



POLÍTICA DE IMPACTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

ÍNDICE

1 **ÂMBITO DA POLÍTICA DE IMPACTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL** *P. 03*

1.1 **ÂMBITO E OBJETIVOS**

1.2 **GOVERNANCE E ABRANGÊNCIA**

1.3 **VALIDADE E REVISÕES**

2 **ESTRATÉGIA E AÇÃO** *P. 04*

2.1 **POLÍTICA DE IMPACTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

2.1.1 **DIMENSÃO INTERNA**

2.1.2 **DIMENSÃO EXTERNA**

2.2 **REGULAMENTO PARA ATRIBUIÇÃO DE DONATIVOS, APOIOS E PATROCÍNIOS SOCIAIS**

2.2.1 **TRAMITAÇÃO E CRITÉRIOS PARA PEDIDOS DE APOIO, DONATIVO E PATROCÍNIO SOCIAL**

2.2.2 **COMUNICAÇÃO DA DECISÃO**

2.2.3 **SUPORTE DOCUMENTAL**

3 **MEDIÇÃO DE IMPACTO E REPORTE** *P. 07*

3.1 **CARACTERIZAÇÃO, MONITORIZAÇÃO E MEDIÇÃO DO IMPACTO**

3.2 **REPORTE DE IMPACTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

1 ÂMBITO DA POLÍTICA DE IMPACTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

1.1 ÂMBITO E OBJETIVOS

A Política de Impacto e Responsabilidade Social do Grupo BEL rege as atividades de impacto e responsabilidade social do Grupo, no seu relacionamento com as pessoas e comunidades. Ligada intrinsecamente aos pilares *governance* e ambiental, enquadra o eixo Social da Estratégia de Sustentabilidade para 2030 do Grupo e guia a sua atuação em três níveis essenciais:

- **Consolida a estratégia de sustentabilidade e o programa de impacto e responsabilidade social:** estabelece áreas prioritárias de intervenção e orientações de responsabilidade social corporativa e de investimento social, fundamentando, deste modo, a tomada de decisão;
- **Define o modelo de *governance* e o regulamento relativos à atribuição de donativos, apoios e patrocínios sociais:** cria procedimentos, atribuindo responsabilidades para agilizar e enquadrar a intervenção realizada;
- **Garante a transparência, monitorização e comunicação da criação de valor social:** estabelece processos que asseguram a monitorização dos resultados obtidos, a par de uma comunicação transparente das opções tomadas e dos impactos efetivos delas decorrentes.

A responsabilidade social corporativa, diz a Comissão Europeia, é “a responsabilidade das empresas pelo impacto que têm na sociedade”, no sentido de obter “licença social para operar”, e contribuir para o bem-estar social. Alinhando-se com os desafios de um desenvolvimento sustentável, esta responsabilidade integra preocupações não só sociais e ambientais, como o respeito pelos Direitos Humanos e pelas preocupações e necessidades dos consumidores e dos principais *stakeholders*.

Na sua missão de criar empresas de valor, com valores, o Grupo BEL incorpora os valores da Responsabilidade Social, da Ética e do Empreendedorismo Responsável. No horizonte 2030, e construindo caminhos para um impacto positivo em múltiplas dimensões, abraçamos ainda o conceito de Impacto Social. O Impacto Social pode ser definido como o “efeito líquido de uma atividade numa comunidade e no bem-estar de indivíduos e famílias”, de acordo com o Centre for Social Impact (CSI).

A ótica do Impacto Social exige uma relação mais próxima com os nossos *stakeholders* para promover vínculos estruturados de solidariedade e fomentar uma cultura de corresponsabilidade e de inovação colaborativa. O Grupo BEL compromete-se, assim, a manter diálogos ativos com os seus colaboradores, fornecedores, parceiros de negócio e entidades relevantes, nas comunidades onde opera e tem impacto e em fóruns de sustentabilidade alinhados com os seus eixos de atuação.

No Grupo BEL, acreditamos que a competitividade empresarial e o progresso social são interdependentes. Que as empresas para serem bem-sucedidas precisam de uma sociedade com uma força de trabalho educada, saudável, segura, respeitada e envolvida. Por seu lado, uma sociedade saudável precisa de empresas com sucesso, que geram empregos, riqueza e prosperidade e melhoram os níveis de vida e as condições sociais das gerações atuais e futuras. Por isso, trabalhamos com pessoas e para as pessoas, com o objetivo de alcançar um desenvolvimento social e económico sólidos, que constituam uma herança honrada para as gerações vindouras e não um encargo que estas devam suportar.

1.2 GOVERNANCE E ABRANGÊNCIA

A Política de Impacto e Responsabilidade Social abrange todas as empresas maioritariamente controladas pelo Grupo BEL e os seus colaboradores, em todas as geografias onde opera. Deve ser lida em conjunto com o Código de Ética e Conduta, articulando-se com a Estratégia de Sustentabilidade para 2030, o Plano de Prevenção de Riscos de Corrupção e Infrações Conexas e o Plano para a Diversidade, Equidade e Inclusão. É informada pelo Regime dos Benefícios Fiscais relativos ao Mecenato.

A Política de Impacto e Responsabilidade Social está sob a alçada do Departamento de Sustentabilidade, tendo como órgão superior de decisão a Comissão ESG, que tem a responsabilidade geral de aplicar os procedimentos necessários para garantir que estejam em conformidade com as obrigações legais e éticas, convenções internacionais e demais normas, instrumentos e boas práticas associadas.

A Comissão ESG e o Departamento de Comunicação assumem as medidas apropriadas para assegurar a publicitação junto de todos os colaboradores, nos canais de comunicação interna e externa.

Todos os colaboradores (incluindo membros dos órgãos executivos e sociais e diretores), de todas as empresas do Grupo, têm a responsabilidade de ler, entender e cumprir a Política de Impacto e Responsabilidade Social. Devem contribuir para a sua concretização e defesa e evitar qualquer ação que constitua uma violação ou incumprimento do disposto. São ainda encorajados a informar sobre questões, preocupações de possível negligência ou sugestões de melhoria para o email do Departamento de Sustentabilidade: sustentabilidade@grupobel.pt.

Aos *stakeholders* externos, como investidores, parceiros de negócio, entidades parceiras, fornecedores e clientes é pedido o respeito pelos princípios estabelecidos, na medida em que os valores, padrões e procedimentos lhes sejam aplicáveis.

1.3 VALIDADE E REVISÕES

Esta política entrou em vigor a 1 de outubro de 2024, após aprovação da Comissão ESG e do Conselho de Administração e será periodicamente revista. Os resultados alcançados serão, anualmente, reportados no Relatório de Sustentabilidade.

2 ESTRATÉGIA E AÇÃO

2.1 POLÍTICA DE IMPACTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Grupo BEL tem investido na criação de valor social, desde a sua fundação, em 2001. Com o crescimento do Grupo, cresce a responsabilidade junto dos seus *stakeholders*.

Apesar da Logística e Distribuição representarem atualmente a maior fatia das suas operações, o Grupo tem mais de meia centena de empresas, em 6 áreas de negócio: da Logística e Distribuição à Inovação, passando pelo Imobiliário e pela Indústria. O Programa de Impacto e Responsabilidade Social otimiza o contributo que podemos dar nestas múltiplas valências para construir caminhos com impacto positivo até 2030 assumindo dois compromissos maiores:

- Valorizar Competências e Talentos para o futuro, com duas metas associadas: ter 40% de mulheres em cargos de decisão até 2030; e formar 75% dos colaboradores em Sustentabilidade, ESG e Green Skills até 2030.
- Gerar Impacto Social Positivo nas comunidades, com a meta de incrementar o investimento em Educação, Formação e Responsabilidade Social em 50% até 2030.

Esta Política alicerça-se no respeito e promoção dos direitos humanos, civis, políticos, económicos, sociais e culturais e implica a auscultação periódica das partes interessadas, a nível interno e externo.

2.1.1 DIMENSÃO INTERNA

O Grupo BEL compromete-se a promover a igualdade de oportunidades e de tratamento no trabalho, garantindo a Diversidade, Equidade e Inclusão de todos. Aposta em fomentar a valorização profissional, a conciliação com a vida familiar e o bem-estar mental, físico e social, no âmbito do Programa “Tu Fazes Parte”, assente em quatro eixos:

- BEL + : iniciativas de valorização familiar, pessoal e salarial;
- BEL TALENTO: ações de valorização e desenvolvimento das equipas;
- BEL BEING: promoção da saúde e bem-estar na organização;
- BEL SOLIDÁRIO: ações de ajuda e voluntariado, enquadradas nos valores do Grupo.

2.1.2 DIMENSÃO EXTERNA

Na vertente externa, o Grupo BEL promove e dinamiza ações sociais para melhorar a qualidade de vida das comunidades em que está presente ou de grupos prioritários.

Assumimos junto de todos os nossos *stakeholders* o compromisso de adotar critérios transparentes para uma tomada de decisão imparcial e rigorosa do investimento social realizado. Os donativos, apoios e patrocínios, pela sua natureza, implicam a definição de procedimentos próprios, para garantir o rigor, a transparência e a ética na tomada de decisão.

2.2 REGULAMENTO PARA ATRIBUIÇÃO DE DONATIVOS, APOIOS E PATROCÍNIOS SOCIAIS

O regulamento para atribuição de donativos, apoios e patrocínios sociais estabelece os procedimentos, prioridades e linhas de decisão para a resposta a pedidos de apoio, considerando as seguintes definições:

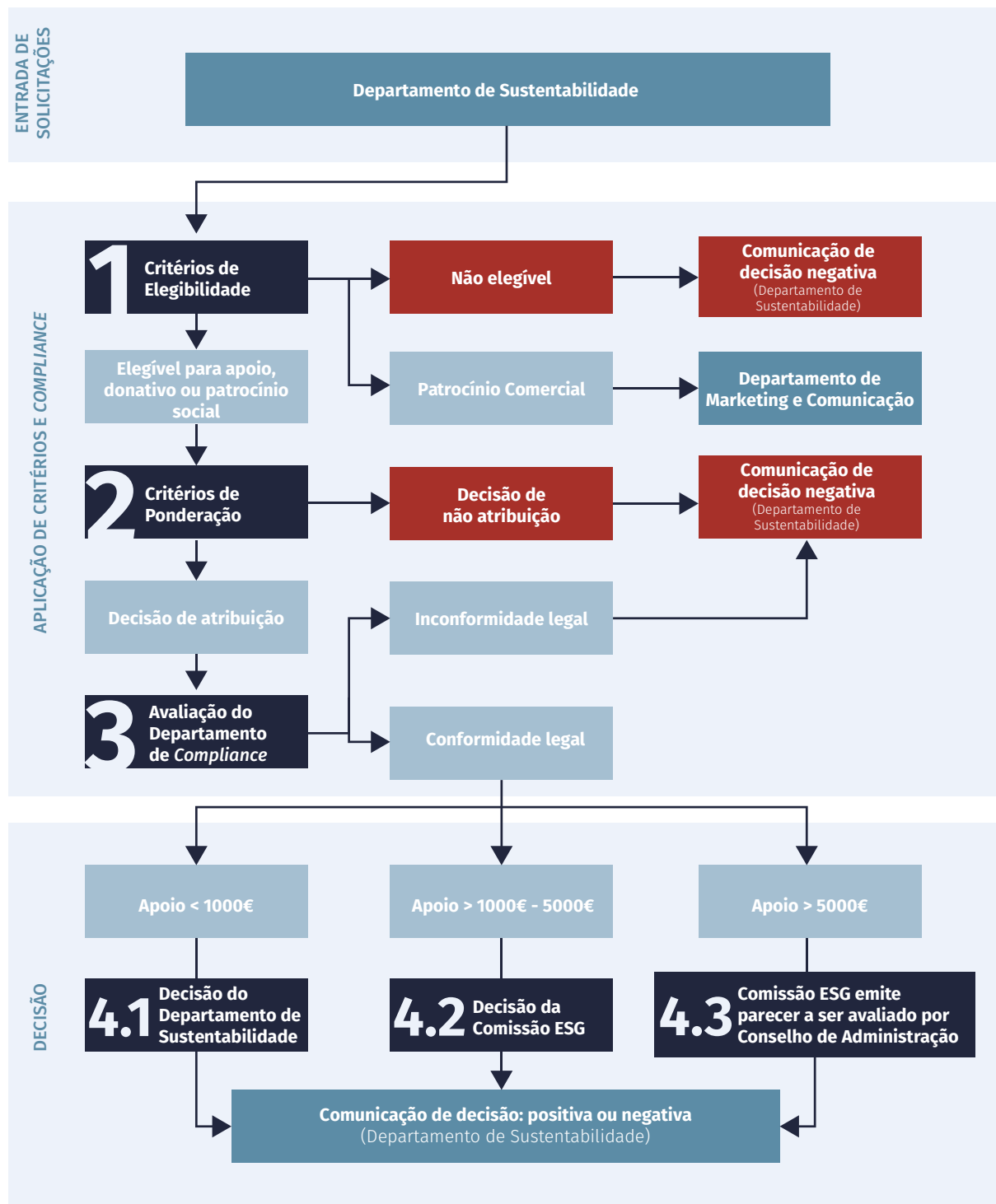
- Os donativos são entregas em dinheiro ou em espécie, concedidos sem contrapartidas que configurem obrigações de carácter pecuniário ou comercial às entidades beneficiárias cuja atividade consista na realização de iniciativas nas áreas social, cultural, ambiental, desportiva ou educacional;
- Os apoios são mais latos e podem ser de natureza diversa, por exemplo operacionais, logísticos, de gestão, entre outros;
- No caso dos patrocínios a eventos, ações ou entidades, são considerados no âmbito da Política de Impacto e Responsabilidade Social apenas aqueles em que o objetivo maior é o benefício social público decorrente desse apoio, ou seja, que partem de um racional ético. São atribuídos pelo Departamento de Sustentabilidade e distinguem-se dos patrocínios comerciais (estes sobretudo com um racional reputacional e promocional, tendo em vista divulgar o Grupo, as suas empresas, marcas e produtos, e que estão sob a alçada dos Departamentos de Comunicação e de Marketing).

Este regulamento tem as seguintes disposições gerais:

- a. Todos os pedidos de donativos, apoios e patrocínios sociais devem ser encaminhados para o Departamento de Sustentabilidade. Se possível devem, desde logo, conter informações sobre a sua fundamentação, beneficiários, objetivos e impacto esperado para agilizar o processo de tomada de decisão. Se isto não se verificar, o Departamento de Sustentabilidade deverá solicitar a informação pertinente para a tomada de decisão;
- b. Nenhuma oferta ou compromisso de oferta pode ser feito sem a avaliação e o consentimento prévio escrito do Departamento de Sustentabilidade;
- c. Todos os pedidos a dar entrada no Grupo devem seguir a tramitação definida de seguida (ponto 2.1.);
- d. Todos os pedidos devem ser avaliados e respondidos no prazo de 30 dias úteis a darem entrada no Departamento de Sustentabilidade, prorrogável por período idêntico, se necessário;
- e. Todos os pedidos devem ser avaliados aplicando os critérios de elegibilidade e ponderação definidos, para garantir o rigor e a transparência das decisões (2.2.);
- f. Todos os donativos, apoios e patrocínios devem respeitar escrupulosamente as leis em vigor e o Código de Ética e Conduta do Grupo;
- g. Donativos, apoios e patrocínios sociais não devem ser feitos ou oferecidos como parte de qualquer oferta, proposta, renovação de contrato ou relacionamento comercial. Mais ainda, o Grupo não assumirá qualquer compromisso de donativo, apoio ou patrocínio como meio de obter condições favoráveis de uma organização ou das suas afiliadas;
- h. Cortesias, ofertas de presentes e eventuais convites não são regidos por esta política, mas sim pelo Código de Ética e Conduta;
- i. Se a Comissão ESG assim o determinar poderá, em certas circunstâncias, pedir uma validação do parecer ao Conselho de Administração, enquanto órgão máximo de decisão;
- j. Será mantido um registo de todos os apoios concedidos para fins de controlo e reporte de resultados.

2.2.1. TRAMITAÇÃO E CRITÉRIOS PARA PEDIDOS DE APOIO, DONATIVO E PATROCÍNIO SOCIAL

Os pedidos a dar entrada no Grupo BEL devem cumprir o fluxo desenhado, a saber:



Aplicação dos Critérios de Elegibilidade

Como primeira etapa de triagem, os pedidos de apoio que cheguem ao Grupo BEL devem ser avaliados com base em critérios de elegibilidade, que rastreiam se o pedido cumpre ou não requisitos mínimos para ser elegível para a Política de Impacto e Responsabilidade Social do Grupo, nomeadamente:

CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE Todos os critérios têm de ser cumpridos para haver apoio.	CUMPRE (sim = 1; Não = 0)	NOTAS PARA SUPORTE DA DECISÃO
1. Compatibilidade com os Valores do Grupo		
2. Carácter Beneficente		
3. Carácter Voluntário		
4. Não se destina a iniciativas de carácter político, religioso ou de secções desportivas participantes em competições de natureza profissional		
5. Não é feito para garantir uma vantagem comercial imprópria		
6. Não se destina a patrocínio essencialmente publicitário e comercial (sendo o caso, deve ser reencaminhado para os departamentos de Marketing e de Comunicação)		
7. Destinatário é instituição devidamente estabelecida ou pessoa idónea de mérito ou carência comprovada (primeira avaliação, sujeita a validação posterior de conformidade por Compliance)		
AFERIÇÃO DE ELEGIBILIDADE	<7 NÃO ELEGÍVEL; = 7 SEGUE PARA PONDERAÇÃO	

Aplicação dos Critérios de Ponderação

Caso todos os pontos sejam observados, e avançando para uma segunda fase, o pedido deverá ser avaliado segundo critérios de ponderação, que suportam a tomada de decisão sobre a atribuição ou a não atribuição e o valor a atribuir face ao pedido feito. Estes critérios permitem uma gestão mais rigorosa do orçamento disponível e o direcionamento para áreas em que se pretenda um maior impacto.

CRITÉRIOS DE PONDERAÇÃO	OBSERVADO (escala 0-4, de não observado a totalmente observado)	NOTAS PARA SUPORTE DA DECISÃO
1. Carácter relevante específico: alinhamento com a Estratégia de Sustentabilidade 2030 e a Política de Impacto e Responsabilidade Social O apoio é dado num dos dois compromissos de intervenção social do Grupo, a saber: <ul style="list-style-type: none">• Valorizamos Competências e Talentos para o futuro• Geramos Impacto Social Positivo nas comunidades		
2. Carácter relevante global: alinhamento com ODS O apoio contribui para a concretização de um dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU		
3. Carácter urgente O pedido deve ser atendido com brevidade face à necessidade de intervenção		
4. Qualidade e coerência da proposta O apoio colmata uma necessidade com uma resposta adequada, de qualidade e coerente		
5. Valor acrescentado e impacto expectável O apoio tem um impacto direto, imediato ou expectável, comprovável e mensurável		
6. Impacto em comunidades de relevo O apoio beneficia pessoas e comunidades consideradas prioritárias na atuação e estratégia Grupo		
7. Relevo e qualidade da relação com stakeholder que faz o pedido O apoio é pedido por um stakeholder de confiança e com uma relação de proximidade com o Grupo		

SOMA	RESULTADO DA PONDERAÇÃO	PARECER
Até 14 pontos	Baixa relevância e impacto	Não atribuição ou atribuição de até 25% do pedido
15 - 19	Relevância e impacto suficiente	Atribuição de 26-50%
20 - 24	Relevância e impacto assinalável	Atribuição de 51-75% Limiar para a atribuição em género ou de bens não fracionáveis ou indivisíveis
25	Alta relevância e impacto	Atribuição de + 75% do valor pedido

Avaliação da Conformidade

Se o Departamento de Sustentabilidade entender que o pedido tem resposta positiva, deverá, numa terceira fase, encaminhá-lo para o Departamento de *Compliance*, para avaliação da conformidade ética e legal.

Decisão

Por fim, se a conformidade for aferida, e o valor ou valor equivalente em causa for inferior a 1.000 euros, o Departamento de Sustentabilidade tem autonomia de decisão. Caso o valor se encontre entre 1.000 e 5.000 euros, a decisão caberá à Comissão ESG. Acima deste valor, a Comissão ESG deve emitir um parecer a ser avaliado pelo Conselho de Administração.

No caso de atribuições em género sem montante definido à partida (ex. pedidos de bens alimentares), deve sempre ser estimado um valor monetário correspondente aos bens a atribuir, para efeitos de reporte de impacto. O Departamento de Sustentabilidade pode decidir sobre a atribuição do apoio até um equivalente inferior a 1.000 euros. Havendo a possibilidade ou intenção de a entrega em género ser de valor igual ou superior a 1.000 euros, o pedido deve ser encaminhado à Comissão ESG para decisão ou emissão de parecer, nos casos superiores a 5.000 euros.

2.2.2. COMUNICAÇÃO DA DECISÃO

Observando o dever de resposta e de transparência na tomada de decisão, devem ser tomados os seguintes procedimentos:

- a. A decisão de atribuição ou de não atribuição deve ser comunicada por escrito a quem fez o pedido (se for comunicada por carta, deverá ser guardado um registo digital);
- b. Todos os pedidos atribuídos que não sejam decididos pela Comissão ESG devem ser comunicados a esta;
- c. Todas as decisões de atribuição devem ser comunicadas ao Departamento de Comunicação;
- d. Os apoios concedidos serão divulgados a todos os colaboradores nos canais internos e externos do Grupo, quando relevante, pela partilha de histórias, exemplos e boas práticas no quadro da atividade social do Grupo.

2.2.3. SUPORTE DOCUMENTAL

O Departamento de Sustentabilidade deve manter um registo de cada pedido concedido, associando-lhe um número de identificação. Todos os processos com decisão positiva devem ainda incluir:

- A triagem dos critérios de elegibilidade e ponderação, preenchendo na coluna de observações a informação recolhida que suportou a decisão;
- O registo em ata da aprovação pela Comissão ESG, se aplicável;
- Um Acordo de Condições, em que o beneficiário se compromete a usar o donativo no quadro das condições estabelecidas. Em casos particulares, pode ser pedido um relatório dos resultados obtidos;
- Um Comprovativo do Recebimento: emissão pelos beneficiários de um documento comprovativo dos montantes recebidos, que deve conter, nomeadamente,
 - A qualidade jurídica da entidade beneficiária. No caso de o donativo estar enquadrado no âmbito do Estatuto de Benefícios Fiscais Relativos ao Mecenato, deve ser feita a menção do normativo legal em que a entidade se enquadra e, se for caso disso, a identificação do despacho necessário ao seu reconhecimento;
 - O montante do donativo em dinheiro, quando seja de natureza monetária;
 - Os donativos em dinheiro de valor superior a €200 devem ser feitos através de meio de pagamento que permita a identificação do doador, como transferência bancária, cheque nominativo ou débito direto;
 - A identificação dos bens, no caso de donativos em espécie;
 - A menção de que o donativo é feito sem contrapartidas.

3 MEDIÇÃO DE IMPACTO E REPORTE

3.1. CARACTERIZAÇÃO, MONITORIZAÇÃO E MEDIÇÃO DO IMPACTO

Para alinhar o propósito de Impacto Positivo e as necessidades sociais existentes e refletir de modo analítico sobre as prioridades e benefícios das opções tomadas, as iniciativas de impacto e responsabilidade social do Grupo devem ser monitorizadas e reportadas pelo Departamento de Sustentabilidade. Esta monitorização é feita ao nível interno e de responsabilidade social corporativa, através de benefícios ou apoios dados aos colaboradores e de programas específicos desenvolvidos neste âmbito e ao nível do impacto e dos investimentos sociais comunitários.

Ainda que mais orientada para o investimento comunitário, inspiramo-nos para efeitos de medição na moldura internacional do B4SI - *Business for Societal Impact*, tendo presente:

- *Inputs*: contributos feitos;
- *Outputs*: o que acontece;
- Impactos: o que muda.

São registados como *inputs* os recursos que o Grupo disponibiliza para apoiar uma determinada ação ou investimento nas suas pessoas e comunidade, com a seguinte tipologia:

- Contribuições monetárias: valor monetário que é canalizado para apoiar uma iniciativa, evento, programa, instituição ou organização cujo benefício reverta para a sociedade e o ambiente;
- Contribuições em espécie (*in-kind*): contribuições em espécie ou recursos não monetários para ações e necessidades comunitárias, que podem incluir doações de bens ou serviços ou outros recursos corporativos;
- Contribuições de tempo: contributo entregue como horas de trabalho pagas por colaboradores para uma instituição, organização ou atividade, como é o caso de horas de voluntariado e da participação em angariações de fundos, supervisão de estágios, etc.;
- Custos de gestão: custos decorrentes do investimento feito nas comunidades, tais como salários de colaboradores e equipa envolvida nos projetos específicos, investimento em pesquisa e gastos de comunicação.

São considerados outputs os resultados dos recursos aplicados, nomeadamente:

- *Output* social/Comunitário: número e tipo de beneficiários, indivíduos e organizações diretamente apoiadas ou atividades realizadas;
- *Output* de negócio: números de envolvimento e aumento de consciencialização de *stakeholders*, sejam colaboradores, clientes ou empresas ou cobertura mediática;
- *Leverage*: outras contribuições adicionais feitas ou angariadas por terceiros, sejam colaboradores, parceiros, fornecedores, clientes, etc.

Sempre que possível, devem ser reportados os resultados e as mudanças em indivíduos, organizações e negócios, no curto e longo prazo, como impacto de três categorias:

- Impacto social/comunitário: nas pessoas, por exemplo, com *upskilling* ou melhoria e aumento de competências, e nas organizações, por exemplo, com a otimização de processos;
- Impacto ambiental: na natureza, em todos os ecossistemas e biodiversidade e em mudanças de comportamentos ambientais;
- Impacto no negócio: nos participantes, caso dos colaboradores ou novos recrutamentos; e no negócio, com a criação de novas oportunidades, produtos, entre outros.

3.2 REPORTE DE IMPACTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Todos os dados relevantes para controlo e reporte da Política de Impacto e Responsabilidade Social devem ser tratados e registados pelo Departamento de Sustentabilidade: incluindo os pedidos que deram entrada, a decisão tomada, bem como os inputs, outputs e impactos medidos de ações e iniciativas apoiadas e desenvolvidas.

Os dados consolidados serão divulgados anualmente no Relatório de Sustentabilidade do Grupo.



Grupo Bel, S.A.



Rua Casal do Canas 14-3A
2790-204 Carnaxide | Portugal

T. +351 211 339 057

F. + 351 211 395 045



www.grupobel.pt