



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Alexandre Tavares Rato

**UMA AVALIAÇÃO DA EVOLUÇÃO E
TENDÊNCIAS DOS RELATÓRIOS DE
SUSTENTABILIDADE**

VOLUME 1

Relatório de estágio no âmbito do mestrado de marketing orientada pelo Professor Doutor Arnaldo Fernandes de Matos Coelho e apresentada Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre.

Outubro de 2021

Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

UMA AVALIAÇÃO DA EVOLUÇÃO E TENDÊNCIAS DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE

Alexandre Tavares Rato

Relatório de Estágio do Mestrado em Marketing, apresentado à Faculdade de Economia da
Universidade de Coimbra para obtenção do grau de Mestre.

Entidade de Acolhimento: EDP- energias de Portugal

Orientador Académico: Professor Doutor Arnaldo Coelho

Supervisor Profissional: Doutor Pedro Fontoura

Outubro de 2021

Agradecimentos

É com emoção e satisfação que termino mais uma etapa do meu percurso académico. Nos últimos cinco anos, vivi as maiores alegrias, desafios e ensinamentos, no entanto, o meu percurso não podia ser concluído, sem o apoio incondicional de algumas pessoas que foram fundamentais nesta minha caminhada.

Aos meus pais, que sempre me acompanharam, apoiaram e aconselharam em todas as decisões da minha vida, transmitindo-me todos os valores para me tornar na pessoa que sou.

Ao professor Arnaldo Coelho, pela sua disponibilidade e auxílio prestado ao longo do último ano. O rigor e paixão que transmite pela área, foram e serão uma referência e motivação para o meu percurso profissional. Estou e estarei imensamente grato pela sua dedicação.

Ao Doutor Pedro Fontoura, pelos ensinamentos, atenção e orientação durante os últimos meses. A minha evolução enquanto profissional deve-se, principalmente, à sua dedicação.

À minha equipa de arbitragem, Pedro Machado e Diogo Neves, pelo apoio e paciência nos últimos dois anos. Apesar da minha ausência em alguns momentos, com trabalho e sacrifício, conseguimos alcançar os objetivos propostos.

À minha família, por estarem sempre presentes, acompanhando de perto todas as minhas conquistas e apoiando-me sempre que necessário. Em especial, ao meu primo, João Pedro, que sempre me apoiou, ajudou e acompanhou ao longo desta jornada.

Aos meus amigos, que me proporcionaram as melhores memórias e momentos ao longo destes últimos anos. Que continuemos a celebrar as nossas conquistas com boa disposição. Um obrigado especial ao Rafael Fernandes, João Gentil, Gabriel Ribeiro e Diogo Neves pela vossa amizade.

À EDP, e em especial à equipa comercial, por me terem recebido como um membro da equipa. O bom ambiente e a fácil integração foram um fator basilar para o sucesso deste estágio.

A todos os meus colegas de licenciatura e mestrado porque sem eles era impossível terminar esta caminhada de forma tão satisfatória. Um agradecimento especial ao Duarte e à Mafalda pelo companheirismo e amizade.

No fundo, um sincero obrigado a todos os que se cruzaram comigo.

“Não tenho nenhum talento especial, sou apenas apaixonadamente curioso”
Albert Einstein

Resumo

Entidade de acolhimento: com a finalidade de terminar o mestrado em Marketing pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, o presente relatório, descreve as tarefas realizadas durante o estágio curricular na EDP comercial. Este estará dividido em duas partes: na primeira, o artigo redigido em parceria com o professor doutor Arnaldo Coelho e o dr. Pedro Fontoura, na segunda, a descrição das atividades realizadas durante o estágio.

Objetivos do estágio: os objetivos foram coordenados e definidos entre o estagiário, o orientador na empresa de acolhimento e o orientador do relatório de estágio. Os principais objetivos conseguidos foram a realização de uma análise bibliométrica sobre comunicação sustentável e uma análise de benchmarking comparativa onde engloba os seus principais concorrentes do mercado europeu. Por outro lado, a realização deste estágio também foi benéfica para a aplicação dos conceitos teóricos, desenvolvimento das *skills* comunicativas, superação de objetivos propostos e apresentação de resultados sustentados em dados e conhecimento teórico.

Enquadramento teórico: o estudo bibliométrico desenvolvido teve como centro de análise a temática “Sustainability Disclosure”. A principal contribuição deste estudo foi identificar as principais tendências nesta área de investigação, bem como identificar as respetivas lacunas que surgem como oportunidades para futuras investigações. Os resultados obtidos poderão ajudar as empresas a encontrar melhores metodologias para desenvolverem os seus relatórios de sustentabilidade, inspirando outras a tornarem-se mais sustentáveis e transparentes.

Estágio curricular: a realização da análise de benchmarking foi a tarefa que mereceu um maior destaque e contribuição para a EDP. Através desta foi possível identificar alguns aspetos que podem ser melhorados na estratégia de comunicação da marca. No final deste estudo, com os resultados obtidos, foi possível comparar a EDP com os seus principais concorrentes.

Análise crítica: os desafios propostos no início do estágio foram cumpridos durante o estágio, tendo sido entregues documentos com as metodologias, resultados e conclusões obtidas nos trabalhos realizados. Considero que este estágio foi benéfico para as duas partes, tendo reforçado no final do estágio, a minha escolha nesta metodologia. Estes 5 meses foram essenciais para a minha introdução ao mercado de trabalho e no meu crescimento pessoal e profissional

Palavras-chave: sustentabilidade, comunicação sustentável, relatórios de sustentabilidade, EDP, estágio curricular

Abstract

Host Entity: in order to finish the Master's degree in Marketing by the Faculty of Economics, University of Coimbra, this report, describes the tasks performed during the internship at EDP commercial. It will be divided in two parts: in the first, the article written in partnership with professor doctor Arnaldo Coelho and dr. Pedro Fontoura, and in the second, the description of the activities carried out during the internship.

Internship objectives: the objectives were coordinated and defined between the intern, the supervisor in the host company, and the supervisor of the internship report. The main objectives achieved were the completion of a bibliometric analysis on sustainable communication and a comparative benchmarking analysis which includes its main competitors in the European market. On the other hand, the completion of this internship was also beneficial for the application of theoretical concepts, development of communication skills, overcoming proposed objectives, and presentation of results supported by data and theoretical knowledge.

Theoretical framework: the bibliometric study developed was centered on the theme "Sustainability Disclosure". The main contribution of this study was to identify the main trends in this research area, as well as to identify the respective gaps that appear as opportunities for future investigations. The results obtained may help companies to find better methodologies to develop their sustainability reports, inspiring others to become more sustainable and transparent.

Curricular internship: carrying out the benchmarking analysis was the task that deserved the most emphasis and contribution to EDP. Through this, it was possible to identify some aspects that can be improved in the brand's communication strategy. At the end of this study, it was possible to compare, through the results obtained, EDP against its main competitors.

Critical analysis: the challenges proposed at the beginning of the internship were met during the internship, having been delivered documents with the methodologies, results, and conclusions obtained in the work performed. I believe that this internship was beneficial for both parties, having reinforced, at the end of the internship, my choice in this methodology. These 5 months were essential for my introduction to the labor market and my growth as a person and a professional.

Keywords: sustainability, sustainable communication, sustainability reports, EDP, curricular internship

Lista de siglas e acrónimos

CDP- Carbon Disclosure Project

CEO- Chief Executive Officer

CSR- Corporate Social Responsibility

DJIW- Dow Jones Sustainability Index

EDP- Energias de Portugal

ESG- Environmental, Social and corporate governance

GRI- Global Reporting Initiative

RoA- return on assets

Roe- return on equity

SWOT- Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

US- United States

USA- United States America

WoS- Web of Science

Índice de Figuras

Imagem 1: number of articles annual	13
Imagem 2: number of citations annual	13
Imagem 3: density of the most relevant areas of study	15
Imagem 4: map of relations around “sustainability disclosure” keywords	17
Imagem 5: logotipo E-redes	33
Imagem 6: logotipo EDP renováveis	33
Imagem 7: logotipo EDP comercial	33
Imagem 8: logotipo fundação EDP	33
Imagem 9: plano de saúde EDP	36
Imagem 10: conta certa EDP	36
Imagem 11: fatura segura	36
Imagem 12: certificação energética	36
Imagem 13: auditoria energética	37
Imagem 14: mobilidade elétrica	37
Imagem 15: energia solar EDP	37
Imagem 16: casa elétrica EDP	37
Imagem 17: packs Living EDP	37
Imagem 18: iluminação eficiente	38
Imagem 19: gestão de consumos	38
Imagem 20: recuperação térmica	38
Imagem 21: certificação de eficiência energética	38
Imagem 22: serviços técnicos	38
Imagem 23: save to compete	39
Imagem 24: exemplificação do modelo de análise da classificação do GRI	46
Imagem 25: resultados globais da análise quantitativa dos relatos de sustentabilidade	52
Imagem 26: resultados da bolsa de valores a 14/04/2021	57

Índice de tabelas

Tabela 1: general research data of number of articles and citations	14
Tabela 2: top 20 most cited scientific articles on “sustainability disclosure”	16
Tabela 3: top 20 most cited authors for “sustainability disclosure” keywords	18
Tabela 4: top 20 countries with the largest number of articles	19
Tabela 5: top 20 most cited journals on “sustainability disclosure”	20
Tabela 6: most relevant clusters on sustainability disclosure	21
Tabela 7: top 20 most cited articles on sustainability disclosure and content analysis	25
Tabela 8: análise SWOT do grupo EDP	40
Tabela 9: cronograma das atividades de estágio	41
Tabela 10: resumo total de notícias e respectivas fontes	55
Tabela 11: quadro resumo das redes sociais	59

Índice

Resumo.....	iii
Abstract	iv
Lista de siglas e acrónimos.....	v
Índice de Figuras	vi
Índice de tabelas	vii
Introdução.....	1
Estrutura do relatório de estágio.....	2
1. Análise Bibliométrica.....	4
1.1. Introduction	4
1.2. Theoretical background.....	7
1.3. Methodology	11
1.4. Results	12
1.4.1. Evolution and data analysis.....	12
1.4.2 Sustainability Disclosure: publications and intellectual knowledge	15
1.5. Conclusion.....	28
1.5.1. Discussion	28
1.5.2. Contributions.....	29
1.5.3. Limitations	30
2. Estágio.....	32
2.1. Descrição da empresa de acolhimento	32
2.2. Visão, valores e compromissos	34
2.3. A sustentabilidade no grupo EDP	34
2.4. Portefólio de serviços	36
2.5. Conselho de administração.....	39
2.6. Análise SWOT	39
3. Tarefas e objetivos do estágio	41
4. Descrição das tarefas desenvolvidas	42
4.1.1. Relatos de sustentabilidade.....	44
4.1.2. Índices de sustentabilidade.....	53
4.1.3. Notícias.....	54
4.1.4. Bolsa de valores	56
4.1.5. Comunicação nas Redes Sociais	58
5. Reflexão crítica	62
5.1. Resultados obtidos.....	62

5.2. Competências adquiridas.....	64
5.3. Contribuições para a entidade de acolhimento.....	65
5.4. Oportunidades, melhorias e recomendações	65
Referência bibliográficas.....	69
Anexos.....	89

Introdução

O relatório de estágio foi realizado para terminar o segundo ano do Mestrado em Marketing pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

Num mercado profissional onde é valorizada a experiência profissional, a possibilidade de adquirir competências e valores junto de profissionais de excelência foi um fator determinante para esta escolha. Considero o estágio curricular uma oportunidade de aprendizagem, onde existe um aprofundamento dos conhecimentos teóricas aplicados à vertente prática, orientados por profissionais competentes e experientes.

Não restam dúvidas sobre o impacto que a sustentabilidade apresenta nas estratégias organizacionais, sendo hoje considerada uma ferramenta de inovação (Fan *et al.*, 2021). Ao longo dos últimos anos, as diversas iniciativas realizadas tiveram como objetivo direcionar a transição das empresas para a adoção de práticas sustentáveis (Pranugrahaning *et al.*, 2021).

A visão das empresas perante a sustentabilidade foi modificada. No começo, as empresas analisam-na como um custo adicional e sem benefício direto. No entanto, devido às alterações político-ambientais, este recurso passou a ser visto como uma oportunidade para a criação de valor e autoridade (Van Holt *et al.*, 2020). A sustentabilidade corporativa é considerada como uma solução na criação de um futuro próspero (Ikram *et al.*, 2020), promovendo o desenvolvimento sustentável (Chatzitheodorou *et al.*, 2021).

Assim, a sustentabilidade é um desafio que não pode ser apenas enfrentado por um conjunto de indivíduos ou organizações isoladas (Chakrabarti *et al.*, 2020). Contudo, um dos maiores problemas identificados prende-se com o facto da natureza paradoxal das organizações, onde ainda existem dificuldades em conciliar os objetivos sociais, ambientais e económicos, simultaneamente (B. N. Luo *et al.*, 2020).

CSR tornou-se num dos temas centrais de muitos debates e investigações na área da sustentabilidade, pretendendo relacioná-lo com o papel das organizações na sociedade (Barrio-Fraile and Enrique-Jimenez, 2021),sendo atualmente obrigatória a sua implementação e monitorização (Y. Cheng *et al.*, 2021). Este conceito multidimensional abrange as atividades do domínio social, relativamente às práticas governamentais (Garcia-Torea *et al.*, 2020).

Corresponder às expetativas dos consumidores quanto à responsabilidade social corporativa pode ser vantajoso para as empresas (Kuokkanen and Sun, 2020), ajudando no fortalecimento

da lealdade entre empresa e consumidor (Osakwe and Yusuf, 2020) e no desenvolvimento sustentável (Arenas-Parra and Alvarez-Otero, 2020).

Os relatórios de sustentabilidade são documentos onde as empresas explanam as suas principais atividades na promoção da sustentabilidade, reforçando a sua posição e compromisso com a causa (Tan, 2021). Este documento é um mecanismo fundamental para a tomada de decisões de investimento, formulação de políticas e regulamentos, opinião pública, entre outras (Pinnuck *et al.*, 2020). Através da sua análise foi possível compreender de forma simples o posicionamento das empresas perante a sustentabilidade (Coster *et al.*, 2020). Apesar de existir um aumento considerável no número de empresas que emitem este tipo de relatórios, as suas práticas ainda carecem de transparência e rigor (Habek *et al.*, 2019).

Estrutura do relatório de estágio

Após a introdução, a estrutura do presente relatório está dividida em 5 capítulos. No primeiro capítulo (Parte I), foi realizada uma análise bibliométrica sobre o tema “sustainability Disclosure”. Este método popular e rigoroso tem como principal objetivo explorar grandes volumes de dados científicos (Donthu *et al.*, 2021), mapeando-os numa estrutura temática (Camon Luis and Celma, 2020), com o intuito de identificar as principais tendências da literatura (Minhas and Potdar, 2020), bem como as suas lacunas (kumar) e oportunidades para futuras investigações (Casprini *et al.*, 2020). Ao longo deste capítulo, será realizada uma breve descrição da temática investigada, a metodologia utilizada, resultados e conclusões encontradas.

Na segunda parte, nos capítulos 2, 3 e 4, foram descritas as atividades realizadas durante o estágio curricular. No capítulo 2, foi realizada uma breve introdução à empresa de acolhimento de estágio, abordando as seguintes temáticas: descrição da empresa de acolhimento, missão, valores e compromissos, sustentabilidade no grupo EDP, serviços prestados, conselho de administração, instalações e análise SWOT. No capítulo 3, foram descritos os objetivos propostos para a realização do estágio e o cronograma estipulado. Por último, o capítulo 4, descreve a principal atividade realizada durante os 5 meses de estágio, visto que a secundária está descrita na parte I.

Na terceira parte, foi realizada uma reflexão crítica sobre o estágio curricular no âmbito geral, identificando os resultados obtidos, competências adquiridas, contribuições para as entidades de acolhimento, limitações e dificuldades sentidas.

Parte I: Revisão literária

1. Análise Bibliométrica

O texto está redigido em inglês pois tem como objetivo ser apresentado e, posteriormente, divulgado numa revista internacional.

1.1. Introduction

The world has changed. Technological development and globalization have changed the paradigm of consumer behavior. With access to instantaneous and valuable information, consumers act in the market more informed, confident, and sure of their decisions (Lin, 2019), forcing companies to innovate, become increasingly competitive, and offer products suitable to their needs and desires (Afridi *et al.*, 2020). Similar to what has occurred in markets, societies and consumers have also followed the profound behavioral changes (Farooq *et al.*, 2019). Companies progressed when they understood that the center of their strategies should not only be their products and services, environmental and social aspects need to be worked on and disseminated, as their importance has increased in the last decade (Miniaoui *et al.*, 2019). Nowadays, companies are aware that these have a fundamental role in the preservation and sustainable development of the world (Galvão *et al.*, 2019). This awareness can be justified by several reasons, such as, the ambition to care and prolong the life of planet Earth and the external pressure that is exerted by all stakeholders to achieve or change the results obtained by organizations, which becomes a difficult and demanding commitment, year after year (Tran and Beddewela, 2020). The growing awareness of corporate social accountability has attracted the scrutiny of different organizations (Borga *et al.*, 2009). Sustainability has become an important concept to modify and reform behaviors in the long term (Bantanur *et al.*, 2015), and the literature has recognized its relevance for the future of humanity (Z. Song and Moon, 2019). Thus, nowadays, we can see that when a company draws up its communication plan, it has to include sustainability as a determining factor, due to its importance in the social and business core (Ventura and Soyuer, 2016). Mitchell *et al.* (2010), highlights two advantages of this approach: (1) anticipate and respond to customer needs by integrating environmental intelligence with operational systems and (2) generate positive long-term economic, social, and environmental outcomes that are acceptable and aligned with stakeholder priorities.

Evaluation and scrutiny over companies has been seen as a tool for changing the business paradigm (Pope *et al.*, 2004). As this issue grows, the debate among researchers, organizations, local governments, and other stakeholders also accompanies grows as well (Kotler, 2011). The main goal is to find strategies and mechanisms that do not harm the commercial sector of

companies, but at the same time, promote the loyalty and transparency of different organizations with society (Dwekat et al., 2020). According to Lin (2019), the research developed has made communication strategies more rigorous, transparent, and correct, and, notably, they have evolved. Through sustainability reports, companies started to disclose and communicate their results and goals regarding environmental, social and economic aspects (Pham and Tran, 2020). The literature recognizes as one of their greatest shortcomings the imbalance of efforts and results presented between the economic aspects and the social, and environmental aspects (Ullah and Sun, 2019). According to Song *et al.* (2019), when a company underestimates the importance of social and environmental actions, this can mean a significant delay in the economic development of companies. Undoubtedly, promoting and communicating the company's commitments to the responsibility imposed by the external environment helps in retaining and acquiring customers (Berne-Manero and Marzo-Navarro, 2020). However, when companies provide their sustainability reports, they are providing an assessment document, which others will judge, discuss and position, in their minds, their reputation vis-à-vis their competitors (Ali *et al.*, 2017). Considering the importance of sustainability reporting, several authors explore how sustainability reporting can contribute to value creation for organizations and society. Channuntapipat (2021) made an important contribution by analyzing the reliability and transparency of sustainability reports, illustrating how these reports can contribute to increased corporate sustainability actions. Aureli *et al.* (2020) analyzed the reactions of investors and their markets to the relationship between sustainability practices and financial performance. According to Baier *et al.* (2021) misleading communication can take away the credibility of reports, so the authors identified issues that contribute to the development of a format that changes stakeholders' perception of sustainability reports. On the other hand, Ruiz-Barbadillo and Martinez-Ferrero (2020), studied the possibility of the influence of countries, as well as their cultures, in the disclosure made by companies. Finally, Antonio *et al.* (2020) recognized the importance of stakeholder engagement for companies to understand the importance and perception of social, cultural, and political aspects, adopting a transnational approach. There is no doubt about the importance of assessing the different factors of sustainability, however, making this idea concrete is difficult due to the large amount of data and performance measurements (Krajnc and Glavic, 2005).

Yet, there are some gaps in previous research that have been highlighted as opportunities for future investigations. The first suggestion has been directed toward the development of more elaborate theoretical frameworks that allows a more rigorous and accurate analysis (Traxler et

al., 2020). Vieira and Radonjič (2020), suggest changing the method of analysis of the disclosed information, paying more attention to quality rather than quantity, as well as a deep investigation to find mechanisms that facilitate the creation of sustainable value (Manning et al., 2019). According to Mahmood et al. (2018), it is also important to study how to improve sustainable disclosure, to capture organizational value more broadly. Borges et al. (2018), challenged to explore additional factors that can contribute to better accuracy on sustainability disclosure. Finally, Dwekat et al. (2020), reveals the importance of new areas of research for the evolution and development of sustainability reporting, highlighting the importance of report value from a holistic perspective considering different dimensions of firm performance. The systematic literature review aims to analyze the content of the different articles identified through a systematic search (Reimer et al., 2021). This methodology has as its main advantage the possibility of replicating any research conducted, obtaining the same conclusions, thanks to its clear and transparent character (Paoloni et al., 2020). The literature is unanimous when referring to the main objectives of this type of analysis, highlighting the following: understanding the current literature, as well as recommending themes for future research (Anees-ur-Rehman et al., 2016), detecting the main gaps in the literature (Chouki et al., 2020), and identifying strategies present in the various articles analyzed (Shafiq et al., 2020). Accordingly, the sustainability disclosure deserves a similar approach to establish a diagnosis on the research carried out in the past, to evaluate the current paradigm and to settle a basis for future developments and investigation (Bager and Lambin, 2020).

To address these gaps, this document uses bibliometric analysis to identify and systemize the past investigation and trends, the least explored areas of study, managing to identify different areas of investigation. The conclusions that will be presented throughout this study are linked to the nature of research, overcoming all the weaknesses that exist as a consequence of scientific studies, thus offering a careful review of the literature in this field. In this study the main topics are also identified and analyzed, contributing to a deepening of the literature, recognizing the areas and keywords that are related to sustainability disclosure. On the other hand, this article, highlights new research opportunities in this field, mentioning the less explored topics that need to be explored, researched, and analyzed by academicians and practitioners. Based on content analysis from recent literature, this study can also be seen, first, as a contribution to identify key themes for future research, as well as the identification of some gaps in the literature. Secondly, we were able to understand the main practices advocated to help companies improve their sustainability reports. Finally, through the bibliometric maps, we were able to identify the

most abundant themes that indicate to us which topics are most covered and studied by the literature, as well as those to which the research pays less attention and thus are seen as an opportunity for future research.

The article is structured as follows. In chapter two, a theoretical context on sustainability disclosure was elaborated. In chapter three, the methodology adopted in this analysis was described. In chapter four, the results were presented, together with a brief characterization of the literature, identified gaps and future opportunities. Finally, the fifth chapter presented the conclusion on the research elaborated, as well as its contributions and limitations.

1.2. Theoretical background

When we turn to the literature to understand this concept, we can find several definitions for the term sustainability, once besides being a multidimensional concept and with a high degree of complexity, it also aggregates different views, theories, and strategies according to the experience and perspective of those who analyze it (Lintukangas *et al.*, 2019). According to El Mekaoui *et al.* (2020), sustainability is the link between social, economic, and environmental aspects, and is considered a competitive and differentiating element in corporate strategies. Cantele and Cassia (2020), define sustainability as a lifestyle, not as a challenge or obligation. On the other hand, Holt *et al.*, (2020), consider it as a source of value and an opportunity for social and organizational change.

Companies are scrutinized and analyzed based on the results and strategies they adopt, but how they implement them is also a relevant factor (Haney *et al.*, 2020). The literature highlights reforming current production systems, creating more humane and sustainable organizations (Shang *et al.*, 2020), reducing the environmental footprint, developing sustainable projects, and engaging with local communities as a key challenges (Plieninger *et al.*, 2021). Currently, sustainability is understood as a baseline paradigm for an organization's long-term strategy (Nilashi *et al.*, 2019).

Sustainability reporting is a common practice within companies, becoming over the years a mandatory document (Boiral and Heras-Saizarbitoria, 2020) to demonstrate the company's commitment (Di Nauta *et al.*, 2020) to social, environmental, and economic developments (Mion and Adai, 2019). Although a relatively recent instrument (Hamad *et al.*, 2020), these reports still vary considerably in their content and lack the required and necessary rigor (Muslu *et al.*, 2019). This powerful tool allows all stakeholders to track companies efforts and commitments (Wolff *et al.*, 2020), the disclosure of different strategies to achieve desired

results (Corciolani *et al.*, 2020), and an important source of analysis information (Schiehl and Kolahgar, 2021).

These reports can also be seen as a source of connection between the company and other market actors (Orazalin and Mahmood, 2018). According to Masoud and Vij (2020), these should contain two types of content, on the one hand, the factors that influence sustainable disclosure, such as financial performance, management size, and gender diversity, but on the other hand, it is necessary to present mandatory factors, related to the environment, human resources, product and services and the relationship with local communities. Some authors, such as Kouaib *et al.* (2020) stress the importance of women in management positions because the information presented becomes more stable, transparent, and reliable, however, it is also less accurate and clear (Garcia-Sanchez *et al.*, 2019). Torchia *et al.* (2018), argue that companies with a female presence have positive results in the area of corporate innovation. The stakeholder theory is a fundamental tool for the management of companies (Freeman *et al.*, 2021), intending to promote social responsibility and policies as a mean for generating value and for the promotion of business development (Uribe *et al.*, 2018). Companies should recognize the importance of stakeholders by analyzing, integrating, and managing them into the organization's strategies (Quilty and Murphy, 2018). This theory is characterized by a high level of trust, cooperation, and information sharing between both parties (Jones *et al.*, 2018) ensuring long-term organizational survival (Hickman and Akdere, 2019). This decision support strategy (Bendtsen *et al.*, 2021), contributes to correct management, through the exploration of organizational ethics and strategy (Weitzner and Deutsch, 2019), having as main purpose the implementation of strategies and concepts, not remaining only by ideas (Fontrodona *et al.*, 2018).

Currently, the size of the company does not influence the achievement of sustainable objectives, as any person or organization can create value in society, contributing to a more sustainable and beneficial future for future generations (Elkington, 2020). These reports make it possible to communicate effectively with all stakeholders and at the same time seek economic benefits for companies. These benefits can be endless when well exploited, and the following are considered as main points:

1. **Risk management:** this mentality allows us to encompass a set of opportunities that enable a positive impact on society and markets where we operate. According to (S. Cheng *et al.*, 2021), risk management is a philosophy that integrates social, economic, and environmental aspects to manage them properly, safeguarding organizations and communities.

2. **Financial benefits:** companies work hard to achieve financial benefits because they are the ones that guarantee their continuation in the long term, but to achieve them it is necessary to convince and attract people or entities that believe in their policies and strategies. Financial performances and investments tend to increase according to the disclosure and the results that companies present in their reports, but, on the other hand, when it happens it tends to be used as motivation to improve and increase their performance (Wasara and Ganda, 2019).
3. **Better quality:** one of the biggest criticisms of this type of report is the lack of the required quality and, in some cases, the omission of negative aspects that could damage their image and reputation. According to (Reverte, 2020), companies that structure their reports based on standards issued by international organizations tend to achieve better financial benefits.
4. **Image and reputation:** when a consumer thinks of a brand he always associates it with an image and reputation, and even though these are intangible things, they provide a huge competitive advantage (*Martin-Miguel et al.*, 2020). Brands, nowadays, strive to convey a good image to consumers. This perception is changed according to the signals that the company transmits about sustainable aspects (Cowan and Guzman, 2020), increasing its reputation and recognition (Nosratabadi *et al.*, 2020).

The studies conducted are important for companies to understand how markets and societies react to the strategies they are exercising. This increase in awareness and corporate responsibility grew when researchers included this factor in their decisions (Garcia-Sanchez *et al.*, 2019), thus, companies were required to change in their strategies, perspectives, goals, and, above all, mindsets (Bastas and Liyanage, 2019). We can say with some certainty that, nowadays, sustainability is a must for companies (Alsahlawi *et al.*, 2021).

Even if this issue is very controversial (Sampong *et al.*, 2018), corporate social responsibility should not stagnate (Senay and Landrigan, 2018). The literature recommends researching and interpreting the motivations of companies regarding social responsibility activities, as well as their voluntary disclosure (Gavana *et al.*, 2017), and how these can be applied in the long term as an object of future research (Bager and Lambin, 2020). Nowadays, with increasing consumer awareness and support for sustainable products and services, companies have been forced to reinvent themselves to meet this new market demand (Mahmood *et al.*, 2018).

Jacobsen *et al.* (2020) identified that there are four groups of sustainable practices: (1) inspirational and informational practices, (2) productive practices, (3) creative practices and, (4) system-building practices, with these having a positive and immediate effect on organizational reputation and image (Al-Amin *et al.*, 2018), as well as on their financial performance (Manzoor *et al.*, 2019). Sustainability reduces business risk (Lueg *et al.*, 2019),

increasing business opportunities (Kiewiet and Vos, 2007), while above all respecting societies and local communities (Chantziaras *et al.*, 2020).

However, we can still see differences in sustainability reporting between small and large companies. As one would expect, the more reputable companies are more prone to scrutiny from society, however, small companies are now starting to promote corporate responsibility in their strategies, devoting some efforts to combat environmental problems (Chi *et al.*, 2020). The additional pressure seen on large companies can be explained due to the pressure exerted by the media, international organizations and, regulators (Ali *et al.*, 2017).

The theories developed are an important part of the analysis of companies. According to Bhatia and Makkar (2019), when companies start to be listed on the stock exchange they need to meet some requirements, such as the requirement of stakeholders to disclose organizational costs (agency theory), authentically (legitimacy theory) to society (stakeholder theory). In short, knowledge of the different characteristics of markets and stakeholders becomes essential for the formulation of effective communication and marketing strategies (Jung *et al.*, 2020).

The biggest gap identified in these reports is the absence of a general guideline that supports organizations to disclose their information equally and fairly, making it easier to compare and study across companies (Tsalis *et al.*, 2018). However, the GRI guidelines are the ones with standardization of criteria, being adopted by numerous companies (Karaman *et al.*, 2021) to provide information about their environmental (de Villiers and Dimes, 2021) social, and economic (de Villiers and Sharma, 2020) strategies and outcomes. (M. Khan *et al.*, 2020) identified that image and reputation in front of society and stakeholders are the main motivator for their elaboration.

From another perspective, company performance against the ESG indicator has also been a source used in company analysis. ESG encompasses social, environmental, and governmental dimensions (Chiaramonte *et al.*, 2020), with the first two dimensions seen as the most relevant to stakeholders (Qureshi *et al.*, 2020). Regardless of size, structure, or area of operation companies should use this indicator in the medium and long term (Oncioiu, Petrescu, *et al.*, 2020).

Planning, structuring, presenting, and executing a lasting and efficient sustainability strategy is essential for the success and survival of any business. The environmental dimension requires companies to convey an environmentally friendly image by demonstrating their initiatives and projects to protect the environment (Kim *et al.*, 2015). The study developed by Rehman *et al.*,

(2020) proves that shareholders more easily reward companies that communicate their positive and negative results, instead of hiding information that could damage their image.

In addition to the aspects mentioned above, companies are evaluated through indices that analyze and rank companies according to the topics they consider most important (Hehenberger-Risse *et al.*, 2019), as well as perspectives and projects with the future of sustainable development (Slišāne Dzintra *et al.*, 2020). These indices are seen as a pretext for companies to achieve their commitments (Yilmaz *et al.*, 2020), reliably and objectively (Chen *et al.*, 2019), to convey a transparent image, reliability, and truthfulness (Beekaroo *et al.*, 2019). Thus companies that do not care or dismiss the importance of sustainability indexes as a tool to reach out to stakeholders, are considerably disadvantaged against their direct competitors (Ates, 2020).

In short, sustainability reports are still far from the necessary perfection, presenting positive points, but also some imperfections. These shortcomings are studied by the literature to find a way to eradicate them, the ones that stand out are the lack of consistency (Steinhöfel *et al.*, 2019), their complexity (Paun, 2018), the data collection and analysis (Domingues *et al.*, 2017), the low legitimacy (Nazari *et al.*, 2017) and the concealment of negative information occurred during the reporting period (Albertini, 2019). However, the advantages for organizations are also notorious, for example, the strengthening of the image of trust before society and shareholders (Gazzola *et al.*, 2019), the definition of new communication mechanisms (Yāñez *et al.*, 2019), the increase of value organizations (Ting, 2021), and finally, the establishment of a conscious reputation regarding current environmental, social and economic problems (Liao *et al.*, 2017).

1.3. Methodology

The data used for this article came from the Web of Science database, a platform that makes it possible to acquire, analyze and disseminate information about different academic disciplines. Using a search through key terms, this tool automatically generates information related to the studied theme. Through this, we can generate sufficient and credible data to obtain essential information for our research work, based on citations, articles, authors, and departments (Meho and Yang, 2007).

Bibliometric research is a quantitative methodology that allows us to count bibliographic content, using an analysis network based on the most relevant documents, keywords, authors, or journals. Using mapping techniques, these analyzes aim to provide information about the

structure of the network, making it possible to analyze its contents and draw important conclusions for the development of the discipline studied (Waltman *et al.*, 2010). This author also argues that this technique should solve the following problems: (1) identify the main topics covered by the academic literature (2) understand and analyze the different relationships between the most recurrent keywords and themes and (3) discuss their evolution.

The data considered for this article was collected in December 2020, taking years 1900 to 2020 as the study period, where 1.086 results were obtained. The keywords to acquire the study database were: (1) “Sustainability disclosure”, (2) “Sustainability report”, (3) “CSR disclosure”, (4) “Social responsibility report” and, (5) “social responsibility disclosure”, where the topics, titles, abstracts, and keywords were considered. Subsequently, the VOSviewer program was used to build the respective bibliometric maps, classified by authors, articles, and journals (Merigó and Yang, 2017).

The decision to use only one database was considered and ultimately fell on the WoS. From a panoply of good options, WoS is the oldest, widest, and most reliable database in the research world (Birkle *et al.*, 2020). We can justify our decision by the many advantages of the tool, such as the largest record of articles and citations (Repiso *et al.*, 2019), the most authentic and reliable source for research papers (A. S. Khan *et al.*, 2020), the possibility of extracting relevant information (Z. Luo *et al.*, 2020), the delivery of solutions that enable research in emerging areas (Butt *et al.*, 2021), and the international collaboration with cities and world leaders in scientific production and development (Csomos *et al.*, 2020). Other databases were consulted and no relevant additional publications were found.

Therefore, using the software and database mentioned above, these were the analytical standards:

1. In a first instance, research was carried out on the Web of Science, downloading the inventory which contains the cited references, author, title, source, and abstract;
2. In a second instance, within the VOSviewer software, the database was applied and analyzed using the “full counting” method, resulting in the analysis of the titles and abstracts of all documents.

1.4. Results

1.4.1. Evolution and data analysis

The conclusions presented throughout this analysis came from the number of articles and numbers of annual citations, between 1900 and 2020. Figure 1 shows the annual number of

publications made about the term Sustainability Disclosure. Although the first publications were made in the 1900s, only between 2005 and 2021, there was a steady increase in the number of publications done annually.

On the other hand, figure 2, shows the number of citations made annually since 1982. Nevertheless, and similarly to what happens in figure 1, only in mid-2008, there was an increase in citations. The dramatic drop in 2021 is justified by this analysis being made in January of the same year.

Table 1 represents the number of publications and citations for the chosen research field, considering the results of the research sample, the fields of study related to this research are “Environmental Studies”, “Business”, “Management”, “Ethics”, “Economics”, “Engineering Environmental”, among others.

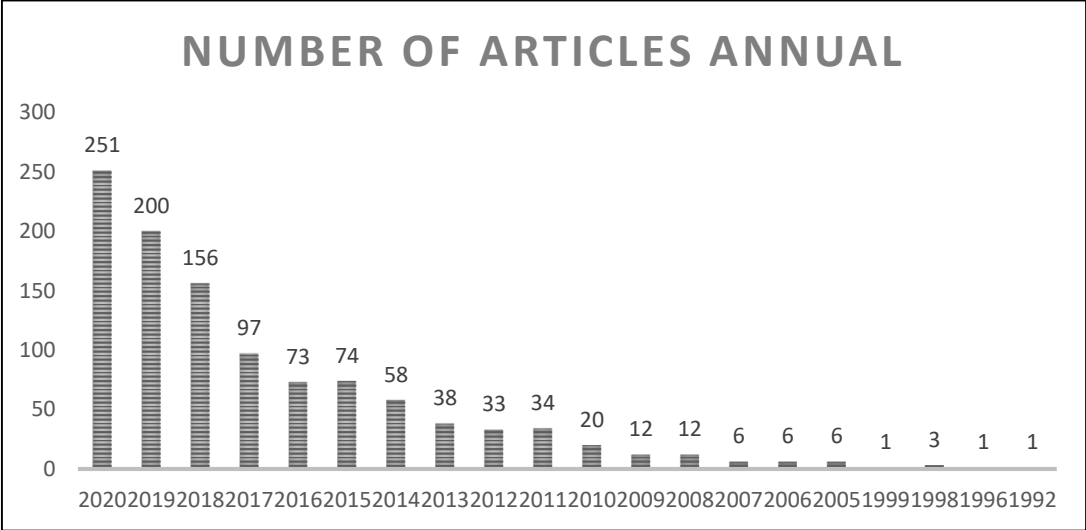


Figure 1: number of articles annual

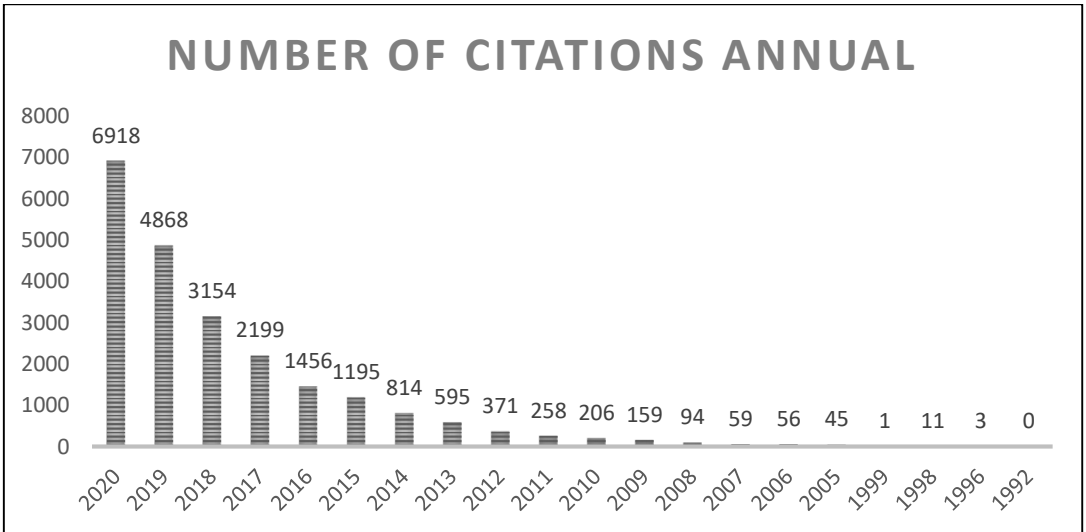


Figure 2: number of citations annual

keywords	number of articles	number of citations
sustainability disclosure OR Sustainability report OR CSR disclosure OR Social Responsibility Report OR Social Responsibility Disclosure OR	1,086	10,634

Table 1: General research data of number of articles and citations

Analyzing table 1, it is possible to conclude that there are 1,156 articles and 10,634 citations on Sustainability Disclosure. Compared to other bibliometric analyses, both the number of articles and the number of citations are considerably lower.

After obtaining all the necessary information, using the VOSviewer software and working with the “full counting” method, with a minimum number of seven entries for each term, and after the exclude of the “thesaurus terms”, 162 items were obtained that were analyzed to verify where there was a higher density of clusters and the relationship between the various items (figure 3).

In figure 3, six main clusters can be highlighted. The first one comprises thirteen study areas, the second aggregates ten study areas, the third and fourth seven sets of study areas, the fifth six areas and the sixth eight study areas. In total, it is identified fifty-one possible areas of investigation. Among the areas of study identified, are mentioned the following areas with more incidents: “Social Responsibility Disclosure”, “Social Responsibility Report”, “Agency Theory”, “assessment”, “firm value”, “Board Size” and “Empirical Result”. Regarding the more distant fields, we can highlight: “corporate transparency”, “forecast accuracy”, “family firm”, “esg disclosure”, “women director”, “sme” and “biodiversity”.

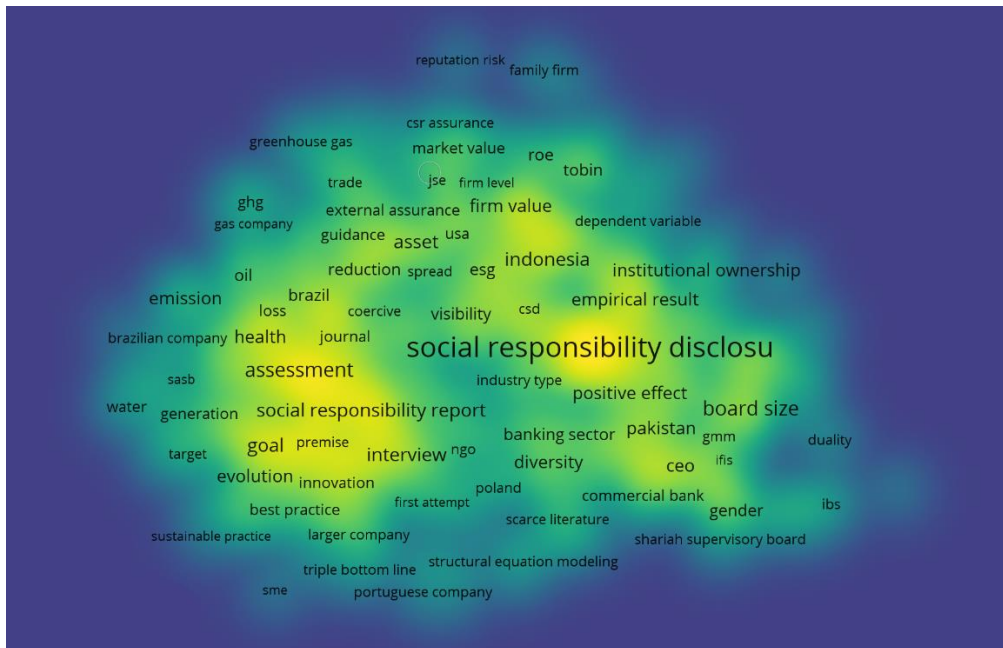


Figure 3: Density of the most relevant areas of study

1.4.2 Sustainability Disclosure: publications and intellectual knowledge

Table 2 summarizes the most cited and relevant scientific publications for the terms mentioned above. Purani *et al.*(2014) stated that in 10 well-ranked marketing journals, only 2% of these articles were dedicated to the theme of Sustainability. This subject has entered the debate and learning of several disciplines and marketing is no exception. However, what is meant by sustainability, inside and outside of marketing, is still questioned (Connelly, 2007). The most worrying thing is the little exposure that this theme presents, revealing a lack of interest of periodicals in publishing articles on this theme (Purani *et al.*, 2014). In an analysis developed by Gamerschlag *et al.* (2011), which encompasses the reports provided by the companies, it is possible to assume that: (1) companies integrate CSR aspects in their improved (annual/financial) reports, (2) companies provide this data in financial, environmental, social and human capital reports and (3) companies can use various media, such as press releases, to disseminate this information.

In recent times, the number of companies that defend, respect, and act towards the goal of becoming more sustainable has increased. Literature and academic studies have also followed this growth, however, understanding what it means or how to achieve it has been a huge challenge (Mariadoss *et al.*, 2011).

Author	Journal	Title	Year	Citation
Dhaliwal <i>et al.</i>	Accounting Review	"Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: the initiation of corporate social responsibility reporting"	2011	900
Roberts	Accounting, Organizations and society	"Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory"	1992	846
Neu <i>et al.</i>	Accounting, Organizations and society	"Managing Public impressions: Environmental disclosures in annual reports"	1998	691
Dhaliwal <i>et al.</i>	Accounting Review	"Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: international evidence on corporate social responsibility disclosure"	2012	466
Maya	Journal of business Ethics	"Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms"	2009	410
Cowen <i>et al.</i>	Accounting organizations and society	"The impact of corporate characteristics on social Responsibility disclosure – a typology and frequency – based analysis"	1987	394
Khan <i>et al.</i>	Journal of business ethics	"Corporate Governance and Corporate Social Responsibility disclosures: evidence from an emerging Economy"	2013	330
Cho <i>et al.</i>	Accounting organizations and society	"The language of US corporate environmental disclosure"	2010	303
Branco and Rodrigues	Journal of business ethics	"Factors influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies"	2008	284
Baumgartner and Ebner	Sustainable development	"Corporate sustainability Strategies: sustainability profiles and maturity levels"	2010	272
Brammer and Pavelin	Journal of business finance and accounting	"Voluntary environmental disclosures by large UK companies"	2006	268
Gamerschlag <i>et al.</i>	Review of managerial Science	"Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany"	2011	267
Michelon and Parbonetti	Journal of management and governance	"The effect of corporate governance on sustainability disclosure"	2012	238
Holder-Webb <i>et al.</i>	Journal of business ethics	"The supply of corporate social responsibility disclosures among US firms"	2009	235
Said <i>et al.</i>	Social Responsibility Journal	"The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies"	2009	216
Prado-Lorenzo and Garcia-Sanchez	Journal of business ethics	"The role of the board of directors in disseminating relevant information on greenhouse gases"	2010	208
Cho <i>et al.</i>	Accounting organizations and society	"Organized hypocrisy, organizational facades, and sustainability reporting"	2015	204

Author	Journal	Title	Year	Citation
Michelo <i>et al.</i>	Critical perspectives on accounting	“CSR reporting practices and the quality of disclosure: an empirical analysis”	2015	203
Ghazali	Corporate governance – the international journal of business in society	“Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: some Malaysian evidence”	2007	198
Jizi <i>et al.</i>	Journal of business ethics	“Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: evidence from the US banking sector”	2014	196

Table 2: Top 20 most cited scientific articles on sustainability disclosure

Figure 4 shows the areas with the highest density and their relationship with the fields of study, helping to identify the most important clusters and the areas where there are more studies. On the other hand, the topics that are not being studied the most by researchers can also be analyzed with the information given in figure 4. After using the filter for the keywords “Sustainability Disclosure”, “Sustainability report”, “CSR disclosure”, “Social Responsibility Report” and “Social Responsibility Disclosure” in the Web of Science, the data was uploaded to the VOSviewer software, including the titles and summaries, using the “binary counting” method.

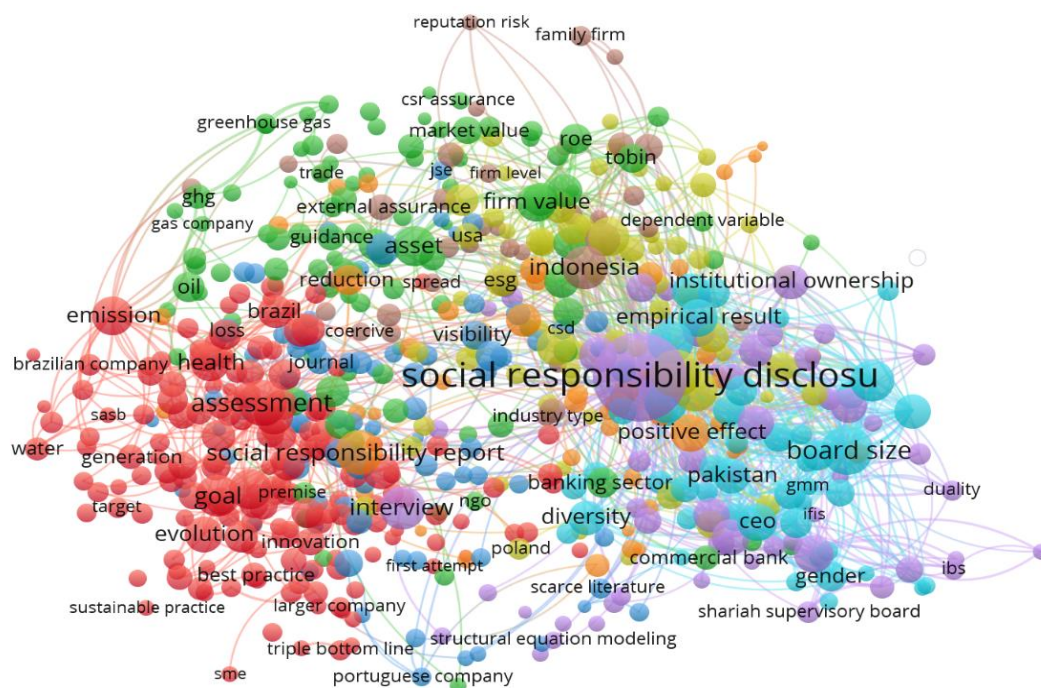


Figure 4: Map of relations around “Sustainability Disclosure” keywords

According to figure 4, some areas are decentralized, thus corresponding to areas that do not have several studies and that correspond to an opportunity for future research. It is plausible to identify themes such as “corporate transparency” and “forecast accuracy” as a motto of study for the inconsistent form and, in some cases, with the omission of negative factors that can

damage the image of the organization, as well as the weak analysis of companies in the disclosure or forecast of results. In a second analysis, the “family firm” can be the target of study due to their scare concern for this topic, due to the weak demand and control towards them, but also the lack of resources to promote sustainability in their practices. “Esg disclosure”, “women director”, “sme” and “biodiversity” are themes that we also identified as opportunities for future research.

After the analysis of the most quoted terms, another perspective was considered. Table 3 shows the most cited authors for the keyword of “Sustainability Disclosure”. The results presented show the Garcia - Sanchez, IM. Is the main reference, followed by authors such as Martinez-Ferrero, J., Gallego-Alvarez, I., De Villiers, C., Patten, DM., Ntim, CG., Cho, CH., Schaltegger, S., Darus, F., Hussainey, K., Guthrie, J., Maroun, W., Michelin, G., Boiral, O., Branco, MC., Pucheta-Martinez, MC. and Cormier, D.

Ranking	Author	Citations	Documents
1	Garcia-Sanchez IM.	96	23
2	Martinez-Ferrero, J.	50	15
3	Gallego-Alvarez, I.	41	7
4	De Villiers, C.	40	8
5	Patten, DM.	32	11
6	Ntim, CG.	31	4
7	Cho, CH.	28	7
8	Schaltegger, S.	28	1
9	Darus, F.	26	5
10	Hussainey, K.	26	6
11	Guthrie, J.	25	1
12	Maroun, W.	25	3
13	Michelon, G.	25	8
14	Boiral, O.	24	1
15	Branco, MC.	24	5
16	Pucheta-Martinez, MC.	24	11
17	Cormier, D.	23	2
18	Cuadrado-Ballesteros, B.	22	2
19	Magnan, M.	21	2
20	Yusoff, H.	21	6

Table 3- Top 20 most cited authors for “Sustainability Disclosure” keywords

Table 4 shows the countries that produce the most articles on this topic. The seven main countries, in descending order, are: (1) USA, (2) China, (3) Spain, (4) England, (5) Australia, (6) Italy and, (7) Malaysia.

Ranking	Country	Citations	Documents
1	USA	1,298	128
2	China	1,218	111
3	Spain	1,005	135
4	England	971	99
5	Australia	945	95
6	Italy	689	89
7	Malaysia	493	69
8	Canada	426	36
9	Germany	351	31
10	India	325	36
11	France	310	34
12	Brazil	294	58
13	Indonesia	232	59
14	Netherlands	226	16
15	New Zealand	221	35
16	Portugal	206	33
17	South Africa	192	30
18	Romania	190	9
19	South Korea	183	15
20	Pakistan	167	28

Table 4 – Top 20 countries with the largest number of articles

On the other hand, table 5 presents the top 20 most cited newspapers for the chosen terms of the analysis. The newspaper “Sustainability” is by far the most cited, with a difference of 214 citations when compared with number two in the ranking, the “Journal of Cleaner Production”. Other important journals are “Journal of Business Ethics”, “Corporate Social Responsibility and Environmental Management”, “Business Strategy and the Environmental” and “Social Responsibility journal”.

Ranking	Source	Citations	Documents
1	Sustainability	690	80
2	Journal of Cleaner Production	476	37
3	Journal of Business Ethics	431	51
4	Corporate Social Responsibility and Environmental management	369	56
5	Business Strategy and the Environmental	257	18
6	Social Responsibility Journal	214	52
7	Accounting Auditing Accountability Journal	172	12
8	Sustainability Accounting Management and Policy Journal	131	39
9	Meditari Accountancy Research	105	15
10	Accounting and Finance	91	9
11	Journal of Business Research	74	7
12	Accounting Forum	66	5
13	Management Decision	65	8
14	Business Society	52	5
15	Journal of Asian Finance Economics and Business	51	13
16	Business Ethics a European Review	50	5
17	International Journal of production Economics	49	2
18	Journal of Intellectual Capital	49	2
19	Managerial Auditing Journal	49	7
20	Journal of Applied Accounting Research	49	7

Table 5- Top 20 most cited journals on "Sustainability Disclosure"

To finalize the analysis of the results obtained, we characterize the clusters obtained in table 6, displays the most relevant clusters. In the first observation, we concluded that the first cluster has 25 items, the second 19 items, the third 9 items, the fourth 10 items, the fifth presents 13 items and, finally, the sixth has 10 items.

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6
25 itens	19 itens	9 itens	10 itens	12 itens	10 itens
Adherence	Analyst Forecast accuracy	Corporate image	Banking industry	Agency theory	Board characteristic
Assessment	Asset	Corporate sustainability image	Community involvement	Audit committee	Board diversity
Brazil	Bangladesh	Corporate website	Csr disclosure level	Bursa Malaysia	Board Size
Competitive Advantage	Banking sector	Csr communication	Csr disclosure practice	Companies annual report	Ceo
Corporate Sustainability	Bloomberg	Large company	Disclosure score	Corporate governance Character	Ceo duality
Corporate Sustainability Index	Carbon disclosure Project	Manufacturing company	Esg	Corporate governance mechanism	Diversity
Economic performance	Content analysis	Social responsibility information	Esg disclosure	Csr	Empirical result
Emission	Technique	South Africa	Financial leverage	Duality	Gender diversity
Energy	Equity	Visibility	Independent director	Earning management	Panel data
Environmental impact	Legislation		Ownership	Institutional ownership	Women director
Environmental sustainability	Market participant			Islamic bank	
Evaluation	Market performance			Social responsibility disclosure	
Evolution	Oil				
Goal	Provider				
Gri guideline	Roa				
Health	Roe				
Innovation	Sensitive Industry				
Performance indicator	Tobin				
Recognition					
Social issue					
Sustainability indicator					
Sustainability practice					
Sustainability Strategy					
Water					
Waste					

Table 6- most relevant clusters on “sustainability disclosure”

From a general perspective, table 6 indicates the six clusters that can be considered at the intersection between literature and sustainability disclosure. Cluster 1 presents indices and practices crucial for assessing corporate performance. Cluster 2 highlights the importance of sustainability in financial performances. Cluster 3 highlights the importance of sustainability to influence and enhance corporate image and reputation. Cluster 4 highlights the importance of sustainable disclosure practices as a way to create value for all stakeholders. Cluster 5 and 6 demonstrate the importance of theories and characteristics of organizational structures in developing the most transparent and efficient sustainability reporting.

The next step consisted in a more in-depth and individualized analysis of these clusters. In cluster 1, it is possible to observe factors that are directly related to sustainable index and practices, namely: “corporate sustainability index”, “economic performance”, “emission”, “environmental aspect”, “environmental impact”, “environmental sustainability”, “evaluation”,

“evolution”, “goal”, “performance indicator” and “sustainability practices”. The literature reveals that companies cannot work isolated, ignoring the environment that surrounds them. For a company to show its value, it is not enough to show financial results at the end of the year, as an indicator of organizational sustainability. Considering increasingly demanding stakeholders, companies must seek to capture value more fully through indicators related to the different dimensions of the business: environmental, social, and economic. Through a more comprehensive, informed, and transparent report, it will be possible to demonstrate unequivocally the value delivered by the organization, attracting investors and achieving the necessary social legitimacy to operate.

Cluster 2 shows the importance of sustainability for financial performance, using expressions such as: “analyst forecast accuracy”, “asset”, “carbon disclosure”, “equity”, “market performance”, “roa”, “roe” and “tobin”. The literature argues that there is a strong relationship between sustainable practices and the financial performance of companies. The combination of financial and non-financial aspects is a powerful source to assess the competencies and viability of a company (Oncioiu, Popescu, *et al.*, 2020). Today, companies need to relate sustainability and their financial performance effectively and accurately. One of the gaps presented by the literature is the poor accuracy of the data provided, so companies must expend their efforts to improve this disclosure.

Cluster 3 reveals the importance of sustainability for the “corporate image” and “corporate sustainability image”. It can be highlighted terms, such as: “corporate website”, “csr communication”, “social responsibility information” and “visibility”. These reports also allow society to build an image of the company based on its practices, results, and disclosure. The reputation of a brand is the most important and precious value that companies must guard and conquer, it allows them to transmit their values and customs to stakeholders, how they differ from their competitors, and is also as a source of attracting and retaining talent. Thus, according to Petrescu *et al.* (2020), sustainability becomes essential to promote the company and, on the other hand, strengthen its image before consumers, researchers, and potential stakeholders.

In cluster 4, it's recognizable the importance of “csr disclosure practice” and “csr disclosure level” for value creation by companies toward their stakeholders. CSDR is considered a means of reconciling corporate objectives with ethical and social purposes (Riyadh *et al.*, 2019). However, the quality of sustainability reporting is still low (Zrnić *et al.*, 2020) and although the GRI guidelines are considered important to change this, they are not put into practice (Diouf and Boiral, 2017).

Cluster 5 displays the research regarding the knowledge area and characteristics of corporate governance, showing that academics are engaged on this subject, namely through “agency theory” and “institutional ownership, as well as “corporate governance character”, “corporate governance mechanism” and “ownership concentration”. Literature has an added importance for companies. Through it, it is possible to identify strategies and trends, as well as what researchers and academics advocate in their studies. With the theories developed it allows managers to discuss and define their strategies based on a reliable, safe, and effective source. Hussain et al. (2018), defend the claims made by the theories, namely “agency theory” and “stakeholder theory”, which argue that a independent board and more frequent CSR committee meets, will provide results and control over environmental and social disclosures.

Finally, cluster 6 is related to the characteristics/structures of managers related to the organizations, noting: “board characteristics”, “board diversity”, “board size”, “decision making process”, “gender diversity”, and women director”. The characteristics that make up the executive and sustainability departments are decisive to improve sustainability reporting. When there is a diversity of cultures, ages, experiences and gender the disclosure of the business dimensions (environmental, social, and economic) will be more comprehensive, correct, and transparent. As studied by the literature, the inclusion and increase of women in decision-making positions has been a positive point in the quality of disclosure.

In this last approach, a more rigorous investigation was conducted on the articles between 2018 and 2020, to collect more updated and accurate information on the gaps and opportunities in the literature. Thus, and through table 7, it is possible to extract the most important aspects of the 20 most cited articles between 2018 and 2020. In this set of articles, we can identify two important aspects: (1) the gaps in the literature, i.e., issues that the authors recognize as a gap in the literature, where their article provides important methodologies, insights, and conclusions for a given theme; and, (2) the authors also recognize, usually at the end of their articles, opportunities that require further in-depth and rigorous research, to enrich the literature.

Given the above, the main gaps identified refer us to a study of the independent variables that influence sustainability reports, as well as their relationship with the company and impacts on the market:

1. Individual analysis of the three dimensions of corporate sustainability (Hussain *et al.*, 2018);
2. Study extended to developing countries (Katmon *et al.*, 2019);
3. Impact of CSR reporting on creating authority in the market (Michelon *et al.*, 2019);

4. Influence of independent board characteristics on quality in corporate disclosure (Fernandez-Gago *et al.*, 2018);
5. Relationship between non-financial reporting and the value the firm acquires (Taylor *et al.*, 2018)

On the other hand, when this set of authors talks about future research, we can highlight four main areas:

1. study focused on different characteristics of boards of directors, to draw more detailed and precise conclusions (Cucari *et al.*, 2018);
2. Research extended to the number of organizations, but also to the time interval considered (Pistoni *et al.*, 2018);
3. Individual study on the different dimensions that make up sustainability reports (Bae *et al.*, 2018);
4. Examination of the main business factors that influence sustainability reporting (Zhang *et al.*, 2019);

Author	Journal	Title	Gaps	Suggestions for future investigation
Hussain <i>et al.</i>	Journal of business ethics	"Corporate governance and sustainability performance: analysis of triple bottom line performance"	Thorough analysis addressing the three dimensions of corporate sustainability	Study of other elements of corporate governance, such as the frequency of board meetings and social performance
Chen <i>et al.</i>	Journal of accounting and economics	"The effect of mandatory CSR disclosure on firm profitability and social externalities: evidence from china"	Comparison between mandatory CSR reporting and non-mandatory reporting	No recommendations for future research
Cucari <i>et al.</i>	Corporate social responsibility and environmental management	"Diversity of board of directors and environmental social governance: evidence from Italian listed companies"	Investigating government variables that affect corporate disclosure	Enclose more specific information, studying in detail the characteristics of the organizational structures
Platonova <i>et al.</i>	Journal of business ethics	"The impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: evidence from the GCC Islamic banking sector"	Relationship between CSR and financial performances of Islamic institutions	No recommendations for future research
Bae <i>et al.</i>	Sustainability	"A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: a signaling theory perspective"	Cross-cutting analysis on sustainable disclosure and its effect on corporate governance	Individual study and analysis of the social, environmental and economic aspects
Katmon <i>et al.</i>	Corporate social responsibility environment management	"Comprehensive board diversity and quality of corporate social responsibility disclosure: evidence from an emerging market"	Study with evidence for developing countries as well as emerging economies	Supplementary study for each of the characteristics of the board of directors
Pistoni <i>et al.</i>	Corporate social responsibility environment management	"Integrated reporting quality: an empirical analysis"	Assessment of the quality of reports issued by the companies	Increase the number of companies studied, as well as the time interval in which they are carried out
Zhang <i>et al.</i>	Journal of cleaner production	"Drivers, motivations, and barriers to the implementation of corporate social	Systematic research on CSR in order to identify the motivations of companies in its disclosure	Study on the factors influencing corporate sustainability reporting

Author	Journal	Title	Gaps	Suggestions for future investigation
		responsibility practices by construction enterprises: a review		
Mahmood <i>et al.</i>	Sustainability	"Does corporate governance affect sustainability disclosure? A mixed methods study"	Relationship between corporate management and corporate sustainability in Pakistan's context	Increase the number of interviews in quantitative studies so that the results are more rigorous and real
Fernandez-gago <i>et al.</i>	Corporate social responsibility environment management	"Independent directors 'background and CSR disclosure"	The influence of independent boards on CSR disclosure	Analysis of other characteristics that explain the positive effect of independent boards on CSR disclosure
Mura <i>et al.</i>	International journal of management reviews	"The evolution of sustainability measurement research"	General literature review on sustainability measurement	Direct the focus of the analysis on more specific and distinct activities in the reporting process, such as information gathering, analysis, and communication
Gong <i>et al.</i>	Journal of business ethics	"On the value of corporate social responsibility disclosure: an empirical investigation of corporate bond issues in china"	Analyzing the Relationship between the Quality of CSR Reporting and Bond Costs in China	No recommendations for future research
Taliento <i>et al.</i>	Sustainability	"Impact of environmental, social, and governance information on economic performance: evidence of a corporate 'sustainability advantage' from Europe"	Analytical study on non-financial dimensions	More detailed analysis on different markets, periods and alternatives to ESG
Cabeza-Garcia <i>et al.</i>	European management review	"Do board gender diversity and director typology impact CSR reporting"	Study quantitatively and qualitatively the influence of gender on CSR disclosures	Expansion of the analysis to an international level, as social, economic, and political structures tend to vary from country to country
Taylor <i>et al.</i>	Corporate social responsibility environment management	"Are corporate social responsibility (CSR) initiatives such as sustainable development and environmental policies value enhancing or window dressing?"	Research on voluntary disclosure of non-financial data and its value to the company	Deepening understanding of documentation, reporting, and interpretation of management in ESG practices

Author	Journal	Title	Gaps	Suggestions for future investigation
Wang <i>et al.</i>	Journal of business ethics	"Mandatory corporate social responsibility (CSR) reporting and financial reporting quality: evidence from a quasi-natural experimental	Impact of mandatory CSR reporting on the quality of financial reporting	Study of CSR reports in the different markets to complement the findings
Beck <i>et al.</i>	Australian Journal of management	"CSR disclosure and financial performance revisited: a cross-country analysis"	Relationship between CSR and financial performance	Extension of this study to other time periods, as a form of business orientation
Hussain <i>et al.</i>	Corporate social responsibility environment management	"Does it pay to be sustainable? Looking inside the black box of the relationship between sustainability performance and financial performance"	Relationship between sustainable performance and disclosure in financial performances	Alternative research and different methods of data collection to obtain new data on the characteristics of boards of directors
Muttakin <i>et al.</i>	Journal of business ethics	"The effect of board capital and CEO power on corporate social responsibility disclosures"	Effect of the human variable on CSR disclosure	Alternative research and different methods for data collection, in order to obtain new data about the characteristics of administrative councils
Michelon <i>et al.</i>	European accounting review	"Creating legitimacy for sustainability assurance practices: evidence from sustainability restatements"	Assurance of sustainability reports in the creation of notoriety in the market	Concentration of the studies on countries where the reports have a longer mandate, as well as an understanding of the importance of the environment in influencing different perceptions

Table 7- Top 20 most cited articles on Sustainability Disclosure and content analysis (2018-2020)

1.5. Conclusion

1.5.1. Discussion

This study contributes to strengthening existing research, providing information on the subject, and identifying trends, gaps, and research opportunities, through the collection and content analysis of the most recent (Garcia-Gonzalez and Ramirez-Montoya, 2019) and cited articles published on sustainability disclosure (Liu et al., 2019).

At this point, it is clear that societies play an important role in corporate strategies and consequent corporate disclosures (Machado *et al.*, 2021), namely on financial information (Al-Shaer, 2020), environmental information (Alda, 2019), social information (H. T. T. Pham *et al.*, 2020), and information about the products and services provided (Siri and Zhu, 2019).

With the increasing importance of sustainability reports, companies are increasingly gathering and devoting some efforts to develop them transparently and rigorously (Xiao and Shailer, 2021). However, the literature recognizes that the biggest gap exists in the absence of a global model for writing and structuring sustainability reports (Garcia-Torea *et al.*, 2020). Though, the consistent and truthful drafting of these reports entails positive repercussions for organizations (Trireksani *et al.*, 2021), such as thriving the company's long-term strategy (Maria Garcia-Sanchez *et al.*, 2019), developing the company's image and reputation (Ahsan and Qureshi, 2021), financial benefits (Nair *et al.*, 2019), reducing the risk of management (F. Ullah *et al.*, 2021), among others. Thus, we can conclude, that today, sustainability is paramount to the success and survival of companies (Jindřichovská *et al.*, 2020). This investigation was also important to study in a global perspective the main positive and negative points that the literature recognizes in sustainability reporting.

On the other hand, we also found some variables that influence the quality and transparency of the different types of sustainability reports, such as the presence of women in management (Giron *et al.*, 2020), the role and constitution of boards of directors (Naciti, 2019), and the size of the company (Tyas and Khafid, 2020).

Other contributions can also be discussed. Firstly, the term "social responsibility disclosure" is the main keyword used when referring to studies on "sustainability disclosure". Secondly, the interpretation of the increase in the number of articles published on the subject deserves to be highlighted. Considering the last 10 years, the volume of publications increased approximately

1255%, having registered 20 published articles in 2010 and reaching 251 articles in 2020, thus reinforcing the trend in this field of research.

Thirly, this study provides an analysis of the main journals, authors, institutions, and keywords, revealing that: (1) the literature on sustainability disclosure grows significantly over the years, (2) only three papers have more than 500 citations, (3) the USA and China are the countries with the highest number of citations and, finally, (4) the “Sustainability” journal stands out from the rest both by the number of papers and the number of citations.

Finally, this research provides an analysis of the most recent and relevant content present in the WoS database, exploring more popular research areas and topics. Throughout the paper, we can also identify some gaps in the research field, which in the authors' opinion serve as a motto for future research, such as an individualized study of other characteristics that influence sustainability reporting (Hussain *et al.*, 2018) and broader and deeper study in both numbers of companies and periods (Taliento *et al.*, 2019).

1.5.2. Contributions

With this pioneering approach, we have demonstrated the importance of literature review by identifying new fields of research analysis within the scope of sustainability disclosure. Our study aims to highlight this research area: firstly, we were able to identify the rapid progress in the investigated topic; secondly, we identified the most relevant themes to the literature, as well as its gaps and suggestions for further research, thus presenting opportunities and priorities for future research, where we highlight the following:

1. Study of other characteristics of boards of directors, based on individual and more detailed analysis;
2. Extend the number of companies and their period of analysis;
3. Individualized the study of the different components of a sustainability report;
4. Study other countries, not resorting to the usual ones, namely, those considered to be the most powerful and with the best companies in the world;

On a final note, we express the literature's appeal for the development of this theme, calling for a better and greater application of the concepts discussed, namely through the creation of a base model for sustainability reports, making them more homogeneous and consequently demanding greater rigor and transparency in their communication.

1.5.3. Limitations

The first limitation identified was the inclusion of results obtained until the end of 2020, when the database for this article was collected. Future research could include more recent data providing a more up-to-date and comprehensive analysis. The use of bibliometric analysis based on technical decisions, such as the choice of research fields, may omit relevant data and documents for the development of more rigorous analysis. Although other databases were consulted, the exclusive use of the Web of Science platform is also recognized as a limitation. The multisource method compares different databases, and it is possible to obtain an overview of the research, including different perspectives and analysis present in the different databases. On the other hand, by considering only high-quality papers, we excluded other sources of information, such as conferences, book chapters, or dissertations, that could provide key information for future research trends. Finally, a bibliometric analysis provides a merely descriptive analysis and may lack content so that the results and implications drawn in this paper are more comprehensive, rigorous, and detailed.

Parte II: Estágio

2. Estágio

O estágio curricular na EDP – energias de Portugal, teve início a 15 de dezembro de 2020 até 22 de abril de 2020, data de conclusão das 750 horas estipuladas no protocolo estabelecido, sendo realizado em regime de teletrabalho. Não tendo ocorrido nenhum imprevisto nem nenhuma alteração, as tarefas que foram estabelecidas no início do estágio foram cumpridas dentro dos prazos previstos.

2.1. Descrição da empresa de acolhimento

A EP- Eletricidade de Portugal, atualmente EDP – Energias de Portugal, foi fundada no verão de 1976, através da fusão de 13 empresas do setor elétrico português, tais como, Aliança Elétrica do Sul (olhão), Sociedade Elétrica do Oeste (Lisboa), Companhia Elétrica das Beiras (Coimbra), Hidroelétrica Portuguesa (Porto), entre outras. Esta fusão teve como principal objetivo chegar ao maior número de portugueses, estendendo desta forma este bem essencial a todo o território português, pois era a única empresa do setor.

Durante a década de 80, a EDP pretendeu alargar a sua rede distribuição para zonas menos acessíveis e com menos densidade populacional. Com esta estratégia, foi possível fixar as populações nas diferentes cidades, criando ao mesmo tempo capacidade atrativa para as empresas locais. O grupo cumpriu com as suas expectativas, atingindo, em 1980, 77% do território português.

Na década de 90, é alterado o estatuto jurídico da EDP, tornando-a uma sociedade anónima. No entanto, em 2005, e após quatro fases de privatização, tornar-se-ia uma sociedade privada, atingindo os 79% do capital. Após esta conquista, surge a atual EDP – energias de Portugal.

O início do processo de internacionalização também marcou a década de 90. Em 1996, com a entrada no mercado brasileiro, a EDP alarga a sua área de atuação, expandindo os seus serviços para um mercado com uma dimensão e atratividade elevada. Mais tarde, no ano de 2001, inicia o seu segundo processo de internacionalização para o mercado espanhol, assumindo-se como o maior operador da península ibérica. Nos dias de hoje, está presente em 19 países, com mais de 11.700 funcionários de 44 nacionalidades diferentes.

A atividade do grupo EDP está presente em duas grandes atividades, na cadeia de valor da eletricidade e na comercialização de gás natural. Analisando a cadeia de valor da eletricidade, podemos destacar 4 fases: (1) **produção:** a energia produzida é proveniente de fontes renováveis (água, vento e sol) e fontes não renováveis (carvão, gás natural, nuclear e cogeração), (2) **transmissão:** a energia produzida é, posteriormente, entregue à rede de

transporte, (3) **distribuição**: a energia que foi transportada é conduzida para a rede de distribuição, onde a energia chega às subestações, pontos de transformação, instalações de iluminação pública, ligações às instalações consumidoras e centros electroprodutores e (4) **comercialização**: quando a energia chega ao posto de abastecimento é comercializada.

Por fim, dentro do grupo EDP podemos destacar quatro empresas que trabalham ativamente para a obtenção de resultados alinhados com a cultura organizacional:



Figura 5 – Logotipo da E-redes
Fonte: Google



Figura 6 – Logotipo da EDP renováveis
Fonte: Google



Figura 7 – Logotipo da EDP Comercial
Fonte: Google



Figura 8 – Logotipo da Fundação EDP
Fonte: Google

No ano de 2000, foi fundada a EDP distribuição com o intuito de garantir o fornecimento de eletricidade para todos os consumidores, com qualidade, segurança e eficiência. Em 2013, foi reconhecida pelo DJIW como líder do setor. A 29 de Janeiro de 2021, houve uma reformulação estratégica passando a denominar-se como “E-redes”

Fundada em 2007, e com sede em Madrid, a EDP renováveis é líder mundial do setor, com o intuito de manter e aumentar a matriz de oferta em soluções de energia renováveis. Atualmente, as atividades incluem parques eólicos e atividades hídricas, bem como a exploração de oportunidades tecnológicas fundamentais para a inovação.

Devido à liberalização do mercado energético, em 1999, a EDP posicionou-se neste através da EDP comercial para a distribuição e comercialização de energia. Através de um portefólio direcionado para clientes particulares e empresariais, pretende apoiar o desenvolvimento sustentável.

O compromisso com o desenvolvimento das comunidades e culturas locais deu origem à Fundação EDP, em 2004. Os valores que a marca defende, estabelecem o envolvimento duradouro com os seus consumidores e parceiros estratégicos, estimulando a criatividade e a revelação dos talentos.

2.2. Visão, valores e compromissos

A estratégia da EDP é sustentada em três pilares condutores e fundamentais para o seu sucesso: a visão, os valores e o compromisso. Em primeiro lugar, a visão do grupo é simples e objetiva, sendo uma empresa de energia a nível global, tem em vista a criação de valor através da inovação e sustentabilidade. Em segundo lugar, os valores são a estrutura de uma empresa. A EDP identifica 4 valores fundamentais para a sua forma de atuação perante as diversas partes interessadas, são elas:

1. **Confiança** perante os seus acionistas, clientes fornecedores e outros stakeholders.
2. **Iniciativa** manifestada pelos colaboradores através dos seus comportamentos e atitudes.
3. **Inovação** na criação de valor para as diferentes áreas de atuação.
4. **Sustentabilidade** com a finalidade de melhorar a qualidade de vida das atuais e futuras gerações.

Por fim, os compromissos e obrigações que a empresa assume são fulcrais para o sucesso da estratégia global da EDP. O primeiro compromisso são as pessoas através da conduta ética e do trabalho em equipa entre todos os colaboradores, promovendo as suas competências e reconhecendo o seu mérito. De seguida, os clientes também são um compromisso, colocando-os no centro de todas as decisões, ouvindo, respondendo às suas necessidades e desejos. Em terceiro lugar, a sustentabilidade que se assume como um dever de todo o grupo, na responsabilidade social e ambiental que resultam no desenvolvimento de projetos que promovem a eficiência energética de forma sustentável. Em último lugar, mas não menos importante, os resultados são importantes para qualquer organização. Com a excelência e capacidade de execução, alcançam resultados transparentes e duradouros.

2.3. A sustentabilidade no grupo EDP

Sendo o meu estágio realizado na área da sustentabilidade no departamento comercial da EDP, decidi dedicar um ponto do meu relatório para a descrição do posicionamento da empresa face a esta temática.

A EDP tem a sua responsabilidade social definida e direcionada para a preocupação com a sociedade e o meio ambiente. A sua ação no mercado energético e social tem 4 objetivos fundamentais: (1) desenvolver uma sociedade eficaz e eficiente, (2) promover os Direitos Humanos e a inclusão social, (3) incentivar as atividades de voluntariado por parte dos seus colaboradores e (4) desenvolver programas educativos.

O posicionamento e a atuação da empresa definem a sua transparência e responsabilidade perante os seus stakeholders, sendo estas, baseadas em oito pilares fundamentais:

- **Princípio 1 - valor económico e social:** criar valor para todos os acionistas, aumentando de forma eficaz a utilização dos recursos disponíveis, com o intuito de melhorar constantemente a sociedade.
- **Princípio 2 - ecoeficiência e proteção ambiental:** promover a utilização de fontes de energias renováveis e tecnologias energéticas.
- **Princípio 3 - inovação:** promover a inovação e criatividade através de novas oportunidades e melhoria dos processos
- **Princípio 4 – boa governação:** cumprir a legislação e respeitar os Direitos Humanos.
- **Princípio 5 – transparência e diálogo:** garantir o relacionamento aberto e de confiança com todos os stakeholders, através dos canais de consulta e comunicação.
- **Princípio 6 – Capital Humano e diversidade:** melhorar as condições de trabalho, desenvolver as capacidades de todos os colaboradores, reconhecer o seu mérito e promover a integridade e o trabalho de equipa.
- **Princípio 7 – Acesso à energia:** promover o acesso à energia de maneira fiável, segura e de qualidade.
- **Princípio 8 – Desenvolvimento da cidadania:** promover a inovação social, iniciativas sociais e o desenvolvimento sustentável das comunidades.

A estratégia de sustentabilidade da EDP assenta em dois pilares fundamentais, em primeiro lugar, liderar a transição energética, e por outro, assumir o compromisso com o ambiente e a sociedade. Para fazer cumprir estes dois objetivos, é fundamental respeitar três iniciativas:

1. **Combater as alterações climáticas:** respeitar o acordo de Paris, que visa aumentar o atual ritmo de descarbonização da economia mundial.
2. **Diminuir as emissões de CO₂:** reduzindo a utilização de combustíveis fósseis (carvão e gás natural), ajuste do preço dos combustíveis e do CO₂ no mercado europeu.
3. **Valorização dos acordos internacionais:** a construção de um futuro sustentável é feita por cada membro da sociedade. Assim, a EDP associa-se a diversas iniciativas e acordos internacionais que promovam a evolução de um futuro sustentável.

Em suma, podemos afirmar que o grupo EDP compromete-se a enfrentar todos os desafios que estão ao seu alcance para atingir um futuro mais limpo e sustentável. Através de práticas e investimentos em energias renováveis, tem o intuito de agregar valor aos clientes, fornecedores e outros stakeholders.

2.4. Portefólio de serviços

O portefólio de serviços do grupo EDP está subdividido e, conseqüentemente, focalizado para dois grupos: particulares e empresas. No entanto, apesar de abrangerem dois mercados totalmente distintos, ambos estão direcionados com a visão, valores e compromissos da organização.

Em primeiro lugar, a oferta para o grupo “particulares” contém nove serviços, abrangendo áreas como a saúde, poupança nas faturas elétricas, desenvolvimento sustentável e mobilidade elétrica.



Figura 9 – Plano de saúde EDP
Fonte: Website da EDP



Figura 10 – Conta certa EDP
Fonte: Website da EDP



Figura 11 – Fatura segura
Fonte: Website da EDP



Figura 12 – Certificação energética
Fonte: Website da EDP

Plano de saúde EDP: “Quem tem EDP, tem mais saúde”, através de uma rede com 32.000 mil parceiros, a EDP oferece condições de excelência aos seus clientes. Desde um médico ao domicílio até aconselhamento médico online, a EDP oferece condições para que a saúde dos seus clientes não seja um problema.

Conta certa EDP: com um serviço direcionado para o consumidor final, a EDP pretende oferecer comodidade e simplicidade de forma gratuita. Para evitar surpresas, este serviço alerta para o consumo excessivo do consumidor, acertos no valor da fatura e acesso à mesma via online.

Fatura segura: com o intuito de oferecer segurança ao consumidor, precavendo um acontecimento inesperado, a fatura segura garante o pagamento das contas dos consumidores durante períodos menos positivos, tais como, desemprego involuntário, incapacidade temporária no trabalho e invalidez absoluta e/ou morte acidental.

A **certificação energética** classifica o desempenho energético de uma habitação numa escala de A+ a F. Com o recurso a um relatório mensal, são apresentados ao consumidor todos os resultados, bem como as medidas para a sua melhoria.



Figura 13– Auditoria energética
Fonte: Website da EDP



Figura 14– Mobilidade elétrica
Fonte: Website da EDP



Figura 15 – Energia solar EDP
Fonte: Website da EDP



Figura 16 – Casa elétrica EDP
Fonte: Website da EDP



Figura 17 – Packs Living EDP
Fonte: Website da EDP

Auditoria energética: serviço indicado para quem quer conhecer melhor o seu consumo, com o intuito de reduzir a sua fatura de energia. Através de uma auditoria telefónica, visita de um técnico, estudo e análise de cada situação individual, a EDP emite um relatório com medidas eficazes para a redução destes custos.

Mobilidade elétrica: a energia da geração zero para mover o mundo é a elétrica. Com diversas vantagens que facilitam a sua promoção, a EDP pretende persuadir o consumidor a aderir a esta causa. A mobilidade sustentável com zero emissões é uma das maiores apostas do grupo para o desenvolvimento sustentável.

Energia solar EDP: recorrendo à energia solar, o consumidor garante uma redução na sua fatura de eletricidade. Este serviço para além de garantir o retorno do investimento, é 100% renovável.

Casa elétrica EDP: com o objetivo de tornar a habitação do consumidor mais moderna e elétrica, a EDP pretende oferecer um plano de poupança com novas soluções elétricas, tais como, aquecer a água e cozinhar nunca foi tão fácil e de forma tão sustentável.

Packs Living EDP: com três níveis de adesão e com benefícios diretos para o consumidor, o grupo pretende oferecer um pack de serviços que inclui eletricidade 100% verde, assistência técnica, vantagens para a mobilidade elétrica, restaurantes e entretenimento. A geração zero tem tudo para viver melhor.

Numa segunda instância, a EDP também apresenta um portefólio com seis serviços, direcionado para o apoio na gestão eficiente e responsável das empresas.



Figura 18 – Iluminação eficiente
Fonte: Website da EDP



Figura 19 – Gestão de consumos
Fonte: Website da EDP



Figura 20 – Recuperação térmica
Fonte: Website da EDP



Figura 21 – Certificação de eficiência energética
Fonte: Website da EDP



Figura 22 – Serviços técnicos
Fonte: Website da EDP

Iluminação eficiente: a iluminação é um elemento essencial na vida moderna. Este plano permite poupar até 70% na fatura, através da substituição de lâmpadas e luminárias, garantindo o retorno sobre o investimento em menos de 3 anos. Assim, as empresas podem reduzir os seus custos mantendo os níveis de conforto das suas instalações.

Gestão de consumos: através de uma plataforma online, simples e dinâmica permite elaborar uma análise integrada, detalhada e em tempo real sobre os consumos da empresa (eletricidade, gás, água e outros). Podemos destacar como vantagens desta plataforma a possibilidade de comparação entre o consumo parcial e total e a previsão de futuros consumos.

Recuperação térmica: este plano pretende auxiliar as empresas na redução dos custos energéticos, otimizando e aperfeiçoando os seus processos de produção e armazenamento de energia térmica, garantindo a segurança desejada durante todo o procedimento.

Certificação de eficiência energética: para oferecer a segurança e assistência necessária aos diferentes negócios. A certificação de eficiência energética pretende oferecer a assistência técnica até 1200 euros/ano para a reparação de eletrodomésticos, 25 testes de revisão às instalações de gás e eletricidade e, por fim, a manutenção anual das caldeiras de gás.

Serviços técnicos: conjunto de diferentes apoios técnicos aos serviços das empresas, tais como, soluções para aumentar o nível de tensão no fornecimento de eletricidade, compromisso com as instalações elétricas, poupança nas faturas de eletricidade e ainda diversos serviços especializados conforme as diferentes necessidades organizacionais.



Figura 23 –Save to compete
Fonte: Website da EDP

Save to compete: com apenas um *click* é viável simular, sem nenhum compromisso, os valores possíveis na poupança ao adquirir os planos de energia energética da EDP comercial. O grupo deseja incentivar a competitividade intercalada com a poupança energética.

2.5. Conselho de administração

Recentemente, o conselho de administração do grupo EDP, sofreu algumas modificações. Gerida anteriormente pelo economista António Nunes Mexia, foi substituído pelo engenheiro Miguel Stilwell de Andrade, que tem como membros do conselho de administração, Miguel Nuno Ferreira, Rui Rodrigues Teixeira, Vera Pinto Pereira e Ana Paula Pina Marques.

Na tomada de posse da nova direção, o novo CEO, identificou cinco objetivos a que se propõem: (1) aumento do número de operações em Portugal, (2) correção da baixa tensão elétrica, (3) reforço no investimento em energias renováveis, (4) redução da dívida pública e (5) litigância com o estado. Esta direção reúne duas ou mais vezes por mês para definir a estratégia a adotar pela empresa. De entre as diversas responsabilidades podemos destacar a responsabilidade pela gestão de atividades, fixação de objetivos e políticas, elaboração dos planos de atividade e gestão dos negócios e práticas sociais.

2.6. Análise SWOT

Esta ferramenta fornece uma análise global e detalhada sobre o ambiente interno e o ambiente externo das organizações, permitindo identificar os seus pontos fortes e pontos fracos, bem como as oportunidades e ameaças do mercado. Assim, com o intuito de enriquecer a descrição deste capítulo, de seguida irei elaborar uma análise SWOT do grupo EDP.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Bom posicionamento nos rankings internacionais de sustentabilidade Empresa que atua a nível internacional Portefólio e tecnologias renováveis Imagem de credibilidade e sucesso Equipa jovem e dinâmica Líder de mercado	Pouca divulgação dos objetivos e impactos sustentáveis Rotatividade dos colaboradores
Oportunidades	Ameaças
Serviços e produtos mais sustentáveis Procura de novos mercados Digitalização dos processos Avanços tecnológicos	Entrada de novos concorrentes e produtos substitutos Reduzido crescimento do mercado Mudança das necessidades dos consumidores

Tabela 8 – Análise SWOT ao grupo EDP
Fonte: elaboração própria

Se por um lado identificar os pontos fortes e os pontos fracos fornece uma visão sobre onde devem ser dedicados os esforços por parte de uma empresa, por outro, é fundamental atenuar aqueles que consideramos menos favoráveis em relação aos concorrentes. Os rankings de sustentabilidade são indicadores fundamentais para a tomada de decisão, principalmente dos acionistas. Recorrendo ao famoso Dow Jones Sustainability Index, podemos retirar duas conclusões: (1) há uma presença assídua da marca e (2) o reconhecimento como uma das empresas mais sustentáveis do mundo, que pode ser justificada tanto pelo portefólio diversificado, mas também pela utilização de tecnologias de inovação. Recentemente, a EDP iniciou a sua atividade na Polónia e Itália, reforçando ainda mais o seu estatuto de multinacional. Face aquilo que foi mencionado, podemos afirmar que é líder no mercado energético português, caracterizada como uma equipa jovem e dinâmica. O ponto fraco identificado com maior importância foi a fraca comunicação sobre os aspetos sustentáveis da organização. Apesar de este ponto ter sido reforçado nos últimos anos, acredito que uma maior divulgação pudesse aproximar o consumidor aos valores da empresa. Por outro lado, a rotatividade dos colaboradores também foi um aspeto que me despertou a atenção. Na equipa comercial, a média de anos que um colaborador trabalha para a organização é de sete anos, o que indica uma elevada taxa de rotatividade.

Numa segunda instância, a análise ao ambiente externo da organização, faculta uma visão global do mercado através da identificação das oportunidades e ameaças que afetam ou podem

afetar o futuro da empresa. Como vimos anteriormente, a sustentabilidade e os produtos sustentáveis são um fator diferenciador face aos concorrentes. Com o aumento da pressão por parte dos stakeholders, acionistas, organizações internacionais e governos locais a responsabilidade das empresas perante este assunto tem aumentado, no entanto, os consumidores estão a dar cada vez mais importância às empresas que adotam esta causa, tornando-a como um fator na decisão de compra. Ainda dentro deste assunto, a digitalização das empresas é um processo que visa facilitar os processos ao consumidor, com o intuito de reduzir as deslocações às lojas, a redução na utilização do papel, a facilidade de acesso às informações pessoais do cliente, entre outras. Em último lugar, os avanços tecnológicos, quando são acompanhados pela empresa, são uma ferramenta fundamental para o crescimento, inovação e desenvolvimento dos seus produtos e serviços. Por fim, as ameaças representam os atuais e/ou futuros perigos que a empresa deve prever e mitigar. Em primeiro lugar, e como acontece em todos os mercados, novos concorrentes e produtos substitutos são sempre uma ameaça, obrigando a empresa a antecipá-las através de estratégias eficazes, inovadoras e desenvolvidas. Por outro lado, o mercado energético devido às suas constantes mudanças, torna-se instável para a tomada de decisões precisas e eficientes.

3. Tarefas e objetivos do estágio

A sustentabilidade tornou-se num fator imprescindível e diferenciador para a estratégias das empresas, a curto e longo prazo. Esta abordagem holística pretende responder a três grandes dimensões: (1) dimensão ambiental, (2) dimensão social e (3) dimensão económica.

Esta abordagem é uma responsabilidade assumida pelas empresas. Em primeiro lugar, as exigências e necessidades provenientes dos diversos stakeholders aumentou significativamente. De seguida, as obrigações legais e financeiras obrigaram as empresas a adaptarem a sua atuação e postura no mercado. E por fim, o compromisso com as medidas e estratégias das entidades internacionais, como por exemplo, os objetivos para o desenvolvimento sustentável da organização das nações unidas.

O plano de objetivos do estágio foi definido inicialmente em conversa com o Dr. Pedro Fontoura, onde definimos e alinhámos aquilo que iria ser o meu percurso durante todo o estágio. Devido à pandemia de Covid-19, o mesmo foi realizado em regime de teletrabalho, mantendo-me em contato com a restante equipa através de reuniões via Teams.

O presente estágio regeu-se através de dois grandes objetivos: (1) revisão da literatura e análise bibliométrica sobre “sustainability Disclosure” e uma (2) análise de benchmarking

comparativa. O primeiro objetivo teve como finalidade analisar a posição da literatura fase a esta temática, identificando oportunidades e lacunas que pudessem ajudar a EDP a aperfeiçoar a sua estratégia e práticas de comunicação sustentável. Por outro lado, o segundo ponto, permitiu analisar o mercado e a concorrência no âmbito geral, com o intuito de comparar as metodologias, práticas e atividades realizadas pelas empresas durante o período de 2019/2020. Na figura x, está representado o diagrama com a planificação das tarefas realizadas durante o período do estágio.

Tarefa \ Mês	Mês				
	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
1- Integração na empresa .Análise do relatório de sustentabilidade; .Definição do posicionamento da marca;					
2- Revisão da literatura e análise bibliométrica sobre “Sustainability Disclosure”					
3- Definição da estrutura do relatório de benchmarking					
4- Recolha da informação necessária para elaboração do relatório de benchmarking					
5- Elaboração do relatório de sustentabilidade					
6- Apresentação dos resultados à gestão da EDP Comercial					

Tabela 9 – cronograma das atividades de estágio
Fonte: elaboração própria

4. Descrição das tarefas desenvolvidas

Com o começo do estágio a 15 de dezembro de 2020, e em conversa com o Dr. Pedro Fontoura, foi estipulado que neste mês seria realizada a minha integração no departamento de sustentabilidade da EDP comercial. Dada a época festiva, foi com enorme entusiasmo que participei no jantar de natal do departamento, via online. Uma experiência que me permitiu conhecer e adaptar-me às pessoas, com quem iria trabalhar durante os próximos meses.

No restante mês de dezembro, consegui com a ajuda do Dr. Pedro Fontoura, conhecer aprofundadamente a estrutura do grupo EDP, os seus métodos de trabalho, mas também a recolha de informação relevante para o desenvolvimento de futuras atividades, como por exemplo, a missão, valores, compromissos, estratégias para o combate às alterações climáticas

e a posição do grupo face à sustentabilidade, entre outras. O capítulo 3, “descrição da empresa de acolhimento”, foi redigido tendo por base as principais conclusões deste primeiro objetivo.

4.1. Análise de benchmarking

A análise de benchmarking é considerada um método eficaz para as organizações aumentarem a sua produtividade, qualidade e fiabilidade dos seus produtos e/ou serviços, comparativamente com os seus concorrentes (Rostamzadeh *et al.*, 2021). Apesar de ser um processo criterioso e sistemático, esta análise fornece novas estratégias e conceitos, bem como detalhes sobre as práticas que estão a ser desenvolvidas no mercado em que a empresa atua (Dongelmans *et al.*, 2020). No entanto, para que esta tenha sucesso é necessário que toda a análise incida sobre empresas que tenham objetivos e mercados semelhantes, caso contrário não surgirão conclusões e/ou medidas direcionadas com a cultura organizacional pretendida (Reponen *et al.*, 2021).

O principal objetivo deste trabalho era compreender a posição da EDP no mercado energético europeu. Tendo esta premissa como ponto de partida, a definição da estrutura do relatório de benchmarking, ou seja, as empresas a serem estudadas, as vertentes que a compõem e o método de análise e avaliação foram selecionadas para satisfazer este mesmo objetivo.

Na elaboração do relatório de benchmarking entregue ao departamento comercial da EDP, ficou definido, que as empresas selecionadas seriam codificadas de 1 a 5, tendo apenas acesso à solução o Dr. Pedro Fontoura. Esta decisão foi tomada para salvaguardar o nome das empresas selecionadas. Sendo um estudo informal e com um conhecimento não aprofundado na matéria, principalmente nos relatos de sustentabilidade, a imagem das organizações mencionadas poderia estar em causa. Por outro lado, os resultados obtidos apenas foram apresentados ao departamento comercial da EDP, não tendo as restantes empresas a possibilidade de defesa. No entanto, existiram dois critérios para a seleção das mesmas, em primeiro lugar, a proximidade geográfica à EDP e o início da comercialização de energia elétrica no mercado italiano e polaco.

Numa primeira fase, a análise iria recair apenas sobre os relatos de sustentabilidade das empresas. Contudo, numa etapa posterior, foram adicionadas novas áreas de estudo, com o intuito de concretizar uma investigação mais criteriosa e aprofundada. Assim, para além dos relatos de sustentabilidade, foram considerados índices de sustentabilidade, bolsa de valores, notícias e redes sociais. Nos próximos subcapítulos serão explanados os métodos de avaliação e respetivos resultados, acompanhados das principais análises e conclusões.

4.1.1. Relatos de sustentabilidade

Posteriormente aos capítulos de introdução e caracterização do mercado elétrico português, bem como das empresas selecionadas, a primeira vertente em análise foram os relatos de sustentabilidade.

A sustentabilidade é uma realidade, e ao mesmo tempo, uma preocupação assumida pelos diversos intervenientes do mercado, podendo ditar a competitividade e sobrevivência das organizações a longo prazo. Os relatos de sustentabilidade permitem aproximar as empresas a esses intervenientes, divulgando as informações que consideram importantes para as tomadas de decisões, bem como para demonstrar a sua cooperação pela criação de um mundo mais sustentável. Cumprir os requisitos e as exigências do desenvolvimento sustentável é uma prioridade realçada pela comunidade empresarial (Tsalis et al., 2020).

Inicialmente, as divulgações não financeiras eram assumidas voluntariamente e ausentes de responsabilidade, principalmente nas empresas de grande dimensão (Ortiz-Martínez & Marín-Hernández, 2020). Esta ferramenta de gestão, que tem vindo a ter um aumento de importância ao longo dos anos, pretende expor e esclarecer a cultura organizacional, mas também as suas estratégias para alcançar e promover o desenvolvimento sustentável (Geerts & Dooms, 2020), tornando-se numa prática comum, e na sua generalidade, considerada como positiva e benéfica para as empresas (Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020).

Atualmente, o relatório de sustentabilidade, apresentado anualmente, tem como principal objetivo comunicar as estratégias, resultados e ambições de uma empresa perante os aspetos sociais, ambientais, económicos e governamentais (Azzouz & Jack, 2020). As empresas devem utilizar as novas tecnologias de informação e comunicação para ir ao encontro das expectativas e exigências da comunidade (An et al., 2020).

Este capítulo teve como principais finalidades elaborar uma matriz de análise e comparação sobre as informações públicas disponibilizadas pelas empresas nos seus relatos de sustentabilidade e, ao mesmo tempo, compreender se a divulgação apresentada estaria alinhada com as exigências e expectativas de todos os stakeholders. Por outro lado, este processo também foi primordial para encontrar possíveis recomendações que, a meu ver, podiam ser adotadas pelo grupo EDP na elaboração de futuros relatos de sustentabilidade.

Após o estudo de diferentes alternativas para a elaboração da matriz de avaliação, e em conjunto com o Dr. Pedro Fontoura, foram consideradas as diretrizes do GRI para compor o documento avaliativo. As diretrizes do GRI têm como principal objetivo normalizar e homogeneizar os

relatórios de sustentabilidade das empresas (Bilbao-Terol et al., 2018), reforçando a sua comparabilidade e transparência (Parsa et al., 2018). O GRI atualiza e elabora as suas diretrizes conforme as preocupações e exigências dos investidores, instituições políticas mundiais, sociedades, avanços tecnológico, entre outras (Ordonez-Ponce & Khare, 2021). Assim, as informações que constam nos diferentes relatos de sustentabilidade, tendem a influenciar as percepções e decisões de todos os stakeholders (Machado et al., 2021).

É importante ter em consideração que o estudo foi exclusivamente quantitativo, ou seja, a qualidade da informação não foi analisada, sendo apenas considerada a estrutura do relatório em comparação com a informação exigida nos moldes avaliativos do GRI. Por outro lado, também foram consideradas todas as informações públicas disponibilizadas pelas empresas, como por exemplo, relatos de sustentabilidade, relatórios de contas, relatório CDP, informação nos websites, entre outras.

Na figura 24, podemos contemplar a exemplificação do modelo utilizado para a avaliação dos relatos de sustentabilidade, conforme as 12 vertentes ponderadas nas diretrizes do GRI: (1) análise estratégica, (2) materiais identificados e limites, (3) engajamento de stakeholders, (4) perfil do relatório, (5) governação, (6) ética e integração, (7) economia, (8) ambiental, (9) social, (10) recursos humanos, (11) sociedade e (12) responsabilidade pelo produto.

Por fim, foi elaborada uma pequena legenda com intuito de classificar a quantidade de informação disponibilizada, tendo em conta as exigências do GRI. Assim, a legenda utilizada na análise foi:

- 0 → Não apresenta informação suficiente;
- 1 → Apresenta alguma informação;
- 2 → Apresenta a informação pretendida;

Análise Benchmarking - Relatórios de sustentabilidade 2019						
Variáveis	EDP	Empresa 1	Empresa 3	Empresa 2	Empresa 4	Empresa 5
Parte I: Análise estratégica ¹						
1. Estratégia e análise ²	2	2	2	2	2	1
1.1. Apresentação de uma declaração do decisor com maior importância da organização sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e a sua estratégia de sustentabilidade (G4-1)	2	2	2	2	2	1
1.2. Apresentação de uma declaração de uma pessoa com um cargo superior na organização (G4-2)	2	2	2	2	2	1
2. Perfil organizacional	2	2	2	2	1,67	1,67
2.1. Relato do nome da organização (G4-3)	2	2	2	2	2	2
2.2. Principais marcas, produtos e serviços (G4-4)	2	2	2	2	2	2
2.3. Relato da sede da organização (G4-5)	2	2	2	2	2	2
2.4. Relato do número de países nos quais a organização opera e o nome dos países onde as operações estão localizadas ou são relevantes para os tópicos de sustentabilidade (G4-6)	2	2	2	2	0	2
2.5. Relato da natureza da propriedade e forma jurídica da organização (G4-7)	2	2	2	2	2	0
2.6. Relato dos mercados em que a organização atua (G4-8)	2	2	2	2	2	2
3. Relato do porte da organização (G4-9)	1,8	1,5	1,75	1,75	2	0,5
3.1- Número de empregados	2	2	2	2	2	2
3.2- Número total de operações	1	1	2	2	2	0
3.3- Vendas líquidas	2	2	2	1	2	0
3.4. Capitalização total discriminada em termos de dívida ou receita líquida	2	1	1	2	2	0
3.5. Quantidade de produtos ou serviços prestados	2	1	2	2	2	1
4. Empregados com contrato de trabalho (G4-10)	2	2	2	2	2	1,75

Figura 24: exemplificação do modelo de análise da classificativa GRI
Fonte: Elaboração própria

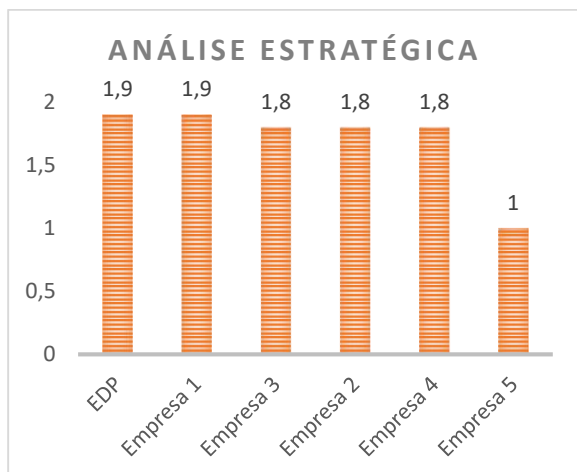
Os pontos 1 a 5 demonstram como deve ser interpretado o documento. No ponto número um, foram colocadas as 12 diretrizes do GRI. No segundo ponto, estão presentes os tópicos que o GRI considera importantes e que a empresa deve divulgar dentro de cada diretriz, sendo estes o mote para a avaliação das empresas. No terceiro ponto, foram avaliadas individualmente, tendo em conta a legenda apresentada anteriormente. Posto isto, e no ponto número quatro, está presente a média do tópico que será a informação considerada para a comparação entre as empresas. Por fim, o ponto 5, remete para a página ou relatório onde a informação foi encontrada.

Para tornar a análise mais apelativa e organizada, primeiramente, as doze vertentes do GRI, foram distribuídas em quatro grupos com características ou temáticas semelhantes. Em segundo lugar, foi elaborado um gráfico com os respetivos resultados em cada categoria, seguido de um breve comentário de análise.

- **Parte I:** análise estratégica, materiais identificados e limites e perfil de relatório;
- **Parte II:** aspetos de governação, ambientais, económicos, sociais;
- **Parte III:** engajamento de stakeholders, ética e integração, sociedade, recursos humanos, responsabilidade pelo produto;

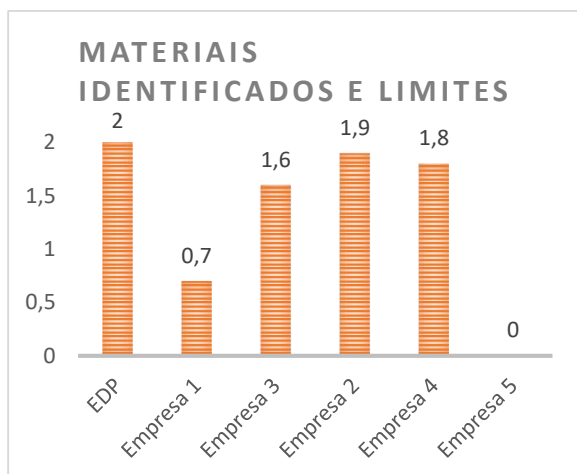
- **Parte IV:** comentário global aos resultados obtidos, bem como algumas recomendações para futuros relatórios de sustentabilidade;

Na **parte I**, o objeto de análise recaiu sobre a estrutura e o perfil dos relatos de sustentabilidade das empresas, onde foram obtidos os seguintes resultados:



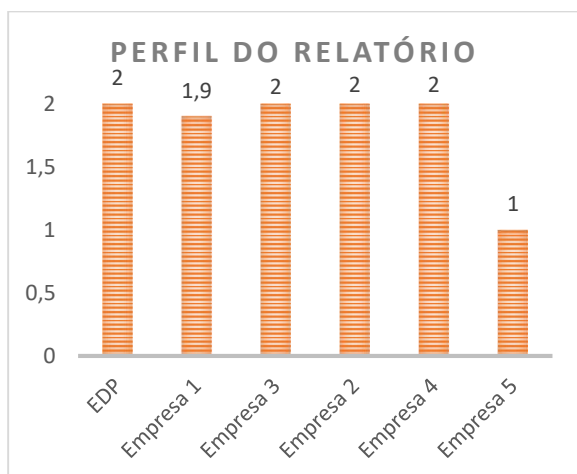
Análise individual:

- Numa perspetiva global, as empresas cumprem com eficácia o solicitado pelas diretrizes GRI, apresentando resultados homogéneos;
- A empresa 5, nesta secção, comparativamente com os seus concorrentes, apresentou resultados bastante inferiores;



Análise individual:

- A EDP destaca-se das restantes marcas, pois obteve a pontuação máxima, o que significa que apresentou de forma clara todas as informações pretendidas;
- A empresa 2 e 4, apresentam resultados de alto nível, contudo ainda necessitam de alguns ajustes para chegar ao patamar superior;
- Destaque pela negativa para as empresas 1 e 5, devido à débil divulgação pretendida para este

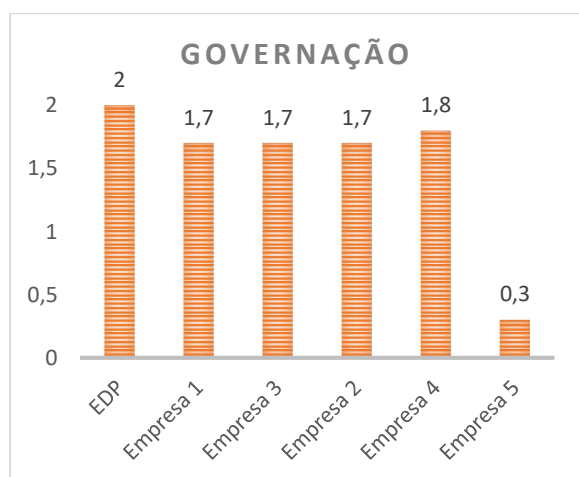


Análise individual:

- Com exceção da empresa 5, que mais uma vez apresenta uma má classificação, as restantes empresas, apresentam resultados satisfatórios, o que nos remete para que este ponto esteja a ser bem trabalhado;

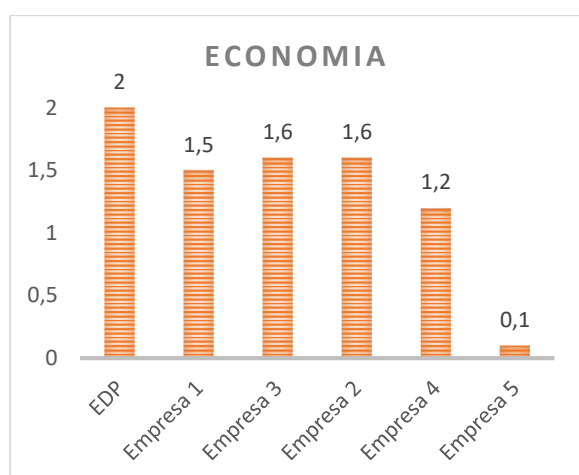
Através desta primeira análise, foi possível retirar as primeiras conclusões. A empresa 5, e o seu relato de sustentabilidade, necessita de uma profunda reformulação, pois está consideravelmente distante do grupo analisado. Por outro lado, a EDP e a empresa 4, obtém os melhores resultados, podendo assim destacar o seu bom desempenho, numa primeira fase, para a estrutura dos seus relatos de sustentabilidade. As restantes empresas, não apresentaram resultados negativos, mas ainda estão ligeiramente abaixo da EDP e da empresa 4, contudo, em 2019, apresentam boas estruturas nos seus relatos.

Na **segunda parte**, foram incluídas as variáveis, que segundo a literatura, são as mais escrutinadas pela sociedade e stakeholders. Assim, na análise mais importante para este estudo, foram obtidos os seguintes resultados:



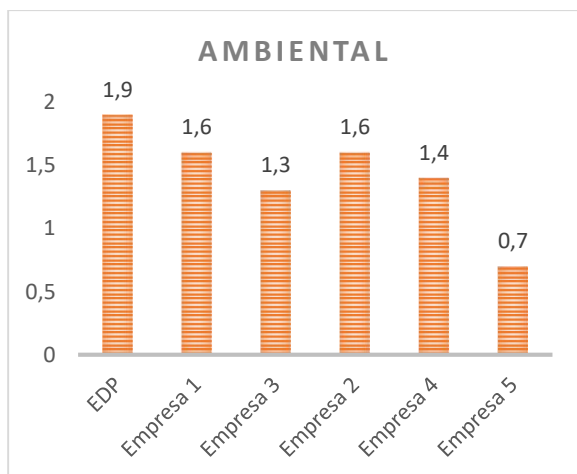
Análise individual:

- A empresa 5 apresenta resultados inferiores comparativamente às restantes organizações;
- A EDP volta a estar em destaque ao conseguir a pontuação máxima nesta categoria;
- As restantes apresentam um nível alto e semelhantes entre si;



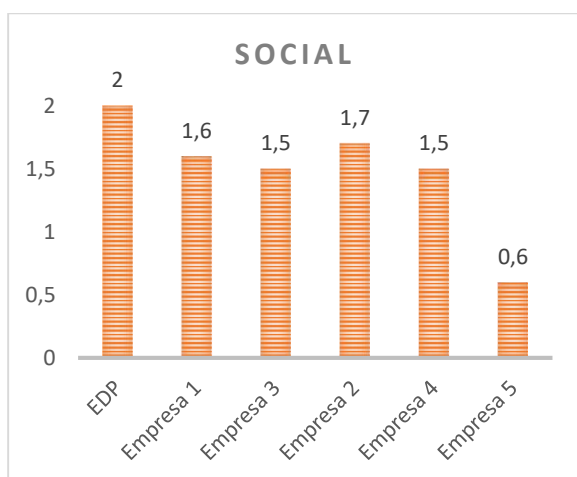
Análise individual:

- Podemos verificar novamente, que os dois extremos se mantêm, a EDP sendo a mais rigorosa e a empresa 5 a não apresentar informações suficientes;
- Por outro lado, a empresa 4, que até este momento, estaria perto dos resultados da EDP, desce na sua classificação. As restantes mantêm, dentro da média, os resultados obtidos até este ponto;



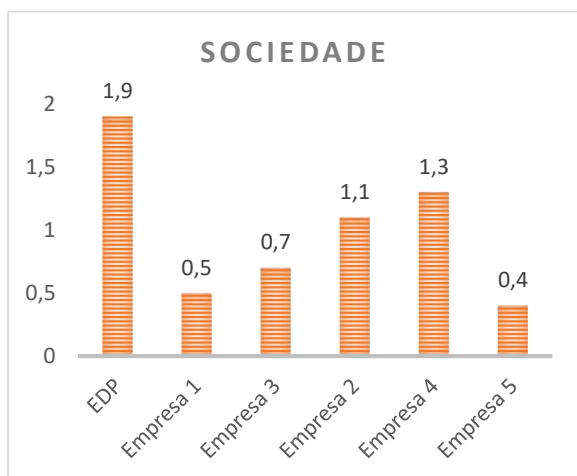
Análise individual:

- A EDP e a empresa 5 mantêm a mesma avaliação realizada;
- A empresa 1 e 2 apresentam resultados ainda que inferiores, mas satisfatórios comparados com a EDP;
- A empresa 3 e 4 estão num parâmetro médio de avaliação, o que indica algumas debilidades na divulgação da informação pretendida;



Análise individual:

- As questões sociais não diferem muito daquilo que foi analisado anteriormente. No extremo positivo e negativo, a EDP e a empresa 5 ocupam, respetivamente, essas posições;
- Numa segunda análise, todas as restantes empresas, apresentam resultados positivos e semelhantes, podendo dar algum destaque à empresa 2;



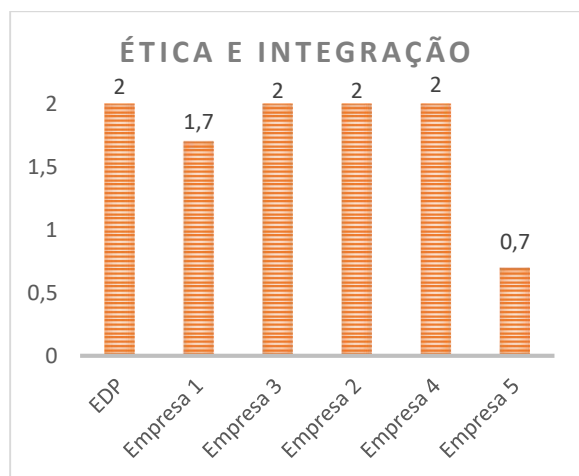
Análise individual:

- Nesta categoria, os resultados apresentados, diferem pela negativa. A EDP é a única empresa que mantém os resultados apresentados. Todas as restantes, salvo a empresa, apresentam resultados aquém do expectável, sendo considerado o ponto mais débil dos seus relatos de sustentabilidade;

Nesta secção de análise, foi-nos permitido retirar algumas conclusões importantes. A EDP e a empresa 5, mantêm os resultados esperados conforme o que foi obtido na primeira parte. A EDP tem resultados muito positivos, divulgando toda ou quase toda a informação pretendida pelas diretrizes do GRI para este conjunto de variáveis. Por outro lado, a empresa 5 continua a apresentar maus resultados, indicando uma débil prestação dos seus relatos de sustentabilidade. A empresa 4 não mantém o bom nível apresentado anteriormente, tendo exibido resultados abaixo do esperado, no entanto, ainda são consideravelmente apelativos. As restantes empresas do estudo, obtêm resultados muito idênticos, mas positivos, no entanto, conseguimos compreender que os seus relatos ainda são inferiores aos da EDP.

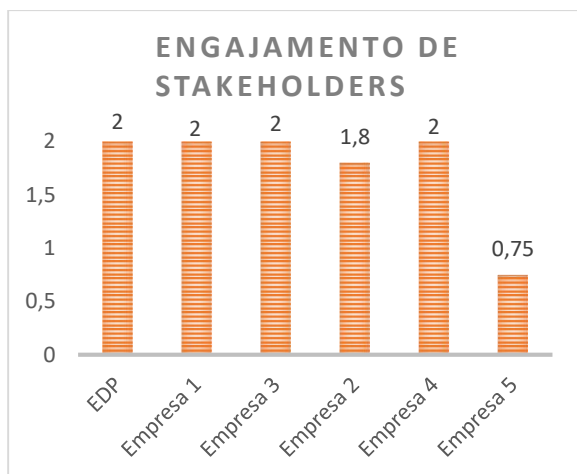
Em suma, sendo estas as principais vertentes consideradas pelas partes interessadas, e tendo a EDP alcançado um largo destaque perante as restantes empresas, considereirei um ponto forte e de diferenciação, tornando-se assim numa vantagem competitiva que deve ser explorada pelo grupo EDP.

Por fim, na **terceira parte**, foram incluídas as restantes vertentes da matriz do GRI, remetendo para as responsabilidades e valores das empresas perante os seus colaboradores e consumidores.



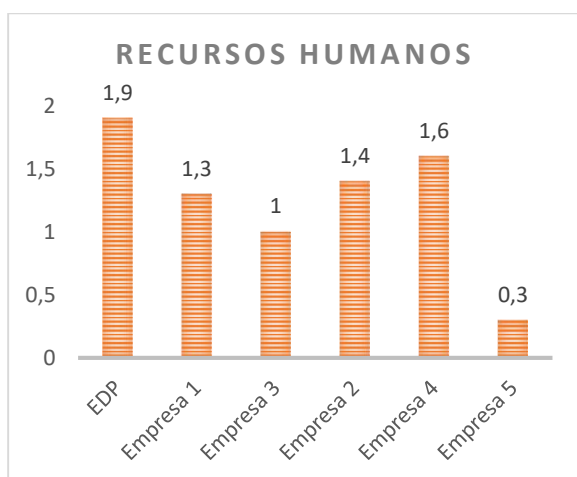
Análise individual:

- Num cômputo geral, os requisitos são cumpridos na sua totalidade, fornecendo as informações úteis na temática da “ética e integração” nas empresas;
- A empresa 5, volta a não pontuar, pelo menos 1, o que significa que não partilha metade da informação pretendida;
- A empresa 1, apesar de ter uma boa classificação, apresenta algumas lacunas comparativamente às restantes empresas;



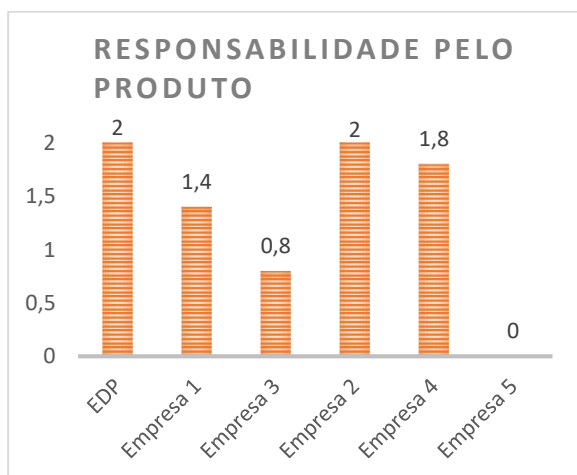
Análise individual:

- Na categoria “engajamento de stakeholders”, a avaliação será muito próxima da anterior;
- A EDP, empresa 1, 3 e 4 relatam toda a informação desejada pela matriz GRI;
- A empresa 2 consegue um bom resultado, no entanto, não apresenta a informação na sua totalidade;
- A empresa 5 tem a mesma avaliação;



Análise individual:

- A EDP e a empresa 5 mantêm as posições e resultados obtidos, o que não carece de um comentário muito vasto, apenas mencionar o destaque da EDP perante os seus concorrentes;
- As empresas 1,2,3 e 4, tal como aconteceu na categoria “sociedade”, apresentam uma queda nos resultados, o que significa um ponto fraco nos seus relatos de sustentabilidade;



Análise individual:

- Destaque para a omissão de informação nos relatos de sustentabilidade da empresa 5, mas também para uma má divulgação por parte da empresa 3;
- O grupo EDP, bem como a empresa 2 e 4, através dos seus resultados, remetem-nos para uma divulgação eficaz no diz respeito à sua responsabilidade pelo produto ou serviço oferecido;

Numa análise global a este grupo, conseguimos constatar que as empresas relatam com sucesso as informações pretendidas nas diretrizes do GRI, sendo esta, na minha opinião, o conjunto de

vertentes mais homogénea. No entanto, em algumas dessas vertentes, ainda existe uma frágil divulgação quantitativa da informação pretendida.

Na última parte, **a quarta**, foi realizada uma análise global à performance das empresas nas secções anteriores. Tendo por base a figura 25, concluímos que a EDP apresenta, apenas de forma quantitativa, o melhor relato de sustentabilidade da minha análise. Em segundo lugar, como foi verificado ao longo da análise, a empresa 5 apresenta a mais delicada estratégia de divulgação e comunicação. Face a este resultado, e estando a EDP a iniciar a comercialização neste país, esta diferença poderá ser utilizada na sua estratégia de penetração no mercado local. Em último lugar, existe uma clara diferença entre as empresas, o que nos remete para três grupos de resultados:

1. A EDP num grau elevado de divulgação dos relatos de sustentabilidade;
2. A empresa 1,2,3 e 4 estão num grau de divulgação médio-alto;
3. A empresa 5 está num baixo grau de divulgação e comunicação nos seus relatos de sustentabilidade;

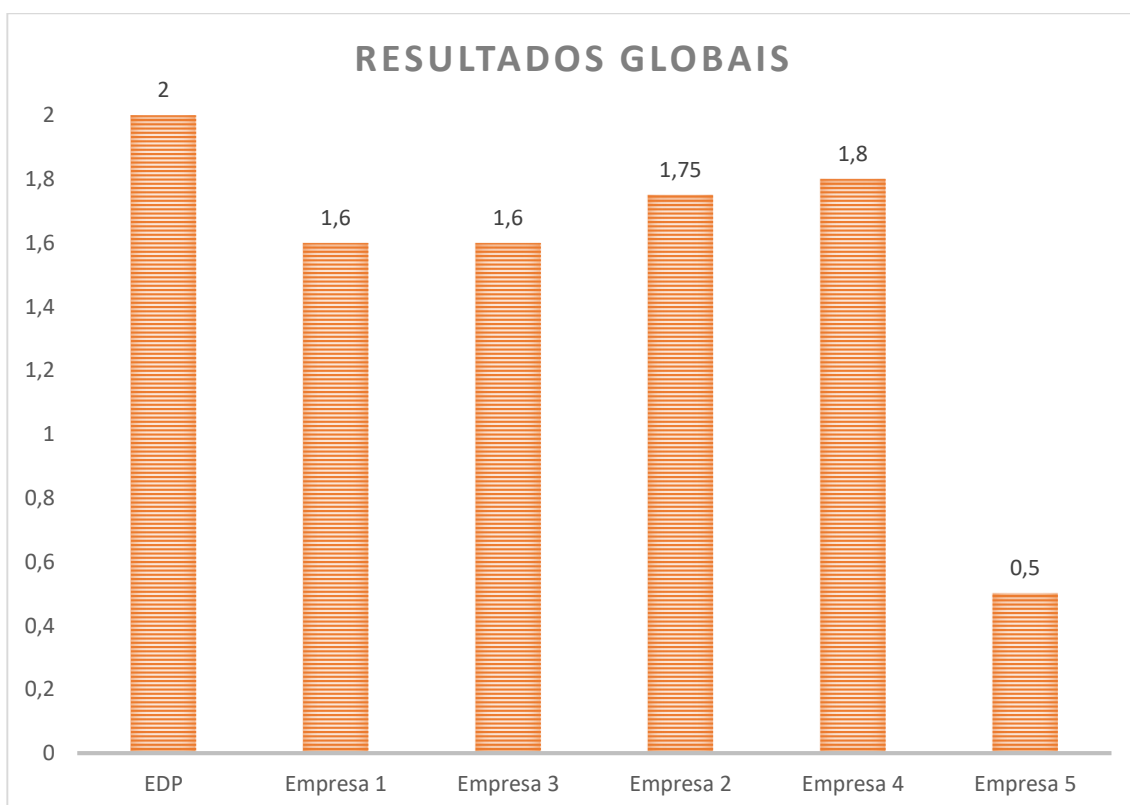


Figura 25: Resultados globais da análise quantitativa dos relatos de sustentabilidade
Fonte: Elaboração própria

Por fim, e ao longo da análise dos relatórios de sustentabilidade, deparei-me com alguns aspetos bem trabalhados, e que na minha perspetiva, poderiam ser adotados pelo grupo EDP na

elaboração de futuros relatos, nomeadamente, a utilização de mais gráficos e imagens exemplificativas que possam explicar a informação divulgada, colocação de uma pequena orientação com o número do GRI, com o intuito de facilitar a análise e compreensão desse mesmo relato, e por último, junção das tabelas anuais, não apresentando de forma separada, o que dificulta a sua interpretação.

4.1.2. Índices de sustentabilidade

Com a evolução progressiva da sustentabilidade, as instituições financeiras foram obrigadas a adaptar-se às novas exigências do mercado, apresentando índices mais coerentes, consistentes e fiáveis, possibilitando um acompanhamento mais rigoroso dos investimentos realizados. Os diferentes índices de sustentabilidade são importantes para fornecer informações que auxiliam a tomada de decisão por parte dos investidores (de Vasconcelos Barros & Fagundes Silveira, 2019).

Estes índices, por norma, analisam e avaliam as empresas nas quatro principais dimensões: ambiental, social, económica e governamental (Andreu-Pinillos et al., 2020). Porém, Olafsdottir (2021), defende que o seu valor, nos últimos anos, tem sido importante para criar e definir responsabilidades, bem como a implementação de limites nas atuações das empresas. O tratamento da informação disponibilizada, tanto para as empresas como para os investigadores, deve ser estudada de forma sistemática e integrada, pois as conclusões devem ser retiradas numa análise a longo prazo (Da Silva Netto, 2021). Assim, os índices de sustentabilidade salientam a valorização do desenvolvimento justo (sustentabilidade social), a mudança dos paradigmas de consumo, com o intuito de aumentar a preservação económica (sustentabilidade económica), de forma sustentável e renovável (sustentabilidade ambiental), agregando-as nas estratégias corporativas a longo prazo (Al Sarrah et al., 2020).

Para uma análise mais abrangente e exigente, foram considerados quatro dos principais índices de sustentabilidade na análise das empresas europeias: (1) Dow Jones sustainability index world, (2) CDP – Carbon Disclosure Project, (3) Vigeo e (4) Sustainalytics.

Recorrendo a instituições especializadas e direcionadas sobre a temática, o objetivo deste subcapítulo era compreender qualitativamente a estratégia para o desenvolvimento sustentável, mas também os seus desempenhos na divulgação e comunicação dessa mesma informação. Por outro lado, também foi importante para enriquecer a análise, complementando com a avaliação quantitativa do subcapítulo anterior.

A metodologia utilizada pretendeu acompanhar a progressão das empresas entre os anos de 2017 a 2020. No entanto, em alguns casos, como o *sustainalytics*, a análise recaiu apenas sobre o ano de 2020 por não existirem dados suficientes para complementar a análise. Após a recolha de informação, foram elaborados gráficos comparativos, e de forma individual, por índice de sustentabilidade, acompanhados por uma breve descrição da progressão dos resultados. Os resultados individualizados estão presentes no anexo I ao V

Em termos gerais, as conclusões e os respetivos resultados vão de encontro às conclusões retiradas no tópico dos “relatos de sustentabilidade”. Em primeiro lugar, a conclusão mais evidente que se verificou foi que, novamente a empresa 5 apresenta resultados muito débeis nos diversos índices de sustentabilidade, o que permitiu concluir que as suas estratégias não estão de acordo com as diretrizes e objetivos pretendidas pelos diferentes índices europeus e mundiais. Através destes resultados, comprovamos os resultados anteriormente divulgados.

A segunda conclusão retirada vai para a desenvolvimento positivo da empresa 1. Apesar de não se encontrarem no patamar classificativo das restantes empresas, verifica-se um ligeiro progresso nas suas classificações, podendo dentro de alguns anos, caso mantenha o compasso de evolução, competir com as restantes marcas analisadas.

Por fim, a EDP, a empresa 2, 3 e 4 apresentam resultados semelhantes, incentivando a “competição saudável” perante o desenvolvimento sustentável. No entanto, se analisarmos pormenorizadamente os quatro índices de sustentabilidade, concluímos que a EDP e a empresa 2 são as que apresentam resultados mais consistentes e ligeiramente superiores aos seus concorrentes no mercado energético europeu.

4.1.3. Notícias

As notícias são fundamentais para analisar e interpretar a política corporativa das empresas (Al-Maadid et al., 2020). A bolsa de valores reconhece a importância das notícias, uma vez que considera a informação um elemento fundamental para a tomada de decisão (Chan et al., 2021). Por outro lado, a presença e divulgação das notícias nas novas plataformas digitais, como redes sociais, aumentam significativamente a oportunidade das pessoas se depararem com notícias relevantes e oportunas (Park & Kaye, 2020). Os utilizadores e investidores, com um maior envolvimento e conhecimento em determinado assunto, tendem a avaliar as notícias na sua generalidade, de forma semelhante (Choi, 2021). No entanto, apesar da sua importância para os resultados organizacionais, é notoriamente difícil medir e interpretá-las de forma coerente (Vraga & Tully, 2020).

Este capítulo teve como finalidade detetar práticas e estratégias que mereceram o destaque da comunicação social local, bem como a compreensão da informação disponibilizada. A metodologia utilizada nesta análise dividiu-se em três pontos basilares:

1. Foram contabilizadas as notícias apresentadas apenas no último ano;
2. Recurso ao website “jornais: pensa mundo” como referência para percebermos o jornal mais conceituado nos países locais das empresas;
3. A consulta foi realizada a 30/03/2021 e, nessa altura, os jornais mais cotados eram em: (1) Portugal: Jornal de Notícias, (2) Espanha: El Mundo, (3) Itália: La Republica e (4) Polónia: Rzeczpospolita;
4. Os resultados individuais apresentam-se em anexo, do anexo VI ao anexo X, respetivamente;

Análise Global (2020-2021)			
	Positivas	Negativas	Fonte
EDP	28	32	Jornal de notícias
Empresa 1	11	13	Jornal de notícias
Empresa 2	18	10	El Mundo
Empresa 3	19	4	El Mundo
Empresa 4	28	4	La republica
Empresa 5	16	11	Rzeczpospolita

Quadro 10: resumo do total de notícias e respetiva fonte
Fonte: Elaboração própria

Este ponto de análise foi considerado como o mais homogéneo. As empresas, nas suas respetivas imprensas locais, apresentam resultados muito semelhantes entre si, quer no número de notícias quer no seu teor. Em segundo lugar, e como seria de esperar, devido à recente polémica que a EDP ultrapassa e dada a importância da organização na sociedade portuguesa, o seu número de menções negativas está acima da média comparativamente às restantes. Porém, caso esta não tivesse existido, teria apenas nove notícias menos positivas, pois vinte e três, são sobre a polémica das barragens do douro. Assim, podemos concluir, que a constante atualização por parte do meio de comunicação em questão, inflacionou a “prestação do grupo” nesta categoria. Em terceiro lugar, num conjunto de 120 notícias positivas sobre as empresas, cerca de 65 abordam o desenvolvimento ambiental e sustentável e 23 sobre o desenvolvimento da mobilidade elétrica, sendo estas as duas maiores temáticas realçadas pelos diferentes jornais locais. No entanto, destas 65 peças, conseguimos detetar um padrão nas suas temáticas, podendo destacar:

- Construção e alargamento da rede de carregamentos para carros elétricos;

- Desenvolvimento e construção de carregamentos definidos como “super-rápidos”;
- Substituição da utilização do carvão por gás natural;
- Abandono de usinas;
- Parceria com outras empresas para o combate às alterações climáticas;
- Construção de parques de autoconsumo e que usufruam das energias renováveis;
- Encerramento e/ou redução das atividades de refinação;
- Premiação para os comportamentos responsáveis;

Por outro lado, e na análise inversa, há três temáticas onde as empresas demonstraram dificuldade em superar. A fraude, os ataques cibernéticos e as falhas momentâneas do serviço. Estes, são os pontos que a EDP deve ter em atenção para melhorar a qualidade e segurança do seu serviço trabalhando-as de forma a que se tornem pontos de diferenciação perante os seus concorrentes diretos.

Numa perspetiva genérica, e recorrendo à tabela 10, a empresa 4 apresenta os melhores resultados, conseguindo adquirir 28 notícias positivas relativamente às suas estratégias e apenas 4 notícias que relatam debilidades na organização no último ano.

4.1.4. Bolsa de valores

A bolsa de valores desempenha um papel fundamental na organização económica e social de um país (Kumar et al., 2020). A influência e ações das empresas nas comunidades locais está a ser um ponto de atração e reconhecimento por parte das diversas bolsas mundiais (Zhou et al., 2019). A cotação de uma empresa em bolsa demonstra o seu sucesso, eficiência e performance corporativa (Siudak, 2020), mas também como uma ferramenta de promoção para o seu desenvolvimento (Pradhan et al., 2019). O conhecimento e informação financeira afeta positivamente a relação entre investigadores, bolsa de valores e organizações (Nadeem et al., 2020).

A metodologia desta análise reincidirá sobre os resultados das empresas na bolsa de valores locais. Tendo os resultados desta análise sido retirados a 14/04/2021 no website “investing.com”, e tratando-se de uma variável instável, os resultados e análises apresentadas podem ter sofrido algumas variações.

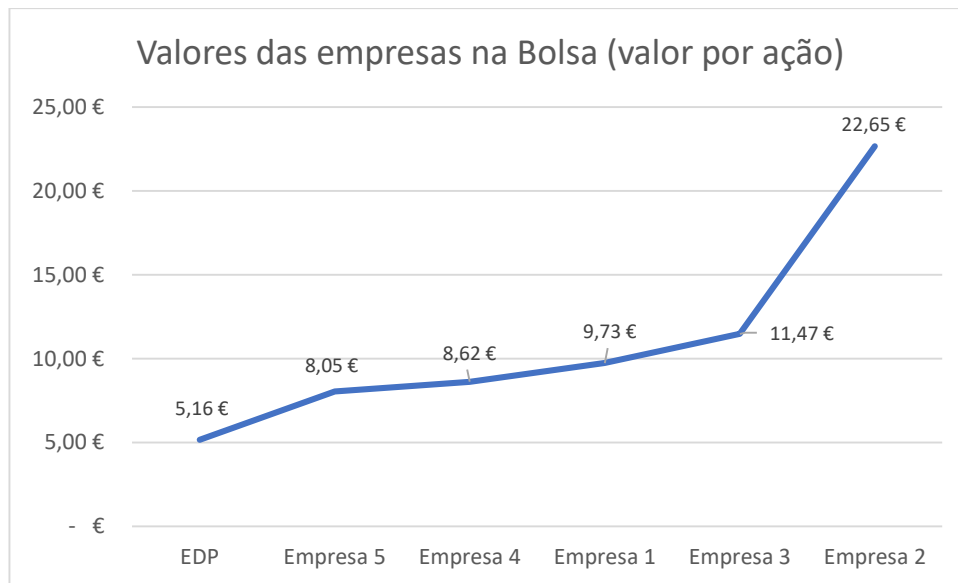


Imagem 26: resultados na bolsa de valores a 14/04/2021
 Fonte: Elaboração própria

Numa primeira análise, podemos verificar o mau desempenho do grupo EDP, comparativamente com os restantes concorrentes. A bolsa de valores está em constante atualização, e julgo que mais uma vez, a polémica das barragens foi determinante para este resultado. Numa análise global dos últimos cinco anos, em 2017 apresentava um valor de bolsa de 2.74 euros, e nos dias de hoje apresenta um resultado de 5.16 euros, o que aponta para um aumento de 2.42 euros no valor da bolsa. Apesar de ser uma progressão positiva, ainda está muito longe dos seus principais concorrentes nesta vertente, sendo este, um ponto interessante de análise para os responsáveis do grupo EDP.

De seguida, a segunda análise que mais se evidencia é no extremo oposto. A empresa 2 para além de apresentar um excelente resultado, destaca-se das restantes do grupo. Em 2017, apresentava um resultado de 20.13 euros, e na data de hoje, apresenta um aumento de 2.52 euros. No entanto, podemos destacar que atingiu no início do ano de 2020 o melhor resultado dos últimos 5 anos, registando um valor de 25 euros por ação. Assim, na minha opinião, seria interessante numa futura análise, compreender os resultados obtidos pela empresa 5, pois o seu destaque merece uma análise mais rigorosa e aprofundada, que eu não consegui fazer por não ter conhecimentos e formação na área.

Por fim, as restantes empresas, apresentam resultados muito idênticos, o que me remeteu para que a perceção e opinião dos investigadores seja muito semelhante quanto às estratégias e valores destas quatro empresas.

4.1.5. Comunicação nas Redes Sociais

Atualmente, as redes sociais são uma ferramenta poderosa para comunicar, influenciar e vender produtos e serviços, através de um custo reduzido, comparativamente com outros meios de comunicação. O sucesso das redes sociais pode ser explicado pela proximidade entre cliente e empresa, a sua interação instantânea e o acesso a informação privilegiada (Fusi and Zhang, 2020).

As organizações estão a tornar-se dependentes dos meios de comunicação digitais para a realização e sucesso das suas estratégias de marketing, bem como a gestão da marca e o desenvolvimento da sua reputação (Bossio *et al.*, 2020). A credibilidade perante a publicidade e comunicação realizada nas redes sociais é mais elevada quando comparada com outros recursos que são mais dispendiosos e menos vantajosos para cumprir os objetivos de marketing (Dhingra and Mudgal, 2019). A literatura reconhece as suas qualidades indiscutíveis, destacando a facilidade em comunicar e vender a um cliente independentemente da sua localização geográfica (Contreras Espinosa, 2021), criação de novas relações e comunicações mais eficazes (Wibowo *et al.*, 2021), criação de autoridade e notoriedade (Rose *et al.*, 2021), sendo ainda considerada como uma importante fonte para compreender as necessidades e exigências dos mercados alvo (Cluley and Green, 2019).

A inclusão desta última variável deveu-se ao valor, nos dias de hoje, das marcas nas plataformas digitais como um fator determinante para incentivar o debate sobre temáticas e estratégias relacionadas com a sustentabilidade. A metodologia utilizada foi semelhante às anteriores, tendo por base a comparação e a adoção de estratégias bem desenvolvidas pelas marcas analisadas. Foram consideradas para esta análise as redes sociais: instagram, youtube e linkedin.

Com a premissa de facilitar a análise dos resultados obtidos, a tabela 11 demonstra-os de forma clara e objetiva:

	EDP	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5
Seguidores no instagram (mil)	23,5	16,4	2,482	46,9	2,088	2,519
Principais conteúdos	<ul style="list-style-type: none"> - Promoção da sustentabilidade - Ações de voluntariado - EDP fundação - Dicas para a sustentabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativas sociais - Destaque aos funcionários - Mobilidade elétrica - Promoção da cultura 	<ul style="list-style-type: none"> - Informação didática - Curiosidades sobre sustentabilidade - Divulgação de projetos - Promoção da inovação 	<ul style="list-style-type: none"> - Projetos sustentáveis - Promoção do desporto - Mobilidade elétrica - Biodiversidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento sustentável - Promoção dos objetivos de sustentabilidade - Promoção do trabalho de equipa 	<ul style="list-style-type: none"> - Manutenção dos monumentos históricos. - Proteção das espécies em vias de extinção - Projetos desenvolvidos
Implementações sugeridas para o instagram	<ol style="list-style-type: none"> 1- Promoção dos objetivos e responsabilidades sustentáveis; 2- Curiosidades e avanços no desenvolvimento sustentável; 3- Informação didática para educar o público-alvo; 4- Consciencialização dos problemas ambientais; 5- Destaque aos empregados e histórias → proximidade com o consumidor; 6- Iniciativas de interação entre marca e consumidor; 					
Seguidores youtube (mil)	6.82	4.3		7.75		
Principais conteúdos	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação de projetos - Making offs 	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação de projetos 		<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação de projetos - Entrevistas - Explicações adequadas 		
Implementações sugeridas para o youtube	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativas que promovam a interação entre Marca e Consumidor; - Divulgação da marca; - Divulgação das histórias e conquistas; - Tornar o canal mais “humano”, não direcionando apenas na divulgação de produtos e serviços 					
Conteúdo LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> - Artigos; - Notícias; - Conquistas; 	<ul style="list-style-type: none"> - Artigos; - Notícias; - Conquistas; 	<ul style="list-style-type: none"> - Artigos; - Notícias; - Conquistas; 	<ul style="list-style-type: none"> - Artigos; - Notícias; - Conquistas; 	<ul style="list-style-type: none"> - Artigos; - Notícias; - Conquistas; 	<ul style="list-style-type: none"> - Artigos; - Notícias; - Conquistas;

Implementações sugeridas para o linkedin	- Sem recomendações. A plataforma está a ser bem trabalhada.
---	--

Tabela 11: Quadro resumo – Redes sociais

Fonte: elaboração própria

Parte III: reflexão crítica

5. Reflexão crítica

Estagiar na EDP, foi incontestavelmente uma enorme oportunidade para o meu crescimento pessoal e profissional. Aquando da minha integração na equipa de trabalho, não me senti na função de estagiário, mas sim como elemento da equipa, recebendo a atenção e acompanhamento necessário para a realização dos objetivos propostos para o estágio curricular, considerando assim, um elemento fundamental para o sucesso do mesmo. Sendo este realizado em regime remoto, a comunicação e a integração não foi a desejada, contudo, existiu sempre uma predisposição contínua para auxiliar e acompanhar todas as tarefas. Devido a todos estes fatores, considero que os objetivos previamente estipulados foram cumpridos, deixando insights importantes para a abordagem da empresa face à sustentabilidade, bem como a sua respetiva comunicação.

5.1. Resultados obtidos

Antecipadamente, considero que ao longo do estágio, consegui demonstrar empenho e vontade em aproveitar a oportunidade recebida, conseguindo cumprir os desafios propostos pelo Dr. Pedro Fontoura. A sustentabilidade ampliou a sua importância nos últimos anos, e tendo em conta a importância da EDP no mercado nacional, bem como internacional, é inevitável não acompanhar esta mudança do paradigma empresarial.

Os resultados obtidos podem dividir-se em duas partes: (1) os insights desenvolvidos recorrendo à análise bibliométrica da literatura sobre “Sustainability Disclosure” e (2) as conclusões da análise de benchmarking sobre o mercado energético europeu.

Em primeiro lugar, o estudo bibliométrico sobre “Sustainability Disclosure” permitiu compreender a posição da literatura face a esta temática, encontrando ao longo da análise insights, estratégias e opiniões de valor para o grupo EDP adotar na sua estratégia de comunicação. A principal crítica dos autores deve-se ao facto de ainda não existir um modelo onde as empresas se possam guiar na elaboração dos seus relatos, para que seja exequível exigir um maior rigor e transparência nas suas divulgações. Por outro lado, a segunda conclusão remete-nos para determinados fatores que influenciam a qualidade dos mesmos, como por exemplo, a presença de mulheres no conselho de administração. Por fim, este estudo bibliométrico, permitiu-me concluir que os relatos de sustentabilidade melhoram consideravelmente a imagem e reputação das empresas, aumentando os benefícios financeiros e reduzindo o risco de gestão.

A realização da análise de benchmarking foi importante tanto para a EDP comercial, como para mim, sendo uma fonte de aprendizagem e entrosamento com a temática da sustentabilidade. O principal objetivo deste estudo era comparar a EDP com os seus principais concorrentes do mercado energético europeu, nas diversas vertentes consideradas, tendo sido considerado como cumprido. Em primeiro lugar, e considerando uma análise conjunta das vertentes, podemos concluir que o grupo EDP se destaca perante as empresas selecionadas. Considerando a vertente mais importante deste estudo, os relatos de sustentabilidade, a EDP demonstra um evidente destaque perante os seus concorrentes diretos, sendo uma vantagem competitiva e diferenciação no mercado. No entanto, e excluindo a empresa 5, os resultados são consideravelmente semelhantes, relevando a consciencialização das empresas para o desenvolvimento sustentável.

Em segundo lugar, os índices de sustentabilidade reforçaram as conclusões que obtive no ponto anterior. A EDP demonstra valores dentro da média, conseguindo-se evidenciar nuns e estando ligeiramente abaixo noutros. No cômputo geral, as empresas apresentam resultados muito homogéneos, não conseguindo destacar uma empresa nesta vertente. Por outro lado, o maior desequilíbrio é a ausência da empresa 5 em praticamente todos os índices, podendo ser justificada pelos os seus fracos resultados e/ou estratégia de divulgação, de forma quantitativa e qualitativa, como podemos observar na classificação dada no índice de CDP.

Em terceiro lugar, o setor das notícias permite-nos retirar uma conclusão comum, as seis empresas estão claramente comprometidas com o desenvolvimento sustentável, e são mais ou menos eficazes, apresentando estratégias e progressos muito satisfatórios, em áreas como: mobilidade elétrica, encerramento de minas de carvão, foco no consumidor, melhoria do serviço e compromissos ambientais e sociais.

A quarta conclusão, e a menos positiva para o grupo EDP, é a sua desvalorização na bolsa de valores, comparativamente às restantes empresas analisadas. Não sendo a minha área de formação, mas através de algumas pesquisas, entendi que a bolsa de valores é imprescindível para a estratégia competitiva de qualquer empresa. Assim sendo, e estando a EDP numa posição muito frágil, considero que este ponto seja analisado para que existam alterações que permitam melhorar a sua cotação na bolsa de valores.

Por fim, a análise das redes sociais, foi exequível para compreender as estratégias de comunicação digitais. No geral, a EDP tem uma excelente estratégia de comunicação, tentando aproximar a marca ao consumidor através de conteúdo didático, contudo, existem alguns aspetos que foram recomendados para o grupo adotar, com o intuito de as fortalecer e enriquecer.

Em suma, e tendo por base os resultados das diferentes vertentes, conseguimos concluir que existem três grupos:

1. A EDP e a empresa 4, têm um destaque perante as outras marcas estudadas, apresentando os melhores resultados desta análise;
2. A empresa 1, 2 e 3 apesar de estarem ligeiramente atrás, apresentam resultados consideravelmente bons e com margem de progressão para atingirem os resultados da EDP e da empresa 4;
3. A empresa 5 está bastante inferior a todas as empresas, necessitando de uma reformulação nas suas estratégias;

5.2. Competências adquiridas

Atualmente, a transição entre a teoria e prática, na minha perspetiva, tem vindo a ser um dos maiores desafios que os jovens encontram após a sua formação. Assim, gostaria em primeiro lugar, de destacar a consolidação da vertente teórica no decorrer deste estágio. Por outro lado, através da aplicação da vertente prática, foi-me permitido trabalhar de maneira autónoma, aperfeiçoando a minha capacidade de comunicação e exposição perante a equipa de trabalho.

Tendo por base os principais objetivos delineados para este estágio, a maior competência adquirida foi a pesquisa, planeamento, estruturação e exposição dos resultados numa análise de mercado. No início, a vontade em apresentar resultados e provar o meu valor era elevada, o que em algumas situações, provocou alguma ansiedade, não apresentando a metodologia mais acertada para este tipo de trabalho. Assim, este estágio também foi importante para aprender a estruturar objetivos, não ultrapassando fases fundamentais do processo de análise. Por outro lado, ao longo dos meses, com as diversas reuniões, a minha capacidade de interação foi evoluindo progressivamente, estando mais à vontade e confiante nos momentos de maior pressão.

Numa vertente mais pessoal, torna-se igualmente importante realçar algumas capacidades e valores adquiridos que considero importantes para a evolução pessoal. Considerando-me uma pessoa tímida em novos ambientes, e este estágio permitiu-me ganhar à vontade suficiente para pedir ajuda ou comunicar com os restantes membros da equipa. As minhas relações interpessoais saem reforçadas após estes meses, bem como a minha capacidade de comunicação. Por outro lado, a minha capacidade de superação também foi posta à prova, tendo de superar desafios e objetivos diários, mas aliciantes. Todos estes pontos só foram alcançados

devido à total disponibilidade e perfeccionismo do Dr. Pedro Fontoura, um profissional que levo como referência para o resto do meu percurso profissional.

Dado o contexto pandémico que atravessamos, acredito que o esforço e dedicação foi redobrado, tendo como premissa aproveitar todos os momentos para crescer e aprender algo que pudesse levar para o meu futuro profissional e pessoal. É notório que após estes cinco meses sou um profissional mais maduro e com uma maior admiração e paixão por esta área do marketing.

5.3. Contribuições para a entidade de acolhimento

Quando existe a modalidade de estágio curricular, na minha opinião, a dinâmica deve ser de aprendizagem mútua e contínua, não sendo este estágio a exceção. Ao longo dos meses, a premissa foi a promoção de um ambiente onde o conhecimento entre empresa e estagiário fosse espontâneo e autêntico. Preservando este mindset, o valor da aprendizagem esteve presente em todos os momentos do estágio.

Para além, dos objetivos e conclusões explanadas no capítulo x, procurei sempre ser um membro ativo e com vontade de ajudar sempre que solicitado, disponibilizando-me para reunir, discutir e debater as metodologias, estratégias e resultados obtidos.

Através da revisão da literatura, foram encontrados insights que considero fundamentais e inovadores para sustentar ou alterar futuras decisões estratégicas para o grupo EDP. Por outro lado, os resultados obtidos na análise de benchmarking foram importantes para entender o posicionamento da empresa face aos seus principais concorrentes, bem como compreender os seus pontos fortes e fracos nas vertentes delineadas para o estudo de mercado.

Por fim, gostaria de salientar que o excelente ambiente interno foi fundamental para me sentir à vontade durante a realização do estágio, motivando-me diariamente para evoluir e entregar à organização atitudes e resultados que provassem que a minha escolha para aquele lugar foi merecida.

5.4. Oportunidades, melhorias e recomendações

A EDP tem os seus objetivos claramente enraizados na sua forma de estudar, analisar e definir as diferentes estratégias para abordar um mercado cada vez mais informado, dinâmico e exigente. No entanto, existem alguns pormenores que podem fazer a diferença aquando da definição de uma estratégia de marketing.

Os objetivos do estágio foram delineados, segundo aquilo que me foi confirmado, não existia uma análise regular e completa ao mercado energético, nomeadamente no que diz respeito aos relatos de sustentabilidade. Assim, e conforme foi mencionado no relatório entregue ao Dr. Pedro Fontoura, é fundamental dar continuidade ao trabalho realizado, pelo menos uma vez por ano.

Quanto às relações interpessoais e dinâmicas de grupo não tenho nada a apontar, sendo este, um dos pontos mais fortes e de destaque durante o estágio.

5.5. Limitações e dificuldades sentidas

A principal dificuldade, foi o facto de nunca ter realizado antes uma análise bibliométrica sobre “sustainability Disclosure”. As dificuldades sentidas pretenderam-se numa fase inicial com o contexto e funcionalidade da realização de uma análise deste género. Após esta fase inicial, senti alguma dificuldade na estruturação e delineação do artigo bibliométrico e em colocar por escrito os resultados obtidos ao longo da pesquisa. Porém, com os ensinamentos e esclarecimentos do Dr. Arnaldo Coelho e do Dr. Pedro Fontoura, tornou-se simples um trabalho que inicialmente considerava complexo. Por outro lado, na análise de benchmarking, senti duas grandes limitações; sendo este o meu primeiro contato com o tema da sustentabilidade, foram sentidas algumas dificuldades no entrosamento com alguns conceitos e algumas interpretações podem não ter sido as mais corretas, no entanto, tentei ser o mais rigoroso e imparcial nas análises realizadas. Por outro lado, existiu alguma dificuldade perante a metodologia a ser utilizada nesta mesma análise, no entanto, as reuniões e prévias pesquisas foram capitais para ultrapassar esta limitação.

A pandemia do covid-19 veio alterar a metodologia de trabalho pelo que o estágio foi realizado em regime remoto, e a experiência não foi tão eficaz e proveitosa. Em nenhum momento senti falta de acompanhamento ou de apoio, contudo, a falta de comunicação e a criação de relacionamentos interpessoais saiu prejudicada. Apesar da excelente organização da empresa na plataforma “teams”, o esclarecimento de dúvidas não foi tão simples, rápido e eficiente como desejado, bem como a organização e apresentação dos resultados via online, devido a falhas na rede e outros problemas técnicos que muitas vezes não estão no nosso controlo. No entanto, gostaria de destacar a participação em alguns eventos, como o almoço de natal via online, que proporcionaram momentos de descontração e interação.

Conclusão

Nos dias de hoje, todos temos a noção da importância da sustentabilidade para um mundo melhor e para as futuras gerações. A mudança não abrange apenas as grandes empresas, os países desenvolvidos ou as grandes comunidades políticas. Esta é uma missão de todos e torna-se fundamental, com pequenas ou grandes atitudes, mudar a nossa forma de pensar e agir num mundo cada vez mais informado e desenvolvido.

Não restam dúvidas da consciencialização das sociedades perante esta temática, no entanto, ainda existe um gap considerável entre o querer e o fazer essa mudança. A admissão e valorização das empresas para com a sustentabilidade tem vindo a aumentar, dando cada vez mais visibilidade ao tema, mas será que a mesma ocorre por livre vontade ou apenas para retirar benefícios para a organização? Obviamente que a resposta a esta questão atravessa os valores e princípios de cada empresa, não sendo possível obter respostas claras, contudo, é uma questão de análise e reflexão pertinente. Por outro lado, a falta de um modelo universal para a divulgação dos relatos de sustentabilidade é um problema identificado por gestores, investigadores e outros stakeholders. Durante o estágio foi-me dado a saber que existe progressos na elaboração do mesmo, o que considero ser um excelente passo para um maior rigor e transparência na comunicação da informação para todos os stakeholders. A sustentabilidade e todos os processos que a englobam, sofrem diariamente constantes alterações, o que prejudica a compreensão do tema para algumas pessoas. Ao longo do estágio, percebi mais aprofundadamente a importância da sustentabilidade e da responsabilidade social das empresas, e só por isso, considero que a experiência valeu a pena. As empresas sabem a sua missão e considero gratificante ter entendido que estas estão a fazer os esforços necessários para mudar o paradigma negro que podemos vir a atravessar.

Julgo que a minha contribuição acrescentou valor ao grupo EDP, sentindo que as conclusões e resultados foram aceites pelo orientador do estágio. Apesar de sentir que, no meio de tão bons profissionais, a minha inexperiência era clara, mas a motivação, empenho e dedicação esteve sempre elevada, o que garantiu que os desafios inicialmente lançados fossem atingidos com sucesso. O trabalho remoto também foi um ponto interessante ao longo destes 5 meses, pois nunca me senti excluído ou perdido nas tarefas e isso deve-se ao profissionalismo do Dr. Pedro Fontoura que tornou, sem a menor dúvida, esta experiência mais enriquecedora para o meu currículo.

A escolha para a realização do estágio curricular é simples. Hoje, é fundamental ter experiência, as empresas valorizam os conceitos teóricos, mas sem a experiência o conhecimento teórico não é valorizado. Assim, a principal razão para a realização do estágio curricular foi a obtenção de experiência e aplicação dos conceitos teóricos em prática junto de excelentes profissionais. Em segundo lugar, sempre tive o objetivo de compreender a dinâmica e organização de uma empresa internacional, e a EDP foi um grande exemplo nesse sentido, considerando uma excelente escolha e oportunidade para mim.

Após este estágio curricular, reconheço que aprendi muito com os profissionais com que me cruzei, tendo desenvolvido o meu conhecimento na área da comunicação da sustentabilidade, estudos de mercado e análises bibliométricas. Por outro lado, o desenvolvimento das minhas “soft skills” também é um ponto muito positivo desta experiência, considerando-me um profissional mais maduro e capaz de enfrentar os diferentes desafios do futuro.

Referência bibliográfica

- Afridi, S. A., Afsar, B., Shahjehan, A., Rehman, Z. U., Haider, M., & Ullah, M. (2020). Perceived corporate social responsibility and innovative work behavior: The role of employee volunteerism and authenticity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1865–1877. <https://doi.org/10.1002/csr.1932>
- Ahsan, T., & Qureshi, M. A. (2021). The nexus between policy uncertainty, sustainability disclosure and firm performance. *Applied Economics*, 53(4), 441–453. <https://doi.org/10.1080/00036846.2020.1808178>
- Al Sarrah, M., Ajmal, M. M., & Mertzanis, C. (2020). Identification of sustainability indicators in the civil aviation sector in Dubai: A stakeholders' perspective. *Social Responsibility Journal*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2019-0203>
- Al-Amin, A. Q., Leal Filho, W., & Kabir, M. A. (2018). The Challenges of Sustainability in Business: How Governments May Ensure Sustainability for Offshore Firms. *Technological and Economic Development of Economy*, 24(1), 108–140. <https://doi.org/10.3846/20294913.2015.1075442>
- Albertini, E. (2019). Integrated reporting: An exploratory study of French companies. *Journal of Management and Governance*, 23(2), 513–535. <https://doi.org/10.1007/s10997-018-9428-6>
- Alda, M. (2019). Corporate sustainability and institutional shareholders: The pressure of social responsible pension funds on environmental firm practices. *Business Strategy and the Environment*, 28(6), 1060–1071. <https://doi.org/10.1002/bse.2301>
- Ali, W., Frynas, J. G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(4), 273–294. <https://doi.org/10.1002/csr.1410>
- Al-Maadid, A., Caporale, G. M., Spagnolo, F., & Spagnolo, N. (2020). The impact of business and political news on the GCC stock markets. *Research in International Business and Finance*, 52, 101102. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.101102>
- Alsahlawi, A. M., Chebbi, K., & Ammer, M. A. (2021). The Impact of Environmental Sustainability Disclosure on Stock Return of Saudi Listed Firms: The Moderating Role of Financial Constraints. *International Journal of Financial Studies*, 9(1), 4. <https://doi.org/10.3390/ijfs9010004>
- Al-Shaer, H. (2020). Sustainability reporting quality and post-audit financial reporting quality: Empirical evidence from the UK. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2355–2373. <https://doi.org/10.1002/bse.2507>

- An, Y., Davey, H., Harun, H., Jin, Z., Qiao, X., & Yu, Q. (2020). Online sustainability reporting at universities: The case of Hong Kong. *Sustainability Accounting Management and Policy Journal*, 11(5), 887–901. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-06-2018-0161>
- Andreu-Pinillos, A., Fernández-Fernández, J.-L., & Fernández-Mateo, J. (2020). Corporate governance in sustainability indexes: A Spanish case study. *Revista de Comunicación*, 19(2), 7–28. <https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A1>
- Anees-ur-Rehman, M., Wong, H. Y., & Hossain, M. (2016). The progression of brand orientation literature in twenty years: A systematic literature review. *Journal of Brand Management*, 23(6), 612–630. <https://doi.org/10.1057/s41262-016-0008-2>
- Antonio, I., Simone, P., Lea, I., & Mario, T. (2020). Communicating the stakeholder engagement process: A cross-country analysis in the tourism sector. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1642–1652. <https://doi.org/10.1002/csr.1913>
- Arenas-Parra, M., & Alvarez-Otero, S. (2020). CSR Disclosure: The IPO Case. *Sustainability*, 12(11), 4390. <https://doi.org/10.3390/su12114390>
- Ates, S. (2020). Membership of sustainability index in an emerging market: Implications for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 250, 119465. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119465>
- Aureli, S., Gigli, S., Medei, R., & Supino, E. (2020). The value relevance of environmental, social, and governance disclosure: Evidence from Dow Jones Sustainability World Index listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 43–52. <https://doi.org/10.1002/csr.1772>
- Azzouz, L., & Jack, A. (2020). Benchmarking the sustainability reporting of high-speed railways (HSRs): Towards a state-of-the-art benchmarking and reporting framework for HSRs. *Journal of Cleaner Production*, 250, 119505. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119505>
- Bae, S. M., Masud, M. A. K., & Kim, J. D. (2018). A Cross-Country Investigation of Corporate Governance and Corporate Sustainability Disclosure: A Signaling Theory Perspective. *Sustainability*, 10(8), 2611. <https://doi.org/10.3390/su10082611>
- Bager, S. L., & Lambin, E. F. (2020). Sustainability strategies by companies in the global coffee sector. *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3555–3570. <https://doi.org/10.1002/bse.2596>
- Baier, C., Goettsche, M., Hellmann, A., & Schiemann, F. (2021). Too Good To Be True: Influencing Credibility Perceptions with Signaling Reference Explicitness and Assurance Depth. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04719-7>

- Bantanur, S., Mukherjee, M., & Shankar, R. (2015). Sustainability perceptions in a technological institution of higher education in India. *Current Science*, 109(12), 2198–2203.
- Barrio-Fraile, E., & Enrique-Jimenez, A.-M. (2021). The strategic value of corporate social responsibility (CSR): The present and future of its management. *Profesional De La Informacion*, 30(3), e300312. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.12>
- Bastas, A., & Liyanage, K. (2019). Setting a framework for organisational sustainable development. *Sustainable Production and Consumption*, 20, 207–229. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.06.005>
- Beekaroo, D., Callychurn, D. S., & Hurreeram, D. K. (2019). Developing a sustainability index for Mauritian manufacturing companies. *Ecological Indicators*, 96, 250–257. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2018.09.003>
- Bendtsen, E. B., Clausen, L. P. W., & Hansen, S. F. (2021). A review of the state-of-the-art for stakeholder analysis with regard to environmental management and regulation. *Journal of Environmental Management*, 279, 111773. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111773>
- Berne-Manero, C., & Marzo-Navarro, M. (2020). Exploring How Influencer and Relationship Marketing Serve Corporate Sustainability. *Sustainability*, 12(11), 4392. <https://doi.org/10.3390/su12114392>
- Bhatia, A., & Makkar, B. (2019). Extent and drivers of CSR disclosure: Evidence from Russia. *Transnational Corporations Review*, 11(3), 190–207. <https://doi.org/10.1080/19186444.2019.1652067>
- Bilbao-Terol, A., Arenas-Parra, M., Canal-Fernandez, V., & Nguema Obam-Eyang, P. (2018). Multi-criteria analysis of the GRI sustainability reports: An application to Socially Responsible Investment. *Journal of the Operational Research Society*, 69(10), 1576–1598. <https://doi.org/10.1057/s41274-017-0229-0>
- Birkle, C., Pendlebury, D. A., Schnell, J., & Adams, J. (2020). Web of Science as a data source for research on scientific and scholarly activity. *Quantitative Science Studies*, 1(1), 363–376. https://doi.org/10.1162/qss_a_00018
- Boiral, O., & Heras-Saizarbitoria, I. (2020). Sustainability reporting assurance: Creating stakeholder accountability through hyperreality? *Journal of Cleaner Production*, 243, 118596. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118596>
- Borga, F., Citterio, A., Noci, G., & Pizzurno, E. (2009). Sustainability Report in Small Enterprises: Case Studies in Italian Furniture Companies. *Business Strategy and the Environment*, 18(3), 162–176. <https://doi.org/10.1002/bse.561>
- Borges, M. L., Anholon, R., Cooper Ordóñez, R. E., Quelhas, O. L. G., Santa-Eulalia, L. A., & Leal Filho, W. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) practices developed by Brazilian companies:

An exploratory study. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 25(6), 509–517. <https://doi.org/10.1080/13504509.2017.1416700>

Bossio, D., McCosker, A., Milne, E., Golding, D., & Albarran-Torres, C. (2020). Social media managers as intermediaries: Negotiating the personal and professional in organisational communication. *Communication Research and Practice*, 6(2), 95–110. <https://doi.org/10.1080/22041451.2019.1648028>

Butt, N. S., Malik, A. A., & Shahbaz, M. Q. (2021). Bibliometric Analysis of Statistics Journals Indexed in Web of Science Under Emerging Source Citation Index. *SAGE Open*, 11(1), 2158244020988870. <https://doi.org/10.1177/2158244020988870>

Camon Luis, E., & Celma, D. (2020). Circular Economy. A Review and Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 12(16), 6381. <https://doi.org/10.3390/su12166381>

Cantele, S., & Cassia, F. (2020). Sustainability implementation in restaurants: A comprehensive model of drivers, barriers, and competitiveness-mediated effects on firm performance. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102510. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102510>

Casprini, E., Dabic, M., Kotlar, J., & Pucci, T. (2020). A bibliometric analysis of family firm internationalization research: Current themes, theoretical roots, and ways forward. *International Business Review*, 29(5), 101715. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101715>

Chakrabarti, R., Henneberg, S. C., & Ivens, B. S. (2020). Open sustainability: Conceptualization and considerations. *Industrial Marketing Management*, 89, 528–534. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.024>

Chan, M., Lee, F. L. F., & Chen, H.-T. (2021). Examining the Roles of Multi-Platform Social Media News Use, Engagement, and Connections with News Organizations and Journalists on News Literacy: A Comparison of Seven Democracies. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1890168>

Channuntapipat, C. (2021). Can sustainability report assurance be a collaborative process and practice beyond the ritual of verification? *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 775–786. <https://doi.org/10.1002/bse.2653>

Chantziaras, A., Dedoulis, E., Grougiou, V., & Leventis, S. (2020). The impact of religiosity and corruption on CSR reporting: The case of U.S. banks. *Journal of Business Research*, 109, 362–374. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.025>

Chatzitheodorou, K., Tsalis, T. A., Tsagarakis, K. P., Evangelos, G., & Ioannis, N. (2021). A new practical methodology for the banking sector to assess corporate sustainability risks with an application in the energy sector. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1473–1487. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.03.005>

- Chen, C., Yu, Y., Osei-Kyei, R., Chan, A. P. C., & Xu, J. (2019). Developing a project sustainability index for sustainable development in transnational public–private partnership projects. *Sustainable Development*, 27(6), 1034–1048. <https://doi.org/10.1002/sd.1954>
- Cheng, S., Jianfu, S., Alrasheedi, M., Saeidi, P., Mishra, A. R., & Rani, P. (2021). A New Extended VIKOR Approach Using q-Rung Orthopair Fuzzy Sets for Sustainable Enterprise Risk Management Assessment in Manufacturing Small and Medium-Sized Enterprises. *International Journal of Fuzzy Systems*. <https://doi.org/10.1007/s40815-020-01024-3>
- Cheng, Y., Chen, Y.-R. R., & Hung-Baesecke, C.-J. F. (2021). Social Media Influencers in CSR Endorsement: The Effect of Consumer Mimicry on CSR Behaviors and Consumer Relationships. *Social Science Computer Review*, 39(4), 744–761. <https://doi.org/10.1177/0894439320987184>
- Chi, W., Wu, S.-J., & Zheng, Z. (2020). Determinants and consequences of voluntary corporate social responsibility disclosure: Evidence from private firms. *British Accounting Review*, 52(6), 100939. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2020.100939>
- Chiaramonte, L., Dreassi, A., Paltrinieri, A., & Piserà, S. (2020). Sustainability Practices and Stability in the Insurance Industry. *Sustainability*, 12(14), 5530. <https://doi.org/10.3390/su12145530>
- Choi, S. (2021). News gap in a digital news environment: Calibrating editorial importance from user-rated news quality and identifying user characteristics that close the news gap. *New Media & Society*, 1461444821999037. <https://doi.org/10.1177/1461444821999037>
- Chouki, M., Talea, M., Okar, C., & Chroqui, R. (2020). Barriers to Information Technology Adoption Within Small and Medium Enterprises: A Systematic Literature Review. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 17(1), 2050007. <https://doi.org/10.1142/S0219877020500078>
- Cluley, R., & Green, W. (2019). Social representations of marketing work: Advertising workers and social media. *European Journal of Marketing*, 53(5), 830–847. <https://doi.org/10.1108/EJM-12-2016-0682>
- Connelly, S. (2007). Mapping Sustainable Development as a Contested Concept. 21.
- Contreras Espinosa, R. S. (2021). Social media in communication: A constant topic of discussion. *Obra Digital-Revista De Comunicacion*, 20, 10–13.
- Corciolani, M., Nieri, F., & Tuan, A. (2020). Does involvement in corporate social irresponsibility affect the linguistic features of corporate social responsibility reports? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 670–680. <https://doi.org/10.1002/csr.1832>

- Coster, M., Dahlin, G., & Isaksson, R. (2020). Are They Reporting the Right Thing and Are They Doing It Right?-A Measurement Maturity Grid for Evaluation of Sustainability Reports. *Sustainability*, 12(24), 10393. <https://doi.org/10.3390/su122410393>
- Cowan, K., & Guzman, F. (2020). How CSR reputation, sustainability signals, and country-of-origin sustainability reputation contribute to corporate brand performance: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 117, 683–693. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.017>
- Csomos, G., Vida, Z. V., & Lengyel, B. (2020). Exploring the changing geographical pattern of international scientific collaborations through the prism of cities. *Plos One*, 15(11), e0242468. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0242468>
- Cucari, N., De Falco, S. E., & Orlando, B. (2018). Diversity of Board of Directors and Environmental Social Governance: Evidence from Italian Listed Companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(3), 250–266. <https://doi.org/10.1002/csr.1452>
- Da Silva Netto, J. P. (2021). Sustainability Indicators as a Support for Tourism Planning: Conceptual and Methodological Issues. *Rosa Dos Ventos-Turismo E Hospitalidade*, 13(1), 260–277. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i1p260>
- de Vasconcelos Barros, R. T., & Fagundes Silveira, A. V. (2019). Use of sustainability indicators for the assessment of urban solid waste management in Belo Horizonte's Metropolitan Region, MG, Brazil. *Engenharia Sanitaria E Ambiental*, 24(2), 411–423. <https://doi.org/10.1590/S1413-41522019177499>
- de Villiers, C., & Dimes, R. (2021). Determinants, mechanisms and consequences of corporate governance reporting: A research framework. *Journal of Management and Governance*, 25(1), 7–26. <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09530-0>
- de Villiers, C., & Sharma, U. (2020). A critical reflection on the future of financial, intellectual capital, sustainability and integrated reporting. *Critical Perspectives on Accounting*, 70, 101999. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2017.05.003>
- Dhingra, M., & Mudgal, R. K. (2019). Social Media Advertising: Paradigm shift in Marketing Communication. *Pacific Business Review International*, 11(11), 109–115.
- Di Nauta, P., Iannuzzi, E., Milone, M., & Nigro, C. (2020). The Impact of the Sustainability Principles on the Strategic Planning and Reporting of Universities. An Exploratory Study on a Qualified Italian Sample. *Sustainability*, 12(18), 7269. <https://doi.org/10.3390/su12187269>
- Diouf, D., & Boiral, O. (2017). The quality of sustainability reports and impression management A stakeholder perspective. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 30(3), 643–667. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2044>

- Domingues, A. R., Lozano, R., Ceulemans, K., & Ramos, T. B. (2017). Sustainability reporting in public sector organisations: Exploring the relation between the reporting process and organisational change management for sustainability. *Journal of Environmental Management*, 192, 292–301. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.01.074>
- Dongelmans, D. A., Pilcher, D., Beane, A., Soares, M., Arias Lopez, M. del P., Fernandez, A., Guidet, B., Haniffa, R., & Salluh, J. I. F. (2020). Linking of global intensive care (LOGIC): An international benchmarking in critical care initiative. *Journal of Critical Care*, 60, 305–310. <https://doi.org/10.1016/j.jcrc.2020.08.031>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Dwekat, A., Seguí-Mas, E., & Tormo-Carbó, G. (2020). The effect of the board on corporate social responsibility: Bibliometric and social network analysis. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 33(1), 3580–3603. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1776139>
- El Mekaoui, A., Tariq, R., Ramirez, O. B., & Mendez-Monroy, P. E. (2020). Sustainability, Sociocultural Challenges, and New Power of Capitalism for Renewable Energy Megaprojects in an Indigenous Mayan Community of Mexico. *Sustainability*, 12(18), 7432. <https://doi.org/10.3390/su12187432>
- Elkington, J. (2020). *Green Swans: The Coming Boom In Regenerative Capitalism*. <https://www.scribd.com/book/455439591/Green-Swans-The-Coming-Boom-In-Regenerative-Capitalism>
- Fan, Y.-J., Liu, S.-F., Luh, D.-B., & Teng, P.-S. (2021). Corporate Sustainability: Impact Factors on Organizational Innovation in the Industrial Area. *Sustainability*, 13(4), 1979. <https://doi.org/10.3390/su13041979>
- Farooq, Q., Hao, Y., & Liu, X. (2019). Understanding corporate social responsibility with cross-cultural differences: A deeper look at religiosity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 965–971. <https://doi.org/10.1002/csr.1736>
- Fernandez-Gago, R., Cabeza-Garcia, L., & Nieto, M. (2018). Independent directors' background and CSR disclosure. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 991–1001. <https://doi.org/10.1002/csr.1515>
- Fontrodona, J., Ricart, J. E., & Berrone, P. (2018). Ethical Challenges in Strategic Management: The 19th IESE International Symposium on Ethics, Business and Society. *Journal of Business Ethics*, 152(4), 887–898. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3825-2>

- Freeman, R. E., Dmytriiev, S. D., & Phillips, R. A. (2021). Teoria das partes interessadas e a visão da empresa baseada em recursos. *Journal of Management*, 0149206321993576. <https://doi.org/10.1177/0149206321993576>
- Fusi, F., & Zhang, F. (2020). Social Media Communication in the Workplace: Evidence From Public Employees' Networks. *Review of Public Personnel Administration*, 40(2), 245–271. <https://doi.org/10.1177/0734371X18804016>
- Galvão, A., Mendes, L., Marques, C., & Mascarenhas, C. (2019). Factors influencing students' corporate social responsibility orientation in higher education. *Journal of Cleaner Production*, 215, 290–304. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.059>
- Gamerschlag, R., Moeller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: Empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2–3), 233–262. <https://doi.org/10.1007/s11846-010-0052-3>
- Garcia-Gonzalez, A., & Ramirez-Montoya, M.-S. (2019). Systematic Mapping of Scientific Production on Open Innovation (2015-2018): Opportunities for Sustainable Training Environments. *Sustainability*, 11(6), 1781. <https://doi.org/10.3390/su11061781>
- Garcia-Sanchez, I.-M., Hussain, N., Martinez-Ferrero, J., & Ruiz-Barbadillo, E. (2019). Impact of disclosure and assurance quality of corporate sustainability reports on access to finance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 832–848. <https://doi.org/10.1002/csr.1724>
- Garcia-Torea, N., Fernandez-Feijoo, B., & De La Cuesta, M. (2020). CSR reporting communication: Defective reporting models or misapplication? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 952–968. <https://doi.org/10.1002/csr.1858>
- Gavana, G., Gottardo, P., & Moisello, A. M. (2017). Earnings Management and CSR Disclosure. Family vs. Non-Family Firms. *Sustainability*, 9(12), 2327. <https://doi.org/10.3390/su9122327>
- Gazzola, P., Amelio, S., Papagiannis, F., & Michaelides, Z. (2019). Sustainability reporting practices and their social impact to NGO funding in Italy. *Critical Perspectives on Accounting*, 102085. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2019.04.006>
- Geerts, M., & Dooms, M. (2020). Sustainability Reporting for Inland Port Managing Bodies: A Stakeholder-Based View on Materiality. *Sustainability*, 12(5), 1726. <https://doi.org/10.3390/su12051726>
- Giron, A., Kazemikhasragh, A., Cicchiello, A. F., & Panetti, E. (2020). Sustainability Reporting and Firms' Economic Performance: Evidence from Asia and Africa. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00693-7>

- Habek, P., Bialy, W., & Livenskaya, G. (2019). Stakeholder engagement in corporate social responsibility reporting. The case of mining companies. *Acta Montanistica Slovaca*, 24(1), 25–34.
- Hamad, S., Draz, M. U., & Lai, F.-W. (2020). The Impact of Corporate Governance and Sustainability Reporting on Integrated Reporting: A Conceptual Framework. *Sage Open*, 10(2), 2158244020927431. <https://doi.org/10.1177/2158244020927431>
- Haney, A. B., Pope, J., & Arden, Z. (2020). Tornando-o pessoal: Desenvolvendo líderes de sustentabilidade nos negócios. *Organization & Environment*, 33(2), 155–174. <https://doi.org/10.1177/1086026618806201>
- Hehenberger-Risse, D., Straub, J., Niechoj, D., & Lutzenberger, A. (2019). Sustainability Index to Assess the Environmental Impact of Heat Supply Systems. *Chemical Engineering & Technology*, 42(9), 1923–1927. <https://doi.org/10.1002/ceat.201800647>
- Hickman, L., & Akdere, M. (2019). Exploring information technology-business alignment through stakeholder theory: A review of literature. *Industrial and Commercial Training*, 51(4), 228–243. <https://doi.org/10.1108/ICT-11-2018-0098>
- Holt, T. V., Statler, M., Atz, U., Whelan, T., Loggerenberg, M. van, & Cebulla, J. (2020). The cultural consensus of sustainability-driven innovation: Strategies for success. *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3399–3409. <https://doi.org/10.1002/bse.2584>
- Hussain, N., Rigoni, U., & Orij, R. P. (2018). Corporate Governance and Sustainability Performance: Analysis of Triple Bottom Line Performance. *Journal of Business Ethics*, 149(2), 411–432. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3099-5>
- Ikram, M., Zhang, Q., Sroufe, R., & Ferasso, M. (2020). The Social Dimensions of Corporate Sustainability: An Integrative Framework Including COVID-19 Insights. *Sustainability*, 12(20), 8747. <https://doi.org/10.3390/su12208747>
- Jacobsen, S. S., Korsgaard, S., & Gunzel-Jensen, F. (2020). Towards a Typology of Sustainability Practices: A Study of the Potentials and Challenges of Sustainable Practices at the Firm Level. *Sustainability*, 12(12), 5166. <https://doi.org/10.3390/su12125166>
- Jindřichovská, I., Kubíčková, D., & Mocanu, M. (2020). Case Study Analysis of Sustainability Reporting of an Agri-Food Giant. *Sustainability*, 12(11), 4491. <https://doi.org/10.3390/su12114491>
- Jones, T. M., Harrison, J. S., & Felts, W. (2018). How Applying Instrumental Stakeholder Theory Can Provide Sustainable Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, 43(3), 371–391. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0111>

- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *Journal of Business Research*, 120, 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.019>
- Karaman, A. S., Orazalin, N., Uyar, A., & Shahbaz, M. (2021). CSR achievement, reporting, and assurance in the energy sector: Does economic development matter? *Energy Policy*, 149, 112007. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.112007>
- Katmon, N., Mohamad, Z. Z., Norwani, N. M., & Al Farooque, O. (2019). Comprehensive Board Diversity and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from an Emerging Market. *Journal of Business Ethics*, 157(2), 447–481. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3672-6>
- Khan, A. S., Ur Rehman, S., AlMaimouni, Y. K., Ahmad, S., Khan, M., & Ashiq, M. (2020). Bibliometric Analysis of Literature Published on Antibacterial Dental Adhesive from 1996-2020. *Polymers*, 12(12), 2848. <https://doi.org/10.3390/polym12122848>
- Khan, M., Lockhart, J., & Bathurst, R. (2020). A multi-level institutional perspective of corporate social responsibility reporting: A mixed-method study. *Journal of Cleaner Production*, 265, 121739. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121739>
- Kiewiet, D. J., & Vos, J. F. J. (2007). Organisational sustainability: A case for formulating a tailor-made definition. *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, 09(01), 1–18. <https://doi.org/10.1142/S1464333207002640>
- Kim, J., Taylor, C. R., Kim, K. H., & Lee, K. H. (2015). Measures of perceived sustainability. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(2), 182–193. <https://doi.org/10.1080/21639159.2015.1015473>
- Kotler, P. (2011). Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132–135. <https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.132>
- Kouaib, A., Mhiri, S., & Jarboui, A. (2020). Board of directors' effectiveness and sustainable performance: The triple bottom line. *The Journal of High Technology Management Research*, 31(2), 100390. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2020.100390>
- Krajnc, D., & Glavic, P. (2005). How to compare companies on relevant dimensions of sustainability. *Ecological Economics*, 55(4), 551–563. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.12.011>
- Kumar, G., Jain, S., & Singh, U. P. (2020). Stock Market Forecasting Using Computational Intelligence: A Survey. *Archives of Computational Methods in Engineering*. <https://doi.org/10.1007/s11831-020-09413-5>

- Kuokkanen, H., & Sun, W. (2020). Companies, Meet Ethical Consumers: Strategic CSR Management to Impact Consumer Choice. *Journal of Business Ethics*, 166(2), 403–423. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04145-4>
- Liao, P.-C., Xia, N.-N., Wu, C.-L., Zhang, X.-L., & Yeh, J.-L. (2017). Communicating the corporate social responsibility (CSR) of international contractors: Content analysis of CSR reporting. *Journal of Cleaner Production*, 156, 327–336. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.04.027>
- Lin, Y. (2019). Legitimizing Negative Aspects in Corporate Social Responsibility Reporting: Evidence From China. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 62(3), 263–278. <https://doi.org/10.1109/TPC.2019.2913917>
- Lintukangas, K., Kähkönen, A.-K., & Hallikas, J. (2019). The role of supply management innovativeness and supplier orientation in firms' sustainability performance. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 25(4), 100558. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2019.100558>
- Liu, Y., Li, J., Quan, B., & Yang, J. (2019). Decision analysis and coordination of two-stage supply chain considering cost information asymmetry of corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 228, 1073–1087. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.247>
- Lueg, K., Krastev, B., & Lueg, R. (2019). Bidirectional effects between organizational sustainability disclosure and risk. *Journal of Cleaner Production*, 229, 268–277. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.379>
- Luo, B. N., Tang, Y., Chen, E. W., Li, S., & Luo, D. (2020). Corporate Sustainability Paradox Management: A Systematic Review and Future Agenda. *Frontiers in Psychology*, 11, 579272. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.579272>
- Luo, Z., Miao, F., Hu, M., & Wang, Y. (2020). Research Development on Horseshoe Crab: A 30-Year Bibliometric Analysis. *Frontiers in Marine Science*, 7, 41. <https://doi.org/10.3389/fmars.2020.00041>
- Machado, B. A. A., Dias, L. C. P., & Fonseca, A. (2021). Transparency of materiality analysis in GRI-based sustainability reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 570–580. <https://doi.org/10.1002/csr.2066>
- Mahmood, Z., Kouser, R., Ali, W., Ahmad, Z., & Salman, T. (2018). Does Corporate Governance Affect Sustainability Disclosure? A Mixed Methods Study. *Sustainability*, 10(1), 207. <https://doi.org/10.3390/su10010207>
- Manning, B., Braam, G., & Reimsbach, D. (2019). Corporate governance and sustainable business conduct—Effects of board monitoring effectiveness and stakeholder engagement on corporate sustainability performance and disclosure choices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 351–366. <https://doi.org/10.1002/csr.1687>

- Manzoor, M. S., Rehman, R. U., Usman, M. I., & Ahmad, M. I. (2019). How Corporate Governance and Csr Disclosure Affect Firm Performance? *E & M Ekonomie a Management*, 22(3), 20–35. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2019-3-002>
- Maria Garcia-Sanchez, I., Gomez-Miranda, M.-E., David, F., & Rodriguez-Ariza, L. (2019). The explanatory effect of CSR committee and assurance services on the adoption of the IFC performance standards, as a means of enhancing corporate transparency. *Sustainability Accounting Management and Policy Journal*, 10(5), 773–797. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-09-2018-0261>
- Mariadoss, B. J., Tansuhaj, P. S., & Mouri, N. (2011). Marketing capabilities and innovation-based strategies for environmental sustainability: An exploratory investigation of B2B firms. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1305–1318. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.10.006>
- Martin-Miguel, J., Prado-Roman, C., Cachon-Rodriguez, G., & Avendano-Miranda, L. L. (2020). Determinants of Reputation at Private Graduate Online Schools. *Sustainability*, 12(22), 9659. <https://doi.org/10.3390/su12229659>
- Masoud, N., & Viji, A. (2020). The effect of mandatory CSR disclosure on firms: Empirical evidence from UAE. *International Journal of Sustainable Engineering*. <https://doi.org/10.1080/19397038.2020.1821405>
- Meho, L. I., & Yang, K. (2007). Impact of data sources on citation counts and rankings of LIS faculty: Web of science versus scopus and google scholar. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2105–2125. <https://doi.org/10.1002/asi.20677>
- Merigó, J. M., & Yang, J.-B. (2017). A bibliometric analysis of operations research and management science. *Omega*, 73, 37–48. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2016.12.004>
- Michelon, G., Patten, D. M., & Romi, A. M. (2019). Creating Legitimacy for Sustainability Assurance Practices: Evidence from Sustainability Restatements. *European Accounting Review*, 28(2), 395–422. <https://doi.org/10.1080/09638180.2018.1469424>
- Minhas, M. R., & Potdar, V. (2020). Decision Support Systems in Construction: A Bibliometric Analysis. *Buildings*, 10(6), 108. <https://doi.org/10.3390/buildings10060108>
- Miniaoui, Z., Chibani, F., & Hussainey, K. (2019). The impact of country-level institutional differences on corporate social responsibility disclosure engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1307–1320. <https://doi.org/10.1002/csr.1748>
- Mion, G., & Aduai, C. R. L. (2019). Mandatory Nonfinancial Disclosure and Its Consequences on the Sustainability Reporting Quality of Italian and German Companies. *Sustainability*, 11(17), 4612. <https://doi.org/10.3390/su11174612>

- Mitchell, R. W., Wooliscroft, B., & Higham, J. (2010). Sustainable Market Orientation: A New Approach to Managing Marketing Strategy. *Journal of Macromarketing*, 30(2), 160–170. <https://doi.org/10.1177/0276146710361928>
- Muslu, V., Mutlu, S., Radhakrishnan, S., & Tsang, A. (2019). Corporate Social Responsibility Report Narratives and Analyst Forecast Accuracy. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 1119–1142. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3429-7>
- Naciti, V. (2019). Corporate governance and board of directors: The effect of a board composition on firm sustainability performance. *Journal of Cleaner Production*, 237, 117727. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117727>
- Nadeem, M. A., Qamar, M. A. J., Nazir, M. S., Ahmad, I., Timoshin, A., & Shehzad, K. (2020). How Investors Attitudes Shape Stock Market Participation in the Presence of Financial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 11, 553351. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.553351>
- Nair, R., Muttakin, M., Khan, A., Subramaniam, N., & Somanath, V. S. (2019). Corporate social responsibility disclosure and financial transparency: Evidence from India. *Pacific-Basin Finance Journal*, 56, 330–351. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.06.015>
- Nazari, J. A., Hrazdil, K., & Mahmoudian, F. (2017). Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 13(2), 166–178. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.05.002>
- Nilashi, M., Rupani, P. F., Rupani, M. M., Kamyab, H., Shao, W., Ahmadi, H., Rashid, T. A., & Aljojo, N. (2019). Measuring sustainability through ecological sustainability and human sustainability: A machine learning approach. *Journal of Cleaner Production*, 240, 118162. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118162>
- Nosratabadi, S., Pinter, G., Mosavi, A., & Semperger, S. (2020). Sustainable Banking; Evaluation of the European Business Models. *Sustainability*, 12(6), 2314. <https://doi.org/10.3390/su12062314>
- Olafsdottir, R. (2021). The Role of Public Participation for Determining Sustainability Indicators for Arctic Tourism. *Sustainability*, 13(1), 295. <https://doi.org/10.3390/su13010295>
- Oncioiu, I., Petrescu, A.-G., Bilcan, F.-R., Petrescu, M., Popescu, D.-M., & Anghel, E. (2020). Corporate Sustainability Reporting and Financial Performance. *Sustainability*, 12(10), 4297. <https://doi.org/10.3390/su12104297>
- Oncioiu, I., Popescu, D.-M., Aviana, A. E., Șerban, A., Rotaru, F., Petrescu, M., & Marin-Pantelescu, A. (2020). The Role of Environmental, Social, and Governance Disclosure in Financial Transparency. *Sustainability*, 12(17), 6757. <https://doi.org/10.3390/su12176757>

- Orazalin, N., & Mahmood, M. (2018). Economic, environmental, and social performance indicators of sustainability reporting: Evidence from the Russian oil and gas industry. *Energy Policy*, 121, 70–79. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.06.015>
- Ordonez-Ponce, E., & Khare, A. (2021). GRI 300 as a measurement tool for the United Nations sustainable development goals: Assessing the impact of car makers on sustainability. *Journal of Environmental Planning and Management*, 64(1), 47–75. <https://doi.org/10.1080/09640568.2020.1746906>
- Ortiz-Martínez, E., & Marín-Hernández, S. (2020). European Financial Services SMEs: Language in Their Sustainability Reporting. *Sustainability*, 12(20), 8377. <https://doi.org/10.3390/su12208377>
- Osakwe, C. N., & Yusuf, T. O. (2020). CSR: A roadmap towards customer loyalty. *Total Quality Management & Business Excellence*. <https://doi.org/10.1080/14783363.2020.1730174>
- Paoloni, N., Mattei, G., Dello Strologo, A., & Celli, M. (2020). The present and future of intellectual capital in the healthcare sector A systematic literature review. *Journal of Intellectual Capital*, 21(3), 357–379. <https://doi.org/10.1108/JIC-10-2019-0237>
- Park, C. S., & Kaye, B. K. (2020). What’s This? Incidental Exposure to News on Social Media, News-Finds-Me Perception, News Efficacy, and News Consumption. *Mass Communication and Society*, 23(2), 157–180. <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1702216>
- Parsa, S., Roper, I., Muller-Camen, M., & Szigetvari, E. (2018). Have labour practices and human rights disclosures enhanced corporate accountability? The case of the GRI framework. *Accounting Forum*, 42(1), 47–64. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2018.01.001>
- Paun, D. (2018). Corporate sustainability reporting: An innovative tool for the greater good of all. *Business Horizons*, 61(6), 925–935. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.07.012>
- Pham, H. S. T., & Tran, H. T. (2020). CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. *Journal of Business Research*, 120, 127–136. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.002>
- Pham, H. T. T., Jung, S.-C., & Lee, S.-Y. (2020). Governmental Ownership of Voluntary Sustainability Information Disclosure in an Emerging Economy: Evidence from Vietnam. *Sustainability*, 12(16), 6686. <https://doi.org/10.3390/su12166686>
- Pinnuck, M., Ranasinghe, A., Soderstrom, N., & Zhou, J. (2020). Restatement of CSR Reports: Frequency, Magnitude, and Determinants*. *Contemporary Accounting Research*. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12666>

- Pistoni, A., Songini, L., & Bavagnoli, F. (2018). Integrated Reporting Quality: An Empirical Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 489–507. <https://doi.org/10.1002/csr.1474>
- Plieninger, T., Fagerholm, N., & Bieling, C. (2021). How to run a sustainability science research group sustainably? *Sustainability Science*, 16(1), 321–328. <https://doi.org/10.1007/s11625-020-00857-z>
- Pope, J., Annandale, D., & Morrison-Saunders, A. (2004). Conceptualising sustainability assessment. *Environmental Impact Assessment Review*, 24(6), 595–616. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2004.03.001>
- Pradhan, R. P., Arvin, M. B., Nair, M., & Bennett, S. E. (2019). Inter-linkages between competition and stabilisation policies in the banking sector and stock market development in Europe. *Applied Economics*, 51(39), 4313–4324. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1591603>
- Pranugrahaning, A., Donovan, J. D., Topple, C., & Masli, E. K. (2021). Corporate sustainability assessments: A systematic literature review and conceptual framework. *Journal of Cleaner Production*, 295, 126385. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126385>
- Purani, K., Sahadev, S., & Kumar, D. S. (2014). Globalization and Academic Research: The Case of Sustainability Marketing. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 3(1), 93–99. <https://doi.org/10.1177/2277975214520910>
- Quilty, T., & Murphy, L. (2018). Balancing legal, operations and community conflict: A tale of two SME's. *Journal of Management & Organization*, 24(4), 582–597. <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.26>
- Qureshi, M. a. (1), Kirkerud, S. (2), Theresa, K. (2), & Ahsan, T. (3). (2020). The impact of sustainability (environmental, social, and governance) disclosure and board diversity on firm value: The moderating role of industry sensitivity. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1199–1214. <https://doi.org/10.1002/bse.2427>
- Rehman, R. U., Riaz, Z., Cullinan, C., Zhang, J., & Wang, F. (2020). Institutional Ownership and Value Relevance of Corporate Social Responsibility Disclosure: Empirical Evidence from China. *Sustainability*, 12(6), 2311. <https://doi.org/10.3390/su12062311>
- Reimer, J., Haering, M., Loosen, W., Maalej, W., & Merten, L. (2021). Content Analyses of User Comments in Journalism: A Systematic Literature Review Spanning Communication Studies and Computer Science. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1882868>
- Repiso, R., Castillo-Esparcia, A., & Torres-Salinas, D. (2019). Altmetrics, alternative indicators for Web of Science Communication studies journals. *Scientometrics*, 119(2), 941–958. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03070-7>
- Reponen, E., Rundall, T. G., Shortell, S. M., Blodgett, J. C., Juarez, A., Jokela, R., Makijarvi, M., & Torkki, P. (2021). Benchmarking outcomes on multiple contextual levels in lean healthcare: A

systematic review, development of a conceptual framework, and a research agenda. *Bmc Health Services Research*, 21(1), 161. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-06160-6>

Reverte, C. (2020). Do investors value the voluntary assurance of sustainability information? Evidence from the Spanish stock market. *Sustainable Development*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1002/sd.2157>

Riyadh, H. A., Sukoharsono, E. G., & Alfaiza, S. A. (2019). The impact of corporate social responsibility disclosure and board characteristics on corporate performance. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1647917. <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1647917>

Rose, S., Fandel, D., Saraeva, A., & Dibley, A. (2021). Sharing is the name of the game: Exploring the role of social media communication practices on B2B customer relationships in the life sciences industry. *Industrial Marketing Management*, 93, 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.12.013>

Rostamzadeh, R., Akbarian, O., Banaitis, A., & Soltani, Z. (2021). Application of Dea in Benchmarking: A Systematic Literature Review from 2003-2020. *Technological and Economic Development of Economy*, 27(1), 175–222. <https://doi.org/10.3846/tede.2021.13406>

Ruiz-Barbadillo, E., & Martinez-Ferrero, J. (2020). What impact do countries have on levels of sustainability assurance? A complementary-substitutive perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2329–2341. <https://doi.org/10.1002/csr.1967>

Sampong, F., Song, N., Boahene, K. O., & Wadie, K. A. (2018). Disclosure of CSR Performance and Firm Value: New Evidence from South Africa on the Basis of the GRI Guidelines for Sustainability Disclosure. *Sustainability*, 10(12), 4518. <https://doi.org/10.3390/su10124518>

Schiehl, E., & Kolahgar, S. (2021). Financial materiality in the informativeness of sustainability reporting. *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 840–855. <https://doi.org/10.1002/bse.2657>

Senay, E., & Landrigan, P. J. (2018). Assessment of Environmental Sustainability and Corporate Social Responsibility Reporting by Large Health Care Organizations. *Jama Network Open*, 1(4), e180975. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2018.0975>

Shafiq, M., Ashraf, H., Ullah, A., & Tahira, S. (2020). Systematic Literature Review on Energy Efficient Routing Schemes in WSN - A Survey. *Mobile Networks & Applications*, 25(3), 882–895. <https://doi.org/10.1007/s11036-020-01523-5>

Shang, H., Chen, R., & Li, Z. (2020). Dynamic sustainability capabilities and corporate sustainability performance: The mediating effect of resource management capabilities. *Sustainable Development*, 28(4), 595–612. <https://doi.org/10.1002/sd.2011>

- Siri, M., & Zhu, S. (2019). Will the EU Commission Successfully Integrate Sustainability Risks and Factors in the Investor Protection Regime? A Research Agenda. *Sustainability*, 11(22), 6292. <https://doi.org/10.3390/su11226292>
- Siudak, D. (2020). Classification of Companies into Stock Exchange Quotation Markets Using Network Metrics. *Argumenta Oeconomica*, 45(2), 275–292. <https://doi.org/10.15611/aoe.2020.2.12>
- Slišāne Dzintra, Gaumigs Gatis, Lauka Dace, & Blumberga Dagnija. (2020). Assessment of Energy Sustainability in Statistical Regions of Latvia using Energy Sustainability Index. *Environmental and Climate Technologies*, 24(2), 160–169. <https://doi.org/10.2478/rtuect-2020-0063>
- Song, W., Ren, S., & Yu, J. (2019). Bridging the gap between corporate social responsibility and new green product success: The role of green organizational identity. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 88–97. <https://doi.org/10.1002/bse.2205>
- Song, Z., & Moon, Y. (2019). Sustainability metrics for assessing manufacturing systems: A distance-to-target methodology. *Environment, Development and Sustainability*, 21(6), 2811–2834. <https://doi.org/10.1007/s10668-018-0162-7>
- Steinhöfel, E., Galeitzke, M., Kohl, H., & Orth, R. (2019). Sustainability Reporting in German Manufacturing SMEs. *Procedia Manufacturing*, 33, 610–617. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2019.04.076>
- Taliento, M., Favino, C., & Netti, A. (2019). Impact of Environmental, Social, and Governance Information on Economic Performance: Evidence of a Corporate «Sustainability Advantage» from Europe. *Sustainability*, 11(6), 1738. <https://doi.org/10.3390/su11061738>
- Tan, G. K. S. (2021). Assembling sustainability reporting in Singapore. *Competition & Change*, 10245294211020624. <https://doi.org/10.1177/10245294211020624>
- Taylor, J., Vithayathil, J., & Yim, D. (2018). Are corporate social responsibility (CSR) initiatives such as sustainable development and environmental policies value enhancing or window dressing? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 971–980. <https://doi.org/10.1002/csr.1513>
- Ting, P.-H. (2021). Do large firms just talk corporate social responsibility? - The evidence from CSR report disclosure. *Finance Research Letters*, 38, 101476. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101476>
- Torchia, M., Calabrò, A., Gabaldon, P., & Kanadli, S. B. (2018). Women directors contribution to organizational innovation: A behavioral approach. *Scandinavian Journal of Management*, 34(2), 215–224. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2018.02.001>

- Tran, M., & Beddewela, E. (2020). Does context matter for sustainability disclosure? Institutional factors in Southeast Asia. *Business Ethics: A European Review*, 29(2), 282–302. <https://doi.org/10.1111/beer.12265>
- Traxler, A. A., Schrack, D., & Greiling, D. (2020). Sustainability reporting and management control – A systematic exploratory literature review. *Journal of Cleaner Production*, 276, 122725. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122725>
- Trireksani, T., Zeng, Y.-T., & Djajadikerta, H. G. (2021). Extent of sustainability disclosure by Australian public universities: Inclusive analysis of key reporting media. *Australian Journal of Public Administration*. <https://doi.org/10.1111/1467-8500.12469>
- Tsalis, T. A., Malamateniou, K. E., Koulouriotis, D., & Nikolaou, I. E. (2020). New challenges for corporate sustainability reporting: United Nations' 2030 Agenda for sustainable development and the sustainable development goals. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1617–1629. <https://doi.org/10.1002/csr.1910>
- Tsalis, T. A., Stylianou, M. S., & Nikolaou, I. E. (2018). Evaluating the quality of corporate social responsibility reports: The case of occupational health and safety disclosures. *Safety Science*, 109, 313–323. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2018.06.015>
- Tyas, V. A., & Khafid, M. (2020). The Effect of Company Characteristics on Sustainability Report Disclosure with Corporate Governance as Moderating Variable. *AAJ: Accounting Analysis Journal*, 9(3), 159–165.
- Ullah, F., Qayyum, S., Thaheem, M. J., Al-Turjman, F., & Sepasgozar, S. M. E. (2021). Risk management in sustainable smart cities governance: A TOE framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 167, 120743. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120743>
- Ullah, S., & Sun, D. (sem data). Corporate social responsibility corporate innovation: A cross-country study of developing countries. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1002/csr.2106>
- Uribe, D. F., Ortiz-Marcos, I., & Uruburu, A. (2018). What Is Going on with Stakeholder Theory in Project Management Literature? A Symbiotic Relationship for Sustainability. *Sustainability*, 10(4), 1300. <https://doi.org/10.3390/su10041300>
- Van Holt, T., Statler, M., Atz, U., Whelan, T., van Loggerenberg, M., & Cebulla, J. (2020). The cultural consensus of sustainability-driven innovation: Strategies for success. *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3399–3409. <https://doi.org/10.1002/bse.2584>
- Ventura, K., & Soyuer, H. (2016). Innovation Management and Knowledge Based-Innovation Approach in Research and Development-Marketing-Production Integration. *Ege Academic Review*, 16, 41–49. <https://doi.org/10.21121/eab.2016OZEL24420>

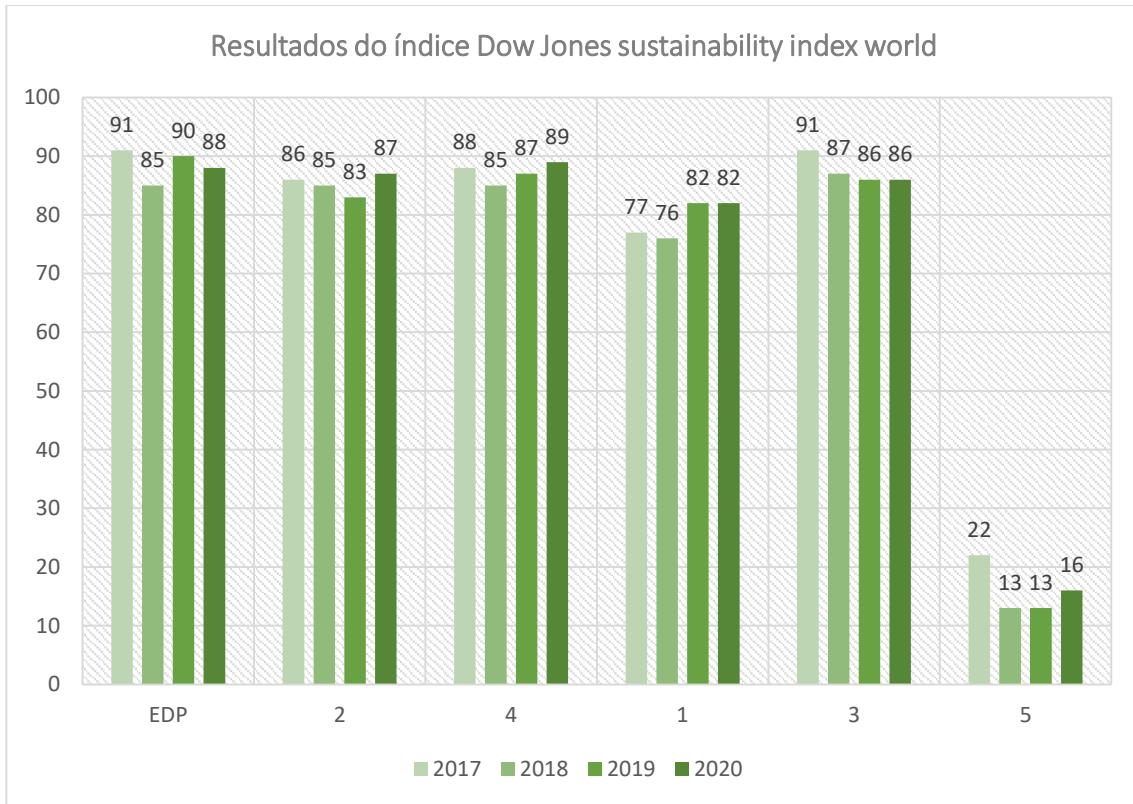
- Vieira, A. P., & Radonjić, G. (2020). Disclosure of eco-innovation activities in European large companies' sustainability reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2240–2253. <https://doi.org/10.1002/csr.1961>
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2020). Quem está exposto às notícias? Depende de como você mede: examinando medidas de exposição auto-relatadas versus comportamentais. *Social Science Computer Review*, 38(5), 550–566. <https://doi.org/10.1177/0894439318812050>
- Waltman, L., van Eck, N. J., & Noyons, E. C. M. (2010). A unified approach to mapping and clustering of bibliometric networks. *Journal of Informetrics*, 4(4), 629–635. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.07.002>
- Wasara, T. M., & Ganda, F. (2019). The Relationship between Corporate Sustainability Disclosure and Firm Financial Performance in Johannesburg Stock Exchange (JSE) Listed Mining Companies. *Sustainability*, 11(16), 4496. <https://doi.org/10.3390/su11164496>
- Weitzner, D., & Deutsch, Y. (2019). Why the Time Has Come to Retire Instrumental Stakeholder Theory. *Academy of Management Review*, 44(3), 694–698. <https://doi.org/10.5465/amr.2018.0342>
- Wibowo, A., Chen, S.-C., Wiangin, U., Ma, Y., & Ruangkanjanases, A. (2021). Customer Behavior as an Outcome of Social Media Marketing: The Role of Social Media Marketing Activity and Customer Experience. *Sustainability*, 13(1), 189. <https://doi.org/10.3390/su13010189>
- Wolff, S., Brönnner, M., Held, M., & Lienkamp, M. (2020). Transforming automotive companies into sustainability leaders: A concept for managing current challenges. *Journal of Cleaner Production*, 276, 124179. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124179>
- Xiao, X., & Shailer, G. (2021). Stakeholders' perceptions of factors affecting the credibility of sustainability reports. *The British Accounting Review*, 101002. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2021.101002>
- Yáñez, S., Uruburu, Á., Moreno, A., & Lumbreras, J. (2019). The sustainability report as an essential tool for the holistic and strategic vision of higher education institutions. *Journal of Cleaner Production*, 207, 57–66. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.171>
- Yilmaz, M. K., Aksoy, M., & Tatoglu, E. (2020). Does the Stock Market Value Inclusion in a Sustainability Index? Evidence from Borsa Istanbul. *Sustainability*, 12(2), 483. <https://doi.org/10.3390/su12020483>
- Zhang, Q., Oo, B. L., & Lim, B. T. H. (2019). Drivers, motivations, and barriers to the implementation of corporate social responsibility practices by construction enterprises: A review. *Journal of Cleaner Production*, 210, 563–584. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.050>

Zhou, X., Cui, Y., Wu, S., & Wang, W. (2019). The influence of cultural distance on the volatility of the international stock market. *Economic Modelling*, 77, 289–300. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.10.005>

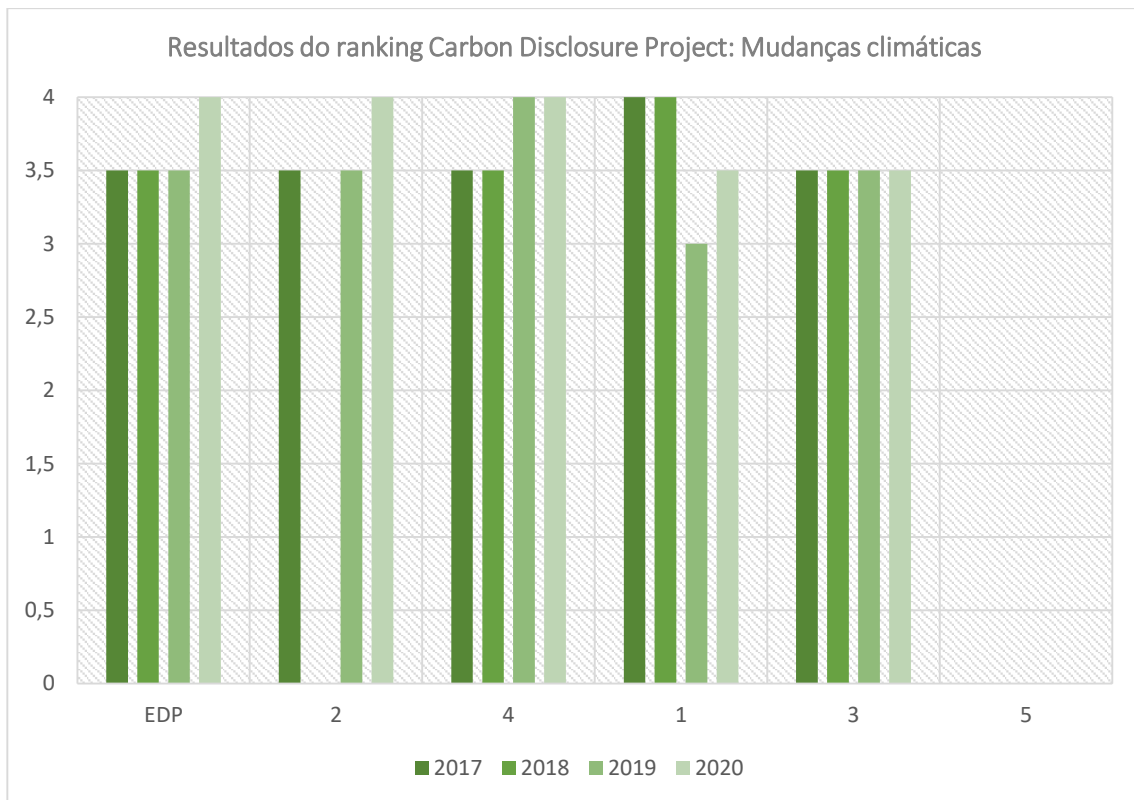
Zrnić, A., Starčević, D. P., & Crnković, B. (2020). Recent Trends in Sustainability Reporting: Literature Review and Implications for Future Research. *Ekonomski Vjesnik*, 33(1), 271–283.

Anexos

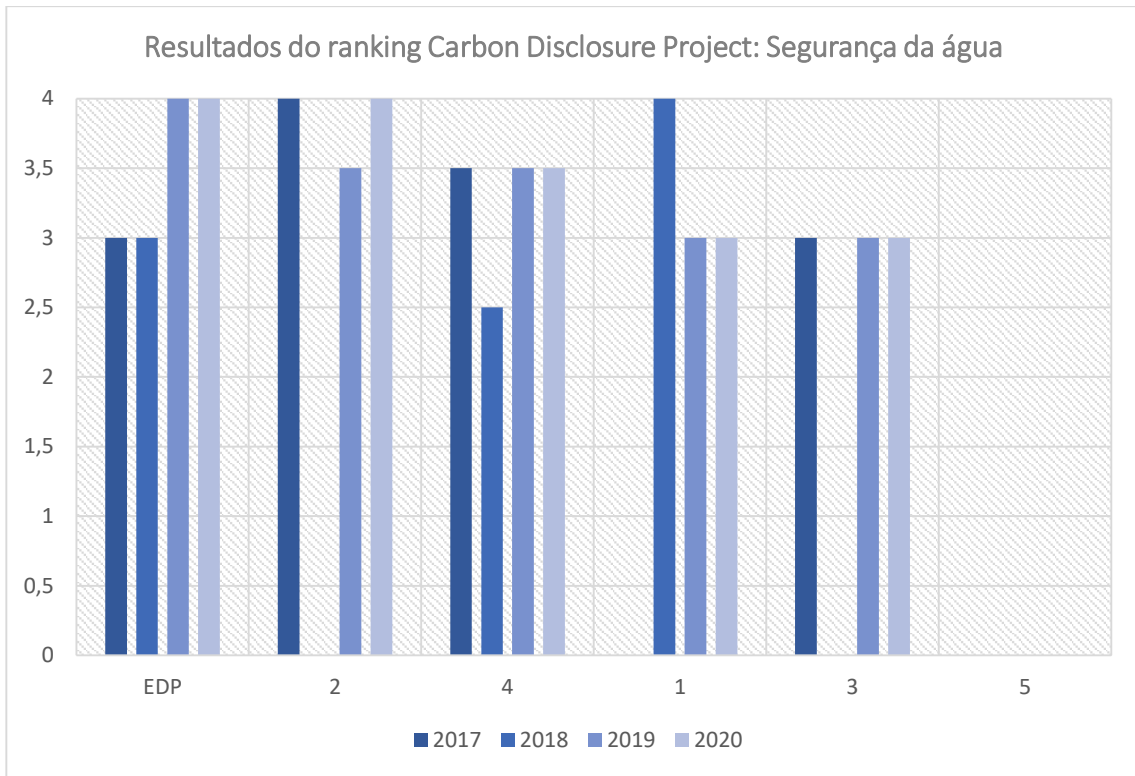
Anexo I



Anexo II



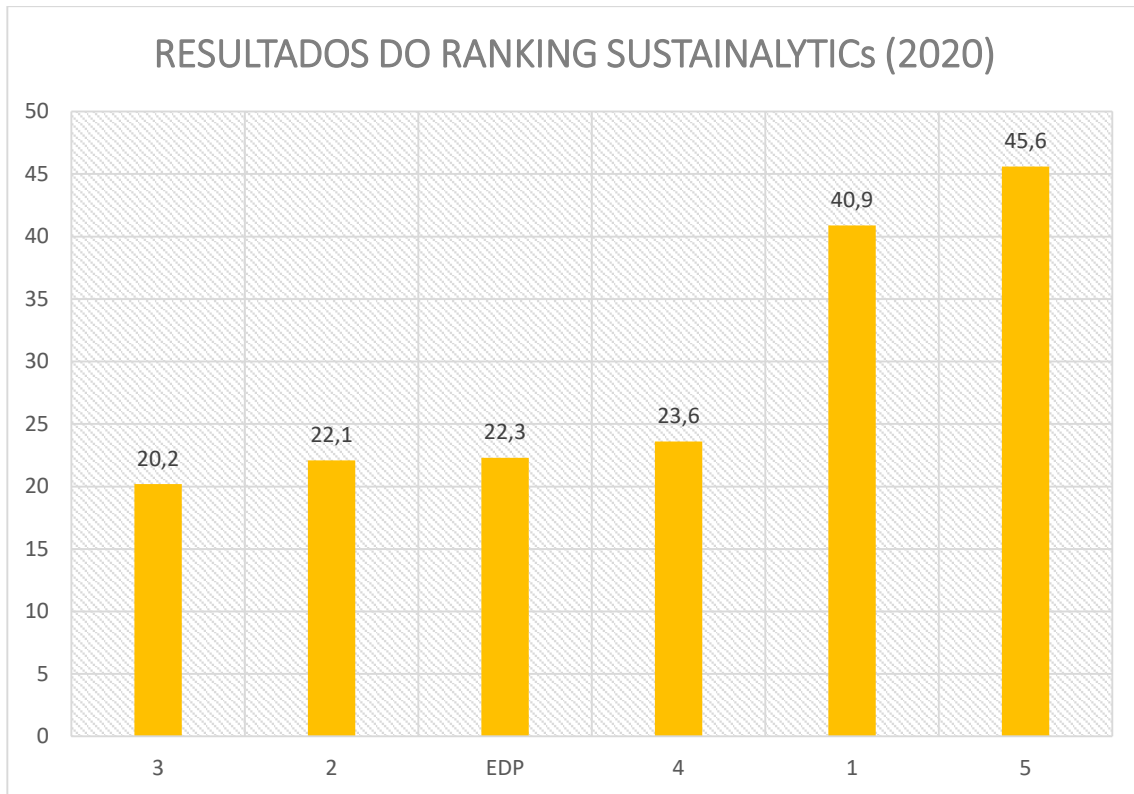
Anexo III



Anexo IV

Vigeo - 120 European Companies				
	Empresa 2	Empresa 4	EDP	Empresa 3
Posição no rankine	41	42	43	51

Anexo V



Anexo VI

EDP			
Natureza da notícia	Positivas	Negativas	Exemplo
Gestão	3	23	"A EDP não pagou o imposto de selo da venda das barragens no Douro"
Mobilidade elétrica	9		"A EDP permite carregar os carros elétricos nos condomínios através da fatura individual"
Ambiental	11		"A EDP vai premiar comportamentos sustentáveis com o planeta zero"
Social	2	1	"Fundação EDP 1 Milhão de euros para a aquisição de computadores para estudantes"
Económica	2	2	"Saída de Mexia fez valorizar a EDP na bolsa de valores"
Informática		5	"Piratas sacaram 20 anos de informação acumulada da EDP"
Fraude		1	"Mulher de 94 anos roubada em casa por falso funcionário da EDP"
Inovação	1		"Casas inteligentes foco da intervenção da EDP"
Total	28	32	

Anexo VII

Empresa 1			
Natureza da notícia	Positivas	Negativas	Exemplo
Gestão	1	4	"Empresa 1 aprova a distribuição de 3 Milhões de euros em dividendos"
Ambiental	9	1	"Empresa 1 vai parar atividade de refinação em Matosinhos"
Social	1	4	" Empresa 1 começa a reunir com os trabalhadores da refinaria de Matosinhos na próxima semana"
Económica		3	" Empresa 1 teve prejuízos de 42 M em 2020"
Fraude		1	" Empresa 1 pagou 310 mil euros a consultores suspeitos de corrupção"
Total	11	13	

Anexo VIII

Empresa 3			
Natureza da notícia	Positivas	Negativas	Exemplo
Mobilidade elétrica	3		"Lexus e empresa 3 vão unir-se para oferecer uma rede completa de carregamento elétricos aos seus clientes"
Ambiental	12	1	"empresa 3 e Porcelanosa trabalham juntas em projetos de poupança de energia e de Hidrogénio verde"
Social	2		"empresa 3 abastece de energia o hospital "campanha de La Fé" e uma doação de 200 camas e mantas"
Económica	2	2	"empresa 3 aumenta os seus os seus lucros em 12%, durante a pandemia"
Serviço ao cliente		1	"20 horas de corte de energia em Madrid, devido à empresa 3"
Total	19	4	

Anexo IX

Empresa 4			
Natureza da notícia	Positivas	Negativas	Exemplo
Gestão	1	1	" Empresa 4 multada em 12,5 Milhões de euros"
Mobilidade elétrica	10		"Empresa 4 constrói a primeira estação de carregamento "super rápido" em Roma"
Ambiental	15	1	"Empresa 4 confirma abandono das usinas até 2025"
Social	2		"Poucas Mulheres no mundo científico: Empresa 4 lança a campanha - Stan Your Self- para reverter esta tendência"
Informática		1	"Empresa 4 vê app bloqueada devido a ataque cibernético"
Acidentes no trabalho		1	"Trabalhador da empresa 4 morre em Caserta"
Total	28	4	

Anexo X

Empresa 5			
Natureza da notícia	Positivas	Negativas	Exemplo
Gestão	2		"Membro da greenpeace candidata-se à presidência do grupo"
Mobilidade elétrica	1		"PGE introduz carregamentos para carros elétricos"
Ambiental	9	8	"PGE começa a substituir o carvão por gás natural"
Social	2	1	"PGE ajuda a construir hospital em Varsóvia"
Económica	2	2	"PGE irá vender ações a uma empresa nuclear"
Total	16	11	