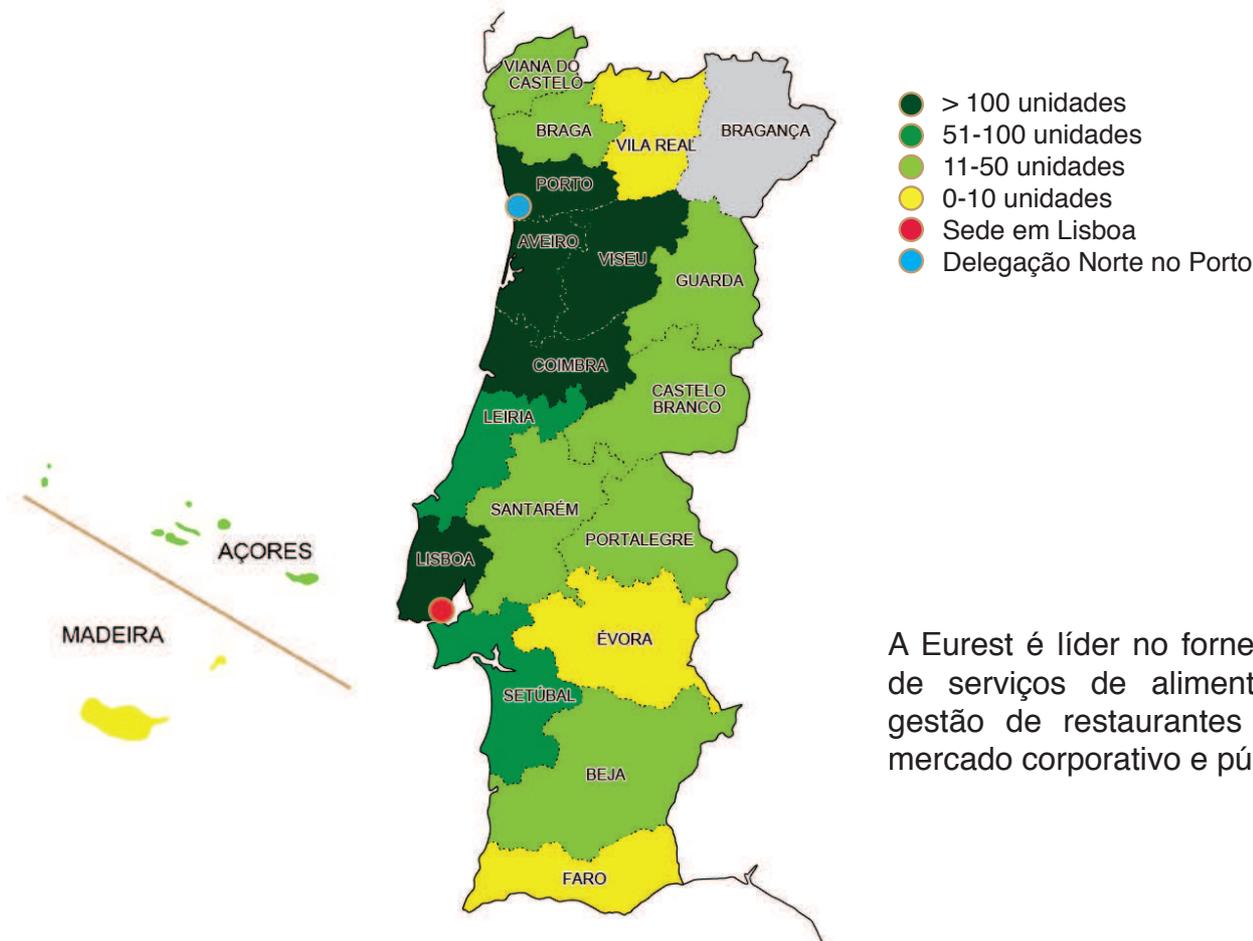
A informação deste relatório está centrada nas questões significativas da sustentabilidade para o negócio da Eurest. A Tabela GRI e outras informações relevantes estão disponíveis no capítulo *Informações Complementares*.

## ÍNDICE

Mensagem do Diretor Geral	06
Grandes marcos 2014-2015	07
<b>1. EUREST: A GESTÃO DA NOSSA RESPONSABILIDADE SOCIAL</b>	<b>09</b>
Contexto da sustentabilidade da Eurest – os nossos desafios	10
Estratégia de Envolvimento das Partes Interessadas	11
Tópicos de sustentabilidade prioritários	16
Organização para a sustentabilidade	17
<b>2.</b>	
<b>SEGURANÇA, SAÚDE E AMBIENTE EM PRIMEIRO LUGAR</b>	<b>24</b>
Segurança alimentar	25
Saúde e segurança no trabalho	27
Desempenho ambiental	31
<b>3.</b>	
<b>CUMPRIMOS O PROMETIDO FACE A CLIENTES E CONSUMIDORES</b>	<b>40</b>
Qualidade, inovação e nutrição em todos os segmentos de mercado	41
Critérios de sustentabilidade na escolha dos nossos produtos alimentares	42
Ouvir os Clientes e Consumidores por um compromisso com a satisfação	46
<b>4.</b>	
<b>DESENVOLVEMOS OS NOSSOS COLABORADORES E VALORIZAMOS A DIVERSIDADE</b>	<b>49</b>
As nossas pessoas	50
Ajudar a desenvolver as nossas pessoas	54
Comunicar e ouvir os Colaboradores	61
Força positiva na Comunidade	65
<b>5. ENFOQUE CONSTANTE NO DESEMPENHO E NA EFICIÊNCIA</b>	<b>67</b>
Política da qualidade, ambiente e segurança	68
Fornecedores – os nossos parceiros estratégicos	69
<b>6. CRESCIMENTO LUCRATIVO</b>	<b>77</b>
<b>7. SOBRE O RELATÓRIO</b>	<b>80</b>
Sobre o Relatório	81
Índice GRI	82
Informações adicionais	86

G4-9

# O NOSSO NEGÓCIO



A Euresst é líder no fornecimento de serviços de alimentação e gestão de restaurantes para o mercado corporativo e público.

A Euresst faz parte do Grupo Compass, líder mundial na área de restauração em áreas tão diversas como: Restauração Coletiva, *Catering*, Restauração Pública, Áreas de Serviço e *Vending*\*.

\* O termo *vending* designa a atividade de venda de produtos ou serviços, através de equipamento automático, utilizando dinheiro ou substituto.

**great people**  
**great service**  
**great results**



## RESUMO | 2015



### SERVIÇ

**133 mil** refeições | dia  
**35 milhões** refeições | ano  
**1.180** unidades



### DAR EMPREGO

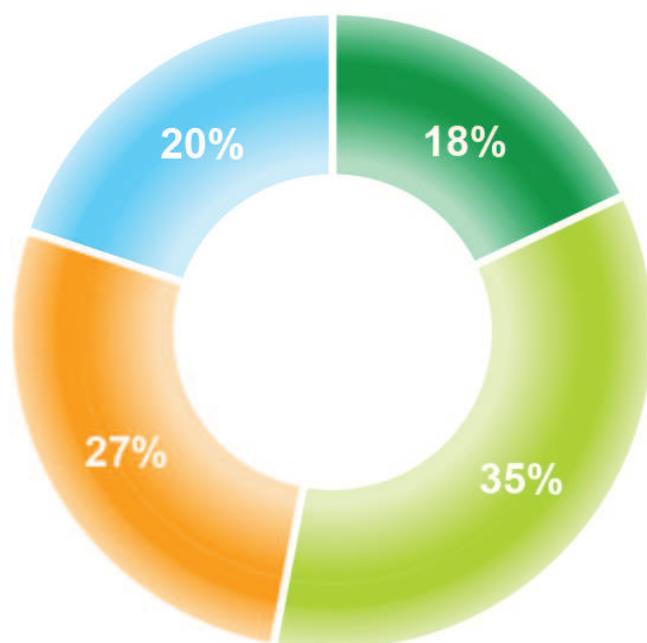
**4.279** Colaboradores | **2.854** Colaboradores efetivos  
 | **1.425** Colaboradores temporários  
**32 milhões €** Salários



### DISTRIBUIR

**107 milhões €** Valor económico criado  
**106 milhões €** Valor económico distribuído  
**1 milhão €** Impostos

## ESTRUTURA DO NEGÓCIO | 2015



- Restauração Coletiva Saúde
- Restauração Coletiva Empresas
- Restauração Pública e Vending
- Restauração Coletiva Educação

G4-1

# MENSAGEM DO DIRETOR GERAL

## Empresas que mudam o mundo!

É com muito orgulho que comunicamos, que o Grupo Compass, do qual a Eurest Portugal faz parte, foi considerado pela revista Fortune, “**Companies that Change the World**”, fazendo parte das 50 organizações que em todo o mundo, criam um importante impacto social e ambiental através das suas operações e das suas estratégias de negócio.

Como empresa integrante do grupo Compass, diariamente esforçamo-nos por aplicar práticas sustentáveis no nosso negócio, com o objetivo de impactar positivamente a vida das nossas Partes Interessadas.

O 3º Relatório de Sustentabilidade 2014-2015 “**Princípios de uma alimentação responsável**”, vem apresentar as diversas ações desenvolvidas.

Acreditamos que as práticas sustentáveis ajudam-nos a superar os desafios crescentes que os nossos parceiros nos colocam, e sentimo-nos orgulhosos dos reconhecimentos que a sociedade nos tem atribuído.

Pensamos nos nossos **Colaboradores** investindo e apostando nas nossas Pessoas. Alcançámos o 4º lugar do **Prémio Excelência no Trabalho** na categoria Grandes Empresas, que premeia as Empresas que apresentam melhor clima organizacional e modelo de gestão de Recursos Humanos.

Pensamos nos nossos **Cientes e Consumidores** quando nos empenhamos em cumprir os mais elevados requisitos nos nossos restaurantes: através do cumprimento de uma lista rigorosa de mais de 400 critérios, o Grupo Compass atribuiu em 2015 a chancela CFE (**Centres For Excellence**) a 4 restaurantes Eurest, colocando-nos no grupo restrito de 30 espaços do Grupo com esta distinção em toda a Europa.

Pensamos nos nossos **Fornecedores** quando nos empenhamos em dinamizar a economia nacional e apostamos em produtores portugueses – **96%** das nossas compras são a **Fornecedores portugueses**. Face ao nosso volume global de compras temos uma clara noção sobre o impacto que a nossa preferência por Fornecedores portugueses acarreta na economia nacional. A nossa atuação neste âmbito motivou a nossa adesão ao “**Portugal sou eu**”, na categoria Estabelecimento Aderente, alavancando a perceção dos nossos Consumidores para a “Portugalidade” nos nossos produtos, bem como incorporar valor em Portugal.

Pensamos na **Sociedade** onde nos inserimos quando criámos o projeto “**Restaurante Sustentável**”, que reúne 10 campanhas de cariz ambiental, social e nutricional, projeto que mereceu uma menção honrosa na categoria Consumo Sustentável nos *Green Project Awards 2015*. Neste âmbito lançámos o livro “**40 receitas saudáveis e sustentáveis**”, que reúne uma compilação de receitas dos nossos Colaboradores com base em três iniciativas da Eurest: *Choose Beans*, *Choose Veg* e Aproveitamento Integral de Alimentos.

Pensamos nos nossos **Acionistas**, no nosso futuro e na sustentabilidade do nosso negócio, através de uma aposta continua na **fidelização dos nossos Clientes e Consumidores**, através da inovação e da abertura de novas áreas de negócio que reforçam o nosso posicionamento e crescimento no mercado.

A distinção como “**Melhor Empresa no setor Hotelaria e Restauração**” pela revista Exame, veio reconhecer o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido globalmente pela Eurest Portugal.

Estes reconhecimentos, trazem responsabilidade acrescida na nossa atuação presente e futura.

**Juntos vamos mudar o Mundo!**

## GRANDES MARCOS 2014-2015

### 2014

Eurest adota o sistema de gestão da Responsabilidade Social pela norma portuguesa NP4469, tornando-se na primeira empresa do setor certificada por esta norma.



Eurest alcança 4.º lugar do Prémio Excelência no Trabalho, na categoria Grandes Empresas, que distingue as empresas que mais investiram e apostaram nos seus Recursos Humanos (RH) e que apresentam o melhor clima organizacional e modelo de gestão de RH.



A Eurest torna-se membro do BCSD-Portugal, associação empresarial dedicada ao desenvolvimento sustentável, reforçando, deste modo, a sua estratégia de responsabilidade corporativa (RC).



A campanha CCRA - Consumo Consciente, Respeita o Ambiente vence o Prémio de Comunicação Interna na categoria *Glocal*, evidenciando a capacidade da comunicação e da aplicação local de um projeto fundado no Brasil.



### 2015

Eurest distinguida como a melhor empresa no setor da "Hotelaria e Restauração" pela revista Exame, com base na análise de um conjunto de 22 indicadores económicos e financeiros.



Dois restaurantes da Eurest obtém a chancela CFE – Centros de Excelência do Grupo Compass, através do cumprimento de uma lista rigorosa de mais de 400 critérios, colocando-os no grupo restrito de 30 espaços do Grupo com esta distinção em toda a Europa.



A Eurest é distinguida com o selo “Portugal Sou eu” na categoria “Estabelecimento aderente” pela demonstração do nosso empenho na dinamização da economia nacional e aposta nos produtores portugueses.



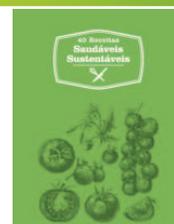
Criação do projeto “Restaurante Sustentável”, que reúne 10 campanhas de cariz ambiental, social e nutricional levadas a cabo nos nossos restaurantes às quais os Clientes podem aderir, com a atribuição de um selo de aderente.



O projeto “Restaurante Sustentável” obtém nos *Green Project Awards 2015*, uma Menção honrosa na categoria Consumo Sustentável



Lançamos o livro “40 Receitas Saudáveis e Sustentáveis” compiladas pelos Colaboradores, com base nas três iniciativas nutricionais da Eurest: *Choose Beans*, *Choose Veg* e Aproveitamento Integral de Alimentos



A campanha CCRA - Consumo Consciente, Respeita o Ambiente alcança o Top 3 de finalistas da EDPartners na categoria "Responsabilidade Social", destacada pelo papel social na prevenção do desperdício alimentar.

Inaugurámos a Padaria Lionesa, um novo conceito no segmento da Restauração Pública.



# EUREST: A GESTÃO DA NOSSA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Castanheiro [Castanea sativa]

## CONTEXTO DA SUSTENTABILIDADE DA EUREST – OS NOSSOS DESAFIOS

No setor da restauração, os desafios da sustentabilidade desenham-se em torno de vários aspetos ao longo da cadeia de valor, desde as alterações climáticas que afetam a produção alimentar ao fornecimento de um serviço de alimentação com impacto na saúde,

segurança e bem-estar dos seus Consumidores. Para além destes desafios – próprios da nossa atividade – a Eurest rege-se também por práticas ambientais, sociais e económicas responsáveis comuns a uma conduta empresarial de contributo para o desenvolvimento sustentável.

### DESAFIOS GLOBAIS DA SUSTENTABILIDADE ALIMENTAR

Para uma estratégia empresarial responsável e de sucesso na área da restauração é incontornável que se considerem os tópicos de forte impacto na sustentabilidade mundial da cadeia alimentar.



#### AUMENTO DA POPULAÇÃO MUNDIAL

Em 2050, o mundo deverá contar com mais de 9 mil milhões de habitantes, com uma crescente procura de uma oferta alimentar variada e de qualidade, lado a lado com as carências alimentares enfrentadas por uma larga parte da população.



#### PREÇOS DOS ALIMENTOS

Os preços dos alimentos têm sofrido fortes aumentos devido à volatilidade dos mercados agrícolas e espera-se um agravamento dada a tendência para uma menor disponibilidade de alimentos a nível global.



#### MUDANÇAS NA DIETA

Nas últimas décadas verificou-se uma tendência para uma alimentação menos saudável e menos sustentável. Em várias regiões do mundo os cidadãos consomem excesso de calorias, gordura, açúcar e sal.



#### DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS

Estima-se que um terço de toda a comida produzida no mundo é perdida ou desperdiçada. Na Europa, estima-se que em 2020, o desperdício alimentar ascenda a 120 milhões.



#### PESCA

Cerca de 75% das reservas de peixe nas águas europeias com importância comercial estão quase a atingir ou já ultrapassaram os limites biológicos de segurança.



#### ÁGUA

Mais de 1,4 mil milhões de pessoas habitam em zonas onde a água não satisfaz as necessidades agrícolas, municipais e ambientais.



#### PERDA DE BIODIVERSIDADE

As atividades humanas implicam uma taxa global de extinção 100 a 1.000 vezes superior à taxa normal de extinção por morte natural.

## ESTRATÉGIA DE ENVOLVIMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

Pela natureza da atividade da Eurest, a qualidade do nosso serviço é avaliada todos os dias por Clientes, Consumidores, Colaboradores, Fornecedores ou Comunidade, proporcionando oportunidades importantes de aferição e de aperfeiçoamento do nosso desempenho.



O envolvimento sistemático com as partes interessadas permite gerir os impactos (económicos, sociais e ambientais) em todas as fases da nossa atividade, tendo em conta as suas preocupações e expectativas, trazendo sinergias e fortalecendo o desempenho global da Eurest no caminho da sustentabilidade.

## IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES INTERESSADAS

**G4-24** **G4-25** A identificação das partes interessadas seguiu um procedimento de consulta junto dos responsáveis das diferentes direções da empresa.

Foram consideradas as relações de dependência mútua, assim como o fator de criação partilhada de valor, de modo a assegurar a sustentabilidade futura do negócio.



**G4-26** Para a Eurest a comunicação é a chave do envolvimento com as partes interessadas, que por sua vez é o pilar de sucesso da nossa estratégia de responsabilidade social corporativa. Concretiza-se em todos os momentos de diálogo, de envolvimento e de contacto existentes entre as nossas equipas

e as nossas partes interessadas, expressa na abertura para ouvir, na promoção da reflexão e na vontade de superar as expectativas. Criados os canais de comunicação adequados, a sua sistematização e avaliação periódica é fundamental para garantir a eficiência e pertinência de cada ferramenta de contacto.

TIPO DE ENVOLVIMENTO	FERRAMENTA		PARTES INTERESSADAS					
			Colaboradores	Clientes	Consumidores	Fornecedores	Comunidade	Comunidade Científica
Comunicação	Site Eurest	P						
	Notícias Eurest	T						
	A Pensar em Si	M						
	Intranet Eurest	P						
	Rotulagem de produtos	P						
	Food News	M						
	News Segurança e Saúde no Trabalho	M						
	News DTC	M						
	Portal de Compras	O						
	Portal da Unidade	P						
	Boletim de Compras	M						
	Boletim Legal	M						
	Boletim Técnico	M						
	Nutrition for special days	S						
Diálogo	Consultas de nutrição	O						
	Workshops	O						
	Avaliações do estado nutricional de saúde e bem-estar	O						
	Concursos (Receitas, decorações de Natal sustentáveis, Postal de Natal...)	O						
	Animações nas unidades de restauração	O						
	Portal dos Fornecedores	P						
Avaliação de Satisfação / Consulta	Your Voice - Inquérito de clima organizacional	B						
	Consulta a Colaboradores - Segurança e Saúde no Trabalho	B						
	Reuniões periódicas	P						
	Speak Up - canal de denúncia anónimo	P						
	Inquérito de Satisfação aos Clientes	B						
	Inquérito de Satisfação aos Consumidores	A						
	Inquérito de Satisfação aos Fornecedores	A						
	Inquérito de Satisfação aos Parceiros	A						
	Wity! What is important to you (entrevistas)	A						
Parcerias	Feiras educativas	O						
	Bolsas de Voluntários	O						
	Iniciativas de solidariedade	O						
	Aulas e palestras/ Artigos científicos/ Congressos	O						
	Membro de grupos de trabalho e organizações de investigação	O						

## PREOCUPAÇÕES E EXPECTATIVAS DAS NOSSAS PARTES INTERESSADAS

**G4-18** **G4-26** O envolvimento sistemático com as partes interessadas está na base da construção da nossa estratégia de gestão da responsabilidade social corporativa. Considerando que muitos dos desafios da sustentabilidade exigem um esforço coletivo, a responsabilidade em alimentarmos este diálogo ainda se torna mais premente.

Para este relatório procedemos a uma consulta específica junto das nossas partes interessadas para conhecermos as suas preocupações e expectativas em relação aos temas de sustentabilidade prioritários relacionados com o nosso negócio.



FORMA DE AUSCULTAÇÃO	PARTES INTERESSADAS	TAXA RESPOSTA
Inquérito online	Clientes	30%
“A nossa Responsabilidade Social vista por si”	Fornecedores	25%
	Colaboradores	69%
<i>Focus Groups</i>	Colaboradores	N.A.

Desenhados com base num conjunto de critérios de desempenho da responsabilidade social (desde a qualidade de serviço, segurança alimentar, até à ética na nossa atuação), os inquéritos e *focus groups* incluíram os 14 temas-chave recomendados pela *Sustainable Restaurant Association*, para introduzir a sustentabilidade no sector da restauração.

## TEMAS-CHAVE RECOMENDADOS PELA SUSTAINABLE RESTAURANT ASSOCIATION

### COMPRAS



Produtos locais  
e sazonais



Bem-estar  
animal



Práticas agrícolas  
sustentáveis



Pescado  
responsável



Comércio  
justo

### SOCIEDADE



Equidade  
no tratamento  
das pessoas



Alimentação  
saudável



*Marketing*  
Responsável



Envolvimento  
com a Comunidade

### AMBIENTE



Transporte  
da cadeia de  
aprovisionamento



Gestão  
dos resíduos



Gestão eficiente  
dos recursos



Eficiência  
energética



Gestão eficiente  
da água

Os resultados da consulta efetuada encontram-se espelhados no conjunto de tópicos de sustentabilidade considerados prioritários pelas nossas partes interessadas.

## TÓPICOS DE SUSTENTABILIDADE PRIORITÁRIOS

G4-19 | G4-20 | G4-21 | G4-27

ÁREA	TÓPICOS PRIORITÁRIOS	LIMITES	
		Eurest	Externos
Alimentação	Segurança Alimentar	x	Fornecedores
	Alimentação equilibrada e sustentável	x	Fornecedores, Clientes, Consumidores
Gestão ambiental	Desperdício de alimentos	x	Fornecedores, Clientes e Consumidores
	Gestão eficiente dos recursos		
Qualidade do serviço	Diversidade e eventos	x	Fornecedores, Clientes, Consumidores, Comunidade
	Satisfação de Clientes e Consumidores		
Comunicação	Qualidade da comunicação interna	x	Clientes e Consumidores
	Qualidade da comunicação externa		
	Sensibilização para a sustentabilidade		
Cadeia de provisão	Produtores nacionais	x	Fornecedores
	Bem-estar animal		
	Comércio justo		
	Política de pescada responsável		
	Produtos agrícolas sustentáveis		

Os tópicos serão abordados ao longo do relatório. Em cada capítulo estarão devidamente assinalados com este ícone:



TÓPICO PRIORITÁRIO

# ORGANIZAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

## ESTRUTURA DE GOVERNO

**G4-34** A Eurest Portugal segue o modelo de governação do Grupo Compass, composto por um Conselho de Administração, um Conselho de Fiscalização e uma Comissão Executiva para cada empresa. O presidente da Comissão Executiva da Eurest Portugal exerce as funções de administrador delegado no Conselho de Administração do Grupo Compass.



O **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO** é o órgão governativo responsável pela gestão e direção do Grupo Compass, tendo a seu cargo a aprovação dos objetivos de longo prazo do Grupo, a aprovação da estratégia comercial e do orçamento anual. No exercício das suas tarefas, o Conselho de Administração supervisiona as operações e monitoriza a performance de acordo com os objetivos estratégicos traçados, com o plano de negócios e com o orçamento anual.

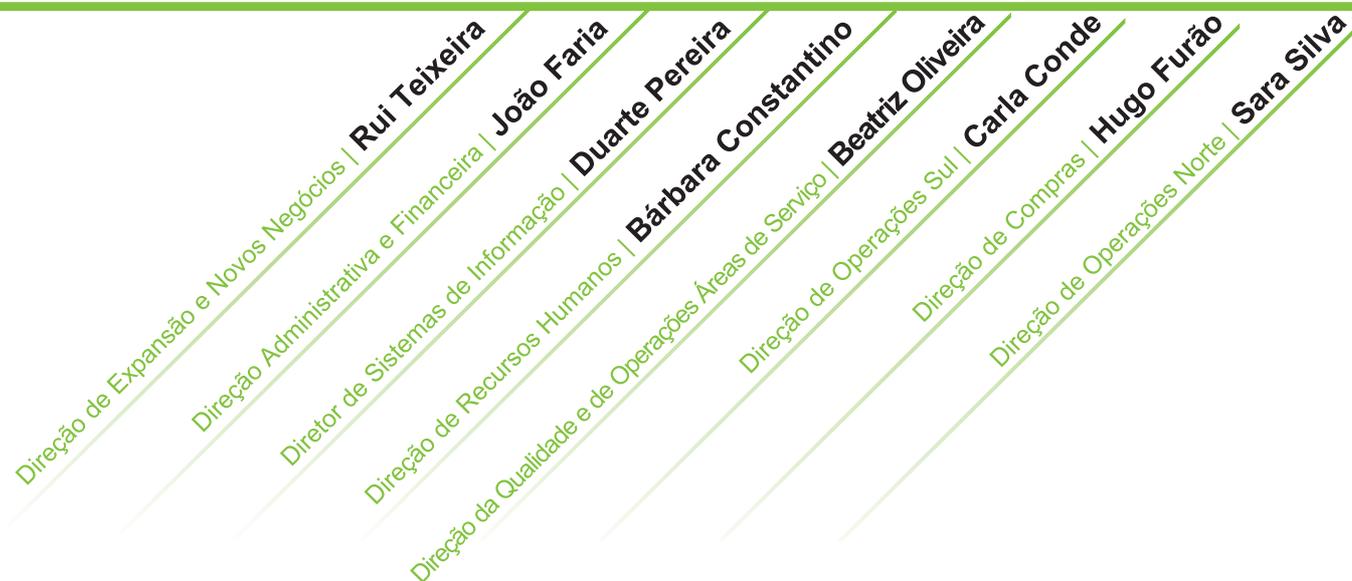
O **CONSELHO DE FISCALIZAÇÃO** é composto por membros independentes não-executivos, nomeados pelo Conselho de Administração do Grupo Compass, com o dever de fiscalizar qualquer atividade que desrespeite a integridade da empresa, garantir a conformidade do reporte financeiro das empresas do Grupo, validar a eficácia dos sistemas de controlo financeiro e de gestão de risco das empresas, a nível individual do Grupo.

A **COMISSÃO EXECUTIVA** funciona a nível individual para cada empresa do Grupo e é composta pelos respetivos diretores executivos. À Comissão Executiva cabe implementar a estratégia definida pelo Grupo, gerir as operações do negócio, reportando periodicamente ao Conselho de Administração.



## ORGANOGRAMA DA EUREST

Henrique Leite | Direção Geral



## ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA OPERAÇÃO



## CONDUTA ÉTICA E RESPONSÁVEL

**G4-56** A nossa atuação baseia-se

\_na **NOSSA VISÃO** | “aquilo que queremos ser”

Ser líder na prestação de serviços na área alimentar e de apoio, e ser reconhecido pelas suas Excelentes Pessoas, Excelentes Serviços e Excelentes Resultados

\_na **NOSSA MISSÃO** | “o modo como vamos alcançá-lo”,

Na Eurest, todos estamos empenhados em prestar, de forma consistente, serviços superiores, da forma mais eficiente possível, para o benefício comum dos nossos Clientes, Acionistas e Colaboradores

\_nos **NOSSOS VALORES** | “aquilo em que acreditamos e que orienta os nossos comportamentos”

### ABERTURA, CONFIANÇA E INTEGRIDADE



Estabelecemos sempre os mais elevados padrões éticos e profissionais. Desejamos que todas as nossas relações se baseiem na honestidade, no respeito, na justiça e num empenho no sentido do diálogo aberto e da transparência.



### PAIXÃO PELA QUALIDADE

O fornecimento de alimentos e serviços de qualidade superior é a nossa paixão e temos orgulho em consegui-lo. Procuramos replicar o sucesso, aprender com os erros e desenvolver as ideias, as inovações e as práticas que nos irão ajudar a melhorar e a liderar o mercado.



### SUCESSO ATRAVÉS DO TRABALHO DE EQUIPA

Encorajamos a propriedade individual, mas trabalhamos como uma equipa. Valorizamos a competência, a individualidade e a contribuição de todos os colegas que trabalham ajudando os outros e que partilham prontamente as boas práticas para a consecução de objetivos comuns.



### RESPONSABILIDADE

Assumimos a responsabilidade das nossas ações, individualmente e como um Grupo. Procuramos sempre contribuir positivamente para a saúde e o bem-estar dos nossos Clientes, das Comunidades em que trabalhamos e do mundo em que vivemos.



### DINAMISMO

Adotamos uma abordagem dinâmica, positiva e orientada para o negócio, face às oportunidades e aos desafios com que nos deparamos.

\_nos **PRINCÍPIOS ORIENTADORES** | “que norteiam a nossa tomada de decisão”

**SEGURANÇA, SAÚDE E AMBIENTE EM PRIMEIRO LUGAR** – nunca pôr em perigo a saúde e a segurança dos nossos Clientes e Colaboradores e gerir de forma responsável o impacto da nossa empresa sobre o ambiente.

**CUMPRIMOS O PROMETIDO FACE A CLIENTES E CONSUMIDORES** – conquistar a fidelidade contínua dos nossos Clientes demonstrando de forma consistente porque somos a primeira escolha no que toca a qualidade, serviço, valor e inovação.

**DESENVOLVEMOS OS NOSSOS COLABORADORES E VALORIZAMOS A DIVERSIDADE** – valorizar e reconhecer a diversidade e a contribuição dos nossos Colaboradores. Criamos um ambiente de trabalho que coloca desafios e que proporciona oportunidades e apoio para todos se desenvolverem, aprenderem e serem bem-sucedidos.

**CRESCIMENTO LUCRATIVO** – proporcionar valor aos Acionistas através de um crescimento disciplinado e sustentável, suportado por um forte sentido ético que contribui para ampliar as vantagens da nossa escala global.

**ENFOQUE CONSTANTE NO DESEMPENHO E NA EFICIÊNCIA** – oferecer a melhor qualidade e desempenho, ao mesmo tempo que procuramos incessantemente ser o Fornecedor mais económico e eficiente.

Os próximos capítulos do presente relatório iniciam-se com a apresentação dos Princípios Orientadores, que definem a forma de atuação da empresa em matéria de sustentabilidade.

## CÓDIGO DE CONDUTA

O Código de Conduta da Eurest estabelece o compromisso da empresa em realizar negócios de forma justa, tratando todas as partes interessadas com honestidade, integridade e respeito. Este código incorpora o código de ética e é transversal a todas as empresas do Grupo Compass. Assenta em princípios sociais, éticos e ambientais que estabelecem o compromisso da empresa com uma atuação empresarial responsável e que espelham igualmente o nosso comprometimento com os 10 Princípios do Global Compact das Nações Unidas.

## SISTEMA DE GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Eurest assegura a gestão de riscos e de melhoria contínua da sua atividade através do seu Sistema Integrado de Gestão da Qualidade, Ambiente e Segurança, tendo paralelamente avançado com o processo de certificação de diversas unidades



ver Cap. 5.  
Enfoque constante  
no desempenho  
e na eficiência,

Em 2014, consolidámos o nosso contributo para a sustentabilidade com a adoção da norma portuguesa NP4469 – sistema de gestão da Responsabilidade Social, tornando-nos na primeira empresa do sector da restauração em Portugal a comprometer-se com uma gestão estruturada da responsabilidade social em todas as áreas e fases do seu negócio.



### NP4469 O ELEMENTO INTEGRADOR DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A norma assenta no diálogo com as partes interessadas, na identificação de temas chave da sustentabilidade e na gestão estratégica destes temas, ajudando-nos a traçar um caminho consistente e transversal de gestão responsável.

Em simultâneo, elaborámos os **10 Princípios da Responsabilidade Social** para orientar a conduta diária de cada equipa e cada pessoa. Os princípios assentam nas regras que já se encontram inscritas nos nossos valores e códigos, assim como no Sistema de Gestão Integrado e da Gestão da Responsabilidade Social, servindo de quadro integrador das orientações essenciais de gestão e conduta da Eurest.

Os 10 Princípios da Responsabilidade Social fazem parte da formação de acolhimento e todos os Colaboradores devem tê-los em consideração no desempenho do seu trabalho.

## LINHAS ORIENTADORAS DA SUSTENTABILIDADE

**G4-15** A abordagem da gestão da Eurest tem por base linhas orientadoras que provêm do nosso contexto empresarial e governativo e da nossa adesão e compromisso com princípios e recomendações nacionais e internacionais.



### GRUPO COMPASS

Como empresa pertencente ao Grupo Compass, inspira-nos a sua estratégia de responsabilidade corporativa, alicerçada em quatro pilares: saúde e bem estar; compras responsáveis; recursos humanos e ambiente.



### SUSTAINABLE RESTAURANT ASSOCIATION

A Eurest tem em linha de conta os 14 princípios de gestão sustentável para as empresas de restauração recomendados por esta associação sem fins lucrativos. Cobre três áreas: compras (abastecimento de produtos alimentares responsável), sociedade (tratamento equitativo e envolvimento das partes interessadas) e ambiente (redução do desperdício alimentar e gestão eficiente dos recursos).



### UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

Enquanto signatária do *Global Compact* das Nações Unidas, através do Grupo Compass, a Eurest assume todos os compromissos com os direitos humanos, normas de trabalho, responsabilidade ambiental e anticorrupção.



### GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Enquanto empresa relatora, a Eurest tem vindo a aperfeiçoar a sua gestão e comunicação de acordo com as diretrizes da GRI para uma conduta empresarial mais sustentável.



## BCSD PORTUGAL

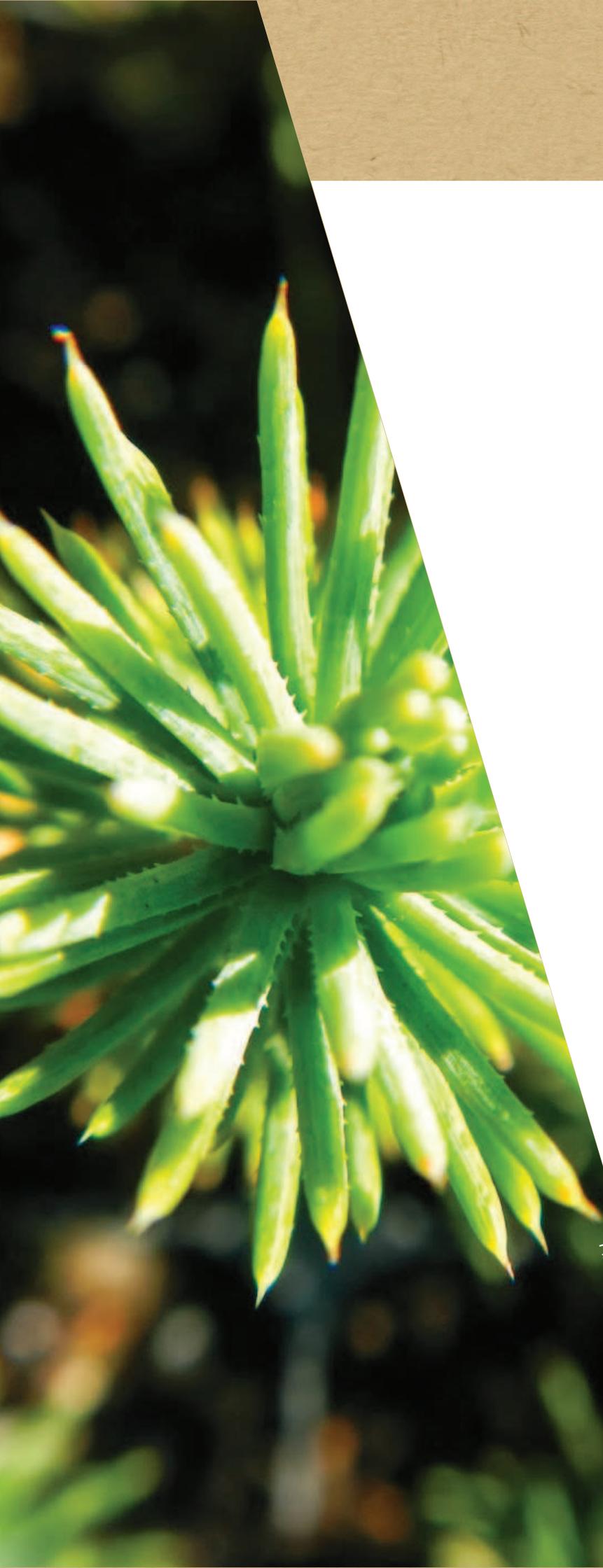
Aderimos em 2014 ao BCS D Portugal, associação sem fins lucrativos, de utilidade pública, que agrega e representa empresas que se comprometem ativamente com a sustentabilidade.



## GRACE - GRUPO DE REFLEXÃO E APOIO À CIDADANIA EMPRESARIAL

Somos membros do GRACE, contribuindo para a partilha de boas práticas de responsabilidade corporativa e para a promoção do desenvolvimento sustentável em Portugal.



A close-up photograph of a green pine cone, showing the intricate details of its scales and needles. The image is positioned on the left side of the page, partially overlapping a white diagonal shape.

# SEGURANÇA, SAÚDE E AMBIENTE EM PRIMEIRO LUGAR

## **PRINCÍPIO ORIENTADOR**

Nunca pôr em perigo a saúde e a segurança dos nossos Clientes e Colaboradores e gerir de forma responsável o impacto da nossa empresa sobre o ambiente.

## SEGURANÇA ALIMENTAR



### SEGURANÇA ALIMENTAR

Devido à natureza do nosso negócio, a segurança alimentar é o pilar básico da atuação da Eurest. Todas as condições essenciais decorrem do Sistema HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*, em português Análise de Perigos e Controlo de Pontos Críticos) através do controlo e seleção das matérias-primas – desde a sua aquisição até ao produto final – e do cumprimento de todos os requisitos legais e normativos exigidos, assegurando

padrões de segurança alimentar elevadíssimos. Para cumprir estes padrões, no processo de escolha dos Fornecedores e produtores exigimos critérios de segurança alimentar rigorosos, assim como critérios ambientais e de responsabilidade social, analisados com base no Questionário de Avaliação dos Fornecedores. Junto dos Clientes e dos Consumidores aferimos periodicamente a qualidade do serviço de acordo com todos os parâmetros de qualidade e segurança alimentar. Através dos instrumentos de controlo e processo que suportam a nossa Política de Qualidade, Ambiente e Segurança.



## AUDITAR A SEGURANÇA ALIMENTAR

**G4-PR1** **G4-PR2** Os instrumentos de controlo e processos integram um sistema de melhoria contínua que visa a avaliação e monitorização dos nossos produtos e serviços, desde a sua produção até ao Consumidor final, de modo a minimizar os impactes de saúde, ambiente e segurança.

Na Eurest, 100% dos produtos e serviços estão em conformidade com estes procedimentos e todas as unidades respeitam os procedimentos estabelecidos de forma transversal, com base nos sistemas de gestão.

### PLANEAMENTO E COMUNICAÇÃO

Levantamento, avaliação e controlo dos perigos associados ao produto com vista a minimizá-los/eliminá-los nas várias fases de processo.

### SISTEMA DE RASTREABILIDADE

Seguir o rasto das matérias-primas desde a sua seleção até ao Consumidor final.

### AVALIAÇÃO DE IMPACTES DE PRODUTOS E SERVIÇOS

### DISTRIBUIÇÃO

Recolha de amostras testemunho e seguimento do produto através de contacto com os Consumidores.

### PRODUÇÃO

Ao longo das várias etapas de produção do produto, preparação e confeção, são realizadas monitorizações qualitativas e quantitativas.

Uma das ferramentas de verificação da conformidade do sistema e identificação de oportunidades de melhoria, são as auditorias internas e externas, realizadas ao longo de toda a cadeia de produção com base na avaliação de risco. Sempre que se verificam não conformidades ou desvios, face aos objetivos e metas traçados, são desencadeadas ações corretivas.

	2013	2014	2015
Auditorias Qualidade, Segurança e Ambiente	976	313	376
Auditorias a Fornecedores	64	8	16
Análises microbiológicas	3.680	1.035	4.115
Suspeitas de intoxicação alimentar	4	1	4

Nota: Zero intoxicações alimentares confirmadas

## SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

Na Eurest colocamos a saúde e a segurança das nossas pessoas em primeiro lugar.

Para além da certificação pelo referencial OHSAS 18001, a Eurest tem apostado na comunicação e motivação dos Colaboradores para melhorar continuamente os indicadores de saúde e segurança no trabalho (SST).



### COMISSÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

A Eurest possui uma Comissão de Saúde e Segurança no Trabalho, transversal às diferentes unidades da empresa e que funciona igualmente como equipa de emergência. Desta comissão fizeram parte, em 2015, 24% do total de Colaboradores, um aumento de 9 pontos percentuais relativamente a 2012.

## INVESTIMENTO NA SEGURANÇA

No período deste relato, levámos a cabo um conjunto de medidas para diminuir a ocorrência de acidentes:

- ✓ Desenvolvemos o projeto “**Mentores da Segurança**”, uma equipa de intervenção local eleita pelos Colaboradores de cada unidade, com o objetivo de dinamizar sessões de trabalho de motivação para a aplicação dos procedimentos inerentes à segurança e saúde no trabalho. Até ao momento esta equipa é constituída por 39 mentores. Em 2014/15 foram realizadas 8 reuniões de trabalho, abrangendo Colaboradores das unidades, de norte a sul do país.
- ✓ Destacamos um **técnico de Saúde e Segurança no Trabalho (SST)** para uma melhor eficiência na investigação e no acompanhamento das causas de acidentes.
- ✓ Continuamos o reforço das ações de **formação e comunicação**, com um aumento significativo das horas de formação em SST, de 125%.
- ✓ Continuamos a desenvolver o **inquérito SST** para os Colaboradores para identificação dos aspetos críticos e de prevenção relacionados com a saúde e a ocorrência de acidentes.
- ✓ Reforçámos a **sensibilização** e o investimento, na utilização de equipamentos de proteção individual (EPI) e regras sancionatórias aquando da não-utilização.

## INDICADORES DE SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

**G4-LA6** **G4-LA7** Fruto deste investimento, os principais indicadores de saúde e segurança no trabalho revelam uma redução generalizada e significativa, destacando-se neste campo a taxa de frequência, com uma redução de 55% no período 2013- 2015. As taxas de gravidade, de absentismo e de incidência total revelam igualmente um bom desempenho, com reduções entres os 10 e os 38%.



INDICADOR	VALORES HOMEM-MULHER				
<b>Taxa de gravidade (Tg)</b> (Número de dias perdidos / Número de horas efetivamente trabalhadas) x 1.000.000)	2015	10 481,68	10 372,93	10 377,63	
		2014	9 115,97	14 580,38	14 295,34
			2013	24 170,31	16 076,17
	2015			212,03	141,66
		2014		388,09	135,27
			2013	427,79	315,61
	2015			29,55	61,73
		2014		50,33	63,59
			2013	62,24	74,16
<b>Taxa de incidência total TiT)</b> (Número de AT Totais / Número total de trabalhadores) x 1.000	2015			3,2	10,3
		2014		2,9	13,2
			2013	7,1	11,0
	2015			13	237
		2014		23	189
			2013	30	229
	2015			1	
		2014		3	
			2013	2	

■ Homens ■ Mulheres ■ Média

**Nota:** O tipo de informação e forma de cálculo das taxas difere da apresentada no último Relatório de Sustentabilidade, tendo-se optado por seguir as regras utilizadas na preparação do Anexo D do Relatório Único. Esta alteração teve como objetivo facilitar a comparabilidade da informação com outras empresas nacionais.

## INICIATIVAS PARA A SAÚDE E BEM-ESTAR

Enquanto especialista na área da alimentação e nutrição, a Euresst desenvolve um conjunto de projetos internos com o objetivo de promover a saúde e o bem-estar para todos seus Colaboradores, dos quais destacamos:

- Avaliação do estado Nutricional e Acompanhamento Nutricional orientados por nutricionistas da empresa com o objetivo de incentivar a prática de uma alimentação e estilo de vida saudáveis e alertar para a mudança de hábitos
- *Worshops* e dinamização dos projetos *Chose Beans*, *Chose Veg*



## DESEMPENHO AMBIENTAL

A sustentabilidade ambiental é uma prioridade para a Eurest. Na gestão dos recursos necessários para a produção de 35 milhões de refeições anuais procuramos assegurar uma gestão rigorosa, que permita a redução dos impactes ambientais resultantes do volume da nossa atividade ao longo da cadeia de valor, assim como a promoção de um consumo sustentável e saudável.



## CONSUMOS ENERGÉTICOS



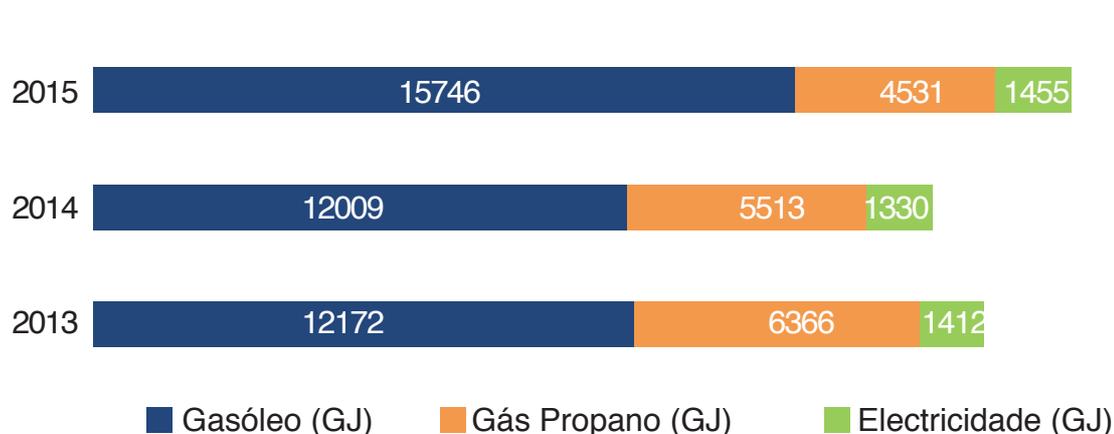
### GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS

#### G4-EN3

Os consumos energéticos<sup>1</sup> da Eurest sofreram uma ligeira redução entre 2013 e 2014, devido não só a uma

ligeira redução do número total de refeições confeccionadas, mas também ao esforço efetuado pela empresa no aumento da eficiência no consumo de energia e na otimização do serviço. Entre 2014 e 2015 estes consumos aumentaram, para valores superiores a 2013, fruto do crescimento da Eurest em alguns segmentos de negócio, mais especificamente no segmento da educação.

### Evolução dos consumos energéticos (GJ)



2015



No entanto, analisando o consumo de energia por refeição<sup>2</sup>, verifica-se que o valor registado em 2015, apenas 3,01 kJ/refeição, decresceu 21,2% face a 2013.

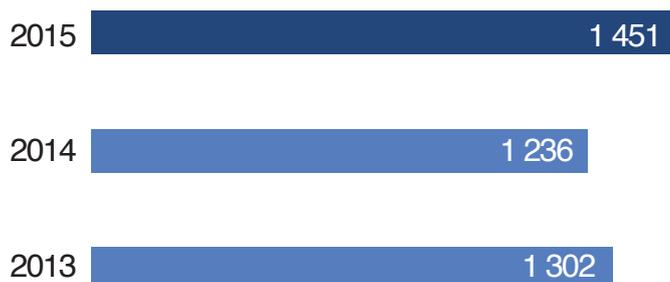
Relativamente ao consumo de combustível, verificou-se um acréscimo do número de cartões frota, totalizando 237 em 2015, acompanhado por um ligeiro aumento do consumo por cartão, fruto da dispersão geográfica das unidades da Eurest do mercado escolar.

<sup>1</sup> Os valores apresentados consideram os consumos de electricidade da Sede, Delegação Norte, Áreas de Serviço, Unidade Central de Produção e frota Eurest. Não se encontram contabilizados os consumos verificados nas instalações dos Clientes.

<sup>2</sup> Para o cálculo do consumo de energia por refeição foram apenas considerados os consumos energéticos e as refeições confeccionadas nas Áreas de Serviço e Unidade Central de Produção.

**G4-EN15** Em linha com o aumento global dos consumos energéticos, também as emissões de GEE registaram um aumento na ordem dos 11,4%.

### Evolução das emissões de GEE (t CO<sub>2</sub>)



Fonte dos fatores de emissão: EDP Comercial

## CONSUMO DE ÁGUA



### GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS

**G4-EN8** Entre 2013 e 2015 verificou-se um aumento do consumo de água em termos absolutos<sup>3</sup>, na casa dos 15%, bem como do consumo de água por refeição<sup>4</sup>, na casa dos 12,5%.

Embora o aumento em termos absolutos possa ser parcialmente explicado pelo maior número de refeições produzidas na Unidade Central de Produção para o segmento educação, já o aumento do consumo de água por refeição irá merecer por parte da empresa maior atenção para que este rácio se possa manter estável e, se possível, diminuir.

### Evolução dos consumos de água (m<sup>3</sup>)



2015



<sup>3</sup>Os valores apresentados consideram os consumos de água da Sede, Delegação Norte, Áreas de Serviço e Unidade Central de Produção. Não se encontram contabilizados os consumos verificados nas instalações dos Clientes.

<sup>4</sup>Para o cálculo do consumo de água por refeição foram apenas considerados os consumos e as refeições confeccionadas nas Áreas de Serviço e Unidade Central de Produção.

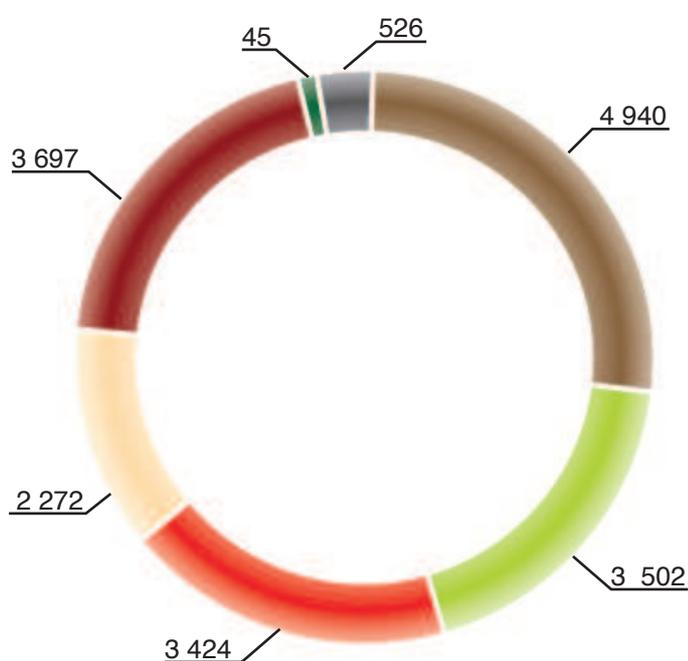
## CONSUMO DE BENS ALIMENTARES



DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS  
GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS

**G4-EN1** Acompanhando o aumento de 27% do número de refeições fornecidas entre 2014 e 2015 verificou-se, igualmente, um aumento do consumo de todos os grupos de alimentos.

### Alimentos adquiridos (t) - 2015



- Cereais e derivados, e tubérculos
- Hortícolas
- Fruta
- Laticínios
- Carne, pescado e ovos
- Leguminosas
- Óleos e gorduras

Destaca-se, no entanto o crescimento registado no consumo de hortícolas, leguminosas e, sobretudo, de fruta (aumento superior a 60%), reflexo da aposta da Eurest em servir refeições mais saudáveis e equilibradas e das ações de promoção destes alimentos que tem desenvolvido junto dos seus Consumidores. Também o consumo de peixe registou um aumento significativo, superior a 30%, substituindo, em parte, o consumo de carne nas nossas ementas.



## CONSUMO DE PAPEL



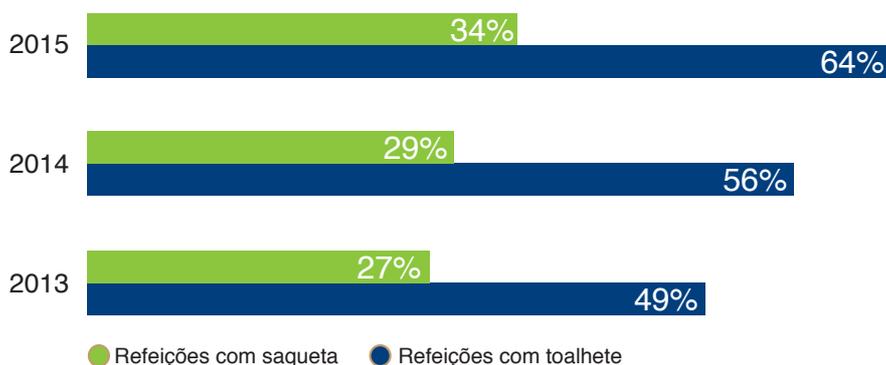
### GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS

**G4-EN1** Ao longo dos anos temos vindo a reduzir significativamente o nosso consumo de papel de cópia. Em 2015 o nosso consumo foi de apenas 3 toneladas, um valor quatro vezes inferior ao verificado em 2013.



Este excelente resultado deriva, em grande parte da informatização de algumas tarefas que até à data eram realizadas em papel.

### Utilização de saquetas e toalhetes (% de refeições)

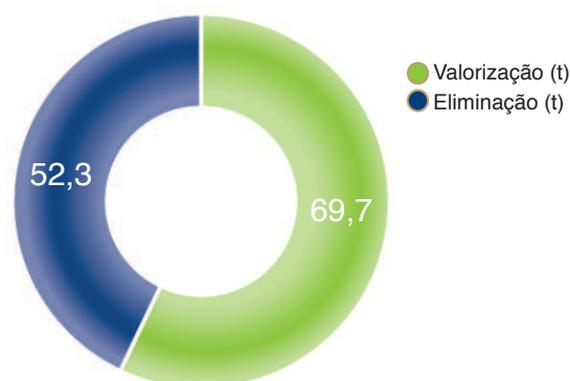


O consumo de saquetas e de toalhetes por refeição sofreu um aumento devido ao crescimento do negócio no segmento do mercado escolar público, no qual a utilização de saquetas e toalhetes é uma exigência do caderno de encargos.

## GERIR OS RESÍDUOS

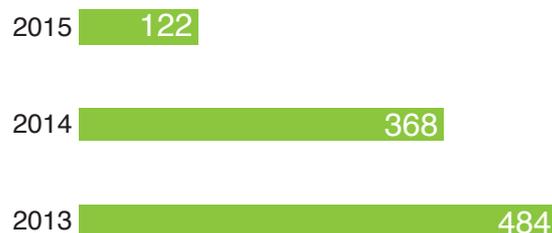
**G4-EN23** A recolha e o tratamento dos resíduos produzidos estão assegurados por empresas licenciadas por entidades competentes para o efeito, de acordo com a sua classificação, segundo os códigos LER (Lista Europeia de Resíduos).

### Quantidade de resíduos por destino final | 2015 (t)



Em 2015, 99,9% dos resíduos produzidos na Eurest foram resíduos não perigosos, tendo sido encaminhados para operações de valorização 57% do total produzido.

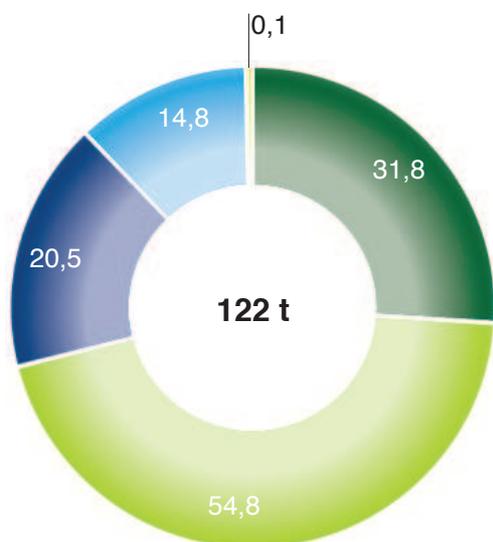
A quantidade de resíduos produzidos tem vindo a registar reduções significativas, fruto de diversas iniciativas desenvolvidas pela Eurest, sobre o resíduo com maior impacto e quantidade produzida – o óleo alimentar.



O decréscimo de 67% de resíduos produzidos verificado entre 2014 e 2015 deveu-se concomitantemente ao fim do contrato com um Cliente que contribuía com um grande volume de resíduos orgânicos e de resíduos perigosos.

**G4-EN23** O tipo de resíduos produzidos deriva da natureza do nosso negócio, verificando-se uma elevada percentagem de óleos e gorduras alimentares.

#### Principais tipologias de resíduos produzidos pela Eurest I 2015 (t)



- Misturas de gorduras e óleos, da separação de óleo/água, contendo óleos e gorduras alimentares
- Óleos e gorduras alimentares
- Outros resíduos urbanos e equiparados, incluindo misturas de resíduos
- Embalagens de papel e cartão
- Outros



## CAMPANHAS AMBIENTAIS



DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS  
GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS  
DIVERSIDADE E EVENTOS

Em paralelo, esforçamo-nos por desenvolver campanhas eficazes que envolvam os Clientes e os Consumidores, porque é da nossa capacidade de mobilização e de uma visão coletiva da sustentabilidade que depende o sucesso da maior parte das iniciativas e, globalmente, o nosso negócio.

As campanhas que desenvolvemos foram pensadas de forma dinâmica e multifacetada, algumas cumprindo um ou mais dos seguintes objetivos:

CAMPANHA	CCRA CONSUMO CONSCIENTE, RESPEITA O AMBIENTE
<b>BENEFÍCIOS</b>	
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Sensibilizar os Clientes e os Consumidores para a necessidade de redução do desperdício alimentar de forma a garantir a sustentabilidade do nosso planeta, aliado à promoção de uma alimentação consciente e saudável. A campanha ganhou forma após termos contabilizado que se produziam 1.316 toneladas de resíduos orgânicos nas nossas unidades anualmente.</p> <p><b>RESULTADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,3 t de alimentos doados   4,3 t desde início da campanha (2007)</li> <li>• Instituições de solidariedade abrangidas: 17</li> <li>• 29 edições, cumprindo o objetivo de realizar no mínimo 20 edições   77 edições e 71 Clientes (desde 2007)</li> <li>• Redução consecutiva de 30% do desperdício alimentar</li> <li>• 75% dos nossos Consumidores aderiram à campanha</li> </ul> <p><b>RECONHECIMENTO EXTERNO</b> Pela sua inovação e pelo envolvimento ativo das partes interessadas esta campanha tem vindo a ser reconhecida em diversos concursos, desde a sua criação</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vencedor Prémio <i>Glocal</i> da OCI (Observatório de Comunicação Interna) 2015: destaca-se a capacidade de comunicação e mobilização dos Consumidores para esta campanha.</li> <li>• Top 3 finalista categoria "Responsabilidade Social" da EDPartners: evidencia o elevado sentido de responsabilidade social da Eurest na sociedade associado à prevenção do desperdício alimentar.</li> </ul>

CAMPANHA	AIA - APROVEITAMENTO INTEGRAL DOS ALIMENTOS
<b>BENEFÍCIOS</b>	  
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Incentivar o consumo do alimento na sua totalidade, visando minimizar os impactos ambientais e promover uma alimentação saudável e mais rica de um ponto de vista nutricional, Em simultâneo, aumenta a variedade de oferta de alimentos e da sua confeção.</p> <p><b>RESULTADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 21 receitas criadas</li> <li>• De um projeto piloto em 3 unidades (em 2013) passou a estar em prática em 23% das unidades</li> <li>• 99% dos Consumidores mostram-se satisfeitos com esta oferta alimentar alternativa</li> <li>• Edição do livro “40 Receitas Saudáveis e Sustentáveis” para promover uma alimentação mais consciente junto das nossas partes interessadas, em particular dos Clientes e dos Consumidores.</li> </ul>
CAMPANHA	CARE AZEITE AROMATIZADOS
<b>BENEFÍCIOS</b>	 
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Reduzir a quantidade de embalagens de vidro de garrafas de azeite e vinagre (250 ml) a colocar no mercado, ao mesmo tempo que se oferece ao Consumidor uma alternativa alimentar cada vez mais apreciada. Os azeites aromatizados (com ervas aromáticas ou especiarias) melhoram o valor nutricional do alimento, promovendo a redução da adição de sal, pelo sabor mais intenso que oferece face ao azeite convencional.</p> <p><b>RESULTADOS</b> Poupança de 63 t de vidro, desde o início da campanha (2012) Relação entre o número de garrafas e número de refeições tem vindo a diminuir (índice de 0,004 para 0,0034 – número de garrafas/número de refeições)</p>
CAMPANHA	CARE SAQUETAS & TOALHETES
<b>BENEFÍCIOS</b>	
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Reduzir a utilização de papel sob a forma de saquetas e toalhetes, com base na sensibilização dos Clientes e Consumidores, dado que a utilização de saquetas é uma prática ambientalmente negativa, sem benefícios do ponto de vista da segurança alimentar, demonstrado através da realização de mais de 3.500 análises microbiológicas. Em 2014, nos serviços Eurest a contabilização de 60 t de papel em forma de saquetas e toalhetes correspondendo a cerca de 1020 árvores reforçam a pertinência desta iniciativa.</p> <p>Para esta campanha, Eurest associou-se à Floresta Unida com o compromisso de plantar 17 árvores por cada tonelada de papel poupado, contribuindo para a restauração de <i>habitats</i>.</p> <p><b>RESULTADOS*</b> Poupança de 77 t de papel, desde o início da campanha (2011) A redução em 2013 de 37% foi negativamente influenciada, em 2015, com o aumento das unidades servidas pela Eurest no segmento escolar, decorrente do forte crescimento da nossa presença neste segmento. Neste mercado verifica-se, por imposição contratual, a utilização de saquetas e toalhetes, aumentando o consumo de toalhetes em 14% e de saquetas em 17%. Em consequência, o compromisso assumido de reduzir em 5% a utilização destes consumíveis não foi alcançado.</p>



Redução do desperdício alimentar



Gestão eficiente dos recursos



Redução dos resíduos



Promoção de uma alimentação consistente e sustentável

## OS NOSSOS COMPROMISSOS

	Iniciativa	Objetivo	Meta	Status	Obs.
Avaliação RS 12-13	CCRA – Consumo Consciente, Respeita o Ambiente	Realizar um mínimo de 20 edições da campanha	2015	✓	
	CARE Saquetas & Toalhetes	Reduzir 5% o consumo de saquetas	2015	✗	Imposição contratual das unidades escolares
	CARE Energia	Reduzir 10% os consumos das Áreas de Serviço, da Unidade Central de Produção e Sede	2015	✓	
	CARE Água	Reduzir 10% os consumos das Áreas de Serviço, da Unidade Central de Produção e Sede	2015	✓	

	Iniciativa	Objetivo	Meta
Um olhar para o futuro	Azeite Aromatizado	Reduzir 5% de embalagens (número de garrafas/número de refeições)	2016
	CARE Energia	Monitorizar os consumos em todos os estabelecimentos, em que seja da responsabilidade da Eurest a gestão da energia e água	2016
	CARE Água		



# CUMPRIMOS O PROMETIDO FACE A CLIENTES E CONSUMIDORES

## PRINCÍPIO ORIENTADOR

Conquistar a fidelidade contínua dos nossos Clientes demonstrando de forma consistente porque somos a primeira escolha no que toca a qualidade, serviço, valor e inovação.

Medronheiro [Arbutus unedo]

## QUALIDADE, INOVAÇÃO E NUTRIÇÃO EM TODOS OS SEGMENTOS DE MERCADO

Possuímos capacidades únicas para a prestação de um serviço de restauração especializado, de elevada qualidade, assente na cultura e necessidades específicas de cada Cliente.

### G4-4

Eurest Empresas	Eurest Escolas	Eurest Saúde	Eurest Vending	Eurest Eventos Vilaplana	Eurest Restauração Pública
Oferecemos um serviço de qualidade superior, num leque de Clientes empresariais das mais variadas áreas de negócio. O nosso serviço adapta-se às necessidades específicas de cada Cliente	Promovemos a educação alimentar através da adoção de ementas saudáveis, valorizando conscientemente a qualidade da alimentação escolar.	Dedicamos todas as nossas competências técnicas na garantia da satisfação de Consumidores em hospitais, lares e residências seniores. Asseguramos uma alimentação saudável, equilibrada e saborosa para Consumidores com exigências especiais.	Distribuimos diariamente milhares de produtos nos mais diversos locais, colocando à disposição dos Consumidores soluções de qualidade, práticas e acessíveis	Oferecemos o melhor da nossa gastronomia com toda a elegância, sofisticação e atenção ao pormenor. Porque sabemos que cada momento conta, uma equipa especializada e dedicada, na seleção de todos os pormenores fará a diferença no evento.	Desenvolvemos novos conceitos adaptados a cada espaço e Consumidor final. Numa perfeita harmonia entre a arquitetura e a reinvenção da gastronomia portuguesa, enaltecemos a portugalidade.

Diariamente 133 mil refeições da Eurest são servidas aos Consumidores. Na base desta escolha, está a seleção que fazemos dos alimentos, das ementas e da sua confeção. Reconhecemos o impacto de todos estes critérios de qualidade que norteiam o nosso trabalho. Move-nos, por isso, a paixão por uma alimentação consciente e saudável que mobiliza o nosso esforço diário para:

- o cuidado em confeccionar uma oferta alimentar com elevados padrões de qualidade, indo ao encontro da cultura e preferências dos nossos Clientes
- a exigência e eficiência da nossa logística de compras expressa na aquisição de alimentos frescos, saborosos, de acordo com uma rigorosíssima segurança alimentar
- uma capacidade permanente de inovação – dos processos culinários às iniciativas ambientais – para liderar um serviço exigente e diferenciado, com elevados padrões de sustentabilidade
- as parcerias com Comunidade académica e científica na área da nutrição e da saúde, expressa o conhecimento e inovação que orientam o desenvolvimento do nosso serviço de restauração.



ver Cap. 5.  
Enfoque constante no desempenho e na eficiência

Ver Cap. 1.  
Segurança, saúde e ambiente em primeiro lugar

Ver Cap. 4.  
Desenvolvemos os nossos Colaboradores e valorizamos a diversidade

## CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE NA ESCOLHA DOS NOSSOS PRODUTOS ALIMENTARES

Atentos aos desafios de sustentabilidade do planeta, às questões de saúde e qualidade alimentar, e fruto da auscultação que fazemos junto dos nossos Clientes, consideramos um conjunto de critérios de sustentabilidade na nossa política de compras:

- Produtos agrícolas sustentáveis,
- Bem-estar animal,
- Comércio justo,
- Produção local e sazonal e
- Uma política de pescado responsável.



Ver Cap. 5.  
Enfoque constante no desempenho e na eficiência



## ALIMENTAÇÃO EQUILIBRADA E SUSTENTÁVEL



ALIMENTAÇÃO EQUILIBRADA E SUSTENTÁVEL  
DIVERSIDADE E EVENTOS

**FP6 FP7** Da responsabilidade do nosso negócio entendemos que faz parte o papel social da educação alimentar e da sensibilização para estilos de vida e de alimentação conscientes e saudáveis, expresso no investimento num conjunto de iniciativas e campanhas. O sucesso deste contributo é alcançado no trabalho conjunto com os Clientes e os Consumidores – que mostram igualmente preocupação com estes temas – em formato de eventos, campanhas ou iniciativas de duração mais prolongada.

As campanhas que desenvolvemos foram pensadas de forma dinâmica e multifacetada, algumas cumprindo um ou mais dos seguintes objetivos:

<b>CAMPANHA</b>	<b>CHOOSE BEANS</b>	
<b>BENEFÍCIOS</b>		
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Incentivar o consumo de leguminosas, diversificando a oferta, no sentido de uma alimentação mais saudável e sustentável. As leguminosas têm características nutricionais únicas com grandes benefícios para a saúde (elevado valor proteico, ricas em fibra, vitaminas e minerais) e uma pegada ecológica muito inferior à carne ou peixe (possuem uma elevada densidade nutritiva quando comparada com a pegada carbónica e hídrica da sua produção)</p> <p><b>RESULTADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento externo - <i>Nutrition Awards</i></li> <li>• Aumento em 25% da frequência do consumo de leguminosas, desde o início da campanha, nas unidades empresariais aderentes.</li> <li>• Edição do livro “40 Receitas saudáveis e sustentáveis” com um capítulo dedicado a receitas com leguminosas.</li> </ul>	
<b>CAMPANHA</b>	<b>CHOOSE VEG</b>	
<b>BENEFÍCIOS</b>		
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Incentivar o consumo de pratos ovolactovegetarianos, diversificando a oferta, no sentido de uma alimentação mais saudável e sustentável. A maioria dos especialistas sugere a redução do consumo de carne e peixe nos países desenvolvidos, por razões nutricionais, mas também ambientais, uma vez que a pegada ecológica destes alimentos é menor que a da carne e do peixe.</p> <p><b>RESULTADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento externo: <i>Nutrition Awards</i></li> <li>• Aumento em 65% da frequência de consumo de refeições vegetarianas, desde a criação do projeto, nas unidades empresariais aderentes.</li> <li>• Edição do livro “40 Receitas saudáveis e sustentáveis” com um capítulo dedicado a receitas com leguminosas</li> </ul>	
<b>CAMPANHA</b>	<b>CARE AÇÚCAR E LOW SUGAR</b>	 
<b>BENEFÍCIOS</b>		
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO CARE AÇÚCAR</b> Reduzir o consumo de açúcar, sensibilizando os Consumidores para uma diminuição da utilização do pacote de açúcar. O cálculo foi feito com base nas saquetas de açúcar (kg) por número de refeições.</p> <p><b>OBJETIVO LOW SUGAR</b> Reduzir o consumo de açúcar adicionado na confeção, testando a substituição de açúcar por adoçante em diversas sobremesas.</p> <p>O consumo excessivo de açúcar e produtos açucarados está na base de algumas doenças crónicas como a obesidade e a diabete mellitus tipo 2. Com estas duas iniciativas a Eurest pretende contribuir para a melhoria dos padrões alimentares dos Consumidores.</p> <p><b>RESULTADOS CARE AÇÚCAR</b> Diminuiu 15% a relação entre pacotes de açúcar por n.o de refeições</p> <p><b>RESULTADOS LOW SUGAR</b> 2 projetos piloto em Clientes empresariais, com a apreciação positiva de mais de metade dos Consumidores.</p>	

<b>CAMPANHA</b>	<b>LOW SALT</b>	
<b>BENEFÍCIOS</b>	 	
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Reduzir o consumo de sal adicionado na confeção. A redução de sal diminuiu significativamente a pressão arterial e deste modo, o risco de doenças cardiovasculares. A recomendação de ingestão de sal situa-se nos 5 g/dia, mas o consumo, em Portugal chega aos 12 g/dia.</p> <p><b>RESULTADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento externo - <i>Nutrition Awards</i> e Hospital do Futuro</li> <li>• Redução de 25% do sal (kg de sal/no de refeições) nas unidades aderentes .</li> <li>• Globalmente, considerando-se o esforço de comunicação desta campanha e a presença de saleiros nas mesas, a redução do consumo de sal foi de 5%.</li> </ul>	

<b>CAMPANHA</b>	<b>LOW FAT</b>	
<b>BENEFÍCIOS</b>	 	
<b>O QUE FAZEMOS</b>	<p><b>OBJETIVO</b> Reduzir do consumo de gordura adicionada na confeção. O consumo excessivo de gorduras saturadas está associado a um maior risco de enfartes e acidentes cardiovasculares.</p> <p><b>RESULTADOS</b>   Redução de 34% de adição de gordura de confeção em projeto piloto</p>	



Redução da pegada ambiental dos alimentos



Gestão eficiente dos recursos



Promoção de uma alimentação consistente e sustentável



## RESTAURANTE SUSTENTÁVEL



### SENSIBILIZAR PARA A SUSTENTABILIDADE

Em 2014 decidimos criar o Restaurante Sustentável, um projeto que visa a integração do conjunto de campanhas e práticas com objetivos ambientais, sociais e nutricionais nas quais a Eurest tem investido.

O Restaurante Sustentável é dirigido a todos os nossos Clientes e assenta em três vetores fundamentais: a gestão dos recursos, o desperdício alimentar e a gestão de resíduos.

As unidades dos Clientes que pretendem aderir ao selo do Restaurante Sustentável comprometem-se a implementar 10 campanhas basilares e essenciais para a produção e distribuição sustentável de refeições.

Com este projeto oferecemos aos Clientes a oportunidade de um serviço de consumo sustentável global, ao mesmo tempo que realizamos a nossa ambição de uma visão e cooperação coletiva para o desenvolvimento sustentável na nossa atividade.

O Restaurante Sustentável traduz uma visão integrada do negócio, na vertente ambiental, social e económica com um objetivo global: o consumo sustentável.

### CAMPANHAS

CCRA – Consumo Consciente, Respeita o Ambiente  
AIA – Aproveitamento integral de alimentos  
*Choose Beans*  
*Choose Veg*  
Azeites Aromatizados

Compostagem de resíduos orgânicos  
CARE Saquetas & Toalhetes  
CARE Energia & Água  
Doseamento de detergentes

### BENEFÍCIOS

Redução do desperdício alimentar  
Promoção de uma alimentação saudável

Otimização de recursos naturais  
Redução de resíduos

O projeto encontra-se em fase piloto, em duas unidades, e temos como objetivo promover a sua integração me outras unidades.

## OUVIR OS CLIENTES E CONSUMIDORES POR UM COMPROMISSO COM A SATISFAÇÃO



### SATISFAÇÃO DE CLIENTES E CONSUMIDORES

**G4-PR5** Medir a satisfação de Clientes e Consumidores constitui uma ferramenta fundamental para garantir um desempenho superior dos nossos serviços, sendo ainda um instrumento valioso para identificar áreas de melhoria e oportunidades de negócio.

Realizamos:

- **INQUÉRITOS A CLIENTES** | Periodicidade, mínima, bianual, em formato digital (a última edição em 2015/2016). Os Clientes avaliam a prestação global do serviço, nomeadamente, aspetos como a apresentação das ementas, a higiene e o funcionamento, o profissionalismo e serviço de atendimento, a capacidade de apoio na resolução de problemas, a inovação e desempenho da Eurest no acompanhamento de tendências de alimentação e nutrição e agora também um conjunto de parâmetros relacionados com a responsabilidade social da empresa.
- **WITY – WHAT IS IMPORTANTE TO YOU!** Identificação de pontos positivos e oportunidades de melhoria em ambiente de entrevista com os nossos Clientes
- **INQUÉRITOS A CONSUMIDORES** | Periodicidade, mínima, anual. Convidamos ao nossos Consumidores a realizar uma avaliação do nosso nível de desempenho sobre o produto (sopa, prato principal e sobremesa), o serviço prestado, o espaço das refeições (envolvência), a dinamização de eventos e agora também acerca das ações de responsabilidade social da empresa.

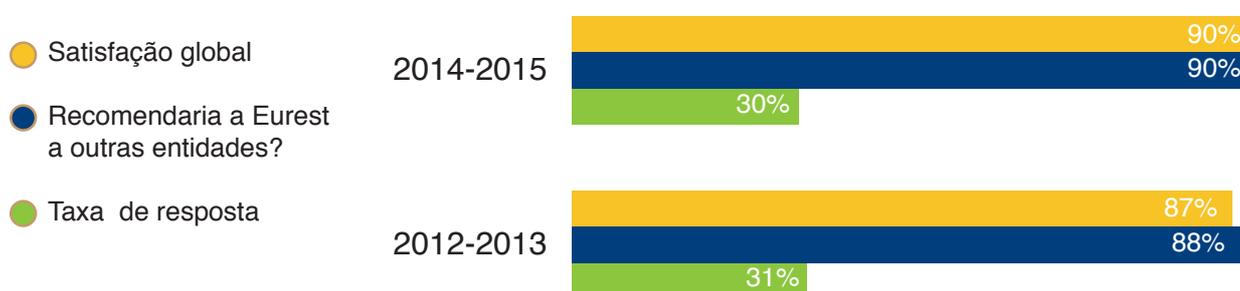


No período 2012/2013 relatámos a satisfação do Cliente de forma global (85%), no período 2014/2015 decidimos relatar os critérios em três grandes áreas: restaurante (diversidade de oferta, sabor, higiene, simpatia, eventos, etc.), gestão do Cliente (ética, comunicação, etc.) e desenvolvimento sustentável. De forma global atingiu-se o mesmo resultado nos dois anos.

## INQUÉRITO DE SATISFAÇÃO CLIENTES

De entre os parâmetros que avaliamos com uma base regular verificamos uma melhoria contínua nos mesmos.

### Resultados dos inquéritos a Clientes



## INQUÉRITO DE SATISFAÇÃO CONSUMIDORES

Dos parâmetros avaliados consideramos que necessitam de ações de melhoria os que obtiveram uma apreciação positiva abaixo dos 84%.

### Resultados dos inquéritos a Consumidores



As medidas previstas para melhorar os índices de satisfação menos positivos dos Clientes serão igualmente adotadas para melhorar os parâmetros menos bem avaliados pelos Consumidores (sabor e tempero, dinamização de eventos e desenvolvimento sustentável).



## DIVERSIDADE E EVENTOS

Com base nos resultados obtidos traçamos os seguintes objetivos de melhoramento:

- a contratação de um *chef* executivo para ministrar formação *on job* às nossas equipas de cozinha com o intuito de melhorar os índices de sabor e tempero;
- foi elaborado um plano de animações nos nossos restaurantes ao qual se irão juntar sessões de *Live Cooking* dinamizadas por um *chef* executivo, para 2016;
- revisão da estratégia de comunicação da responsabilidade social da empresa para identificar omissões ou falta de clareza que possam limitar o conhecimento da estratégia e contributo da empresa para o desenvolvimento sustentável.



## OS NOSSOS COMPROMISSOS

	Iniciativa	Objetivo	Meta	Status
Avaliação RS 12-13	<i>Choose Beans</i>	Aumentar o consumo de leguminosas/total de refeições	2015	<input checked="" type="checkbox"/>
	<i>LOW Fat</i>	Diminuir o consumo de gorduras adicionadas de confeção/total de refeições	2015	<input checked="" type="checkbox"/>
	<i>LOW Salt</i>	Diminuir o consumo de sal/total de refeições	2015	<input checked="" type="checkbox"/>

	Iniciativa	Objetivo	Meta
Um olhar para o futuro	<i>LOW Sugar</i>	Reduzir o açúcar das bebidas quentes para $\frac{3}{4}$ no segmento <i>Vending</i>	2016
	<i>LOW Salt</i>	Reduzir o sal em 10%, recorrendo à intervenção local de Chefes de Cozinha e ao acompanhamento trimestral do indicador água	2016



# DESENVOLVEMOS OS NOSSOS COLABORADORES E VALORIZAMOS A DIVERSIDADE

## **PRINCÍPIO ORIENTADOR**

Valorizar e reconhecer a diversidade e a contribuição dos nossos Colaboradores.

Criamos um ambiente de trabalho que coloca desafios e que proporciona oportunidades e apoio para todos se desenvolverem, aprenderem e serem bem-sucedidos.

## AS NOSSAS PESSOAS

As nossas pessoas estão no coração de tudo o que fazemos para que possamos prestar um serviço de elevada qualidade. O sucesso deste objetivo depende de equipas apaixonadas pela alimentação, motivadas e às quais sejam apresentadas oportunidades de aprendizagem e desenvolvimento.

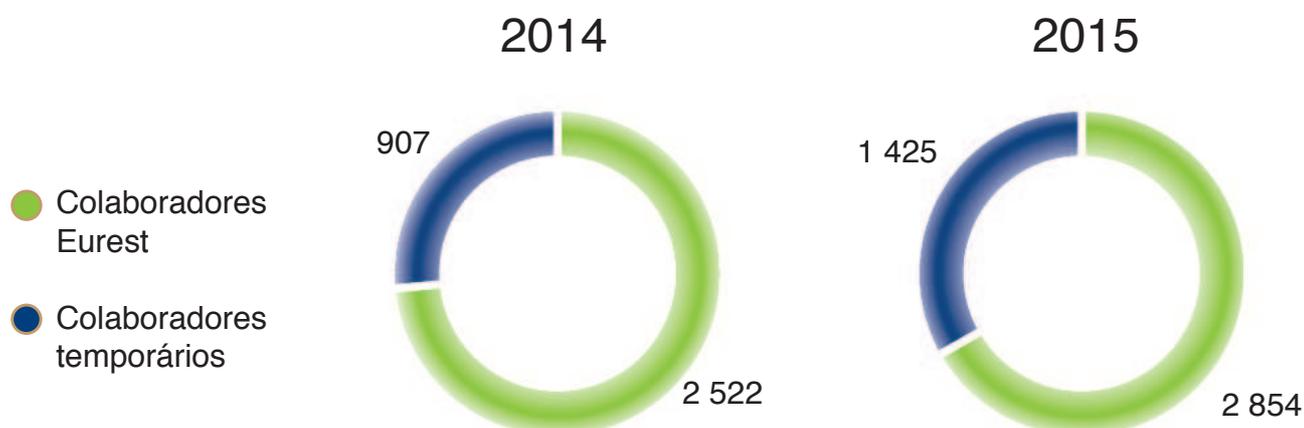
### CARACTERIZAÇÃO GERAL DOS COLABORADORES DA EUREST | 2015

**G4-9** **G4-10** Em 2105, o nosso efetivo foi composto por 4.279 Colaboradores, a maior parte dos quais (66,7%) possuía um contrato com a Eurest. Entre os Colaboradores Eurest, uma larga maioria (69%) possuía um vínculo por tempo indeterminado com a empresa. A maior parte dos Colaboradores encontram-se em regime de *full-time*, encontrando-se 10% em regime de *part-time*.

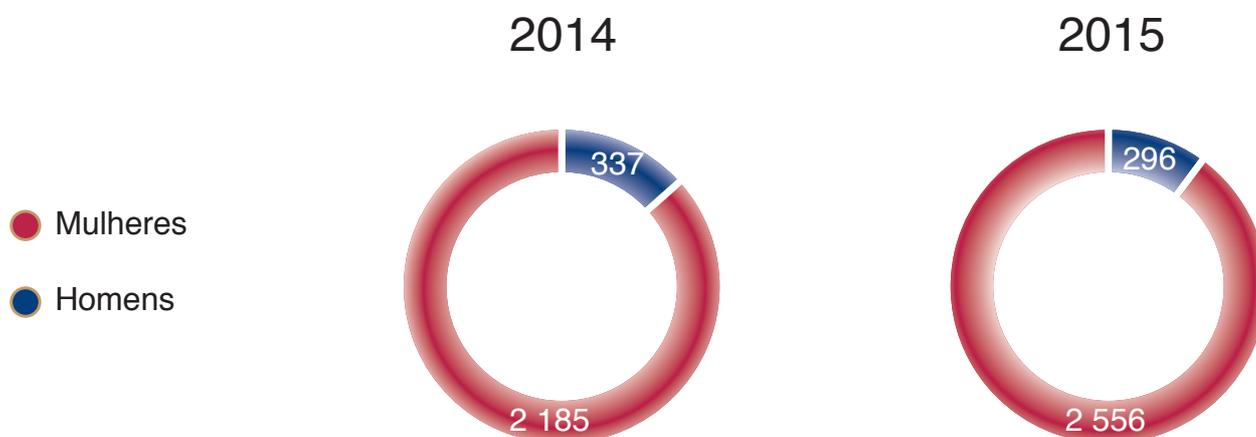
O número relativamente elevado de Colaboradores temporários (1.425 em 2015) é fruto da natureza do negócio da Eurest, tendo ajudado a empresa a garantir a prestação de serviços com características sazonais (exemplo: no segmento da Educação).



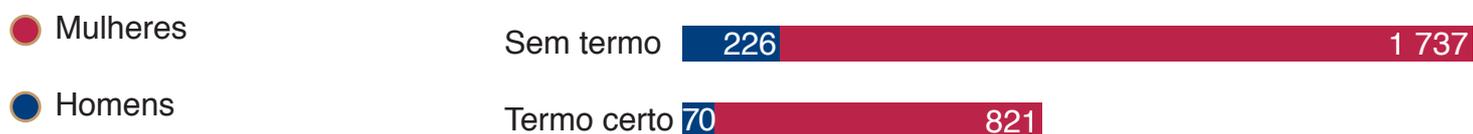
## NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES



## COLABORADORES POR GÊNERO



## TIPO DE CONTRATO DOS COLABORADORES EFETIVOS



## TIPO DE EMPREGO DOS COLABORADORES EFETIVOS

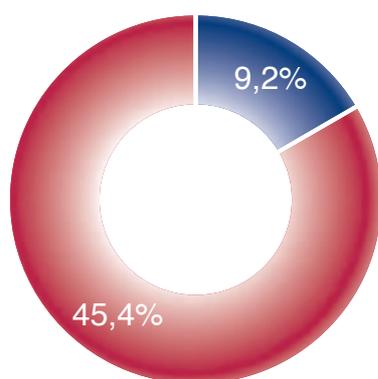


## ROTATIVIDADE

**G4-LA1** Devido à sazonalidade em algumas áreas do negócio da Eurest, o número de Colaboradores pode variar de forma significativa, sem que isso signifique despedimentos ou ajustes do quadro de Colaboradores. Em 2015 foram admitidos 2.528 novos Colaboradores e, em igual período, saíram da empresa 1.558 Colaboradores, a maior parte devido às transferências de concessão verificadas, o que resultou numa taxa de rotatividade de 54,6%. Este valor elevado justifica-se essencialmente pelo modo de funcionamento do segmento da Educação, o qual implica uma elevada taxa de admissões no início do ano e respetiva elevada taxa de demissões no final do ano letivo.

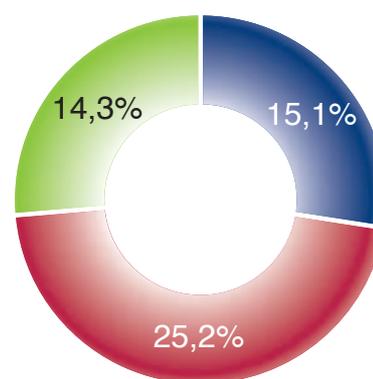


### ROTATIVIDADE POR GÉNERO



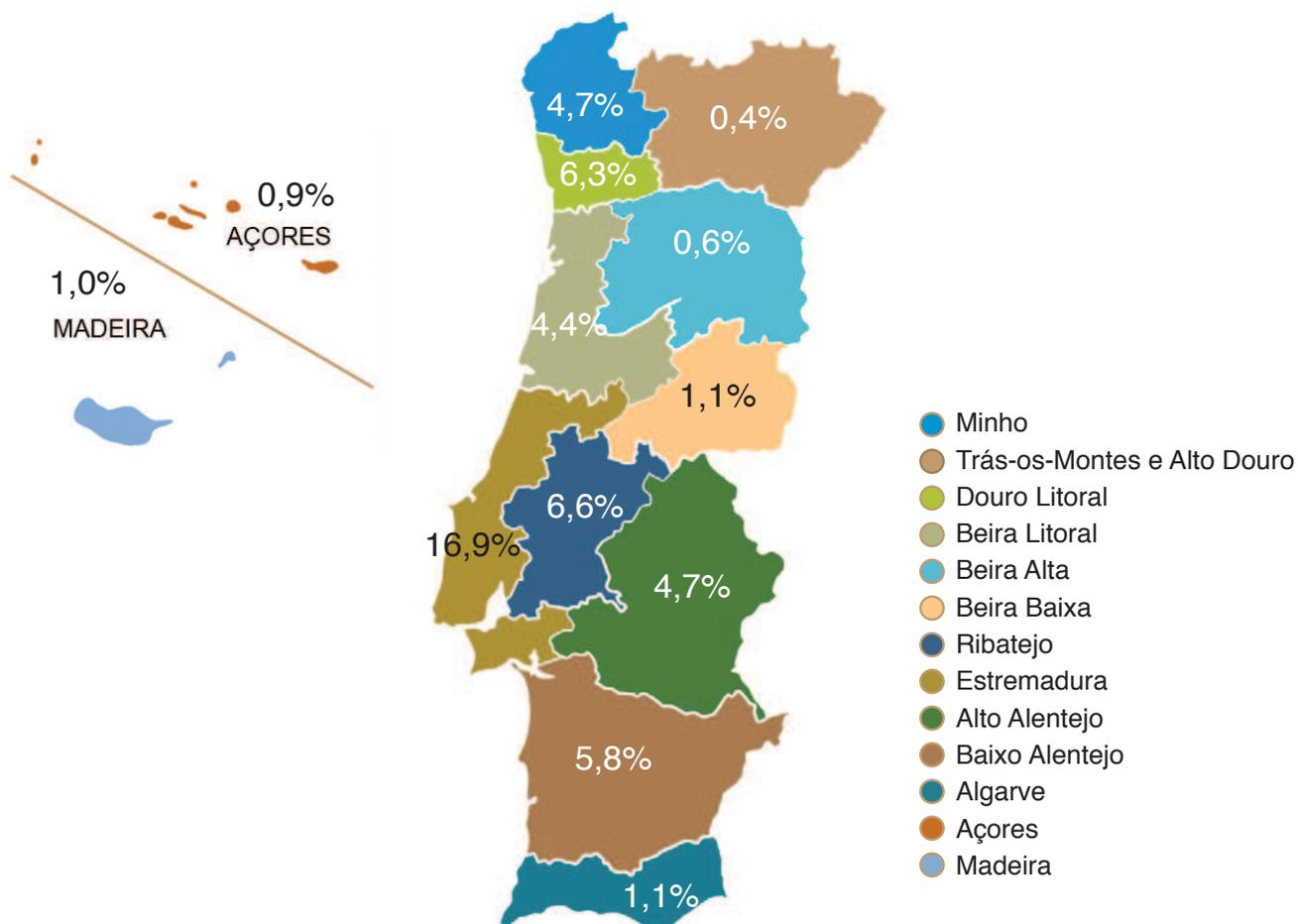
● Mulheres ● Homens

### ROTATIVIDADE POR FAIXA ETÁRIA



● <30 ● 30-50 ● >50

## ROTATIVIDADE POR REGIÃO



## AJUDAR A DESENVOLVER AS NOSSAS PESSOAS

Na Eurest esforçamo-nos por ser um empregador comprometido com o desenvolvimento profissional e pessoal dos Colaboradores, proporcionando-lhes os recursos necessários para prestarem um serviço de excelência a cada um dos nossos Clientes e Consumidores.

Com este objetivo, oferecemos oportunidades de aprendizagem e formação a todos os Colaboradores, centradas no desenvolvimento de competências, na evolução profissional e na promoção de talentos.

### POLÍTICA DE FORMAÇÃO

**G4-LA9** **G4 LA10** A política de formação da Eurest assenta na Academia GO - estrutura base que organiza a nossa oferta formativa em 4 áreas-chave, disponibilizando cerca de 100 cursos. A formação de acolhimento marca a fase inicial do desenvolvimento profissional dos Colaboradores, que dá a conhecer os diversos pilares da identidade cultural da empresa.



## ACADEMIA GO

### GO Quality

Abrange questões ligadas à segurança alimentar e nutrição, bem como temas associados ao ambiente, saúde e segurança no trabalho.

### GO Service

Inclui todas as áreas que contribuem para a excelência do serviço, quer na vertente comercial, quer nas áreas técnicas.

### GO Be

Nesta plataforma são trabalhadas e desenvolvidas as competências pessoais, de gestão e linguísticas.

### GO Staff

Formação cujos objetivos são o apoio à operação: sistemas de informação, legislação, finanças, recursos humanos, logística e secretariado.

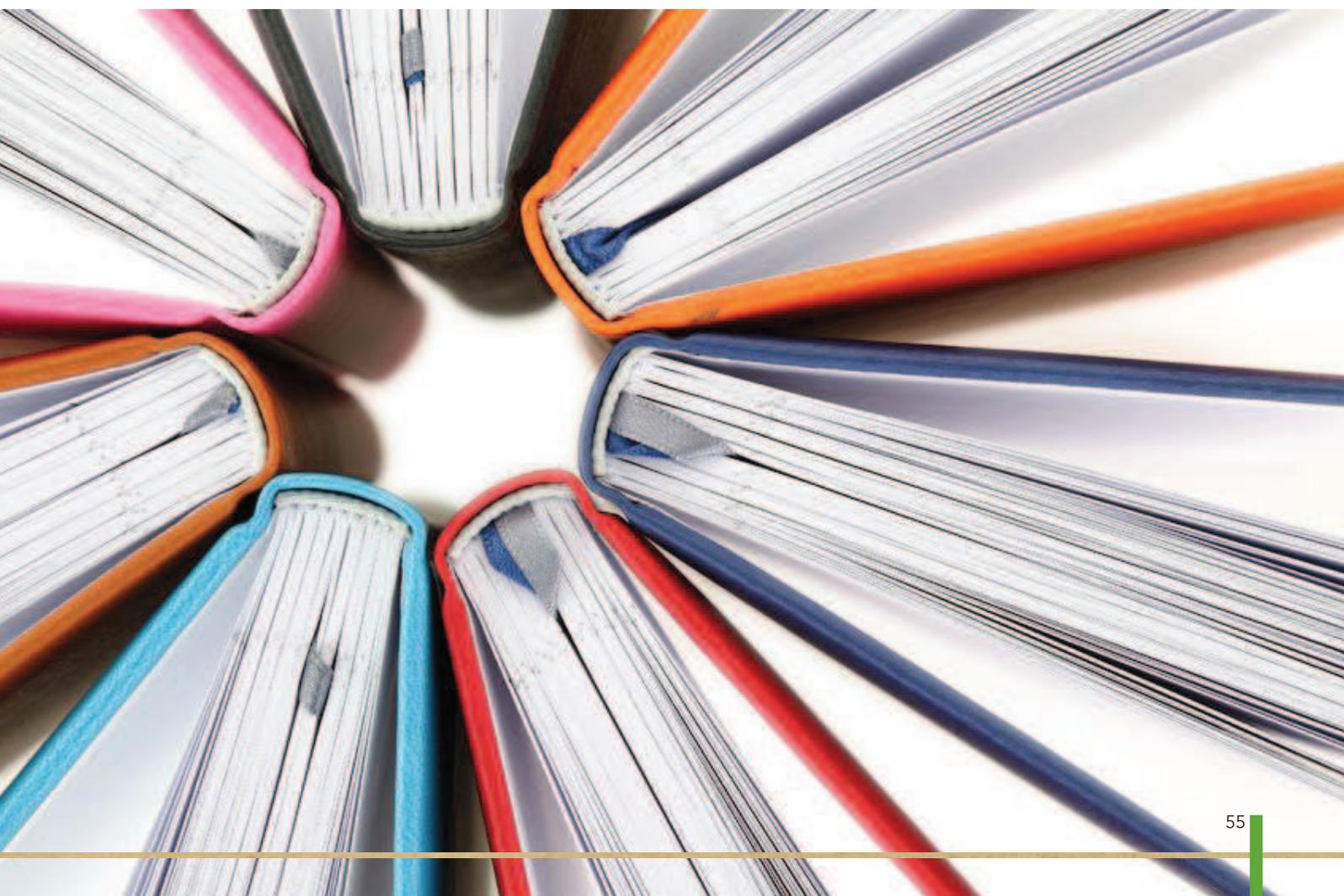
## PROGRAMA DE APOIO À FORMAÇÃO

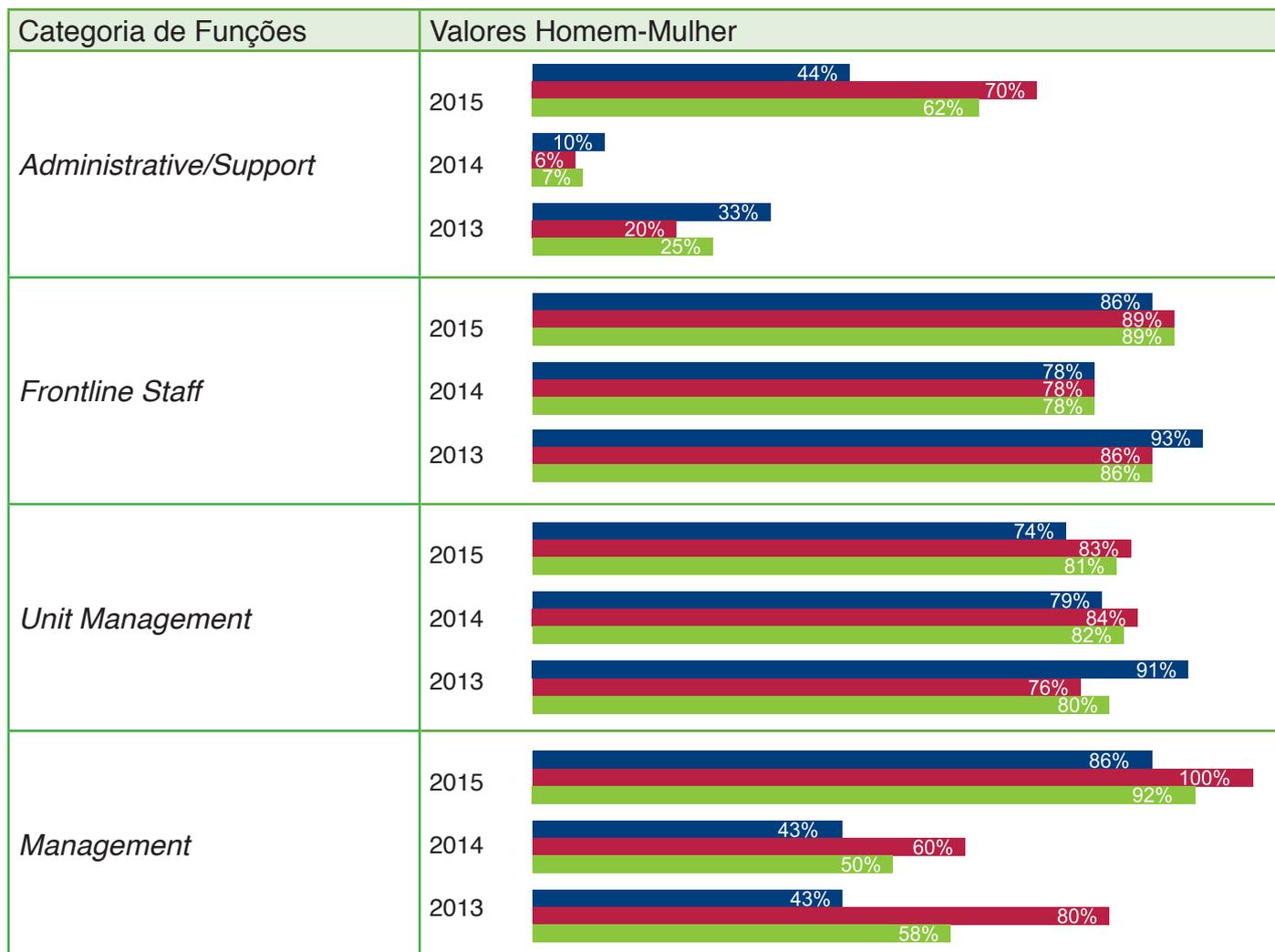
Para além do plano de formação Academia GO, de acordo com a pertinência e desempenho, apoiamos os Colaboradores que pretendam frequentar pós-graduações, mestrados ou MBA relacionadas com a atividade da Eurest.

## AVALIAÇÃO DA FORMAÇÃO, AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

**G4-LA11** Anualmente, é elaborado um plano de formação com base nas principais necessidades formativas da empresa assim como uma avaliação posterior da eficácia das ações de formação desse mesmo plano. Com os Gestores de operações e os Gestores de unidades esta revisão é feita também no âmbito da avaliação de desempenho, abrangendo a totalidade dos profissionais. A avaliação de desempenho anual estende-se a todos os Colaboradores efetivos. Existem 4 modelos de avaliação distintos, consoante a tipologia de função e respetivo nível de responsabilidade, mas todos assentam na avaliação da Visão, Valores e Código de Conduta da empresa.

Da avaliação resultam os objetivos futuros na sua função e o plano de desenvolvimento individual que permitirá assegurar um desempenho adequado aos desafios estratégicos da empresa.





● Homens ● Mulheres ● Média

**Nota:** a avaliação de desempenho é realizada com os Colaboradores que têm um contrato com mais de 6 meses na Eurest. Por esta razão, não se regista uma avaliação à totalidade dos Colaboradores da Eurest.

## FORMAÇÃO – ADEQUAR A ESTRATÉGIA



QUALIDADE DA COMUNICAÇÃO EXTERNA  
SENSIBILIZAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

Apesar da forte aposta no desenvolvimento contínuo de competências, as nossas partes interessadas transmitiram a importância de se ajustar o formato e os conteúdos de algumas formações para assegurar a excelência da qualidade do serviço e da comunicação externa, sobretudo no âmbito de iniciativas inovadoras ligadas à alimentação saudável e sustentável ou práticas ambientais.

Estas expectativas vêm ao encontro da estratégia de melhoria já em curso e que agora se reveste de uma importância acrescida.

### ASPECTOS DE MELHORIA

Adequar formação aos serviços inovadores

Diversificar formato das formações

**Formação MAP I** Aprofundamento das competências dos Gestores de Operações e de Unidades, nas áreas de gestão económica, gestão de equipas e gestão operacional e adequação às práticas do Grupo Compass, no sentido de os capacitar para liderar e promover as competências das suas equipas.

**Consolidação da plataforma de *E-learning*** para reforço das competências técnicas dos Colaboradores da *Frontline/Operação* no serviço ao Cliente e ao Consumidor.



## EVOLUÇÃO DO NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE FORMAÇÃO POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÉNERO

Categoria de Funções	Valores Homem-Mulher	
Administrative/Support	2015	13 18
	2014	11 6
	2013	23 12
Frontline Staff	2015	16 18
	2014	21 17
	2013	9 8
Unit Management	2015	10 12
	2014	17 16
	2013	8 6
Management	2015	10 91
	2014	12 11
	2013	23 34

● Homens ● Mulheres

## ATRAIR E RETER PROFISSIONAIS

Na Eurest fomentamos uma estratégia ativa de estágios nas diversas áreas da empresa que resulta da nossa política de parceria e protocolos com uma lista extensa de universidades, institutos politécnicos e escolas profissionais, e universidades ligadas, sobretudo, às áreas da nutrição, da saúde e da hotelaria, com o objetivo de atrair talentos e potenciar a diversidade de competências.

## ESTÁGIOS CURRICULARES

A estreita relação da Eurest com os estabelecimentos de ensino e com a Ordem dos Nutricionistas leva a acolhermos estagiários curriculares e estagiários de acesso à Ordem. Mais de um terço destes estagiários foram recrutados para trabalhar na empresa.



### ESTÁGIOS

2014

2015

% de estágios curriculares na área da nutrição que ficaram como Colaboradores

39%

38%

Nº de horas de aulas lecionadas e/ou de participação em congressos (enquanto oradores)

53

60

## PROGRAMA “ESTÁGIOS EUREST”

Criado em 2014, este programa visa recrutar jovens licenciados no âmbito dos seus estágios profissionais, com o apoio do Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP). Pretendemos promover a escolha de profissionais com as competências profissionais e pessoais mais adequadas e ao mesmo tempo proporcionar-lhes a oportunidade de conhecer e aprender competências nas principais áreas da empresa. O êxito deste programa é visível na quase duplicação do número de estagiários de 2014 para 2015.

### Evolução do número de estágios



## OS NOSSOS COMPROMISSOS

	Iniciativa	Objetivo	Meta	Status
Avaliação RS 12-13	Formação <i>E-learning</i>	Aumento de 5% no número de horas de formação	2014	Este objetivo transitou para 2017 devido à integração de plataformas
	Formação	Aumento anual de 5% do número de horas de formação	2015	<input checked="" type="checkbox"/>

	Iniciativa	Objetivo	Meta
Um olhar para o futuro	Formação <i>E-learning</i>	Abranger 30% dos Colaboradores, não chefias, com formação <i>e-learning</i>	2017
	Alargamento de competências das Chefias (GO e GU)	Aumento de 10% no número de horas de formação junto destes Colaboradores	2017



## COMUNICAR E OUVIR OS COLABORADORES

Na Eurest, a estratégia de comunicação interna visa envolver os Colaboradores para além do objetivo de estarem sintonizados com as linhas de orientação da atividade da empresa. Esforçamo-nos por dinamizar o diálogo e cruzar informação que permita a partilha de boas práticas, a identificação de oportunidades de melhoria e a promoção de um espírito de inovação e de iniciativa.

Os canais de comunicação existentes servem estes objetivos, com o cuidado de dispor de mecanismos eficazes que permitam uma comunicação envolvente e efetiva nos dois sentidos.

Numa organização da dimensão da Eurest, caracterizada por uma grande dispersão geográfica, assegurar uma comunicação eficaz e fluida é desafiante, mas determinante para o sucesso do seu negócio.

### OUVIR OS COLABORADORES ACERCA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EUREST

#### FOCUS GROUP DE REFLEXÃO

Em 2015, realizámos quatro grupos de discussão com gestores operacionais e de unidade para ouvir a sua opinião e sugestões de melhorias para os aspetos considerados menos positivos acerca do desempenho da Eurest.

Ao todo, participaram 50 gestores neste processo de consulta presencial dinamizado por facilitadores externos à empresa. Estas sessões de reflexão foram avaliadas de forma muito positiva pelos Colaboradores, tanto pela promoção do diálogo e de partilha como pela oportunidade de aperfeiçoamento das práticas de gestão da empresa.

As opiniões dos participantes nos *Focus Groups* contribuíram para a identificação de alguns dos tópicos de sustentabilidade prioritários. Os resultados dos *Focus Group* foram comunicados internamente num número especial da *newsletter* mensal.



#### TEMAS DISCUTIDOS

- Práticas ambientais
- Serviço de alimentação saudável e sustentável
- Práticas de compras
- Comunicação Interna



## INQUÉRITO INTERNO

Em complemento aos *Focus Groups* realizamos o inquérito “A nossa responsabilidade social vista por si” sobre o desempenho da Eurest nas dimensões da responsabilidade social da empresa. Os resultados desta avaliação foram tidos em conta na definição dos tópicos de sustentabilidade prioritários.

### Responsabilidade Social | Desempenho da Eurest **ASPECTOS AVALIADOS**

Segurança e saúde no trabalho

Práticas de Recursos Humanos

Práticas ambientais

Práticas de compras

Segurança alimentar

*Marketing* e comunicação responsáveis

Envolvimento com a Comunidade

Preocupação dos Consumidores

## COMUNICAÇÃO - ADEQUAR A ESTRATÉGIA



### QUALIDADE DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Uma das preocupações levantadas nos grupos de discussão prendeu-se com a eficácia da comunicação interna. Foi discutido o volume da informação, a capacidade de resposta e o espaço para diálogo.

Com base nesta perceção, iremos proceder a uma avaliação dos mecanismos de comunicação e, entre outros, avaliar quais os canais de comunicação mais eficazes e rever a tipologia de informação e os tempos de resposta.

Na formação MAP iniciada com os gestores operacionais e gestores de unidade o módulo “Gestão de equipa” está igualmente orientado para melhorar a comunicação.

O envolvimento positivo dos Colaboradores assenta numa comunicação na qual se fala com os Colaboradores e não para os Colaboradores e nesse sentido também daremos atenção à eficácia das ferramentas de diálogo existentes.

### ASPECTOS DE MELHORIA

**Menos volume de informação**

**Melhores meios de comunicação para algumas unidades**

**Menor tempo de resposta**

**Mais capacidade de diálogo**

### YOUR VOICE

O Grupo Compass realiza um Inquérito de Clima Organizacional – *Your Voice* – como forma de melhorar e potenciar a sua estrutura organizativa. Os resultados permitem aferir o grau de satisfação e compromisso dos Colaboradores com a empresa, bem como identificar possíveis áreas de melhoria.

Na edição de 2013, a dimensão “Trabalho de equipa” foi a menos bem avaliada, tendo sido alvo de diversas ações de melhoria. O investimento na formação no módulo “Trabalho de equipa” foi de 1.043 horas em 2014.

## SPEAK-UP

**G4-57** **G4-58** O *Speak-Up* é um programa internacional do Grupo Compass que permite aos Colaboradores, de uma forma anónima, denunciar problemas de conduta ou de ética na empresa. A existência deste programa evidencia o comprometimento de todo o grupo com uma cultura empresarial ética, de gestão do risco e de valorização dos Colaboradores.

Todas as chamadas são atendidas por especialistas de uma empresa independente e cada caso é investigado e seguido por um responsável.



## FORÇA POSITIVA NA COMUNIDADE

**G4-EC7** O envolvimento com a Comunidade é inerente à forma de estar da Eurest, assentando no coração do nosso negócio – o serviço de restauração – e na dedicação dos nossos Colaboradores.

Partindo da nossa responsabilidade de sensibilizar as nossas partes interessadas para as questões da sustentabilidade, algumas das iniciativas, de que o CCRA – Consumo Consciente, Respeita o Ambiente é o melhor exemplo, estão desenhadas para que os Clientes e Consumidores possam participar ativamente.

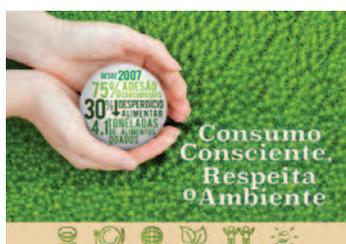
### INVESTIMENTO NA COMUNIDADE

Valor do investimento (€)	2015	110.000
	2014	30.000

Horas de voluntariado	2015	1 649
	2014	1 175



Parceria com a Fundação Floresta Unida – Por cada tonelada de papel poupado na iniciativa CARE Saquetas & Toalhetes, a Eurest planta 17 árvores com 30 anos de proteção. 1000 árvores plantadas por ano | 2014-2015



Neste programa de redução de desperdício alimentar, que envolve os Clientes aderentes e os Consumidores, por cada refeição sem restos, o Consumidor recebe uma ficha equivalente a 10 g de alimentos não perecíveis. Em 2014 e 2015 foram doados respetivamente 422 e 867 kg a instituições de solidariedade.



Parceria iniciada em 2014 de voluntariado dos Colaboradores na realização de desejos e de contribuição dos Consumidores das áreas de serviço em determinadas campanhas. Paralelamente, incentivamos a resposta aos inquéritos às partes interessadas através da associação de estrelas *Make a Wish* por cada resposta. Até 2015 tinham sido realizados 13 desejos.

Enquanto especialistas de alimentação entendemos como boa prática contribuir para uma alimentação mais saudável e sustentável. Para tal desenvolvemos parcerias com a Comunidade científica e académica e com órgãos públicos na área da saúde para partilha de informação, programas de estágios e projetos de inovação e investigação.

## G4-16



Instituto Saúde Dr. Ricardo Jorge - Membro do programa Portfir: “Rede Portuguesa sobre Informação Microbiológica de Alimentos”, “Rede Portuguesa sobre Composição de Alimentos” - Membro dos grupos de trabalho.



DGS - Membro dos grupos de trabalho.



APN, Associação Portuguesa dos Nutricionistas - Participação em congressos e revista Nutricias com a divulgação de vários projetos.



Ordem dos Nutricionistas - Parceria em várias atividades/ donativos/ voluntariado e programa de estágios.

Faculdade ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto  
 Universidade Lusófona  
 Instituto Ciências da Saúde Egas Moniz  
 Universidade Católica  
 Universidade Atlântica  
 Escola Superior da Tecnologia da Saúde de Leiria  
 Escola Superior da Tecnologia da Saúde de Coimbra  
 Instituto Politécnico Superior de Santarém  
 ISQ | Instituto de Soldadura e Qualidade  
 Forave  
 Escola Superior da Tecnologia da Saúde de Lisboa  
 CESPUI Cooperativa De Ensino Superior Politécnico Universitário  
 Universidade do AlgarveForave  
 Escola Superior da Tecnologia da Saúde de Lisboa  
 CESPUI  
 Universidade do Algarve

# ENFOQUE CONSTANTE NO DESEMPENHO E NA EFICIÊNCIA

## **PRINCÍPIO ORIENTADOR**

Oferecer a melhor qualidade e desempenho, ao mesmo tempo que procura incessantemente ser o Fornecedor mais económico e eficiente.

Azeiteiro [Prunus lusitanica]

## POLÍTICA DA QUALIDADE, AMBIENTE E SEGURANÇA

Assumimos o compromisso de melhorar continuamente o nosso desempenho através da implementação de um Sistema Integrado de Gestão da Qualidade, Ambiente e Segurança, certificado por várias normas internacionais.

Desde 2014, contamos também, com o Sistema de Gestão da Responsabilidade Social NP 4469 nas nossas operações, para sistematizar todos os aspetos e práticas de responsabilidade social que já vínhamos a ter ao longo da nossa cadeia de valor e até ao Consumidor final. Tornámo-nos, assim, na primeira empresa do sector certificada em responsabilidade corporativa



Ver Cap. 1  
Eurest: a gestão da nossa  
responsabilidade social



Segurança Alimentar – ISO 22000



Ambiente – ISO 14001



Segurança e Saúde no Trabalho - OHSAS 18001

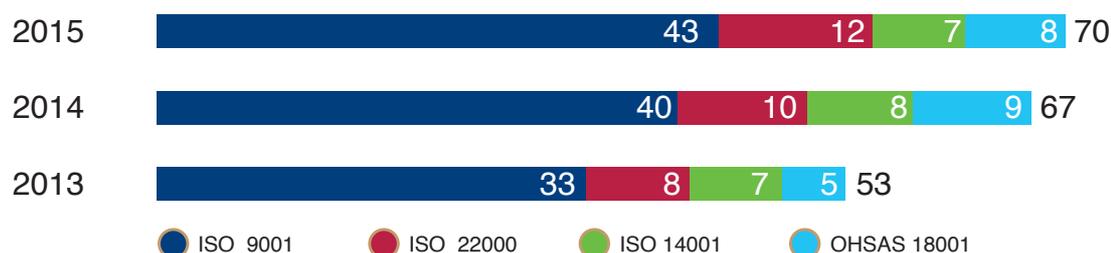


Qualidade – ISO 90001



Responsabilidade Social – NP4469

**FP5** Todos os anos temos vindo a investir no processo de certificação das nossas unidades. Em 2015, 25,5% do total de refeições foi confeccionado em unidades certificadas.



**Nota:** a diminuição na ISO 18001 e ISO 22000 deve-se à cessação de um contrato com uma unidade certificada em ambos os referenciais.

## FORNECEDORES - OS NOSSOS PARCEIROS ESTRATÉGICOS

**G4-12** Pela natureza e dimensão do nosso negócio dependemos do fornecimento de uma grande variedade e quantidade de produtores alimentares e não alimentares expressa no elevado custo de compras e número de Fornecedores.

Para a Eurest os seus Fornecedores são parceiros estratégicos, pelo seu contributo em assegurarmos recursos e matérias-primas com qualidade e segurança alimentar. Verificou-se um aumento considerável de Fornecedores entre 2014 e 2015 devido à aposta em pequenos Fornecedores nacionais e ao aumento da diversidade da oferta dos nossos serviços.

No atual contexto de alterações climáticas, de crescente degradação ambiental e sistemas de produção pouco sustentáveis, o abastecimento de matérias-primas acarreta riscos (escassez de água, diminuição das reservas de peixe, risco de trabalho infantil, etc.) que podem ter grandes impactos nas empresas do setor da restauração.

Por estas razões, estamos comprometidos em praticar uma política de compras responsável e em influenciar positivamente a sustentabilidade dos nossos Fornecedores.



### **G4-EC9 CUSTOS COM FORNECEDORES**

	2013	2014	2015	Var (14-15)
Número total de Fornecedores	259	235	383	62%
Percentagem de Fornecedores nacionais	95%	96%	96%	0%
Total de custos com Fornecedores estrangeiros	2,0 M€	1,7 M€	1,7 M€	0%
Total de custos com Fornecedores nacionais	38,4 M€	33,7 M€	39,9 M€	19%
Total de custos com Fornecedores	40,4 M€	35,3 M€	41,6 M€	18%
Percentagem de compras efetuadas a Fornecedores nacionais	95%	95%	96%	1%

## POLÍTICA DE COMPRAS

A Eurest pauta-se pela Política de Compras e da Cadeia de Abastecimento do Grupo, levando a cabo um processo de escolha de Fornecedores cuidadoso, assente num conjunto de critérios que incluem:

- Segurança
- Valor
- Qualidade
- Capacidade de resposta
- Práticas de responsabilidade social
- Desempenho ambiental
- Ética no serviço.

	2013	2014	2015
Número de auditorias realizadas	19	8	16
% de Fornecedores auditados	7%	3%	4%
Nº de Fornecedores registados no portal	304	312	319
Taxa de resposta no portal	84%	84%	81%
Nº de produtos introduzidos no portal	3.738	5.017	4.881

## CRITÉRIOS DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

Procuramos assegurar a inclusão de um conjunto de critérios de responsabilidade corporativa (RC) nas nossas práticas comerciais e esforçamo-nos por estender esta experiência aos nossos Fornecedores.

No processo de seleção aplicamos o Questionário de Avaliação de Responsabilidade Corporativa dos Fornecedores. Temos consciência de que nem todos os Fornecedores são capazes de cumprir todos os critérios, mas incentivamos e apoiamos a adoção de boas práticas e a melhoria contínua.

Os objetivos de desempenho nesta área são revistos anualmente pela direção da Eurest.

## PRINCIPAIS CRITÉRIOS DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA NA NOSSA POLÍTICA DE COMPRAS



### FP1

Volume de compras a Fornecedores em conformidade com a política de compras	2013	2014	2015
Em conformidade através de cláusulas contratuais	39,6 M€	34,9 M€	41,0 M€
Volume total de compras a todos os Fornecedores	40,4 M€	35,3 M€	41,6 M€
Percentagem do volume de compras efetuado a Fornecedores em conformidade com a política de compras	98%	99%	99%

## CENTRALIZAR A OPERAÇÃO DE COMPRAS PARA MAIS SUSTENTABILIDADE

Considerando a dimensão e a complexidade da nossa cadeia de compras e para assegurarmos padrões consistentes de qualidade, decidimos proceder a uma centralização das distribuições em operadores logísticos, em 2015.

Podemos identificar impactos positivos a nível económico, ambiental e social:

- Otimizamos o transporte de várias categorias de produtos para as unidades
- Favorecemos a aquisição das frutas e verduras em caixas retornáveis para reduzir a produção de resíduos, provenientes de caixas de cartão
- Alcançamos padrões de qualidade homogéneos dentro de cada segmento de mercado
- Damos preferência aos produtores portugueses na categoria de produtos frescos, devidamente certificados, no mínimo, com o sistema de produção integrada ou *GlobalGap – Good Agricultural Practice* (certificado que reconhece práticas agrícolas, de produção animal e de pesca responsáveis)

## COMPRAS MAIS SUSTENTÁVEIS

O impacto das compras na sustentabilidade do sistema de produção alimentar pode ser muito grande. Neste âmbito, existem cinco aspetos que ganharam particular relevância no setor da alimentação e da restauração e que estão identificados pela *Sustainable Restaurant Association* como temas chave para a sustentabilidade: produtos nacionais e sazonais, bem-estar animal, comércio justo, política de pescada responsável e produtos agrícolas sustentáveis.

Na definição dos tópicos prioritários, as nossas partes interessadas consideraram estes aspetos importantes.



## PRODUTORES NACIONAIS



### PRODUTORES NACIONAIS

Procuramos recorrer à produção nacional sempre que fiquem assegurados critérios de qualidade, quantidade, capacidade de resposta e preço.

Para algumas categorias de alimentos, com particular destaque para legumes e frutas (salvo algumas frutas exóticas), temos favorecido o abastecimento junto de produtores portugueses.

Relativamente ao ano de 2015 e para as categorias de frutas e legumes, indicamos os valores absolutos das aquisições efetuadas.

## LEGUMES E FRUTAS DE PRODUÇÃO NACIONAL



### BEM-ESTAR ANIMAL



#### BEM-ESTAR ANIMAL

Partilhamos a consciencialização crescente da importância de como os animais de criação são tratados, envolvendo não só uma questão moral e legal, como também a exigência da qualidade dos alimentos.

Na Eurest estamos empenhados em assegurar a compra de carne e produtos de origem animal provenientes de Fornecedores com critérios de bem-estar animal e em incentivar a adoção de boas práticas entre todos os Fornecedores.

O conceito do bem-estar animal assenta nas “cinco liberdades” elaboradas pela *Animal Welfare Council*, considerados requisitos mínimos, que a Eurest subscreve através do Grupo Compass:

- Ausência de fome e de sede
- Ausência de doenças, ferimentos e dor
- Ausência de desconforto
- Ausência de medo e sofrimento
- Liberdade de o animal expressar um comportamento natural.

Entre os Fornecedores que confirmam uma política de bem-estar animal para 100% da sua produção conta-se a empresa que nos fornece totalidade dos ovos e do ovo líquido (provenientes de criação de galinhos sem gaiolas) e um dos principais Fornecedores de carne de aves, num volume de compras equivalente a 14% (em 2015) do custo total.

Em relação à restante carne, dispomos de uma base de rastreabilidade da origem da carne, mas pretendemos alcançar a rastreabilidade das condições de vida de todos os animais de produção.

## COMÉRCIO JUSTO



### COMÉRCIO JUSTO

**FP2** Estamos conscientes que o comércio justo é uma forma de melhorar o contexto de muitos pequenos produtores nacionais e internacionais de qualidade e que de outro modo ficam sujeitos a práticas comerciais desiguais e pouco transparentes. Reconhecemos a nossa responsabilidade em incentivar a procura e sensibilidade por parte dos Clientes e Consumidores sobre este tema, de forma a aumentar o abastecimento de produtos de comércio justo, em particular de café e chás e de produtos portugueses.

Nas áreas de serviço Eurest foi identificado um contexto favorável a uma estratégia de incentivo e de promoção de produção regional e nacional, sobretudo porque nestes espaços se verifica uma grande afluência de viajantes e turistas.

A gama de produtos disponibilizados provém de produtores nacionais – muitas vezes locais – que oferecem produtos regionais exclusivos e de elevada qualidade.

Esta abordagem foi distinguida com a atribuição do selo “Portugal Sou eu”, na categoria “Estabelecimento Aderente”, pela comercialização de produtos presentes no catálogo do programa lançado pelo Ministério Público.



## POLÍTICA DE PESCADO RESPONSÁVEL



### POLÍTICA DE PESCADO RESPONSÁVEL

A sobre-exploração de peixe está a colocar em causa a sua capacidade de reprodução natural, manifesta na redução de reservas de peixe em cerca de 75%, só nas águas europeias. Conscientes da gravidade desta situação e tendo em conta que o peixe tem uma grande importância na gastronomia portuguesa (ver gráfico), é nossa responsabilidade contribuir para o restauro e preservação das espécies de peixe comercializadas e, deste modo, para uma estratégia global de pescado responsável.

### Os 5 Estados membros da UE com o maior consumo de pescado per capita (2011)

PAÍS	KG/PER CAPITA/ANO
Portugal	56.8
Lituânia	43.4
Espanha	42.4
Finlândia	35.6
França	34.6

Fonte: FAO, 2014

Na Eurest regemo-nos pelos seguintes critérios de compra de pescado:

- Cumprimos e exigimos o cumprimento da legislação nacional e comunitária aplicável em vigor, assegurando-nos que 100% da nossa cadeia de fornecimento se cinge às quotas de captura delineadas pelas diretivas europeias
- Não adquirimos espécies de peixe em risco de extinção

Conseguimos até ao momento aferir que 34% do total do pescado servido provém de um processo de pesca responsável (informação obtida com base em inquérito realizado junto dos nossos Fornecedores mais representativos). Por isso, como desafios de futuro, comprometemo-nos com os seguintes critérios de compra de pescado responsável:

- Comprar peixe exclusivamente com certificado de captura
- Apoiar as estratégias de combate de pesca ilegal
- Comprar peixe com certificado de Compra em Lota Portuguesa

## PRODUTOS PROVENIENTES DE PRÁTICAS AGRÍCOLAS SUSTENTÁVEIS



### PRODUTOS AGRÍCOLAS SUSTENTÁVEIS

mais saudáveis, com menor recurso a fertilizantes e pesticidas.

Também na agricultura a produção dos alimentos necessita de ser mais sustentável, para que se possa preservar a biodiversidade e os recursos (ex.: água), melhorar a fertilidade do solo e assegurar alimentos

É, por isso, nossa responsabilidade estarmos atentos às condições de produção dos alimentos que adquirimos e partilhar o nosso conhecimento com o Cliente no sentido de promover esta prática sustentável.

Privilegiamos a compra de alimentos oriundos de produção integrada, na qual se observam um conjunto de regras de sustentabilidade de práticas agrícolas. Conseguimos até ao momento assegurar que 86% do nosso volume de compras de alimentos frescos provenha desse sistema (informação obtida com base em inquérito realizado junto dos nossos Fornecedores mais representativos). Pretendemos estender o questionário a todos os nossos Fornecedores.

## OS NOSSOS COMPROMISSOS

	Iniciativa	Objetivo	Meta	Status
Avaliação RS 12-13	Sistema de gestão da responsabilidade social	Alcançar a certificação pela NP4469	2014	<input checked="" type="checkbox"/>
	Sistema de gestão integrado	Aumentar o número de unidades certificadas pelos referenciais 9001,14001, 18001 e 22000	2014	<input checked="" type="checkbox"/>
	Implementar o <i>HSE Standard</i> do Grupo Compass	Alcançar a classificação <i>Silver</i>	2014	Não foi prioridade por parte do Compass Group
	Incentivo à produção nacional através da compra de produtos sazonais e regionais	Alargar a venda de produtos regionais nas unidades de restauração	2015	<input checked="" type="checkbox"/>

	Iniciativa	Objetivo	Meta
Um olhar para o futuro	Comércio justo   Comércio de Produtos Portugal Sou Eu	Criação de um menu "Portugal sou eu"	2016
	Política de pescada responsável	Comprar exclusivamente peixe com certificado de captura Apoiar as estratégias de combate de pesca ilegal Aumentar a quantidade de peixe adquirido com Certificado de Compra em Lota Portuguesa (CCL)	2016
	Bem-estar animal	Alargar a rastreabilidade das condições de bem-estar animal a todos os animais de produção	2016

# CRESCIMENTO LUCRATIVO

## PRINCÍPIO ORIENTADOR

Proporcionar valor aos Acionistas através de um crescimento disciplinado e sustentável suportado por um forte sentido ético que contribui para ampliar as vantagens da nossa escala global.

Bétula [Betula sp.]

No desempenho da sua atividade, nas diversas fases da sua operação, a Eurest gera e distribui valor às suas partes interessadas.

Os desafios colocados pela presente conjuntura económica, financeira e social levaram a Eurest a concentrar a sua estratégia de negócio em segmentos com maior sustentabilidade ao nível económico e financeiro assente nos seguintes eixos:

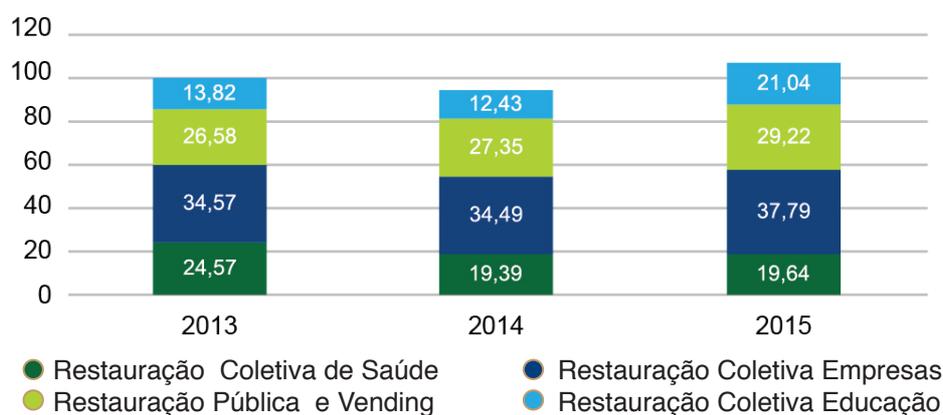
- Manter o posicionamento de Fornecedor de serviços de alimentação no segmento da restauração pública e restauração empresarial, através do aumento do leque de Clientes e a fidelização de Consumidores;
- Investir no segmento da Restauração Pública através da introdução de novos produtos e conceitos que aliam a portugalidade à inovação.

Aliado à qualidade dos serviços que prestamos estes eixos de atuação permitiram um aumento do volume de negócio por segmento de Mercado, em 2015, em particular no segmento da Educação, onde quase duplicou.



### Distribuição do volume de negócio por segmento de mercado (milhões €)

G4-8 G4-9

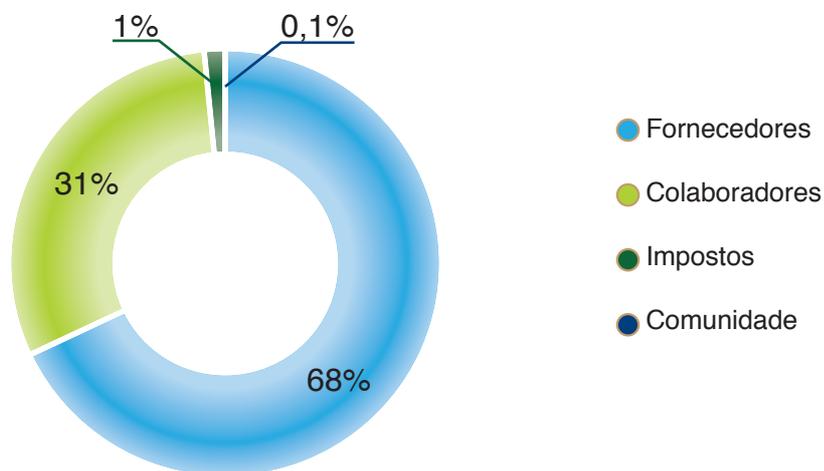


**G4-EC1** Este aumento de receitas entre 2014 e 2015 resultou numa subida de 15% do valor económico gerado, totalizando 107,69 milhões de euros em 2015, e do valor económico distribuído em 36%. Consequentemente, os custos operacionais com Colaboradores e com Fornecedores também aumentaram.

### Valor económico gerado, distribuído e acumulado | 2013-15

	2013	2014	2015
Valor Económico Gerado (M€)	99,54	93,66	107,69
Valor Económico Distribuído (M€)	120,59	76,64	104,44
Custos operacionais	118,62	78,90	102,92
Salários	32,26	29,03	32,35
Fornecedores	62,83	58,58	71,72
Outros custos operacionais	23,43	-8,71	-1,14
Pagamento Estado	1,73	-2,29	1,32
Pagamentos provedores de capital	0,20	0,01	0,09
Investimentos Comunidades	0,03	0,03	0,11
Valor Económico Acumulado (M€)	-21,05	17,02	3,25

### Cadeia de distribuição de valor e riqueza (milhões €) | 2015



**G4-EC7** Fruto do aumento do valor económico gerado, a Eurest aumentou consideravelmente o seu investimento na Comunidade, visível sobretudo no aumento de parcerias com instituições, envolvendo sempre os Colaboradores nestas ações de apoio junto da Comunidade.

# INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Amieiro [Alnus glutinosa]



## SOBRE O RELATÓRIO

**G4-3** **G4-29** **G4-30** Este é o terceiro Relatório de Sustentabilidade da Eurest Portugal, Lda., publicado de forma bienal e de modo a dar continuidade ao compromisso da empresa com o Desenvolvimento Sustentável e com a transparência para com as suas partes interessadas.

### DESTINATÁRIOS

O Relatório destina-se a todas as partes interessadas da Eurest.

### ÂMBITO

**G4-6** **G4-28** O Relatório refere-se aos anos de 2014 e 2015, num período correspondente aos anos fiscais do grupo Compass, 1 de outubro de 2014 a 30 de setembro 2015 e tem como âmbito a totalidade das atividades desenvolvidas pela Eurest, exclusivamente em Portugal. Os conteúdos foram selecionados tendo em consideração os temas mais relevantes para a empresa e o sector.

### ALTERAÇÕES SIGNIFICATIVAS

As alterações relevantes ocorridas no período a que reporta este relatório, ou relacionadas com a forma de cálculo dos dados apresentados, são desenvolvidas ao longo do presente documento.

### METODOLOGIA

**G4-32** O Relatório foi elaborado de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), Linhas de Orientação G4, para a opção de *in accordance – core*, assim como o *G4 Food Processing Sector Disclosures* (FPSS). Os conteúdos do relatório foram definidos de acordo com um *benchmark* sectorial, com a estratégia de responsabilidade corporativa do Grupo Compass, no qual a Eurest está integrada, e também de acordo com as práticas em curso.

### CONTACTOS

**G4-5** **G4-31** Edifício Prime, Av. Quinta Grande 53 – 6º Alfragide - 2614-521 Amadora  
Beatriz Oliveira; Direção QAS | Tel. 21 791 36 00 | [beatriz.oliveira@eurest.pt](mailto:beatriz.oliveira@eurest.pt)



# ÍNDICE GRI

## CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS

INDICADOR		LOCALIZAÇÃO
<b>Estratégia e Análise</b>		
G4-1	Declaração do Presidente sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e a sua estratégia de sustentabilidade.	6
<b>Perfil Organizacional</b>		
G4-3	Nome da organização.	81
G4-4	Principais produtos e serviços.	41
G4-5	Localização da sede da organização.	83
G4-6	Número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório.	81
G4-7	Tipo e natureza legal de propriedade.	86
G4-8	Mercados servidos.	78
G4-9	Dimensão da organização.	4, 50, 78
G4-10	Número total de Colaboradores, discriminados por contrato de trabalho e género.	50-51
G4-11	Percentagem de Colaboradores abrangidos por acordos de contratação coletiva.	86
G4-12	Cadeia de Fornecedores da organização.	69-70
G4-13	Alterações significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação à dimensão, estrutura, participação Acionista ou cadeia de Fornecedores da organização.	86
G4-14	Abordagem ao princípio da precaução.	86
G4-15	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de carácter económico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.	22-23
G4-16	Participação em associações e organizações nacionais ou internacionais de defesa.	66
<b>Aspetos Materiais Identificados e Limites</b>		
G4-17	Lista de todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas que não se encontrem abrangidas pelo presente relatório.	86
G4-18	Processo adotado para definição do conteúdo do relatório e limites dos Aspetos.	14
G4-19	Aspetos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.	16
G4-20	Limite de cada Aspeto material dentro da organização.	16
G4-21	Limite de cada Aspeto material fora da organização.	16
G4-22	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações.	86
G4-23	Alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores quanto ao âmbito e ao limite dos Aspetos.	86
<b>Envolvimento com Partes Integradas</b>		
G4-24	Lista de grupos de partes interessadas da organização.	12-13
G4-25	Base para identificação e seleção de partes interessadas.	12
G4-26	Abordagem adotada para envolvimento com partes interessadas, inclusive a frequência do envolvimento por tipo e por grupo.	12-14
G4-27	Principais questões e preocupações apontadas pelas partes interessadas como resultado do processo de envolvimento e as medidas adotadas pela organização no tratamento das mesmas.	16

Perfil do Relatório		
G4-28	Período coberto pelo relatório.	81
G4-29	Data do relatório anterior mais recente.	81
G4-30	Ciclo de publicação de relatórios.	81
G4-31	Contactos para questões sobre o relatório ou os seus conteúdos.	81
G4-32	Opção “de acordo” escolhida pela organização e respetivo índice do conteúdo da GRI.	81
G4-33	Política e práticas correntes adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa.	86
Governance		
G4-34	Estrutura de governo da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governação hierarquicamente mais elevado.	17
Ética e Integridade		
G4-56	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização.	19-20
G4-57	Mecanismos internos e externos disponibilizados pela organização para esclarecimento de dúvidas sobre comportamentos éticos e de conformidade legal, tais como linhas de apoio ou aconselhamento.	64
G4-58	Mecanismos internos e externos disponibilizados pela organização para denúncia de comportamentos pouco éticos, ilegais, ou relacionadas com a integridade organizacional, tais como encaminhamento de preocupações pelas vias hierárquicas ou linha de denúncia de irregularidades.	64

## CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

INDICADOR		LOCALIZAÇÃO
Indicadores de Desempenho Económico		
Aspeto: Desempenho Económico		
G4-EC1	Valor económico direto gerado e distribuído.	78-79
Aspeto: Impactes económicos indiretos		
G4-EC7	Desenvolvimento e impacte de investimentos em infraestruturas e serviços apoiados.	65, 79
Aspeto: Práticas de aquisição/abastecimento		
Formas de Gestão	<p>FG-a: A importância deste Aspeto foi aferida a partir da influência que o mesmo representa nas avaliações e decisões das partes interessadas, bem como na significância dos seus impactes (ver págs. 14 a 16).</p> <p>FG-b: Informação sobre como a Eurest gere este Aspeto e os seus impactes pode ser encontrada nas págs. 69 a 76.</p> <p>FG-c: A Eurest realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este Aspeto e comunica-os no seu Relatório de Sustentabilidade.</p>	
G4-EC9	Proporção de despesas com Fornecedores locais em unidades operacionais importantes.	69
FP1	Percentagem do volume de compras efetuadas a Fornecedores que se encontram em conformidade com a política de compras da empresa.	71
FP2	Percentagem do volume de compras que é verificado como estando em conformidade com normas internacionais reconhecidas de produção responsável, discriminado por norma.	74

Indicadores de Desempenho Ambiental		
Formas de Gestão	FG-a: A importância destes Aspectos foi aferida a partir da influência que os mesmos representam nas avaliações e decisões das partes interessadas, bem como na significância dos seus impactos (ver págs. 14 a 16).	
(Aspectos Ambientais)	FG-b: Informação sobre como a Eurest gere estes Aspectos e os seus impactos pode ser encontrada nas págs. 32 a 36.	
	FG-c: A Eurest realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a estes Aspectos e comunica-os no seu Relatório de Sustentabilidade.	
Aspecto: Materiais		
G4-EN1	Consumo total de materiais por peso ou volume.	34-35
Aspecto: Energia		
G4-EN3	Consumo de energia dentro da organização.	32
Aspecto: Água		
G4-EN8	Consumo total de água, por fonte.	33
Aspecto: Emissões		
G4-EN15	Emissões diretas de gases com efeito de estufa.	33
Aspecto: Efluentes e Resíduos		
G4-EN23	Quantidade total de resíduos por tipo e por método de tratamento.	36
Indicadores de Desempenho Social - Práticas Laborais e Trabalho Condigno		
Aspecto: Emprego		
G4-LA1	Número e taxa de novas contratações e rotatividade por faixa etária, género e região.	52-53
G4-LA2	Benefícios para Colaboradores a tempo inteiro que não são atribuídos aos Colaboradores temporários ou a tempo parcial.	87
G4-LA3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género.	87
Aspecto: Segurança e Saúde Ocupacional		
G4-LA6	Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e número de óbitos relacionados com o trabalho, por região e por género.	28-29
G4-LA7	Trabalhadores com elevado risco ou incidência de doenças profissionais.	28-29
Aspecto: Formação e Educação		
G4-LA9	Média de horas de formação anual por Colaborador, género e categoria profissional	54-55
G4-LA10	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que contribuem para a empregabilidade dos Colaboradores e para a gestão do fim da carreira.	54-55
G4-LA11	Percentagem de Colaboradores que recebem regularmente avaliação de desempenho, por género e categoria profissional.	55
Indicadores de Desempenho Social – Direitos Humanos		
Aspecto: Trabalho Infantil		
G4-HR5	Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e medidas que contribuam para a sua eliminação.	87

Aspeto: Trabalho forçado e escravo		
G4-HR6	Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou escravo e medidas que contribuam para a sua eliminação.	87
Indicadores de Desempenho Social – Sociedade		
Aspeto: Concorrência desleal		
G4-SO7	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de <i>antitrust</i> e monopólio e os seus resultados.	87
Indicadores de Desempenho Social - Responsabilidade pelo Produto		
Aspeto: Saúde e Segurança do Cliente		
Formas de Gestão	<p>FG-a: A importância deste Aspeto foi aferida a partir da influência que o mesmo representa nas avaliações e decisões das partes interessadas, bem como na significância dos seus impactes (ver págs. 14 a 16).</p> <p>FG-b: Informação sobre como a Eurest gere este Aspeto e os seus impactes pode ser encontrada nas págs. 26, 42-44 e 68.</p> <p>FG-c: A Eurest realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este Aspeto e comunica-os no seu Relatório de Sustentabilidade.</p>	
G4-PR1	Percentagem das principais categorias de produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objetivo de efetuar melhorias.	26
G4-PR2	Número total de não conformidades com regulamentos e códigos voluntários relacionados com impactes na saúde e segurança causados pelos produtos e serviços.	26
FP5	Percentagem do volume de produção fabricado em unidades operacionais, certificadas por uma organização independente, em conformidade com normas internacionalmente reconhecidas de sistema de gestão de segurança de alimentos.	68
FP6	Percentagem do volume total de vendas de produtos ao Consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém baixo teor de gorduras saturadas e trans, sal e açúcares adicionados.	42-44
FP7	Percentagem do volume total de vendas de produtos ao Consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém um teor acrescido de ingredientes nutritivos como fibras, vitaminas, minerais, fitoquímicos e adição de alimentos funcionais.	42-44
Aspeto: Rotulagem de Produtos e Serviços		
Formas de Gestão	<p>FG-a: A importância deste Aspeto foi aferida a partir da influência que o mesmo representa nas avaliações e decisões das partes interessadas, bem como na significância dos seus impactes (ver págs. 14 a 16).</p> <p>FG-b: Informação sobre como a Eurest gere este Aspeto e os seus impactes pode ser encontrada nas págs. 44-47.</p> <p>FG-c: A Eurest realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este Aspeto e comunica-os no seu Relatório de Sustentabilidade.</p>	
G4-PR5	Resultados de avaliação de satisfação de Clientes.	46-47, 87

## INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Por razões de simplificação e salvo indicações em contrário, todas as referências a 2014 dizem respeito ao período que vai de 1 de outubro de 2013 a 30 de setembro de 2014 e as referências a 2015 dizem respeito ao período que vai de 1 de outubro de 2014 a 30 de setembro de 2015.

**G4-7** Sociedade por quotas. Exploração e gestão de hotéis, restaurantes e cafeterias, refeitórios e estabelecimentos similares, bem como a prestação de serviços de segurança e limpeza de estabelecimentos e as atividades acessórias e conexas.

**G4-11** A percentagem de Colaboradores abrangidos por acordos de negociação coletiva é de 100%.

**G4-13** Nada a reportar.

**G4-14** O Código de Conduta empresarial contempla que: “A nossa reputação é um fator essencial para atrair Clientes e Consumidores para a Compass e é imperativo que o valor e a boa vontade nesta reputação sejam devidamente protegidos e promovidos através, entre outras coisas, da tomada de medidas para gerir e proteger as nossas marcas apropriadamente.”

Complementarmente ao seu Código de Conduta, a Eurest procura assegurar os mais elevados padrões de padrões de qualidade, assumindo o compromisso de melhorar continuamente o seu desempenho, desenvolvendo um conjunto de práticas e de objetivos mensuráveis, para assegurar a qualidade do serviço, a segurança alimentar, prevenir os efeitos da poluição, prevenir as lesões, incidentes/acidentes de trabalho, as afeções de saúde e as doenças profissionais, através do cumprimento da legislação, dos requisitos aplicáveis e dos códigos de boas práticas em vigor.

**G4-17** Todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas encontram-se abrangidas pelo presente relatório.

**G4-22** As técnicas usadas, bem como a reformulação de informações anteriormente publicadas, encontram-se explicadas junto dos indicadores a que dizem respeito, no decorrer deste relatório.

**G4-23** Não se verificaram alterações significativas relativamente a anteriores relatórios.

**G4-33** A verificação do Relatório de Sustentabilidade por uma entidade externa e independente constitui um objetivo a ser concretizado, logo que se mostre oportuno e se encontrem reunidas as indispensáveis condições.



**G4-LA2** Ao longo dos anos a Eurest tem vindo a estabelecer protocolos com entidades de diferentes áreas de modo a proporcionar benefícios aos seus Colaboradores que lhes permitam ter acesso a bens e serviços a preços reduzidos:

- Protocolo bancário (vantagens em produtos financeiros)
- Protocolo com operadoras de comunicações (vantagens em produtos relacionados com telecomunicações)
- Cartão de desconto nas Áreas de Serviço -"Ser Eurest"\*
- Reconhecimento do compromisso dos Colaboradores com a Organização (5, 10, 15 e 20 anos de serviço, data de aniversário e de nascimento dos filhos)
- Protocolo cartão de desconto em combustível Galp
- Refeições gratuitas nas unidades exploradas pela empresa

### G4-LA3

#### N.º DE LICENÇAS PARENTAIS, TAXAS DE RETORNO AO TRABALHO E TAXA DE RETENÇÃO | 2015

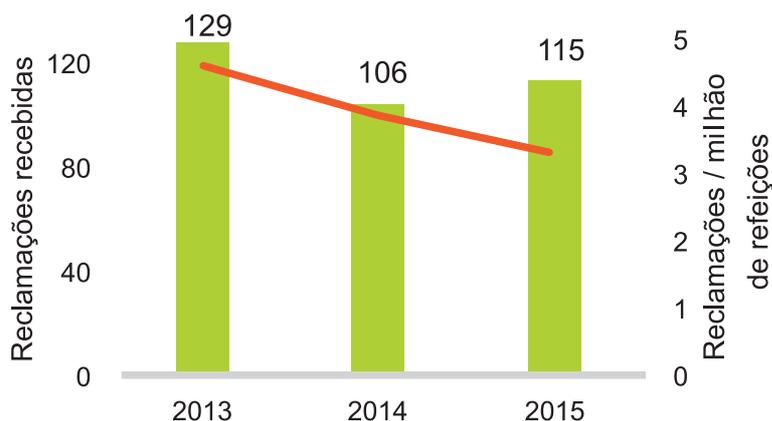
Categoria	Valores Homem-Mulher
Licença parental	16 / 67
Taxa de retorno ao trabalho	100% / 94%
Taxa de retenção	73% / 78%

**HR5 HR6** Não foram identificadas situações deste tipo. Todos os acordos e contratos celebrados pela Eurest incluem cláusulas de responsabilidade social, como trabalho infantil, saúde e segurança, formação, remuneração, horário de trabalho, discriminação e controlo de subFornecedores e subcontratados. Os Fornecedores da Eurest subscrevem o Código de Conduta que contempla uma cadeia de fornecimento responsável na qual estes elementos são considerados.

**S07** A Eurest não foi alvo de qualquer ação judicial por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio.

### PR5 GESTÃO DAS RECLAMAÇÕES

Em termos relativos, as reclamações têm vindo a diminuir nos últimos três anos. Em 2015 foram recebidas 3,3 reclamações por milhão de refeições servidas.





## FICHA TÉCNICA

**Propriedade:** Eurest Portugal, Lda.  
**Coordenação:** Direção da Qualidade  
**Consultores:** BSD Consulting Portugal  
**Design e Paginação:** Sterling&Partners  
Fotografias de abertura de capítulo  
cedidas por: <http://www.100milarvores.pt/>



**Eurest**