

Responsabilidade Social Empresarial no setor dos transportes: CARRIS

Arminda do Paço

apaco@ubi.pt

Universidade da Beira Interior,
Portugal

Henrique Mendes

henrique.ventura.mendes@ubi.pt

Diogo Salvado
diogosalvado09022001@gmail.com

Resumo:

Tendo em conta o grande impacto do setor dos transportes na mobilidade pública, especialmente nas grandes cidades, como é o caso de Lisboa, fica claro que estes serviços são de facto indispensáveis. No entanto, têm também tendência a ser altamente poluentes, devido a, na sua maioria, recorrerem a motores a gasóleo e a um grande número de veículos. Assim, torna-se importante que as empresas que operam estes setores procurem alternativas ou coloquem em vigor medidas que minimizem o seu impacto ambiental. Neste caso em específico, reunimos um conjunto de medidas, boas práticas, e políticas pelas quais a Companhia Carris de Ferro de Lisboa, mais conhecida simplesmente por Carris, se guia de forma a ser mais sustentável e amiga do ambiente.

Abstract:

Taking into account the great impact of the transport sector on public mobility, especially in large cities such as Lisbon, it is clear that these services are indispensable. However, they also tend to be polluting because in the majority, they end up using large diesel engines and a large number of vehicles. Thus, it is important that companies operating in these sectors seek alternatives and put in place measures that minimize their environmental impact as much as possible. In this specific case, we have put together a set of measures, good practices and policies by which Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, better known simply as Carris, is guided in order to be more sustainable and environmentally friendly.

1. INTRODUÇÃO

A Companhia Carris de Ferro de Lisboa foi fundada, no Rio de Janeiro, a 18 de setembro de 1872. Esta tinha como objetivo a implementação de um serviço de carruagens movidas por tração animal, que deslocavam sobre carris, também conhecido por sistema de transporte americano. Foi a 17 de novembro de 1873 que se deu a inauguração da primeira linha de carruagens movidas a tração animal, sendo que no prazo de 12 meses, a companhia já possuía 29 500 metros de linha, bem como 54 carros e 421 cabeças de gado. Em maio de 1876 a Carris torna-se exclusivamente portuguesa. A 5 de junho de 1897 é assinado um contrato entre a Carris e a Câmara Municipal de Lisboa, com vista em substituir o sistema de tração animal, então utilizado, pela tração elétrica, através de um sistema de condutores aéreos. Os trabalhos de instalação da rede elétrica, bem como a construção da Central Elétrica “Geradora”, que tinha como objetivo o fornecimento de energia para este novo sistema de tração, começaram em 1900, sendo que a 31 de agosto de 1901 foi inaugurado o novo serviço de elétricos.

Mais tarde, já em 1944, a Carris inaugura oficialmente o seu novo serviço de transporte de autocarros. A partir do fim da década de 50, coincidindo também com a inauguração da rede de metropolitano, a frota de autocarros da Carris foi aumentando, em detrimento da rede de elétricos.

Ao longo dos últimos anos, a empresa tem renovado a sua frota de autocarros e de elétricos, tem criado linhas e novos projetos de correspondência com outros meios de transporte da cidade, inaugurou o seu próprio museu e renovou a sua imagem, adotando o amarelo como cor dominante (Figura 1). Em 2017 a titularidade da Carris é transferida para a Câmara Municipal de Lisboa. Em 2018 a empresa começou um processo de renovação da sua frota de autocarros, onde para além de novos veículos a gasóleo, aposta também em meios de transporte movidos a gás natural e 100% elétricos, comprometendo-se assim com um futuro mais sustentável.

A Carris compromete-se à prestação de serviço de transporte público urbano de passageiros, de superfície, regendo-se por um conjunto de critérios de sustentabilidade que visam um desenvolvimento sustentável que atenda às necessidades da atualidade sem que comprometa o futuro das próximas gerações. Procura assumir a sua posição enquanto agente económico e social no campo da mobilidade urbana de forma consciente, contribuindo para o desenvolvimento e sustentabilidade de Lisboa e de toda a sua área metropolitana. Para cumprir estes objetivos, a Carris procura ajustar a sua atividade às necessidades do mercado, gerindo a utilização dos seus recursos de forma ao aumento da sua eficiência enquanto empresa e à melhoria constante dos serviços que presta. No que respeita aos princípios e valores estruturantes baseiam-se primariamente no desenvolvimento sustentável e nos valores presentes no Pacto Mundial das Nações Unidas “Global Compact”, sendo estes: respeito e proteção dos direitos humanos; conduta ética; cumprimento da lei e da auto-regulamentação aplicável à atividade; respeito pelas convenções e declarações reconhecidas internacionalmente; respeito pelas partes interessadas; responsabilização;

Casos

responsabilidade na defesa e proteção do meio ambiente; integração de aspetos da responsabilidade social no sistema de gestão integrado; atuar com transparência em todas as relações internas e externas.

O Grupo Carris é constituído por 6 empresas no total: A Companhia Carris de Ferro de Lisboa, empresa mãe, a Carristur, Carrisbus, Publicarris, OTLIS e OPT. A Carristur – Inovação em Transportes Urbanos e Regionais, Sociedade Unipessoal, Lda., é uma empresa detida a 100% pela Carris. Esta empresa, fundada em 1998 desenvolve a sua atividade em duas áreas: Mobilidade turística e alugueres, e mobilidade por via de ensino. A OTLIS – Operadores de Transportes da Região de Lisboa, ACE, é um Agrupamento Complementar de Empresas na área dos transportes, dedicado ao desenvolvimento e gestão de novas tecnologias e inovações na área da bilhética sem contacto. Por fim, a OPT – Optimização e Planeamento de Transportes, Lda., fundada em 1992, dedica-se exclusivamente ao setor de mobilidade e transportes, atuando no planeamento e na implementação de soluções informáticas para a gestão e otimização de sistemas de transportes.



Figura 1: Logotipo Carris

Fonte: <https://www.carris.pt/>, à data de 18/11/2022

2. DESENVOLVIMENTO DO CASO

Ao abordarmos temáticas empresariais, nomeadamente o funcionamento de uma empresa/instituição, é de facto pertinente olharmos para aquilo que se denomina por “responsabilidade social”. Com a globalização e crescimento dos mercados, novos desafios e oportunidades surgiram e com isto a complexidade empresarial, neste sentido também as empresas são desafiadas a assumir outras responsabilidades (Pinto, 2014).

A RSE parte de atos voluntários das próprias empresas, são preocupações sociais e ambientais que despertam uma necessidade de agir no dia-a-dia e que vão além das responsabilidades legais obrigatórias. Ações/atividades que produzem, inevitavelmente, efeitos na comunicação estratégica de uma empresa, nomeadamente na relação com o meio físico e social que a envolve (Soares & Cabecinhas, 2008).

Do mesmo modo o Livro Verde da Comissão Europeia (2001) refere que procurar ser socialmente responsável é canalizar uma parte do investimento em capital humano, ambiental, nas relações com as partes interessadas e comunidades locais, bem como o investir em tecnologias e em práticas empresariais ambientalmente responsáveis que correspondem a um acréscimo dos cumprimentos legalmente exigidos, mas que consequentemente constituem um reforço e uma mais valia à competitividade de uma empresa. Porém, importa ressaltar que a responsabilidade social das empresas não constitui um substituto

Casos

à legislação obrigatória dos direitos sociais e das normas ambientais que têm de cumprir (Nogueira, 2011).

Quando falamos em responsabilidade social (RS) há uma orientação no sentido de práticas que zelem pelo bem da sociedade, como por exemplo a redução das discrepâncias e assimetrias sociais, indo ao encontro desta linha de pensamento, assim, a RS de uma empresa é o ter em conta todos os públicos em correlação, ou seja, acionistas, colaboradores, fornecedores, parceiros, comunidade, meio ambiente, consumidores, Governo. Nogueira (2011, p.28) acrescenta dizendo “Portanto, a Responsabilidade Social é a capacidade de a organização cooperar com a sociedade, considerando os seus valores, normas e expectativas para o alcance dos seus objetivos.”. De forma a identificar e avaliar todas as suas partes interessadas, a Carris efetua o levantamento de todas as atividades e negócios em que a empresa se insere e de todas as entidades que são afetadas por essas atividades, direta ou indiretamente, baseando-se em critérios como influência e dependência. Através deste método, foram identificadas as seguintes partes interessadas: acionistas; colaboradores; clientes; fornecedores; comunidade; entidades institucionais; organizações representativas dos trabalhadores; autoridade dos transportes.

Ao definirmos o conceito de RSE podemos verificar que estão em confluência algumas abordagens fundamentais capazes de nos esclarecer melhor e que se repartem em três dimensões, que são estas: a abordagem ética; a social; e a estratégica. Relativamente à primeira está implícita a ideia de que a empresa e a sua respetiva atividade estão sujeitas a um escrutínio ético, nesta abordagem o que conta são as ações morais da empresa; no que respeita à segunda há uma preocupação em estabelecer relacionamentos e desempenhar determinadas funções junto da sociedade, trata-se no fundo dos impactos sociais que a organização pode causar; por último, na abordagem estratégica, o -que está em jogo são as práticas de gestão capazes de produzir efeitos no desempenho ético e social da instituição, por outras palavras, são estratégias de marketing cujo o intuito passa pela obtenção máxima dos lucros e por conseguinte fomentar o crescimento da mesma (empresa) (Kreitlon, 2004).

A adoção de medidas socialmente responsáveis é fulcral nas mais diversas instituições e âmbitos de atuação, independentemente se estas são multinacionais, PME ou até mesmo microempresas, porque não somente são as grandes empresas que constituem um papel de influência na sociedade, em muitos dos casos as microempresas, tal como as PME produzem importantes iniciativas de sensibilização, pois por estas serem de menor dimensão conseguem ter uma maior relacionamento de proximidade com as comunidades locais (Europeia, 2001).

Ao considerarmos a RSE é importante diferenciar aqueles que podem ser os âmbitos de atuação de uma instituição, estes podem ocorrer em duas dimensões fundamentais, num âmbito interno, e numa vertente externa (Soares & Cabecinhas, 2008). Na primeira (interna) trata-se de um investimento nos recursos humanos, ou seja, na educação, formação contínua dos funcionários, respeito pelos direitos humanos fundamentais, igualdade de oportunidades,

Casos

higiene, segurança e saúde no trabalho, valores organizacionais; já no âmbito externo está em jogo uma envolvente entre a empresa com os consumidores, bem como com todos os *stakeholders*. Preocupações com impactos ambientais, conservação do meio ambiente, ações de voluntariado, tal como projetos de solidariedade social, são dimensões de âmbito externo (Nogueira, 2011).

Com o crescente agravamento dos problemas ambientais, como é o exemplo das alterações climáticas, degelo das calotes polares, o aumento da temperatura média do planeta, entre outros, originou um despertar para a sensibilização da importância de conciliar o desenvolvimento económico tendo em vista a preservação ambiental, questões antes nunca unidas, mas que nos dias que correm a união faz todo o sentido. Cada vez mais as empresas são estimuladas para a consciencialização das suas práticas, de forma a que adotem uma postura mais responsável e, desta forma, com efeitos menos negativos no meio ambiente (Mascarenhas & Fernandes Costa, 2013).

A responsabilidade social e ambiental demonstra-se como um conceito amplo e multidimensional, onde congrega conceitos como: cidadania corporativa, desenvolvimento sustentável, crescimento sustentável, sustentabilidade, filantropia empresarial, ética empresarial, marketing social, ativismo social empresarial. Neste seguimento, a responsabilidade social e ambiental levado a cabo pelas empresas constitui um processo contínuo, progressivo e voluntário assentes num paradigma económico, ambiental e social (Mascarenhas & Fernandes Costa, 2013).

Em Portugal existem um número crescente de empresas, das quais se destacam as do setor automóvel, que se encontram certificadas pela norma ISO 14001, ou seja, possuem uma Certificação de Sistemas de Gestão Ambiental (Soares & Cabecinhas, 2008).

A Carris tem em prática um Sistema de Gestão Integrado, certificado em duas vertentes de grande relevância: qualidade (de acordo com a norma de referência NP EN ISO 9001:2015) e ambiente (de acordo com a norma de referência NP EN ISO 14001:2015).

O Sistema de Gestão Integrado da Carris baseia-se também em algumas outras normas, como é o caso da NP 4493:2010 - (Transporte público de passageiros – Linha de autocarros urbanos. Características e fornecimento do serviço) e da NP 4503:2012 (Transporte público de passageiros – Linha de elétricos urbanos. Características e fornecimento do serviço) que visam características como acessibilidade, tempo, informação, conforto, apoio ao cliente, segurança, oferta de serviço e impacto ambiental, entre outras. Importante referir ainda que a Carris, em 2019, obteve 46 linhas certificadas por estas normas, destacando a importância do impacto ambiental nestas mesmas. Perante a qualidade do serviço que presta, e da melhoria contínua do desempenho ambiental e sustentabilidade, a Carris procura também assegurar condições de trabalho adequadas para os seus trabalhadores, tudo contribuindo para uma evolução sustentável em várias vertentes.

Casos

No que concerne ao transporte rodoviário de passageiros várias são as medidas de mitigação e adaptação que têm vindo a ser desenvolvidas a fim de controlar os impactes no setor, onde se destacam: a gestão de resíduos; a gestão no consumo de água e energia; tratamento de efluentes líquidos; emissões atmosféricas; a investigação e o desenvolvimento são também uma parte fundamental, pois uso de combustíveis alternativos, nomeadamente o gás, os biocombustíveis e a eletrificação são uma opção ecologicamente mais sustentável (Lopes, 2011).

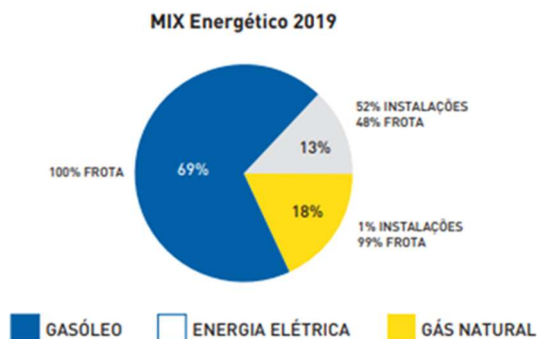


Figura 2: Dados Relatório de Sustentabilidade 2019

Fonte: Relatório de sustentabilidade 2019,

https://www.carris.pt/media/dkdp2wbg/dnf_carris2019_rv5.pdf, à data de 15/11/2022

Tendo em atenção a figura 2, em 2019, 69% da energia consumida pela Carris foi energia fóssil, mais concretamente gasóleo. No entanto, a totalidade destes 69% foi utilizada na frota. Cerca de 93% de toda a energia consumida pela Carris foi destinada diretamente aos transportes, enquanto os restantes 7% foram suficientes para alimentar as 5 instalações de suporte que a Carris possui, como estações e complexos.

Tal como mencionado na história da empresa, em 2018 deu-se o início de uma grande renovação dos transportes, marcada pela entrada em serviço de autocarros movidos a gás natural, e alguns a eletricidade. Assim, em 2019, a utilização de gasóleo como meio energético viu uma redução de 10% face a 2018, enquanto a utilização de gás natural viu um aumento no mesmo valor, o que simboliza uma grande transição para uma energia mais amiga do ambiente. Deu-se também um aumento de cerca de 7% do consumo total face a 2018, algo que é justificável tendo em conta uma maior oferta de serviço, um aumento no número de passageiros e um similar aumento no volume de carga transportado.

Para atingir um bom nível de eficiência energética, é também necessário associar os aspetos tecnológicos a um conjunto de comportamentos. A Carris tem procurado esta associação, tendo inserido um sistema de Monitorização do Desempenho dos Motoristas (o XTraN DRIVE), o que procura um estilo de condução mais racional, económica e defensiva, com impactos em áreas como a segurança rodoviária e conforto, mas também no consumo de combustíveis,

Casos

impacto ambiental e custos. Para além deste sistema, a Carris promove várias ações para este mesmo fim, como as seguintes: formação contínua dos motoristas; ações de sensibilização; utilização de ar condicionado e paragem do motor nos terminais das Linhas; ações de formação complementares; obtenção da certificação energética dos vários edifícios; implementação de iluminação LED nas instalações, bem como aplicação de automatismos, como interruptores horários, detetores de movimento, entre outros.

Em 2019, quase metade (48%) da água consumida pela Carris foi proveniente de furos e poços, sendo os restantes 52% provenientes da rede. A empresa tem ainda procurado racionalizar o consumo, implementando ações com o intento de reduzir o mesmo, como: ações de sensibilização; expansão da rede de captação, furos e poços; deteção remota de fugas de água sempre que eram verificados consumos anormais através de telemetria utilizada no sistema waterbeep; manutenção da rede; utilização de cantis e garrafas de vidro para os colaboradores e salas de reunião, diminuindo também a produção de resíduos de plástico.

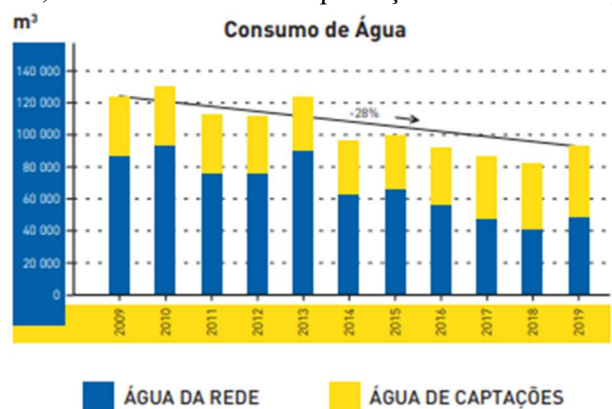


Figura 3: Dados Relatório de Sustentabilidade 2019

Fonte: Relatório de sustentabilidade 2019,

https://www.carris.pt/media/dkdp2wbg/dnf_carris2019_rv5.pdf, à data de 15/11/2022

Atendendo à figura 3, não só é possível observar uma redução no consumo de água da rede, como podemos concluir que a fração de água proveniente de captações cada vez mais tem aumentado. Isto demonstra um modelo económico mais favorável e um impacto ambiental reduzido, aplicando os diferentes tipos de água consoante as necessidades para os seus diferentes usos.

Em 2019, semelhantemente ao gasto energético, 97% das emissões de CO₂ foram provenientes dos transportes em si, sendo que os 3% restantes se devem às instalações da Carris. Os gases refrigerantes estão associados a fugas nos equipamentos, como ar condicionado e frota. Tanto os novos veículos como alguns novos equipamentos adquiridos pelas Carris em 2019, utilizam gás refrigerante com um índice de potencial aquecimento global consideravelmente

Casos

menor. De modo geral, as emissões de CO₂ em 2019 reduziram em cerca de 6% face a 2018, apesar da Carris ter estendido as suas operações.

A nível da frota da Carris, o tipo de motor, forma de condução e o combustível utilizado são de grande importância para controlar as emissões poluentes. Com a entrada em serviço dos novos autocarros da Carris, alguns movidos a eletricidade, gás natural, ou com motores a gasóleo mais modernos e mais limpos, par das últimas regras relativas aos gases poluentes, a Carris tem afirmado a sua posição como empresa de transportes e mobilidade ligada ao ambiente e a uma mobilidade mais ecológica e responsável.

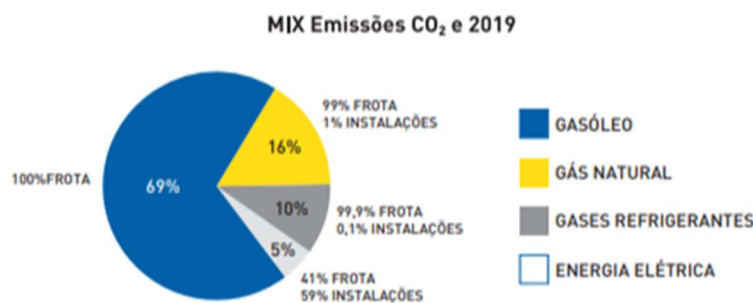


Figura 4: Dados Relatório de Sustentabilidade 2019

Fonte: Relatório de sustentabilidade 2019,
https://www.carris.pt/media/dkdp2wbq/dnf_carris2019_rv5.pdf, à data de 15/11/2022

3. PERGUNTAS PARA A DISCUSSÃO

Pergunta 1. *A Carris estando integrada em diversas ações de Responsabilidade Social terá algum projeto mais no âmbito interno que fomente a participação dos seus colaboradores?*

No que respeita à RSE a um nível mais interno, e de forma a suscitar uma participação mais ativa dos seus colaboradores, destaca-se por exemplo a Banda de Música dos Empregados da Carris, um grupo apenas constituído por trabalhadores da instituição que se deslocam em atuações, sendo já uma referência na cidade de Lisboa e no país. Além da banda de música existe também um grupo coral, uma orquestra ligeira e, ainda, uma escola de música. Realizam diversos concertos ao longo do ano, nomeadamente nas alturas festivas, e estão presentes em eventos de solidariedade. A participação na banda da Carris é aberta a funcionários, ex-funcionários e a familiares. A Carris promove, também, a

Casos

atividade física e nesse sentido tem um grupo desportivo associado à instituição, uma prática desportiva mais direcionada para as artes marciais, mas cujo objetivo se destina à promoção de um estilo de vida saudável, bem como fomentar o espírito de grupo e de pertença. Está ainda presente na empresa a ARECA (Associação de Reformados da Carris) que tem como metas ajudar os associados sobre as mais variadas matérias e auxiliar nas dificuldades que manifestem no dia-a-dia, manter a união dentro da organização, estimular ao convívio entre familiares, funcionários e ex-funcionários, realizar torneios de sueca, estabelecer protocolos de ajuda médica aos reformados, entre outros (Carris, 2019).

Pergunta 2. *A RSE traduz-se numa preocupação fundamental da empresa ou é apenas uma mera estratégia de marketing?*

Na resposta a esta questão podemos apenas deixar aquele que é o nosso ponto de vista.

Assim, perante tudo o que foi exposto neste trabalho concluímos que a RSE é uma determinante bastante importante, com impactos a nível social como ambiental, mas onde o efeito maior se faz sentir no mercado. A Carris ao estabelecer estratégias de Responsabilidade Social automaticamente consegue favorecer a sua imagem perante o seu público, desde consumidores até a todos os *stakeholders*; nesta perspetiva, uma empresa que gere diferenciação consegue captar a atenção. A aposta numa transição ambiental, nomeadamente ser socialmente responsável a nível ambiental, promove a construção de uma reputação e credibilidade perante todos aqueles que se identificam, originando, por conseguinte, um crescimento da competitividade no mercado.

Assim, tal como Mascarenhas e Costa (2013) refere, através das ações implementadas pela empresa, o marketing social é usado como ferramenta -de posicionamento que associa uma instituição a uma causa/ação, funciona como uma revelação e uma mudança comportamental em que objetivo traçado é tornar a organização visível no mercado.

Pergunta 3. *Como torna a Carris a informação sobre as suas políticas de RSE acessível aos vários stakeholders?*

Com a quantidade de informação que somos diariamente confrontados, apercebemo-nos que não conseguimos ter um controlo sobre a informação, nem averiguar se esta é de facto verdadeira ou não. Assim, os relatórios de sustentabilidade são cruciais para informar acerca do desempenho da empresa, quer este seja no âmbito social ou ambiental, trabalhando como um processo de consolidação e como um mecanismo de transparência para com a sociedade e para com os *stakeholders*.

4. CONCLUSÕES

Num mundo em que as alterações climáticas cada vez mais se apresentam como um problema da atualidade, onde a sustentabilidade de forma a garantir o bem-estar das gerações futuras é cada vez mais importante, a responsabilidade

Casos

ambiental das empresas toma um papel de grande relevância. É preciso que as empresas procurem alternativas mais sustentáveis, façam mudanças e adaptações de forma a ser mais ecológicas, sem comprometer os seus serviços.

Assim, verificámos ao longo deste trabalho, que a Carris tem procurado estas alternativas, e tem ponderado sobre de que forma pode reduzir o seu impacto ambiental, tudo isto sem que os seus serviços e o bem-estar dos clientes sejam comprometidos, estando a caminhar na direção correta.

Um trabalho árduo e longo, mas que a Carris tem feito valer ao longo destes últimos anos, apostando numa frota de autocarros cada vez mais recente e “amiga” do ambiente, o investimento em instalações mais modernas, aquisição de equipamentos de produção de energia, entre muitos outros, esforços esses reconhecidos e que têm valido à Carris um reconhecimento nacional e internacional, bem como a arrecadação de diversos prémios no âmbito da Responsabilidade Social.

A aposta nesta evolução ecológica e o investimento no bem-estar social quer interno quer externo de uma empresa, revela-se uma mais-valia quer no mercado, quer na produtividade de uma empresa.

BIBLIOGRAFIA

- Carris. (2019). *Relatório de Sustentabilidade 2019* (pp. 1–88).
- Europeia, C. (2001). LIVRO VERDE. In *Journal of the American Chemical Society* (pp. 1–36). <https://cursa.ihmc.us/rid=1R440PDZR-13G3T80-2W50/4.Pautas-para-avaliar-Estilos-de-Aprendizajes.pdf>
- Jesus, T., Sarmiento, M., & Duarte, M. (2017). Ética E Responsabilidade Social. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 29(2017), 3–30. <https://doi.org/10.18089/damej.2017.29.1>
- Kreitlon, M. P. (2004). A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial. *EnANPAD - Encontro Nacional Da ANPAD*, 1–18.
- Lopes, I. (2011). *SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL NO SECTOR DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE PASSAGEIROS* (p. 185). <http://ria.ua.pt>
- Mascarenhas, M. P., & Fernandes Costa, C. (2013). Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas. Uma perspectiva sociológica. *Latitude*, 7, 141–167. <https://doi.org/10.28998/2179-5428.20110207>
- Nogueira, S. M. S. (2011). *A Responsabilidade Social na estratégia de marketing e comunicação das organizações : o caso Unicer*. 102.
- Pinto, L. C. de A. (2014). *ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS COTADAS DA EURONEXT LISBOA (2008 - 2012)*. 110.
- Soares, T., & Cabecinhas, R. (2008). Responsabilidade social e inovação tecnológica no mundo automóvel – presente e futuro. *Comunicação e Cidadania*, 213–223. <http://hdl.handle.net/1822/65155>

Sites de apoio:

<https://www.opt.pt/empresa/>

<https://www.consultoriaiso.org/15-perguntas-e-respostas-imperdiveis-sobre-a-iso-9001/>

<https://estrategor.pt/np-en-iso-9001/>

<https://www.apopartner.pt/np-en-iso-140012015-sistema-de-gestao-ambiental/>

<https://www.cascais.pt/sub-area/qualidade-e-desempenho>

Casos