

Bosch Car Multimedia Portugal S.A.
Apartado 2458
4701-970 Braga
Portugal
Telefone: +351 253 306 100
Fax: +351 253 215 280

Responsabilidade Social

Relatório 2008/2009

Bosch Car Multimedia Portugal S.A.



BOSCH

Tecnologia para a vida



Índice

03| Mensagem da Administração

05| 1. Grupo Bosch

06| Grupo Bosch em Portugal

07| Robert Bosch - Um empreendedor com sentido de responsabilidade

08| 1.1 Soluções tecnológicas para problemas ecológicos

09| 1.2 Sistemas de Gestão Global

11| *House of Orientation* - Valores Bosch

13| *House of Orientation* - Identidade Global

15| 2. Bosch Car Multimedia Portugal

17| Cronograma

19| 3. Gestão Empresarial

20| 3.1 Gestão para a Excelência

21| Princípios da Qualidade Bosch

22| 3.2 Sistema de Gestão Global - Foco constante na melhoria contínua

3.2.1 Gestão para a Excelência

23| Princípios da Bosch para a Segurança e Protecção Ambiental

3.2.2. Sistema de Gestão Ambiental e da Segurança

27| 3.3 Código de Conduta nos Negócios

28| 3.4 Associações empresariais e sectoriais

30| 4. Responsabilidade Ambiental

31| 4.1 Política de Gestão de Resíduos e Reciclagem

31| 4.2 Gestão de Energia

4.2.1Energias Renováveis

32| 4.3 Gestão de Água da Rede Pública

32| 4.4 Gestão de Emissões Gasosas

33| 4.5 Design Ecológico

34| 4.6 Sensibilização dos colaboradores

35| Balanço de entradas e saídas

36| Programa Ambiental

37| 5. Responsabilidade com clientes e fornecedores

37| 5.1 Clientes

38| Prémio Desenvolvimento Sustentável 2009

39| Fornecedores

41| 6. Responsabilidade com os colaboradores

43| 6.1 Recrutamento e Gestão de Competências

45| 6.2 Formação

49| 6.3 Reconhecimento e recompensa

50| 6.4 Comunicação

51| Ferramentas internas de comunicação

52| 6.5 Liberdade de associação

53| 6.6 Atenção constante ao bem-estar

54| 7. Responsabilidade com a comunidade

56| 7.1 Educação, Saúde e Solidariedade Social

58| Bosch apoio o ingresso da terceira idade nas novas tecnologias

60| Angariação de Donativos 2009

60| Doações de Material Informático

62| Princípios de Responsabilidade Social

Mensagem da Administração



Viver o presente assegurando o futuro

O Grupo Bosch é uma entidade com um cariz marcadamente social. Noventa e dois por cento do capital da Robert Bosch GmbH pertence à Robert Bosch Stiftung GmbH, uma fundação sem fins lucrativos, criada em 1964. A preocupação social inicial do fundador da empresa, Robert Bosch, há mais de cem anos, persiste nos dias de hoje e alarga-se a todas as empresas do Grupo. Independência financeira e perspectiva de longo prazo são marcas distintivas da Bosch patentes nos valores que a orientam e que presidem à definição da sua estratégia. Esta visão de futuro que pauta a actuação da Bosch em todo o mundo está expressa no lema “Tecnologia para a Vida”.

Incorporando no seu dia-a-dia a filosofia global da Bosch, e consciente da responsabilidade

que tem a nível social, especialmente como um dos maiores empregadores do distrito de Braga, a Bosch Car Multimedia Portugal S.A. propõe-se publicar o seu primeiro relatório de Responsabilidade Social, tendo por base o relatório lançado pelo Grupo, referente à sua acção a nível mundial, em 2008.

Neste relatório pretendemos dar a conhecer de que forma a empresa contribui para uma sociedade e um desenvolvimento mais sustentados, designadamente através da relação com os grupos de interesse, cujas expectativas são apuradas regularmente de forma a ir ao seu encontro.

Este primeiro relatório vem complementar a publicação anual da Declaração Ambiental da empresa e tem como referências a norma portuguesa NP 4469-1, a norma internacional AS-8000 e as directivas do GRI (*Global*

Reporting Initiative), ainda que numa fase inicial.

O relato não pretende ser exaustivo, mas sim dar a conhecer de que forma a Bosch Car Multimedia Portugal põe em prática o objectivo de contribuir para um desenvolvimento equilibrado a nível económico, social e ambiental. Neste documento foram consideradas as informações levantadas entre 2007 e 2009.

Desejamos-lhe uma boa leitura.

Steffen Dick
Administrador Comercial

Sven Ost
Administrador Técnico

1. Grupo Bosch



A Bosch foi fundada em Estugarda, em 1886, por Robert Bosch (1861-1942) como Oficina de Mecânica de Precisão e Electrotécnica, e nos dias de hoje é líder mundial no fornecimento de tecnologia e serviços, dividido em três sectores de actividade: tecnologia automóvel, tecnologia industrial, e bens de consumo e tecnologia de construção.

O Grupo Bosch é composto pela Robert Bosch GmbH e as suas mais de 300 subsidiárias e empresas regionais presentes em cerca de 150 países. Esta rede mundial de desenvolvimento, produção e distribuição é a base para a continuidade do crescimento. Em 2009, os seus cerca de 275 mil colaboradores contribuíram para gerar um volume de negócios de 38.2 mil milhões de euros.

A cada ano, a Bosch destina 3.5 mil milhões de euros para pesquisa e desenvolvimento e solicita registo de mais de quase quatro mil patentes em todo o mundo, que têm

resultado reconhecimento por parte de diferentes entidades, como a *German Patent and Trademark Office*, *European Patent Office*, *United States Patent and Trademark Office* e *World Intellectual Property Organization*.

A estrutura diferenciada da Robert Bosch GmbH garante a autonomia empresarial do Grupo Bosch, o que torna possível o planeamento a longo prazo e o compromisso com investimentos importantes para assegurar o futuro do Grupo. Noventa e dois por cento do capital da Robert Bosch GmbH pertence à Robert Bosch Stiftung GmbH, uma fundação sem fins lucrativos, inspirada no espírito que sempre orientou o fundador Robert Bosch. A Fundação Robert Bosch utiliza os dividendos das empresas apenas para fins de beneficência social e tem como objectivo desenvolver áreas de formação, arte, cultura e ciências.

Para mais informações, visite: www.bosch.com



Grupo Bosch em Portugal

Braga

Bosch Car Multimedia Portugal S.A.

Produção de Auto-rádios, Sistemas de Navegação e outros equipamentos electrónicos

~2000 Colaboradores

Ovar

Bosch Security Systems – Sistemas de Segurança, S.A.

Produção de Sistemas de Segurança

~330 Colaboradores

Aveiro

Bosch Termotecnologia S.A.

Produção de Esquentadores, Caldeiras e Sistemas Solares Térmicos

~1070 Colaboradores

Abrantes

Robert Bosch Travões Unipessoal S.A.

Produção de Sistemas de Travões

~225 Colaboradores

Lisboa

Robert Bosch Unipessoal S.A.

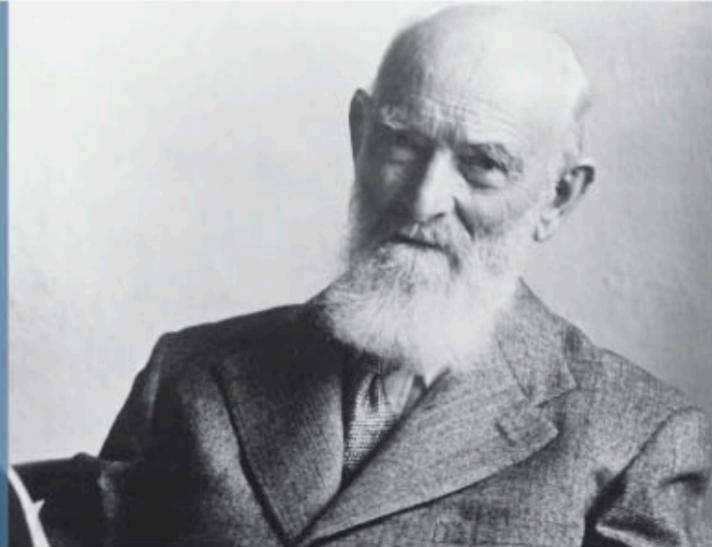
Comercialização dos produtos Bosch

~35 Colaboradores



Robert Bosch

Um empreendedor com sentido de responsabilidade



Responsabilidade empreendedora e envolvimento solidário eram as bases da vida de Robert Bosch. Convencido da sua importância e necessidade, transmitiu essa convicção aos seus sucessores que hoje honram o seu legado.

O seu sentido de responsabilidade levou Robert Bosch a oferecer benefícios aos seus colaboradores. Para além de melhorar as condições de trabalho, apostou ainda em jovens talentos ao possibilitar formação profissional para estagiários, e implementou um sistema de pensões para apoiar colaboradores reformados e seus descendentes.

Independência, valores familiares e uma preocupação antecipada com as questões sociais do seu tempo formaram as raízes para as actividades solidárias de Robert Bosch - desde a educação continuada ao entendimento internacional. Estas actividades culminaram na abertura do Hospital Robert Bosch em Estugarda, em 1940, dois anos antes da sua morte. Assegurou ainda as actividades continuassem a ser desenvolvidas deixando em testamento a criação da Robert Bosch Stiftung GmbH, fundada em 1964. Esta Fundação está envolvida activamente nas áreas das Ciências, Saúde, Entendimento Internacional, Sociedade e Cultura.

Contudo, Robert Bosch sabia que só uma empresa rentável seria capaz de realizar a sua visão de responsabilidade corporativa e de acção solidária. Por esta razão, ele e os seus - até agora - cinco sucessores investiram toda a sua experiência e conhecimento em ajudar a empresa a crescer robustamente, através de produtos inovadores, novas áreas de negócios, tecnologias modernas de produção e um foco internacional.

A personalidade do fundador do Grupo Bosch, com os seus princípios e directrizes, continua a ser uma forte influência para a cultura corporativa. O seu legado forma a base para a ligação especial que os colaboradores sentem por todo o mundo: eles têm orgulho de ser parte da Bosch.

"Eu preferiria perder dinheiro do que confiança". Robert Bosch, fundador do Grupo Bosch, manteve-se fiel aos seus princípios durante toda a sua vida. O empreendedor alemão moldou o desenvolvimento económico da Alemanha e o que hoje vemos como uma prática responsável de negócio.

1.1 Soluções tecnológicas para problemas ecológicos

Considerando e analisando as tendências actuais, os fenómenos da globalização, das mudanças climáticas, da escassez de recursos e os desenvolvimentos demográficos, a Bosch actua no sentido de um desenvolvimento sustentável.

Como serão os automóveis alimentados em 30 ou 40 anos? Que matérias-primas estarão disponíveis? Que soluções teremos a nível de mobilidade e fornecimento de energia? São estas as questões que o Grupo Bosch se coloca hoje em dia, na sua gestão do negócio e visão estratégica do futuro.

Neste contexto, o grupo formulou três objectivos estratégicos principais: internacionalização, diversificação e inovação. O investimento em Investigação e Desenvolvimento representa mais de 7% do volume de vendas e a aposta nas áreas "ecológicas" de negócio é crescente.

O aumento da importância da protecção do clima e da conservação de recursos faz com que haja uma maior procura por produtos inovadores que ajudem a proteger o ambiente. O Grupo Bosch pretende responder a esta procura com a oferta de produtos amigos do ambiente em todos os seus sectores de negócios.

O posicionamento do Grupo Bosch no mercado das energias renováveis com as células fotovoltaicas, a energia eólica, os sistemas de aquecimento alternativos e os biocombustíveis foi reforçada com a aquisição da maioria das acções da Ersol Solar Energy AG, em 2008, um dos líderes na produção de células fotovoltaicas no mercado alemão.

A Bosch investe ainda em tecnologias que diminuem o consumo de combustível e as

emissões de CO2 nos veículos, como o sistema Start/Stop. Este sistema entrou no mercado em 2007 e já equipa mais de 1 milhão de veículos. Este equipamento desliga automaticamente o motor quando o veículo está parado (num semáforo, por exemplo) e reinicia quando o condutor carrega no pedal da embraiagem para colocar o veículo em andamento. A Bosch acredita que, em 2012, metade dos veículos novos na Europa terão o sistema Start/Stop.

A Bosch aceitou ainda o desafio de participar no desenvolvimento do motor de arranque, do sistema de travões e do gerador do Tata Nano, o carro mais barato já produzido, lançado na Índia em 2009. O carro, que custa cerca de 30% a mais do que uma mota bem equipada, é consideravelmente mais seguro e cumpre com os actuais e futuros limites de emissões gasosas.



1.2 Sistemas de Gestão Global

De forma a controlar o processo de mudança e a reforçar processos centrais, a Bosch tem um sistema de gestão central denominado *Bosch Business System* - BBS, aplicado em todo mundo e sob o qual funcionam os vários Sistemas de Gestão das diferentes divisões e unidades, tendo em conta as particularidades de cada um dos processos e de cada uma das realidades, considerando as expectativas dos grupos de interesse.

O *Bosch Business System* inclui o Sistema de Gestão de Recursos Humanos *Bosch Human Resources System* – BHS, que suporta o processo de mudança nos recursos humanos em todo o mundo, e os sistemas integrados de gestão da Qualidade, Ambiente e Segurança. Estes sistemas integrados incluem os Princípios Corporativos para Segurança Ocupacional e Protecção Ambiental e asseguram que todo o Grupo cumpre com elevados standards nestas áreas. Esta plataforma comum é o garante do funcionamento global da gestão do Grupo e do sucesso nas mudanças necessárias, uma vez que consideram as correlações complexas e as interdependências das actividades a serem modificadas.

Os Sistemas de Gestão Global enquadram-se num conceito mais alargado de gestão, que engloba também a base da cultura corporativa do Grupo Bosch, denominado **House of Orientation**, que apresentamos a seguir.





House of Orientation

Valores Bosch - The Bosch Values



BOSCH
Tecnologia para a vida

1 Orientação para o futuro e resultados *Future and Result Focus*

Para garantir o desenvolvimento dinâmico da nossa empresa e o seu sucesso a longo prazo, participamos activamente na transformação do mercado e nos avanços tecnológicos. Deste modo, garantimos aos nossos clientes a oferta de soluções inovadoras e asseguramos empregos estimulantes aos nossos colaboradores. Todas as nossas acções e decisões são orientadas para resultados, por forma a garantir o crescimento e a independência financeira. Com os dividendos assim gerados, a Fundação Robert Bosch financia projectos de utilidade pública.

In order to ensure dynamic development of our company and to guarantee long-term corporate success, we participate in shaping the changes in markets and technologies. By doing so, we provide our customers with innovative solutions and our associates with attractive jobs. We act result focused in order to secure growth and financial independence.

2 Responsabilidade *Responsibility*

Conscientes que as nossas acções empresariais devem estar em harmonia com os interesses da sociedade, disponibilizamos serviços e produtos seguros, assegurando sempre a utilização racional dos recursos e a protecção ambiental.

We accept that our actions must accord with the interests of society. Above all else, we place our products and services in the interests of the safety of people, the economic use of resources, and environmental sustainability.

3 Iniciativa e Determinação *Initiative and Determination*

Agimos por iniciativa própria, com responsabilidade empresarial e perseguimos os nossos objectivos com determinação.

We act on our own initiative, with an entrepreneurial but accountable spirit, and demonstrate determination in pursuing our goals.

4 Sinceridade e Confiança *Openness and Trust*

Mantemos os nossos colaboradores, parceiros de negócios e investidores informados sobre os importantes desenvolvimentos da empresa. Este procedimento é a base de uma relação de confiança.

We inform our associates, business partners, and investors in a timely and open fashion of important developments within our company. This is the best basis for a trustful relationship.

5 Transparência *Fairness*

Encaramos a transparência nas relações interpessoais dentro da empresa e nas relações com os parceiros de negócios como condição fundamental para o nosso sucesso empresarial.

We view mutual fairness as a condition of our corporate success when dealing with each other and with our business partners.

6 Fiabilidade, Credibilidade e Legalidade *Reliability, Credibility, and Legality*

Prometemos apenas o que podemos cumprir, assumimos os nossos compromissos e respeitamos a lei em todas as nossas acções.

We promise only what we can deliver, accept agreements as binding, and respect and observe the law in all our business transactions.

7 Diversidade Cultural *Cultural Diversity*

Reconhecemos as origens regionais e culturais da empresa, considerando simultaneamente a diversidade uma mais valia imprescindível para o nosso sucesso global.

We are aware of our company's regional and cultural origins and at the same time regard diversity as an asset, as well as a precondition of our global success.

1.3 House of Orientation - Identidade Global

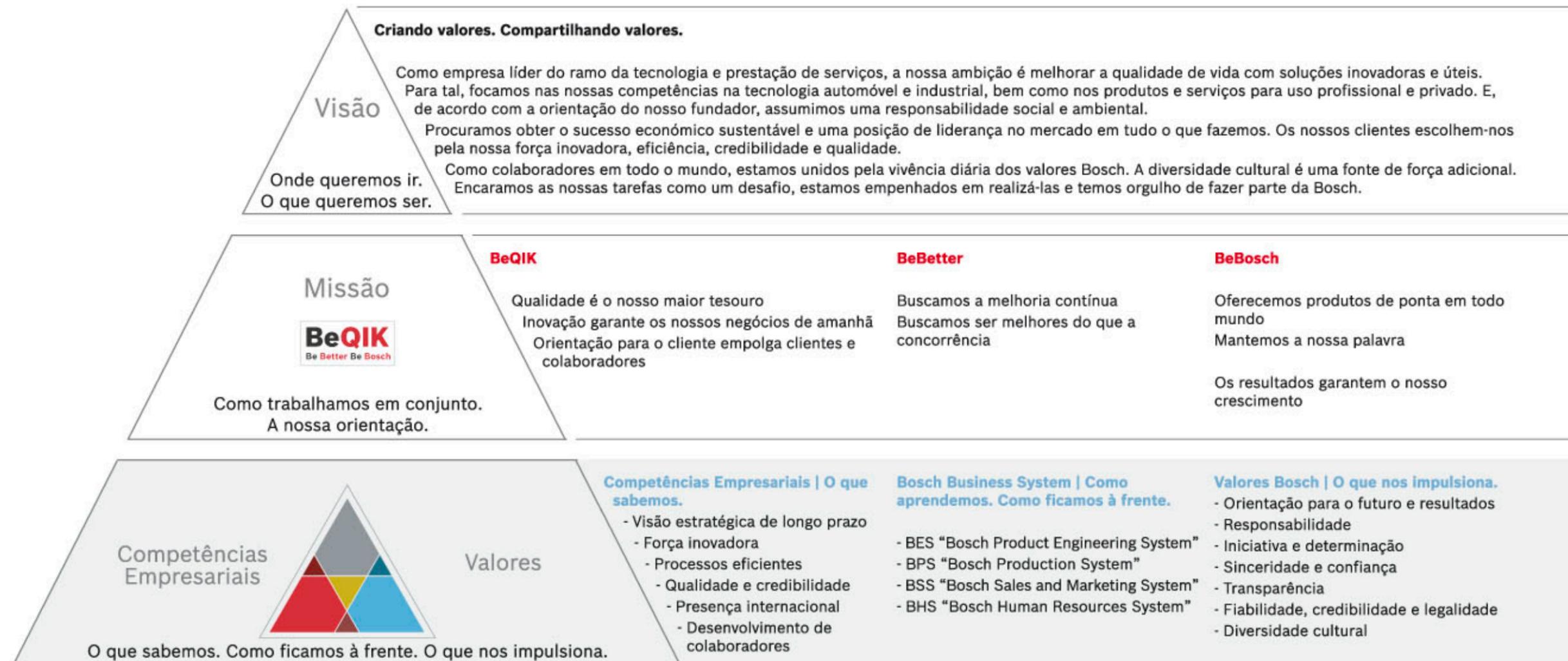


Durante os seus mais de 100 anos de existência, a Bosch manteve-se fiel aos princípios do seu fundador, sedimentados nos valores e cultura que orientam a empresa. Segundo Robert Bosch, para além do crescimento económico, o sucesso significa também a melhoria das condições de vida. Este princípio permanece vivo no lema "Tecnologia para a vida" e é a base da *House of Orientation*, um conjunto de processos que define uma abordagem organizada e eficiente para os negócios da empresa.

A *House of Orientation* representa a orientação estratégica do Grupo e a forma como a equipa trabalha em conjunto: está alicerçada nos valores corporativos da Bosch, no *Bosch Business System* e nas competências empresariais. É nesta base que a Bosch vai actuar segundo a sua Missão

BeQIK e alcançar a sua visão de "criar valores, partilhar valores". Este conceito representa a cultura corporativa da Bosch e permite aos colaboradores compreendê-la e vivê-la. A *House of Orientation* oferece orientação, reforça a coesão e cria identificação, sendo vivenciada por todas as empresas do grupo e dada a conhecer através de diferentes meios de informação e acções de formação aos colaboradores.

Os valores que regem o Grupo Bosch são: orientação para o futuro e resultados, responsabilidade, iniciativa e determinação, sinceridade e confiança, transparência, fiabilidade, credibilidade e legalidade, e diversidade cultural.



2. Bosch Car Multimedia Portugal

Prémios e distinções recentes



Ano	Prémio
2008	Prémio de Qualidade do Grupo Bosch Distinção de Boas Práticas, pela Assembleia da República, pelo trabalho desenvolvido na prevenção de lesões músculo-esqueléticas
2007	Empresa "Recognised for Excellence", com o nível máximo de 5 estrelas, da EFQM - European Foundation for Quality Management

Semanário Expresso – 1000 Maiores (2008)

Ranking Geral	72º
Indústria electrónica, de máquinas e outras	7º
Maiores exportadores nacionais	39º

Revista Exame – 500 Maiores e Melhores (2008)

Ranking Geral	72º
Maiores empresas do sector eléctrico e electrónico	2º
Melhores empresas do sector eléctrico e electrónico	8º

A Bosch Car Multimedia Portugal, localizada em Braga, é a principal fábrica da divisão *Car Multimedia* e a maior empresa do Grupo Bosch em Portugal, tendo iniciado a sua actividade em 1990. É especializada no fabrico e desenvolvimento de equipamentos electrónicos, principalmente auto-rádios e sistemas de navegação para a indústria automóvel, sendo responsável por todo o processo de produção, desde da construção do protótipo até à produção em série.

A divisão *Car Multimedia* pretende oferecer soluções inteligentes que permitam a integração, no interior do veículo, de funções de entretenimento, navegação, telemática, e assistência à condução. A divisão procura ainda a optimização do futuro do mundo móvel, desenvolvendo continuamente canais de interacção entre veículo e condutor (ou passageiro). O histórico desta divisão testemunha a estratégia inovadora que caracteriza o Grupo Bosch e a sua filosofia de "Tecnologia para a Vida".

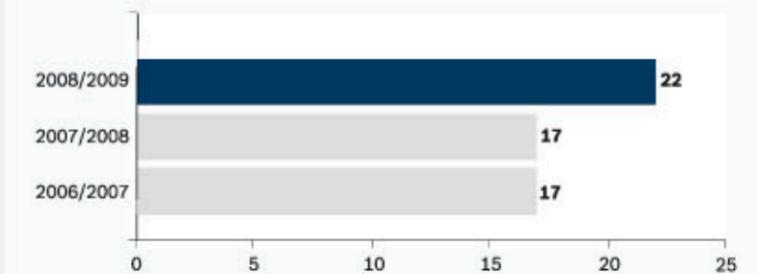
O seu negócio está focado no *Driving Convenience*, centrado na procura de soluções para tornar a condução mais fácil, mais económica e mais segura. Proporcionar, nos veículos que equipa, uma condução cómoda é o seu objectivo, do qual faz parte dar resposta ao crescente interesse do condutor por questões como o consumo de combustível e redução de emissões de gases.

Reconhecida pelo seu *know-how* na área da electrónica automóvel, a Bosch Car Multimedia Portugal integra um centro de desenvolvimento e de competência técnica, sendo *benchmark* em diferentes áreas técnicas e de produção. Aposta em standards de Qualidade e na a sua força inovadora, assentes, em grande parte, no desenvolvimento dos colaboradores.

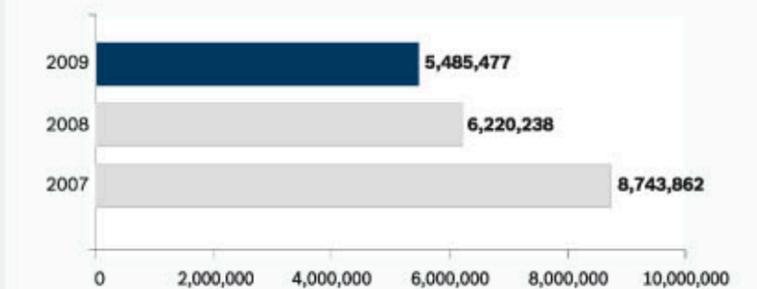
Nos últimos anos, a empresa tem conseguido diversificar a sua carteira de produtos, não só na área da multimédia automóvel (novos projectos de sistemas de navegação), mas também no fabrico de produtos para as áreas de electrodomésticos e da segurança automóvel, seguindo a lógica de diversificação que orienta o Grupo Bosch.

A nível regional, é um dos maiores empregadores privados e, no contexto nacional, nos rankings publicados em 2009, com os quais a empresa colabora regularmente com o envio de informação, foi considerada a segunda maior empresa do sector Eléctrico e Electrónico.

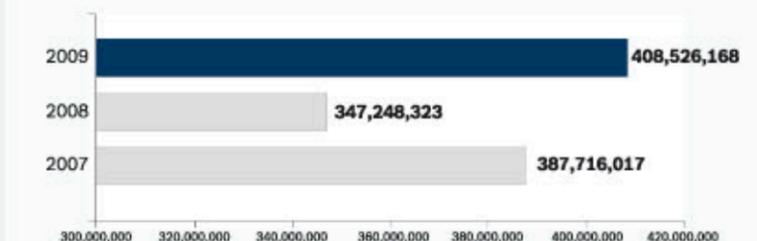
Colaboradores premiados pelo



Resultado líquido do exercício (€)



Vendas (€)



Cronograma



3. Gestão Empresarial

O modelo da EFQM – *European Foundation for Quality Management* assenta no princípio de Qualidade Total e consiste num quadro de referência que avalia em pormenor as práticas da empresa em áreas como: enfoque no cliente; liderança e constância de propósito; gestão por processos e factos; desenvolvimento e envolvimento das pessoas; aprendizagem contínua; inovação e melhoria; desenvolvimento de parcerias; responsabilidade pública e orientação para os resultados. A visão, a estratégia, as áreas de actividades e os patamares para o sucesso da empresa são construídos a partir do modelo EFQM, o qual enfatiza a necessidade de definir claramente objectivos, planear cuidadosamente e sistematizar a acção, aprendendo e melhorando com este processo.

3.1 Gestão para a Excelência

A Bosch Car Multimedia Portugal tem como visão ser uma empresa de referência mundial no sector electrónico, actuando como modelo de excelência na orientação para o cliente e na gestão por processos. A sua gestão estratégica está integrada nos conceitos de gestão global da Bosch anteriormente mencionados e no modelo preconizado pela Fundação Europeia de Gestão da Qualidade (*EFQM - European Foundation for Quality Management*), o qual aplica desde 2001.

Em 2007, foi galardoada com a distinção *EFQM Recognised for Excellence*, com nível máximo de cinco estrelas, após uma auditoria realizada pela Associação Portuguesa da Qualidade (APQ), tornando-se a primeira organização em Portugal com esta distinção.

Tendo por objectivo a excelência empresarial, a empresa é gerida considerando que a satisfação dos clientes, dos colaboradores e o impacto na sociedade resultam da uma liderança que concretiza a política e estratégia, que assegura a gestão das pessoas, dos recursos e dos processos, conduzindo à excelência dos resultados do negócio.

Estes princípios de gestão estão traduzidos naquilo que é a missão da empresa, a sua forma de trabalhar e a sua orientação. Na missão, reformulada em 2007 na reunião anual de gestão “Our Way to Excellence”, lê-se: “Qualidade é a nossa cultura. Inovação assegura o nosso futuro. As pessoas são o nosso maior valor. Buscamos a excelência empresarial. Distinguímo-nos da concorrência com a oferta de excelência na área electrónica.” Uma missão que reflecte a cultura do Grupo Bosch e os seus princípios e directrizes, resumidos na *House of Orientation*.

A Bosch Car Multimedia Portugal alinha a sua gestão estratégica com a visão *Driving Convenience* – referida anteriormente – e com a busca constante da Excelência. Ao aplicar os sistemas de gestão global da Bosch e a gestão por processos, garante uma acção, expansão e rentabilidade sustentadas. Satisfação do cliente, diferenciação funcional e liderança em custos, inovação, qualidade e negócios globais são os pilares desta estratégia.



1.3 House of Orientation - Identidade Global



Durante os seus mais de 100 anos de existência, a Bosch manteve-se fiel aos princípios do seu fundador, sedimentados nos valores e cultura que orientam a empresa. Segundo Robert Bosch, para além do crescimento económico, o sucesso significa também a melhoria das condições de vida. Este princípio permanece vivo no lema "Tecnologia para a vida" e é a base da *House of Orientation*, um conjunto de processos que define uma abordagem organizada e eficiente para os negócios da empresa.

A *House of Orientation* representa a orientação estratégica do Grupo e a forma como a equipa trabalha em conjunto: está alicerçada nos valores corporativos da Bosch, no *Bosch Business System* e nas competências empresariais. É nesta base que a Bosch vai actuar segundo a sua Missão

BeQIK e alcançar a sua visão de "criar valores, partilhar valores". Este conceito representa a cultura corporativa da Bosch e permite aos colaboradores compreendê-la e vivê-la. A *House of Orientation* oferece orientação, reforça a coesão e cria identificação, sendo vivenciada por todas as empresas do grupo e dada a conhecer através de diferentes meios de informação e acções de formação aos colaboradores.

Os valores que regem o Grupo Bosch são: orientação para o futuro e resultados, responsabilidade, iniciativa e determinação, sinceridade e confiança, transparência, fiabilidade, credibilidade e legalidade, e diversidade cultural.





Princípios da Qualidade Bosch

1. O nosso objectivo é a satisfação total das expectativas dos nossos clientes através da qualidade dos nossos produtos e serviços.
2. A Qualidade e a sua melhoria contínua são objectivo e responsabilidade de todos, desde a Gerência até aos estagiários.
3. As nossas directivas, e os nossos processos, sistemas e objectivos são baseados em requisitos de normas internacionais, em expectativas do cliente, e na nossa experiência e conhecimento. O entendimento e conformidade com as directivas e os processos são as fundações da nossa Qualidade.
4. Qualidade significa fazer bem desde o início e à primeira, prevenindo desta forma a ocorrência de defeitos no final. A melhoria contínua da qualidade dos processos reduz os custos e aumenta a produtividade.
5. Evitar falhas é mais importante do que eliminar defeitos. Aplicamos sistematicamente métodos e ferramentas para a garantia da qualidade preventiva. Aprendemos com os erros e eliminamos atempadamente as suas causas.
6. Os nossos fornecedores contribuem substancialmente para a qualidade dos nossos produtos e serviços. Exigimos que eles apliquem os mesmos padrões de qualidade por nós adoptados.

3.2 Sistemas de Gestão Global - Foco constante na melhoria contínua

3.2.1 Sistema de Gestão da Qualidade

Através da aplicação e implementação sistemática das suas directrizes e premissas em todas as suas unidades, bem como da contínua extensão destes procedimentos a todos os processos, o Grupo Bosch é um reconhecido modelo de Qualidade e neste âmbito tem recebido, com frequência, prémios dos seus clientes (ex. prémios da Porsche e da Volkswagen, recebidos em 2009).

"Deve-se sempre aspirar à melhoria do estado actual. Ninguém deve dar-se por totalmente satisfeito com o que já foi alcançado, devendo ambicionar a constante melhoria da sua área."

(Robert Bosch)

A estratégia para garantir a Qualidade em todos os processos passa por acções sistemáticas e proactivas por parte dos intervenientes. Esta preocupação começa no desenvolvimento do produto e é transferida para todas as fases subsequentes. Neste sentido, a Bosch Car Multimedia Portugal adopta um Sistema de Gestão da Qualidade, como base de acção comum que pretende garantir que o objectivo da Qualidade seja sistematicamente cumprido e, até mesmo, ultrapassado.

Esta base de acção é constituída por princípios, conceitos e processos que pretendem garantir que os clientes, fornecedores e colaboradores da empresa tenham uma visão global dos sistemas fundamentais, procedimentos e métodos de trabalho que suportam a execução dos processos, desde a pesquisa e desenvolvimento até a produção e entrega dos produtos.

As directrizes da Qualidade que orientam a Bosch Car Multimedia Portugal estão definidas no Manual de Gestão da Bosch, com base nas exigências da norma internacional ISO 9001 e considerando todas as exigências das normas ISO/TS 16949, ISO 14001 e OHSAS 18001. A empresa encontra-se certificada, com as seguintes normas:

- ISO/TS 16949:2002, renovado em 2009 (certificação atribuída ao Sistema de Gestão das indústrias do ramo automóvel);
- ISO 9001:2008, atribuída em 2009.

Os Colaboradores e a Qualidade

	2009	2007
Os meus colegas esforçam-se com elevada qualidade.	1,9	2,3
Na minha equipa/no meu departamento estamos orientados para a satisfação dos clientes.	1,7	2,1

Média de respostas no inquérito de satisfação aos colaboradores, onde 1 é a resposta mais positiva ("concordo totalmente") e 5 a mais negativa ("discordo totalmente").

Princípios da Bosch para a Segurança e Protecção Ambiental



Desenvolvimento Sustentável

Aceitamos que as nossas acções estão de acordo com o desenvolvimento económico, a ecologia e a nossa responsabilidade para com a comunidade e as gerações futuras. Por esta razão, o respeito pela segurança e saúde das pessoas, o uso racional dos recursos e um ambiente limpo são princípios básicos da nossa política.

Processos

Na concepção dos processos, assumimos que a segurança e a saúde das pessoas têm prioridade e que os efeitos sobre o ambiente devem ser minimizados, considerando aspectos económicos. Estamos preparados para responder a eventuais situações de emergência. Este é também o espírito com que trabalhamos com os nossos fornecedores de bens e serviços.

Produtos

Desenvolvemos e produzimos produtos que são seguros, amigos do ambiente e

económicos. Os nossos produtos contribuem para a melhoria das condições de segurança das pessoas e para a redução dos impactes ambientais, incluindo a sua posterior reciclagem e eliminação.

Responsabilidade

Todos os colaboradores são responsáveis pela ajuda na preservação dos riscos para as pessoas e o ambiente, assim como pelo cumprimento dos requisitos legais e outros aplicáveis ao ambiente, à segurança e à saúde. É responsabilidade da liderança identificar os riscos e impactes, avaliá-los e adoptar as acções adequadas.

Melhoria Contínua

Os nossos processos e os nossos procedimentos são verificados regularmente. Avaliamos os seus efeitos nas pessoas e no ambiente. Desta forma, identificamos pontos fracos e potenciais pontos de melhoria, e garantimos um programa efectivo para o ambiente, a segurança e a saúde.

3.2.2 Sistema de Gestão Ambiental e da Segurança

Em 2009, a Associação Automóvel Alemã (ADAC) entregou a Franz Fehrenbach o seu prémio para "Personalidade do Ano 2009". O Presidente da Administração da Bosch foi distinguido pela força inovadora e ecologicamente orientada do Grupo.

Sistema de Gestão Ambiental

A protecção ambiental é uma questão prioritária para a Bosch. O Grupo tem uma política ambiental definida, patente nos seus Princípios para a Segurança e Protecção Ambiental, sendo exigido a todas as empresas que actuem segundo estes procedimentos comuns, baseados nas normas europeias de respeito e preservação do ambiente. É ainda parte importante de uma produção moderna e tecnicamente ambiciosa. A conservação de meios e recursos, a todos os níveis do negócio, providencia a oportunidade de produzir mais eficientemente e, assim, preservar o futuro.

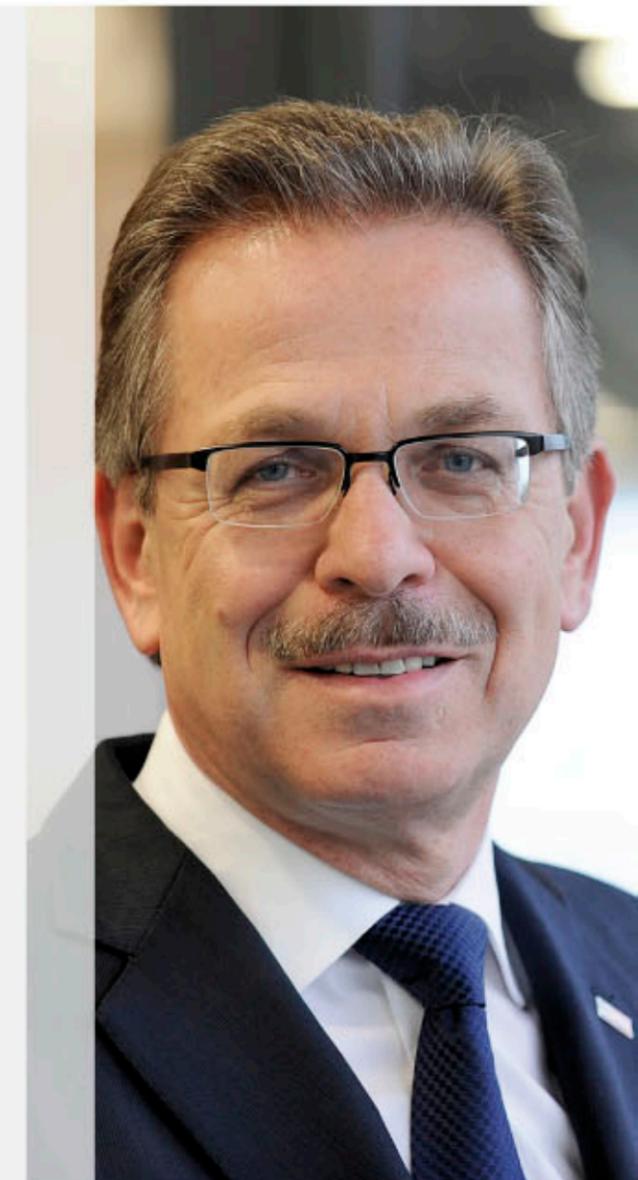
A Bosch Car Multimedia Portugal foi a 7ª empresa em Portugal a obter o registo EMAS e a primeira da Bosch a estar registada pelo EMASII.

As preocupações e práticas ambientais são parte da cultura da empresa e reconhecidas pelos colaboradores. Em 2009, verificou-se através do inquérito de satisfação interno que 87% dos colaboradores que nele participaram concorda com a afirmação "O Grupo Bosch contribui favoravelmente para o ambiente e a sociedade".

A Bosch Car Multimedia Portugal reúne acções e medidas pensadas no âmbito da melhoria dos indicadores de desempenho ambiental. Neste sentido, procura uma utilização racional dos recursos, contribuindo para a protecção ambiental através de uma melhoria de desempenho ao longo da cadeia de valor.

São efectuadas periodicamente avaliações aos parâmetros que potencialmente interagem com o ambiente e são realizadas auditorias internas às áreas de gestão e controlo ambiental. As certificações obtidas atestam a consolidação do Sistema de Gestão Ambiental da empresa.

Este Sistema está documentado no Manual de Gestão que define os procedimentos base para uma gestão corrente de todas as vertentes da protecção ambiental e na Declaração Ambiental publicada anualmente.



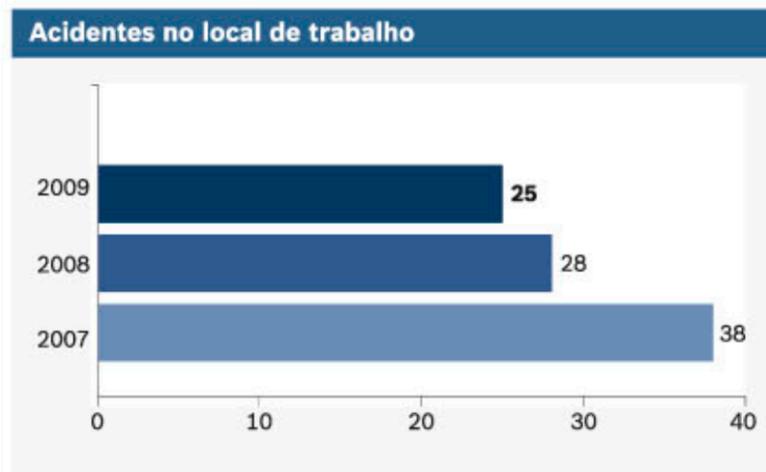
Sistema de Gestão da Segurança e Saúde

Seguindo os princípios de Responsabilidade Social definidos pelo Grupo Bosch, a Bosch Car Multimedia Portugal reconhece o direito à prestação de trabalho em condições de segurança e à protecção da saúde dos seus colaboradores. Neste sentido, a empresa segue um Sistema de Gestão da Segurança e Saúde, para uma melhor organização de todos os assuntos relacionados com esta área de acção, assim como para assegurar o cumprimento dos princípios estipulados.

São pensadas e desenvolvidas, anualmente, acções que pretendem aumentar não só a segurança dos colaboradores da empresa, mas também aumentar o seu bem-estar e prevenir lesões. Entretanto, a segurança não pode ser vista como um acto isolado, mas sim como um sistema, em que todos têm um papel relevante e activo. Os colaboradores participam em formações para a sensibilização e tentativa de adopção de comportamentos mais responsáveis.

Um dos indicadores do funcionamento do Sistema de Gestão é o número de acidentes de trabalho, que tem vindo a diminuir.

No âmbito da certificação OHSAS 18001:1999, a Bosch Car Multimedia Portugal possui uma estrutura de segurança e saúde no trabalho de acordo com a legislação e realiza acções de melhoria de forma contínua.



Certificação	Área	1ª Certificação	Renovação
DIN EN ISO 14001:1996	Ambiente	2002	2005
DIN EN ISO 14001:2004	Ambiente	2005	2009
Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria - EMAS II	Ambiente	2003	2010
OHSAS 18001:1999	Segurança e Saúde	2005	2009
OHSAS 18001:2007	Segurança e Saúde	2009	...

Ergonomia

Em 2008, a Bosch Car Multimedia Portugal recebeu uma distinção de boas práticas da Assembleia da República, pelo trabalho desenvolvido na prevenção das lesões músculo-esqueléticas. Este reconhecimento surgiu no âmbito da candidatura da empresa ao Prémio Europeu de Boas Práticas.

A melhoria das condições de trabalho dos colaboradores é uma das prioridades da Bosch Car Multimedia Portugal, seguindo os ensinamentos do seu fundador e a sua missão, que assume que as pessoas são o seu maior valor.

Na prática, esta preocupação traduz-se na aplicação de um Sistema Integrado de Gestão de Saúde e Segurança, no qual os departamentos de Saúde, Segurança e Ambiente, Engenharia Industrial e Planeamento, Recursos Humanos e o Gabinete Médico interagem na partilha, análise e intervenção em várias situações de trabalho onde são identificados factores de risco susceptíveis de desencadear lesões músculo-esqueléticas.

Neste sentido, tem vindo a desenvolver acções de melhoria na área da ergonomia dos postos de

trabalho pretendendo diminuir, a longo prazo, as queixas e patologias relacionadas com a realização da actividade laboral e, consequentemente, melhorar as condições de saúde dos colaboradores. A empresa investiu em intervenções que permitiram melhorar as condições de trabalho do ponto de vista ergonómico, eliminando ou reduzindo posturas desfavoráveis do tronco e membros superiores, posturas estáticas e aplicação de força nos membros superiores, assim como a eliminação/redução de barreiras com melhoria no alcance aos materiais.

Outro projecto da equipa de ergonomia é a implementação de um plano de rotatividade. Através da análise ergonómica, é possível identificar os níveis de risco de cada tarefa e propor um plano de rotação que garanta a diminuição do tempo de exposição dos colaboradores às tarefas de maior exigência física. Espera-se que esta medida tenha impacto também na satisfação e motivação dos colaboradores, na melhoria da qualidade, no aumento da versatilidade, na diminuição do absentismo, entre outros aspectos.

Projectos para melhoria das condições de trabalho

Projecto	Conteúdo	Status
Plano de rotatividade nas linhas de montagem	Rotação dos colaboradores por diferentes postos de trabalho, em intervalos de tempo regulares.	Em implementação
Estudo sobre calçado ESD junto de colaboradores e fornecedores	Utilizar o calçado mais confortável, saudável e de agrado aos colaboradores	Em fase de teste de amostras do calçado seleccionado
Formar colaboradores na área de Ergonomia	Desenvolver projectos de melhoria de condições de trabalho	Formação sobre ergonomia dos colaboradores da Produção. Formação sobre ergonomia aos colaboradores do Departamento de Desenvolvimento para que possam implementar directamente os critérios ergonómicos nos projectos onde estão envolvidos e identificar os possíveis problemas numa fase inicial. Alguns colaboradores frequentam Mestrados visando, entre outras áreas, a especialização na área da Ergonomia, Segurança e Higiene no trabalho.

3.3 Código de Conduta nos Negócios



3.4 Associações empresariais e sectoriais

Ao longo de toda a sua história, a Bosch sempre se orientou pelos valores e princípios éticos do seu fundador. Desses mesmos princípios, faz parte o da legalidade, que nos obriga a cumprir as legislações dos países nos quais operamos. O próprio Robert Bosch escreveu, em 1921: “A longo prazo, uma negociação honesta será sempre a mais proveitosa e o mundo dos negócios aprecia isso muito mais do que se poderia imaginar.” Ainda hoje, estas palavras expressam a nossa convicção de que a fiabilidade, a credibilidade e sobretudo a legalidade são as pedras basilares do nosso sucesso nos negócios. Não são aceites quaisquer argumentos utilizados para justificar o desrespeito pela lei, mesmo que o contornar das regras existentes sirva para fechar um negócio de forma rápida e vantajosa para a empresa.

Para evidenciar a importância desse princípio básico, a posição do Grupo Bosch quanto a requisitos legais e questões éticas está resumida no Código de Conduta nos Negócios do Grupo, lançado em 2009. O documento, contendo os princípios básicos que queremos ver adoptados na Bosch, foi disponibilizado a todos os colaboradores para sua orientação. Adicionalmente, cada país tem um Responsável pela Conformidade (*Compliance Officer*), sendo o representante em Portugal o Director de Recursos Humanos da Bosch Car Multimedia Portugal. A sua função é coordenar e facilitar o cumprimento do Código, estando disponível para receber os colaboradores, caso estes pretendam saber se uma determinada decisão cumpre as regras do Código de Conduta nos Negócios ou alertar para casos que indiquem uma violação das regras do Código, assegurando a confidencialidade.

O Código de Conduta aborda os seguintes temas: princípios de conduta legal; conflitos de interesse; gestão de informação; conduta perante parceiros e terceiros; qualidade e segurança dos produtos; higiene e segurança no trabalho; e protecção ambiental e contra incêndios.

Em 2009, a organização do Prémio Desenvolvimento Sustentável atribuiu uma pontuação de 97% à Bosch Car Multimedia Portugal no critério “Código de Conduta”, a mesma pontuação alcançada pelo best player do Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

O Prémio Desenvolvimento Sustentável, organizado pela Heidrick & Struggles em parceria com o Diário Económico, pretende verificar o estado da arte da sustentabilidade em Portugal e promover o benchmarking entre os participantes através da partilha de práticas de referência. Tem como base os critérios do DJSI.

Para a Bosch Car Multimedia Portugal, a comunicação e a cooperação com associações industriais e empresariais assumem grande importância pela troca de conhecimentos e pela possibilidade de desenvolver parcerias, analisar o mercado de forma conjunta e intervir de uma forma coesa e sustentada.

Entre as estas associações encontram-se a ANIMEE (Associação Portuguesa de Empresas do Sector Eléctrico e Electrónico), a APCE (Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa), a AEP (Associação Empresarial de Portugal), a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã e a EPIS (Empresários para a

Inclusão Social), das quais a Bosch Car Multimedia Portugal é associada.

A empresa mantém também uma colaboração estreita com a APQ (Associação Portuguesa para a Qualidade) e através dela com a EFQM (European Foundation for Quality Management) e com o ONRH (Observatório Nacional de Recursos Humanos).

A nível local, colabora em várias áreas com a AIMINHO (Associação Industrial do Minho) e, no que diz respeito à Responsabilidade Social, é membro da Rede Nacional de Responsabilidade Social - RSOpt. A Bosch é ainda uma das entidades promotoras da Academia de Formação ATEC.

4. Responsabilidade Ambiental

A Bosch Car Multimedia Portugal obteve uma pontuação 100% na Dimensão Ambiental, avaliada no já referido Prémio de Desenvolvimento Sustentável 2009, promovido pelo Diário Económico. Este resultado está acima da média do sector, do indicador *best player* do DJSI e da média dos candidatos ao Prémio.



O Grupo Bosch define anualmente objectivos estratégicos para a área ambiental, também aplicáveis à Bosch Car Multimedia Portugal. Como referido anteriormente, a empresa aplica internamente um Sistema de Gestão Ambiental com procedimentos e acções de melhoria definidas. Relacionado com a aplicação deste sistema, estão um conjunto de políticas e acções que visam a protecção do ambiente, bem como a sensibilização dos colaboradores para questão ambiental.

A política ambiental da Bosch Car Multimedia Portugal é relatada anualmente na Declaração Ambiental, disponível em www.bosch.pt



4.1 Política de Gestão de Resíduos e Reciclagem

A Política de Gestão de Resíduos assenta em objectivos e estratégias que visam garantir a preservação dos recursos naturais e a minimização dos impactos negativos sobre a saúde pública e o ambiente. Para a prossecução destes objectivos, importa incentivar a redução da produção dos resíduos e a sua reutilização, reciclagem e monitorização.

Neste contexto, a Bosch Car Multimedia Portugal estabeleceu três metas:

- reduzir a quantidade de resíduos enviada para deposição em aterro;
- aumentar a quantidade de resíduos encaminhada para reciclagem;
- diminuir a quantidade de resíduos perigosos produzidos.

Para alcançar estas metas, foram seleccionadas e implementadas as seguintes medidas:

- sensibilização, informação e formação de todos os colaboradores da empresa e empresas externas (formação contínua);
- publicação de notícias informativas e formativas no jornal interno como, por exemplo, informação sobre o processo de reciclagem do plástico, dos metais, do esfervite e do cartão, e informação sobre o que acontece ao lixo depositado no Ecoponto depois de sair das nossas instalações;
- formação das equipas que trabalham directamente na gestão de resíduos (colaboradores do parque de resíduos);
- investimentos nas infra-estruturas de gestão de resíduos (ex. parque de resíduos e contentores para a recolha selectiva);
- colocação de um Ecoponto nas instalações da empresa para separação dos resíduos de embalagem (equiparados a domésticos) produzidos nos bares e na cantina;

- avaliação de novos materiais a serem introduzidos no processo, de forma a evitar a introdução de materiais perigosos ou não recicláveis como, por exemplo, a introdução de soldadura sem chumbo e de fluxos menos poluentes;
- pesquisa e alteração do destino final de resíduos, tendo em consideração as melhores soluções de reciclagem existentes;
- investimento em equipamento eficiente e menos poluente como, por exemplo, equipamentos para lavagem de peças durante a manutenção e a alteração de processo de soldadura de forma a ser necessário menos fluxo;
- implementação de embalagens retornáveis com fornecedores nacionais;
- realização de campanhas de recolha de resíduos produzidos nas casas dos colaboradores como, por exemplo, tinteiros, telemóveis, radiografias e pilhas.

4.2 Gestão de Energia

A preocupação com a redução de custos e a protecção do meio ambiente estão sempre presentes e a gestão dos recursos de energia é hoje um dos principais desafios da empresa. A redução da factura energética e do consumo de energia são uma das formas de preservação do ambiente.

Com base no Regulamento de Gestão do Consumo de Energia, a Bosch Car Multimedia Portugal é uma empresa consumidora intensiva de energia, pois o seu consumo anual é superior a 1000 tep (tonelada equivalente de petróleo). Em 2004, a empresa procedeu à realização de uma auditoria energética de modo a estabelecer os fluxos de energia úteis e dos desperdícios e para determinar as soluções mais adequadas, com vista a redução dos custos associados ao consumo de energia.

Para a redução do consumo de energia eléctrica foi estabelecido um plano de medidas das quais se destacam as seguintes:

- a alteração da iluminação através da substituição de lâmpadas T8 com balastos ferromagnéticos por lâmpadas T5 com balastos electrónicos e alteração dos circuitos eléctricos de forma a estarem em funcionamento apenas os que são necessários;
- instalação de relógios nas linhas de montagem final para ligar/desligar equipamentos durante as paragens de produção;
- instalação de relógios nos sistemas de ar condicionado e unidades de tratamento de ar, que permitem que o mesmo se desligue quando as áreas não estão a ser utilizadas;
- instalação de sensores crepusculares nas casas de banho de forma a permitir que a iluminação esteja ligada apenas quando necessário;
- substituição do compressor antigo por um compressor novo com variador de velocidade, para que seja fornecida apenas a quantidade que está a ser consumida;
- realização de controlo periódico de fugas nas tubagens de distribuição de ar comprimido e azoto.

4.2.1 Energias renováveis

Analisando as infra-estruturas de Bosch Car Multimedia Portugal verificou-se existir potencial de integração de energia com fonte renovável no funcionamento das nossas instalações. Assim, foram instalados na cobertura de um dos edifícios da empresa, em Junho de 2009, 20 painéis solares térmicos para aquecimento da água utilizada na cantina, permitindo assim a redução do consumo de gás natural.

4.3 Gestão de Água da Rede Pública

A conservação dos recursos naturais e o uso eficiente da água constituem uma preocupação constante. Para reduzir o consumo de água, a empresa analisou as suas fontes

consumidoras (consumo humano, refrigeração dos equipamentos produtivos e rega dos jardins) e estabeleceu medidas para a redução do consumo, das quais se destacam:

- controlo do tempo de saída da água das torneiras das casas de banho;
- instalação de circuito fechado de refrigeração dos equipamentos de produção;
- instalação de circuito fechado de refrigeração das máquinas de teste do laboratório de qualidade;
- instalação de sistema de rega automática, controlada com um pluviómetro, de forma a permitir que o sistema se ligue apenas quando é necessário e que a rega seja realizada em período nocturno;
- reaproveitamento das águas pluviais para rega e para as casas de banho.

4.4 Gestão de Emissões Gasosas

A preocupação com a protecção ambiental estende-se também à gestão das emissões gasosas. A Bosch Car Multimedia Portugal produz emissões gasosas provenientes de dois processos: do processo produtivo e do de aquecimento das instalações da empresa (caldeiras). As principais emissões são resultantes do processo de soldadura por onda.

Para a monitorização das emissões gasosas do processo produtivo, são efectuadas medições, de três em três anos, a cada chaminé. No caso das emissões gasosas das caldeiras, são efectuadas medições anuais.

Dos parâmetros analisados, os COT (Compostos Orgânicos Totais) são os que requerem um maior controlo, visto que os valores obtidos não se mantêm estáveis. Outros parâmetros, como por exemplo, partículas, chumbo e cobre têm-se mantido estáveis.

A empresa dispõe de dois sistemas de exaustão, um para cada

A Bosch Car Multimedia Portugal exerce a sua actividade num mercado extremamente dinâmico, em constante mudança e com potencial para um enorme crescimento. A empresa mantém uma postura atenta ao mercado e ao seu ambiente e avalia os desenvolvimentos em função de oportunidades e ameaças. Pretende fornecer aos seus clientes produtos seguros, limpos e económicos. Desta forma, para além da tradicional gestão de energia, água, emissões gasosas, resíduos e reciclagem, a empresa segue as indicações do Grupo Bosch e adopta uma postura pró-activa no cumprimento das legislações em vigor e no design ecológico dos seus produtos.



piso. Todas as máquinas que produzem emissões estão ligadas a estes sistemas.

4.5 Design Ecológico

Na Bosch Car Multimedia Portugal, a protecção ambiental começa sempre na fase de desenvolvimento do produto e é tida em consideração em todas as fases do seu ciclo de vida (selecção, fabricação, distribuição, utilização, tratamento e eliminação). Neste sentido, o departamento de Desenvolvimento verifica as limitações e as proibições em certos tipos de materiais, bem como as possibilidades de reciclagem de materiais e produtos. Realiza ainda actividades de forma a otimizar o processo produtivo em termos de poupança de energia e aumentar a compatibilidade ambiental dos nossos produtos.

Ainda relativamente à sua preocupação com o ambiente e o design ecológico dos produtos, a nossa empresa antecipou-se na produção sem chumbo (*lead free*) e na linha da frente na alteração das tecnologias. Esta atitude reflecte a sua preocupação com o ambiente e coloca-nos na linha da frente na alteração das tecnologias. Em Outubro de 2004, a Bosch Car Multimedia Portugal implementou a alteração do processo da soldadura com chumbo para a soldadura sem chumbo, no seguimento do estabelecido pela Directiva RoHS, da União Europeia, de Julho de 2006, e da anterior Directiva do Parlamento Europeu e do Conselho, de 18 de Setembro de 2000, relativa a veículos em fim de vida.

Directiva ELV

A directiva pretende limitar a produção de resíduos provenientes dos veículos e intensificar a reutilização, a reciclagem e outras formas de valorização dos veículos em fim de vida e dos seus componentes. Para alcançar este objectivo duplo, fixa novos requisitos para os fabricantes europeus, nomeadamente a obrigação de conceber veículos fáceis de reciclar.

Esta Directiva é anterior à Directiva RoHS, também ela estabelecida pela União Europeia, que pretende reduzir a utilização de substâncias perigosas que possam constituir riscos para a saúde humana ou para o ambiente. A partir da sua aplicação, a 1 de Julho de 2006, os produtores dos sectores eléctrico e electrónico deveriam adaptar a sua produção para que fossem excluídas algumas substâncias (chumbo, mercúrio, cádmio, crómio hexavalente, bifenilos polibromados e éteres de difenilo polibromado) com concentração acima do nível permitido.

4.6 Sensibilização dos colaboradores

Um dos objectivos mais importantes de um sistema de gestão ambiental é informar os colaboradores e aumentar a sua motivação para estes temas. A empresa procede regularmente a acções de sensibilização para esta temática, nomeadamente através de formação e divulgação de informação, uma vez que a protecção ambiental e a utilização racional dos recursos é responsabilidade não só da empresa, mas também de cada colaborador individualmente, tal como definido nos valores e princípios da Bosch.

A formação e sensibilização junto dos colaboradores e dos fornecedores contribuem para a melhoria das nossas boas práticas ambientais, inclusive em áreas sem directrizes legais, em linha com a nossa filosofia de melhoria contínua.

Actividades de sensibilização ambiental	
Dia Mundial do Ambiente, 05 de Junho de 2009	Programação especial nos monitores informativos com dicas ambientalmente responsáveis.
Dia Mundial da Energia 29 de Maio de 2009	Divulgada a 1ª edição da brochura Bosch eco+, com dicas de poupança de energia
Dia Mundial sem carros 22 de Setembro de 2009	Divulgação da 2ª edição da brochura Bosch eco+, com dicas para a redução da emissão de gases poluentes, bem como da iniciativa de partilha de carros entre os colaboradores da empresa dinamizada pelos Recursos Humanos.
Bosch eco+	A brochura trimestral Bosch eco+ pretende fornecer dicas de poupança de energia, poupança de água, diminuição de emissão de gases poluentes e a consequente difusão de atitudes sustentáveis.
Jornal interno Bosch +	O jornal interno, de periodicidade bimestral, divulga frequentemente acções internas relacionadas com a protecção ambiental.
Monitores informativos	Divulgação, nos dias temáticos referidos acima, de uma programação especial, com as dicas relacionadas com a poupança de energia e de água e ainda a redução de emissões poluentes.
Formação	A empresa dá constantemente formações nas quais são incluídos tópicos sobre a responsabilidade ambiental (ex. reciclagem). Oferece ainda a colaboradores especializados a oportunidades de participar em seminários externos relacionados com este tema (ex. normas ambientais).

Balanço de entradas e saídas

Para uma visão global dos efeitos relevantes para o Ambiente é efectuado um registo do fluxo de energia e de materiais.

Entradas

Entradas	Unidade	2007	2008	2009
Energia				
Electricidade	MWh	19967	19746	20951
Gás natural	MWh	1227	1172	1162
Gasóleo	MWh	- (3)	- (3)	309
Água				
Rede Pública	m ³	20321	19221	21774
Subterrânea	m ³	- (3)	- (3)	5936
Processo/Operação				
Solventes	t	20.96	18.14	19.87

Saídas	Unidade	2007	2008	2009
Produtos Produzidos				
Auto-rádios	1000 peças	3742	3111	3100
Acessórios	1000 peças	826	946	1749
Emissões Atmosféricas				
CO ₂ ⁽¹⁾ Consumo de energia eléctrica	t	8315	8223	8724
CO ₂ ⁽²⁾ Combustão de gás natural	t	248	237	235
CO ₂ ⁽³⁾ Consumo de gasóleo	t	-	-	82
COT ⁽³⁾	t	7.74	7.74	7.26
Água				
Água residual doméstica	m ³	20321	19221	27710
Resíduos				
Resíduos para valorização	t	1627	1398	1281
Perigosos	t	7	4	3
Não perigosos	t	1620	1394	1278
Resíduos para eliminação	t	458	385	377
Perigosos	t	8	6	5
Não perigosos	t	450	379	372

1) Os factores de emissão utilizados encontram-se definidos no âmbito da *Guideline Bosch Climate Protection and CO₂ Management*.

2) Valor correspondente à caracterização, efectuada de 3 em 3 anos.

3) Até 2008 não foram contabilizados.

Programa ambiental

Os Administradores revêem o programa todos os anos, tendo em conta as ideias e sugestões dos colaboradores. Depois de ser realizada uma análise de custos, o programa ambiental é aprovado pela Administração da empresa. Os projectos são verificados e avaliados semestralmente.

Para melhorar o seu desempenho ambiental, a Bosch Car Multimedia Portugal implementou, desde 2009, as seguintes acções no âmbito do Sistema de Gestão Ambiental:

Objectivos 2009

As metas listadas na tabela ao lado resumem o programa ambiental para 2009. Quando as metas forem atingidas, há uma divulgação a todos os colaboradores através das ferramentas internas de comunicação.

Acções implementadas

2009 - Realização da 3ª auditoria energética

2009 - Instalação de 20 painéis solares para aquecimento da água para a cantina

Contínuo - Monitorização das emissões

Contínuo - Plano de melhoria de desempenho energético

Aspecto Ambiental	Meta Ambiental	Projecto	Resultado Obtido
Directo Significativo Consumo de energia	Redução em 15% das emissões relativas de CO ₂ até 2012 (base 2007)	- Ver o plano de racionalização - Sensibilizar os colaboradores para o temas	O objectivo não foi alcançado. O objectivo proposto foi de 80 t/Meur e o valor alcançado foi de 87(t/Meur).
Directo Significativo Resíduos para eliminação	Redução em 3% de resíduos para eliminação em relação aos custos (base 2008)	- "Procura" de solução de reciclagem para resíduos que ainda possam ser recicláveis e que ainda vão para eliminação - Realização de acções de sensibilização para a separação de resíduos	O objectivo foi conseguido. O objectivo proposto foi de 3.85 Kg/Eur e o valor alcançado foi de 3.63 Kg/Eur.
Indirecto Design Ecológico DfE	Cumprimento em 100% do plano de formação "Design for Environment"	- Efectuar seguimento mensal do cumprimento do plano na reunião de chefias - Assegurar disponibilidade dos formandos para as formações propostas	O plano foi cumprido

Os objectivos definidos procuram minimizar os impactes ambientais significativos da organização

5. Responsabilidade com clientes e fornecedores

5.1 Clientes

A missão do Grupo Bosch, simbolizada no lema *BeQIK*, tem como guia de acção a Qualidade, a Inovação e a Orientação para o Cliente, a par da melhoria contínua e da rápida e eficaz resposta ao mercado. Esta orientação é também enfatizada e central na orientação da divisão *Car Multimedia* da Bosch e na unidade de Braga, como explicado anteriormente. O cliente é o foco da empresa em todas as suas acções. Agregar valor para o cliente com produtos e serviços é, portanto, parte da sua missão.

De acordo com a estratégia *Driving Convenience*, para obter a satisfação do cliente é preciso conhecê-lo, ouvir com atenção o que ele tem a dizer, marcar presença e manter com ele um contacto próximo. Esta responsabilidade cabe à

Liderança da empresa e, a nível mais operacional, à secção específica de assistência ao cliente, que conta com uma equipa de mais de 15 pessoas.

As actividades de envolvimento com os clientes englobam visitas bilaterais em vários momentos ao longo do ano, resultando em actividades conjuntas de melhoria da Qualidade e auditorias. As visitas a clientes têm como objectivo saber onde são utilizados os produtos da Bosch Car Multimedia Portugal, como são aplicados e aferir quais os problemas e expectativas dos clientes. Ocorrem também aquando do arranque de novos produtos, para aprovação da fábrica, correcção de níveis de qualidade fora dos objectivos acordados.

A Bosch Car Multimedia Portugal preocupa-se com a satisfação dos seus clientes com os produtos fornecidos. De forma a avaliá-la, a empresa analisa, entre outros, os seguintes indicadores:

- ▶ Quota de penetração no mercado dos nossos produtos;
- ▶ Análise de tendências do mercado, realizadas por empresas independentes;
- ▶ Reclamações de campo (produtos que falham no cliente final dentro do prazo de garantia), 0km (produtos que falham na fábrica do cliente quando montados) monitorização do tempo de reacção às reclamações dos clientes e os prazos de entrega dos produtos;
- ▶ Resultados dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação dos Clientes: Qualidade, Desenvolvimento, Logística e Gestão. Dos resultados obtidos a partir do inquérito anual, são avaliados os desvios e definidos planos de acções da responsabilidade dos departamentos relacionados. No caso de oportunidades de melhoria são introduzidas acções correctivas com o envolvimento da Gerência.

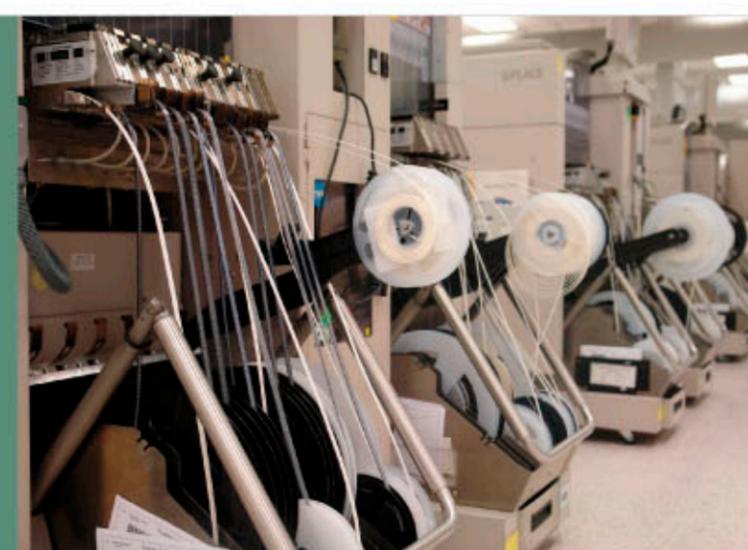
No Prémio Desenvolvimento Sustentável 2009, do Diário Económico, a Bosch Car Multimedia Portugal obteve uma pontuação de 83,25% no critério "Gestão da Relação com os Clientes", mais do que o alcançado pelo best player DJSI (82%).

Em 2008, no inquérito feito anualmente aos colaboradores, 82,3% dos participantes concordaram com a afirmação "No meu grupo de trabalho estamos orientados para a satisfação do cliente.". Para estes profissionais - focados na satisfação dos clientes e na busca da melhoria contínua - qualidade é a meta fundamental.



Prémio Desenvolvimento Sustentável 2009

5.2 Fornecedores



Para alcançar um elevado nível de Qualidade, é preciso ter também fornecedores com altos padrões de exigência para produtos e/ou materiais que forneçam.

Requisitos

De acordo com o Manual de Procedimentos das Compras, os fornecedores com implicação directa na Qualidade dos produtos devem obedecer às seguintes certificações:

- ISO 9000-2004
- ISO 14001
- ISO 18001
- REACH
- ISO 9001-2000, de acordo com CDQ0609 de 01-03-2008

A selecção de fornecedores assenta nos princípios do Grupo e requer o cumprimento de determinados requisitos. Tem em conta os Valores Corporativos da Bosch, nomeadamente a fiabilidade, a credibilidade e a legalidade, os Princípios de Responsabilidade Social, considerando especificamente a oferta de serviços e produtos seguros e a utilização racional dos recursos e a protecção ambiental, os padrões de Qualidade definidos e a capacidade de resposta aos de requisitos básicos de Saúde e Segurança no Trabalho, entre outros.

Fornecedores locais

A Bosch Car Multimedia Portugal recorre a fornecedores locais de materiais, máquinas e serviços, sendo que 52 % dos seus fornecedores são de origem nacional sendo que 28% são do distrito de Braga. A empresa mantém com estes parceiros uma relação de longo prazo e pratica uma política de apoio e desenvolvimento, ajudando a criar e manter empregos indirectos na região.

Desenvolvimento de fornecedores

Para além da relação cliente-fornecedor, a empresa tem uma preocupação com o desenvolvimento dos seus fornecedores e serve-se do seu *know-how* para realizar actividades de melhoria conjunta (ex.: auditorias, tratamento de reclamações, *workshops*) e fomentar a cultura da Qualidade.

Estabelece-se assim uma relação de longo prazo e de troca de *know-how* e tecnologia, o que, por um lado, permite um desenvolvimento dos produtos fornecidos e, por outro, o desenvolvimento da competitividade do próprio fornecedor.

O relacionamento com os fornecedores é avaliado anualmente através de um inquérito de satisfação, que pretende uma melhoria contínua na qualidade dos produtos fornecidos e dos serviços prestados.

Acções de desenvolvimento dos fornecedores

Auditorias de processo

Auditorias de Higiene, Segurança e Ambiente (na forma de um questionário de HSE, segundo uma norma Bosch)

Workshop "0 defect target"

Visitas regulares aos fornecedores

Reuniões regulares com os fornecedores na fase de desenvolvimento dos produtos

6. Responsabilidade com os colaboradores

As pessoas são o nosso maior valor

Segundo o Prémio de Desenvolvimento Sustentável 2009, promovido pelo Diário Económico, a Bosch Car Multimedia Portugal obteve uma pontuação de 100% no que toca ao Reporting Social. Este relatório e o Balanço Social, divulgado anualmente, ajudam a suportar o resultado alcançado.



Missão do departamento de Recursos Humanos da Bosch em Braga: "Contribuímos para o alcance dos objectivos estratégicos da Empresa como parceiro activo na gestão dos Colaboradores. Promovemos a empresa como empregador atractivo, potenciamos o desenvolvimento das competências e a motivação dos Colaboradores, de forma a representarem uma mais-valia competitiva para a Empresa. Actuando de acordo com os Valores Bosch, apoiamos a criação de um bom ambiente de trabalho, favorável à mudança". **Esta missão foi definida em 2007, em alinhamento com o BHS, e com a participação de todos os colaboradores do departamento.**

A Política de Recursos Humanos da Bosch Car Multimedia Portugal segue as directrizes estabelecidas pelo Grupo Bosch. A Gestão de Recursos Humanos é feita com base no *Bosch Human Resources System* - BHS. O objectivo do BHS é a gestão sistemática e global, a par da optimização dos processos e da organização dos Recursos Humanos (RH) seguindo critérios de qualidade, custos e serviço, tendo em vista ser *benchmark* nesta área na perspectiva de concorrência internacional.

O departamento de RH promove a empresa como empregador atractivo, potencia o desenvolvimento das competências e a motivação dos colaboradores, e promove o equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional.

Os Recursos Humanos trabalham para:

- ▶ Promover a confiança, a criatividade e o pensamento inovador, envolvendo activamente os colaboradores no alcance dos objectivos do Grupo, e estimulando simultaneamente a iniciativa e o pensamento integrado;
- ▶ Manter e desenvolver as competências necessárias para fazer face aos desafios actuais e futuros;
- ▶ Apoiar todos os colaboradores, disponibilizando ferramentas adequadas ao seu desenvolvimento e qualificação, e prestando aconselhamento na sua utilização;
- ▶ Zelar pelos direitos e bem-estar dos colaboradores na empresa, não tolerando discriminação e assegurando que as expectativas dos colaboradores são tidas em conta nas tomadas de decisão.

6.1 Recrutamento e Gestão de Competências

Recrutamento

O recrutamento é um processo-chave na gestão estratégica dos RH e obedece a um procedimento definido e acessível aos colaboradores. Procura-se seleccionar os profissionais mais capacitados através de um sistema transparente e de igualdade de oportunidade entre todos os candidatos. Todos os colaboradores iniciam a sua entrada na empresa através de um processo e formação de integração obrigatório.

Igualdade de oportunidades

Oferecer igualdade de oportunidades para homens e mulheres representa um factor-chave de competitividade. Tratar todos os candidatos e colaboradores igualmente não é somente uma sistemática apoiada pela Bosch, mas está também ancorado na política corporativa.

Nos processos de recrutamento interno e externo, a Bosch pratica uma política de igualdade de oportunidades, não excluindo género, idade ou raça. Desse modo existem colaboradores de várias raças e nacionalidades em vários tipos de funções, desde chefias de departamento a operadores de linha. Na Bosch trabalham também colaboradores portadores de deficiência física, os quais são alocados a funções compatíveis com as suas capacidades.

Harmonia entre a vida pessoal e a profissional

Para além de apoiar a igualdade de oportunidades para mulheres, o grupo Bosch tem como orientação criar condições para que todos os colaboradores alcancem uma harmonia entre a carreira e a vida privada. A Bosch Car Multimedia Portugal proporciona aos seus colaboradores um equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar, através do horário de trabalho flexível. Este horário é atribuído a colaboradores em funções que permitem adaptar a carga horária, consoante o volume de trabalho, conjugando os interesses individuais e os profissionais. Permite ainda o trabalho a partir de casa, utilizando computadores portáteis com ligação à rede e aos sistemas da empresa, e atribuindo telemóveis à maioria dos seus quadros. No final de 2009, cerca de 20% dos colaboradores da empresa usufruíam do horário flexível.

Gestão de competências

A avaliação de desempenho e a oportunidade de progressão na carreira dependem das capacidades profissionais e pessoais, capacidades essas que a própria empresa ajuda a desenvolver. A Gestão de Competências integra as diversas práticas de Recursos Humanos e assegura o desenvolvimento estruturado das competências dos colaboradores, bem como a retenção de talentos.

A aprendizagem e melhoria contínua das capacidades profissionais e pessoais dos colaboradores ao longo da sua carreira na empresa fazem parte dos valores traçados por Robert Bosch, fundador do Grupo. Desenvolvimento e qualificação são duas palavras-chave na política da empresa.

As ferramentas de avaliação de desempenho permitem detectar as maiores lacunas a nível formativo, e nessa base elaborar e ajustar as acções de formação. Promovem ainda o diálogo entre colaborador e chefias, e o *feedback* de parte a parte, dando uma base sólida aos Recursos Humanos para que estes orientem, estruturem e ajustem o mapa de formação às necessidades sentidas pela organização.

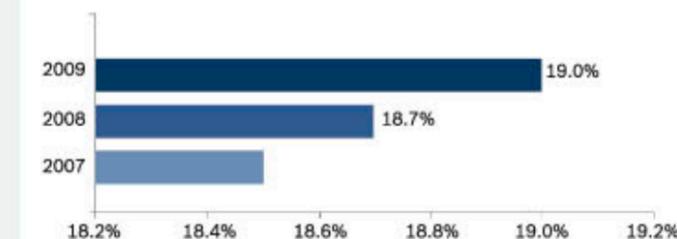
A Bosch Car Multimedia Portugal adoptou o programa de altos potenciais do Grupo Bosch. Este consiste na avaliação anual, pelas chefias, do potencial de liderança dos colaboradores, identificando aqueles que deverão integrar o programa. Para estes é definido um plano de desenvolvimento de competências, que passa por formação à medida, atribuição de novas responsabilidades, liderança de grupos, entre outros módulos de formação.

A empresa oferece ainda aos seus colaboradores a possibilidade de destacamentos internacionais, no seio do Grupo Bosch.

Por último, a empresa oferece estágios e vagas para a realização de projectos universitários em todas as suas áreas de actuação, realizando para tal protocolos com Universidades, Escolas Profissionais, entidades formadoras e IEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional). Nos últimos três anos (2007-2009), a empresa acolheu uma média de 54 estudantes por ano.

Harmonia entre a vida pessoal e a profissional

Colaboradores com horário flexível



6.2 Formação



A aposta da Bosch Car Multimedia Portugal no desenvolvimento e qualificação dos seus colaboradores, reflecte-se no contínuo planeamento para manter e desenvolver as competências necessárias para fazer face aos desafios actuais e futuros.

A empresa é certificada pela DGERT (Direcção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho) como entidade formadora e tem vindo a desenvolver formação profissional nas áreas de Gestão Industrial, Técnica, Comportamental, Qualidade, Informática, Gestão, Logística, Contabilidade, Compras, Línguas, Ambiente e Higiene e Segurança. Em 2009, o plano de formação para colaboradores directos foi alargado e passou a incluir módulos como “Gestão de Stress”, “Comunicação Assertiva” e “Saúde no Trabalho”.

Existem ainda outros programas que funcionam como complemento importante para o desenvolvimento do capital humano da empresa, quer a nível da educação base, quer da formação contínua. Através de parcerias com diversas entidades (Escola Secundária Alberto Sampaio, Associação Industrial do Minho, Instituto de Emprego e Formação Profissional e TecMinho) organiza formação de base junto dos seus colaboradores no âmbito das iniciativas EFA (Educação e Formação para Adultos), Ensino Recorrente e RVCC (Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências). Apoiar também a formação contínua através da atribuição da bolsa *Free-Training* (programa de apoio à formação universitária e pós-universitária) e do incentivo à participação em Seminários e outras iniciativas formativas.



Formação de Integração e QuaDi

Todos os colaboradores frequentam uma formação de integração aquando da sua entrada na empresa. Para os colaboradores directos (aqueles que trabalham directamente com o produto), existe um programa de formação específico denominado QuaDi (Qualificação de Directos). Este programa integra a formação inicial de integração e alguns módulos específicos adequados ao desempenho das funções de cada colaborador.

Aposta na literacia e na qualificação de base

Para além das formações relacionadas com o posto de trabalho, a empresa incentiva o complemento da formação escolar e procura colmatar as possíveis lacunas a nível da literacia dos seus colaboradores. Neste sentido, em 2002, em parceria com o Departamento de Educação de Adultos da Universidade do Minho e com o apoio da Comissão de Trabalhadores da empresa, a Bosch Car Multimedia Portugal realizou um estudo para analisar a o nível de escolaridade da sua população. A partir deste estudo, parte integrante do Projecto Literacia, passou a ser incentivada a participação dos colaboradores em programas que lhes permitem completar a sua formação escolar, como o programa RVCC, os cursos EFA, as UFCD e o Plano Azul.

Programa RVCC – Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências

O Programa RVCC, adoptado na empresa em 2001 e incluído na iniciativa “Novas Oportunidades”, promovida pelo Governo português desde 2008, é destinado nomeadamente aos adultos maiores de 23 anos que desejem completar a sua formação através do reconhecimento de certificações e do percurso profissional dos interessados.

Cursos EFA – Educação e Formação de Adultos

Os cursos EFA visam elevar os níveis de habilitação escolar e profissional da população adulta (maior de 23 anos) através da oferta integrada de educação e formação que potencie as suas condições de empregabilidade e certifique as competências adquiridas ao longo da vida.

Os cursos podem conferir uma dupla certificação (escolar e profissional), de forma que os interessados completem o 4º, 6º, 9º ou 12º ano de escolaridade e/ou obtenham uma qualificação profissional de nível 1, 2, ou 3, a partir da frequência escolar durante 2 ou 3 anos.

Programa UFCD - Unidades Formativas de Curta Duração

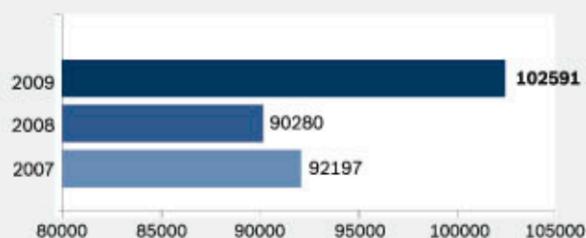
O programa de Unidades Formativas de Curta Duração dá aos jovens e adultos com 9º ou 12º ano de escolaridade a possibilidade de adquirir novas competências que correspondem aos seus interesses, necessidades e expectativas profissionais e pessoais através da frequência de cursos de 25 a 50 horas.

Línguas e Informática para todos

O colaborador poderá ainda complementar a sua formação nas áreas de línguas e Informática. Desenvolvido nomeadamente para aqueles que não precisam destas habilitações para o exercício das suas funções, mas que gostariam de complementar o seu portfólio profissional com outras competências, os cursos estão assentes sobre a mesma estrutura de formação tecnológica presente nos diversos referenciais identificados no Catálogo Nacional de Qualificações (CNQ) e são a base da qualificação em várias profissões.



Horas de Formação



Bolsa

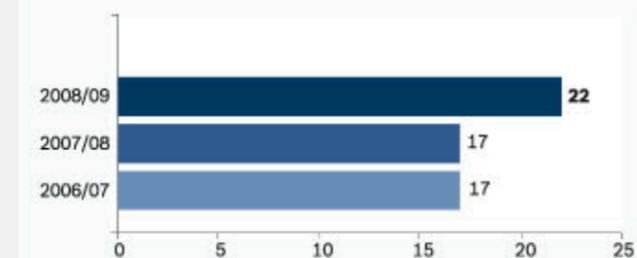
O programa *Free-Training*, criado pela empresa, pretende valorizar e premiar todos os colaboradores que apostam no desenvolvimento das suas qualificações profissionais e pessoais, conciliando este objectivo com um bom desempenho profissional. Consiste num prémio monetário atribuído ao candidato no final do curso/ano escolar, desde que seja comprovada a sua transição de ano.

Os colaboradores que tenham investido em estudos superiores (bacharelatos, licenciaturas, pós-graduações, mestrados ou doutoramentos), por iniciativa própria, poderão candidatar-se ao programa.

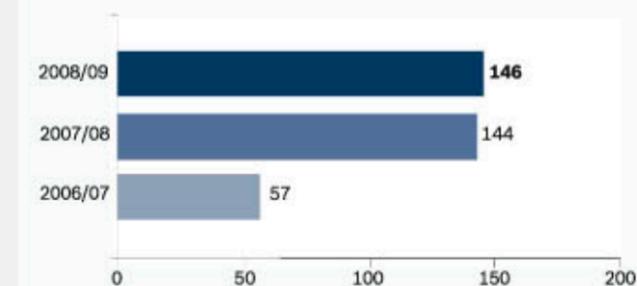
Línguas

A formação em línguas estrangeiras é uma tradição longa na Bosch, maioritariamente devido ao carácter internacional da empresa. Este tipo de competência é necessário para grande parte dos colaboradores para o desempenho das suas funções. Em Junho de 2009, a Bosch Car Multimedia Portugal oferecia, aos seus colaboradores, cursos de Inglês, Espanhol, Alemão e Italiano, e os cursos contavam com cerca de 165 alunos.

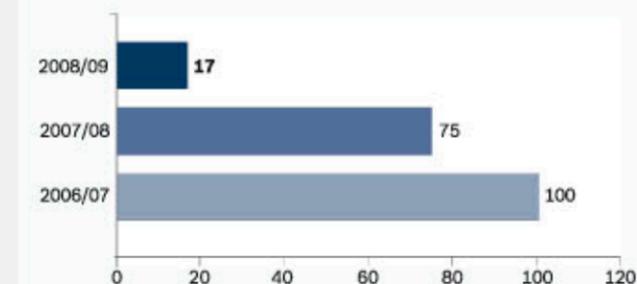
Colaboradores premiados pelo



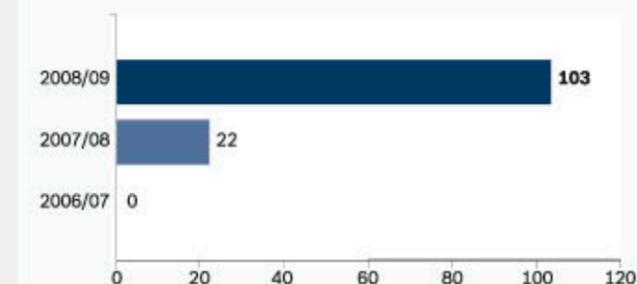
Colaboradores participantes no Plano Azul



Colaboradores participantes no RVCC 9º ano



Colaboradores participantes no RVCC 12º ano



6.3 Reconhecimento e recompensa



Consciente de que o reconhecimento individual e das equipas pela sua contribuição para o sucesso da empresa é essencial para a sua satisfação profissional, a Bosch procura sistematizar práticas e desdobrá-las a todos os colaboradores. Essas práticas estão directamente ligadas às ferramentas de Avaliação de Desempenho e a actividades extras e projectos especiais, como é o caso do Programa de Sugestões.

Prémio Q+

Em 2005, instituiu-se o Prémio Q+, um Prémio de Qualidade destinado a todos os colaboradores, onde cada um pode ganhar um prémio monetário mensal e que depende dos defeitos encontrados nos nossos produtos.

No âmbito do Programa de Sugestões, semestralmente são seleccionadas as 5 melhores, cujos colaboradores recebem um prémio de reconhecimento. Os vencedores são premiados pelo contributo dado para a inovação e objectivos da empresa.

Entrega de diplomas aos formandos do Programa RVCC (Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências)

Em 2009, cerca de 130 colaboradores da Bosch Car Multimedia Portugal receberam um diploma por terem concluído o programa. A entrega foi feita pessoalmente pelos Administradores da empresa, numa cerimónia com o objectivo de reconhecer o mérito e esforço dos colaboradores.

Prémios em reconhecimento pelo contributo e qualidade

Em 2008 e 2009, como reconhecimento pelos bons resultados atingidos pela empresa, nomeadamente a atribuição do Prémio de Qualidade pelo Grupo Bosch, a Administração atribui aos colaboradores prémios a título excepcional como reconhecimento pela qualidade do seu trabalho e pelo seu contributo para os resultados alcançados.

Grande Prémio das Sugestões

O Grande Prémio das Sugestões foi implementado no 2º semestre de 2009, com o objectivo de focar as ideias dos colaboradores num tema de importância estratégica para a empresa. Propõe estabelecer regularmente um novo tema sobre o qual poderão ser dadas sugestões de melhoria, aumentando a eficácia do Programa e da comunicação ascendente. Após uma avaliação, é atribuído um prémio à melhor sugestão.

Prémio Equipa+

O Prémio Equipa+ foi uma iniciativa desenvolvida pela empresa no âmbito do plano de acções de melhoria desenvolvido a partir dos resultados do inquérito de satisfação aplicado aos colaboradores em Setembro de 2008. Com ele pretende-se valorizar e estimular o trabalho em

6.4 Comunicação



A empresa reconhece a relevância de uma comunicação transparente para a motivação dos colaboradores. Este princípio está alinhado com os valores Bosch, a política de Recursos Humanos, os princípios de Liderança e a orientação da Gestão para a Qualidade.

Actualmente, existem várias ferramentas de comunicação interna, que permitem não só a eficaz circulação da informação, mas também a comunicação ascendente e descendente, permitindo a recolha de *feedback* e fomentando o envolvimento dos colaboradores.

A comunicação é gerida segundo um procedimento existente, no contexto da Gestão por Processos e conta com uma equipa dedicada a tempo inteiro à actividade da comunicação, integrada no departamento de Recursos Humanos.

Jornal interno – 15 anos de informação

O jornal interno é um dos meios de comunicação mais antigos da empresa, existindo desde 1994. Serve a função de informar, educar e envolver os colaboradores, servindo ainda como meio para a partilha de boas práticas e experiências.

O Bosch+ é bimestral e tem uma tiragem de 1800 exemplares, sendo direccionado a todos os colaboradores. É coordenado pela equipa de comunicação, integrada nos Recursos Humanos, e conta com uma equipa editorial com elementos dos diferentes departamentos da empresa.

Inquérito de satisfação aos colaboradores

Desde 2002 que a empresa avalia anualmente a satisfação dos seus colaboradores através de um inquérito de preenchimento voluntário. Em 2008, o inquérito foi realizado em parceria com o Observatório Nacional dos Recursos Humanos e, em 2009, passou a ser adoptado o inquérito Bosch, igual para todas as empresas do Grupo, num processo monitorizado pela central, em parceria com uma empresa especializada.

O inquérito é uma ferramenta estratégica essencial na gestão da empresa, uma vez que permite obter o ponto de vista e nível de satisfação dos colaboradores. Quer em 2008, quer em 2009, a participação dos colaboradores no inquérito esteve acima dos 89%.

Ferramentas internas de comunicação

Meios	Conteúdo	Comunicação	Público-alvo
Quadros e Vitrinas informativas	Informações diversas de interesse geral	Descendente	Todos os colaboradores
Intranet	Informações úteis relativas a todos os aspectos da empresa	Descendente e horizontal	Todos os colaboradores com computadores ligados à Intranet
Anexos aos talões de vencimento	Informações de interesse geral	Descendente	Todos os colaboradores
Boletim Informativo Infor +	Assuntos específicos sobre a empresa, de interesse geral; comunicações da Administração da empresa	Descendente	Todos os colaboradores
Inquérito de satisfação	Inquérito para a obtenção da opinião dos colaboradores sobre o seu trabalho e sobre a empresa	Ascendente	Todos os colaboradores
Reunião de Chefias	Questões operativas da empresa	Multidireccional	Chefias de Departamento e Chefias de Secção ligadas a PC/PT
Reunião de Departamento/Secção	Assuntos de interesse para o Departamento/Secção, como a evolução dos principais projectos, cumprimento dos objectivos, divulgação de informação, etc...	Multidireccional	Todos os colaboradores do Departamento/Secção
Reuniões de 5 minutos	Informação relevante para cada turno, nomeadamente índices de produção, qualidade e prioridades diárias	Multidireccional	Colaboradores da Linha/Equipa
Jornal Bosch +	Informações sobre a empresa e de interesse geral	Descendente e horizontal	Todos os colaboradores
HRL1 Informa	Informação no verso dos recibos de vencimentos sobre temas com Salários e Presenças, nomeadamente sobre o seu enquadramento legal.	Horizontal	Todos os colaboradores
Q&A – sessões de perguntas e respostas	Sessões de esclarecimento aos colaboradores sobre a situação da empresa, feitas pela Administração, incluindo uma parte de diálogo (perguntas e respostas)	Descendente e ascendente	Todos os colaboradores, escalonados por grupos de trabalho
Monitores informativos	Informação geral	Descendente e horizontal	Todos os colaboradores
Reuniões com a Comissão de Trabalhadores	Informação sobre a situação da empresa e outros assuntos de interesse para os colaboradores	Descendente e ascendente	Gerência, HRL, Responsável Comunicação, Comissão de Trabalhadores



6.5 Liberdade de associação



Liberdade de associação

A empresa tem uma Comissão de Trabalhadores eleita pelos colaboradores da empresa e que é consultada regularmente, dentro do âmbito legal, para questões ligadas à gestão dos Recursos Humanos. A Administração reúne ainda mensalmente com esta Comissão, para abordar questões ligadas às condições de trabalho dos colaboradores e para informar sobre a situação da empresa.

Associação Amigos Bem-Estar Braga

Foi criada em 2009, por um grupo de colaboradores, a Associação de Amigos Bem-Estar Braga (AABB), cujo objectivo é a promoção, o desenvolvimento e a prática da acção cultural, recreativa, social e desportiva. Pretendem contribuir para uma população mais interventiva, desenvolver o espírito de equipa, promover o convívio entre departamentos, criar hábitos para uma vida saudável e criar novas alternativas para o colaborador. A associação conta com o apoio da empresa para divulgação e para a realização de algumas das suas actividades.

6.6 Atenção constante ao bem-estar

A Bosch Car Multimedia Portugal oferece uma série de benefícios aos seus colaboradores, reflexo da preocupação com a sua saúde, o seu bem-estar e o seu desenvolvimento pessoal.

Benefícios	
Gabinete Médico	Situado nas instalações da empresa, este serviço permite que os colaboradores usufruam de Medicina curativa, análises, enfermagem e sessões de Psicologia. Para além disso, anualmente é promovida uma campanha de vacinação contra a gripe sazonal.
Alimentação	Existe uma cantina nas instalações da empresa, a funcionar em regime de <i>outsourcing</i> , incluindo os serviços de um nutricionista. A qualidade da cantina é analisada por uma equipa da qual fazem parte os Recursos Humanos, o responsável pela Higiene e Segurança e a Comissão de Trabalhadores. Em 2009, foi ainda aplicado pela empresa fornecedora um inquérito de satisfação aos seus utilizadores com posteriores acções de melhoria.
Sessões de <i>Coaching</i> e de combate ao <i>Stress</i> Ocupacional	A empresa tem a decorrer, desde Maio de 2009, sessões gratuitas de <i>Coaching</i> e <i>Stress</i> Ocupacional, disponíveis a todos os colaboradores interessados.
Feira do livro	No âmbito do Programa de Literacia, a empresa tem vindo a realizar feiras do livro nas suas instalações. Estas feiras pretendem aumentar o interesse dos colaboradores pela leitura ao vender livros a um preço mais acessível.
Protocolos de benefícios	Fruto de protocolos assinados com diversas entidades (ex. hotéis e pousadas, agências de viagens, ginásios, telecomunicações, bancos, etc.), a Bosch oferece condições especiais aos seus colaboradores e familiares.
Festa de Natal	Evento para os filhos dos colaboradores com idade até aos 10 anos. Nesta altura são distribuídos presentes a todas as crianças e brindes a todos os colaboradores.
Torneio de Futsal	Organizado anualmente com a AABB (Associação de Colaboradores), é um evento destinado aos colaboradores e seus familiares. Em 2009, participaram também algumas entidades parceiras e uma equipa infantil do Centro Social Padre David, convidada pela organização.
Concursos	Ao longo do ano, são desenvolvidos concursos para os colaboradores, com o objectivo de promover uma maior integração (ex. fotografia, desenhos para postais de Natal).

7. Responsabilidade com a comunidade

Conciliar o alcance dos objectivos económicos com a preocupação por factores sociais e ambientais é uma prioridade da Bosch. Robert Bosch foi pioneiro no lançamento de programas de assistência social para os seus colaboradores e suas famílias.





Como um dos maiores empregadores da região, a Bosch Car Multimedia Portugal assume a responsabilidade de contribuir para o desenvolvimento e bem-estar da comunidade local. Neste sentido, tem vindo a ser incluída na estratégia da empresa uma intervenção mais activa na sociedade, em diversas áreas, com o objectivo de contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da região.

Mais Responsabilidade Social

Com este objectivo, em 2008 a intervenção da empresa ao nível da Responsabilidade Social foi repensada tendo dado origem a duas medidas essenciais:

- Definição das áreas prioritárias de acção de acordo com a política de Responsabilidade Social da Bosch, as necessidades da comunidade local e as expectativas dos grupos de interesse;
- Criação de uma equipa interna de Responsabilidade Social, composta por colaboradores dos diversos departamentos e transversal à organização. O seu objectivo é gerir os apoios e doações da empresa segundo regulamento definido para o efeito e criar um plano estratégico de actividades com impacto na comunidade e nas demais partes interessadas.

7.1 Educação, Saúde e Solidariedade Social

Apoiando o desenvolvimento pessoal

Educação e formação de jovens profissionais

Associação à EPIS (Empresários para a Inclusão Social)	Em 2007, as unidades Bosch em Portugal associaram-se à EPIS, associação que conta com o Alto Patrocínio do Senhor Presidente da República, Prof. Aníbal Cavaco Silva, como Associado de Honra. A EPIS tem como missão prioritária o combate ao insucesso e ao abandono escolar. Cada associado EPIS ajuda anualmente 70 jovens a atingir os 12 anos de escolaridade.
Parceria com a Câmara do Comércio Luso-Alemã	Foi estabelecida uma parceria com a Câmara de Comércio Luso Alemã para a inserção de 8 jovens familiares ou amigos de colaboradores que se mostrassem interessados em participar de Cursos de Electrónica/Industrial e Equipamentos. O curso, com início em Outubro de 2008, oferece a equivalência ao 12º ano de escolaridade.
Promoção de estágios	A empresa oferece estágios em todas as suas áreas de trabalho, realizando para tal protocolos com Universidades, Escolas Profissionais, entidades formadoras e com o IEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional). A promoção destes estágios, incluindo um número elevado de estágios internacionais, vai de encontro a Política Bosch, que, ao integrar e desenvolver essas pessoas, gera potenciais colaboradores. Participa ainda em Feiras de Emprego e Jornadas Universitárias para fazer recrutamento.
Promoção da acção de formação Lean@Bosch	Com periodicidade anual, o Lean@Bosch é um curso direccionado aos melhores estudantes de Engenharia de Universidades portuguesas e uma iniciativa das empresas Bosch em Portugal. A edição de 2009 teve lugar na Bosch Car Multimedia, em Braga. Aproximação entre Universidades e empresa, oferta de formação prática, aproximação dos jovens à realidade empresarial e aposta no seu desenvolvimento são os principais objectivos desta iniciativa.
Bosch como caso de estudo	A Bosch Car Multimedia Portugal serve regularmente e sempre que solicitado como caso de estudo, estabelecendo, para o efeito, parcerias com diferentes cursos e Universidades.
Visitas	Com o objectivo de aproximar os alunos da realidade empresarial, são organizadas, regularmente, visitas à empresa a pedido de Escolas, Universidades e Instituições Formadoras. Em 2009, entre Janeiro e Outubro, foram realizadas cerca de 12 visitas.

Apoiando o desenvolvimento pessoal (cont.)

Campanhas	
Associação Humanitária Habitat – <i>Habitat for Humanity Portugal</i>	A parceria com esta instituição já dura alguns anos. Para além da participação pontual de colaboradores em acções de voluntariado, na altura do Natal são doados postais, cuja venda reverte inteiramente para a causa da associação.
Banco Alimentar Contra a Fome	A empresa incentiva a participação voluntária dos colaboradores nas campanhas de recolha de alimentos organizados por esta instituição particular de solidariedade social.
Cruz Vermelha Portuguesa - Unidade de Socorro de Braga	A empresa colabora com a Cruz Vermelha Portuguesa - Unidade de Socorro de Braga, nomeadamente através da oferta de sistemas de navegação para equipar as unidades de emergência e material informático.
Instituto Português do Sangue	Em Maio de 2009 realizou-se uma campanha de recolha de sangue nas instalações da empresa. Participaram mais de 170 colaboradores voluntários, e foram feitas cerca de 100 colheitas.
Associação para as Crianças e Adolescentes do Hospital de São Marcos	Em Junho de 2009, foram entregues, em parceria com a Associação para as Crianças e Adolescentes do Hospital de São Marcos, 70 brinquedos à área de Pediatria do Hospital.
3º Concurso de Karaoke Alemão organizado pelo Departamento de Germânicas da Universidade do Minho	A Bosch Car Multimedia Portugal apoia este evento cujo objectivo é fomentar o gosto pela aprendizagem da língua alemã, em particular, e das línguas estrangeiras, em geral. Este é o maior concurso organizado numa universidade portuguesa. Participaram na última edição cerca de 400 alunos do ensino básico e secundário, não só do Norte do país, mas também do Ribatejo e de Lisboa.

Bosch apoia o ingresso da terceira idade nas novas tecnologias

Envelhecer com qualidade

Continuamos a tentar devolver à sociedade aquilo que ela nos dá. Desta vez, no âmbito das actividades de Responsabilidade Social, foram doados 12 computadores ao Programa “Envelhecer com Qualidade”, uma parceria da Junta de Freguesia da Sé com a Fundação Bonfim, e ao Lar Conde de Agrolongo, em Braga. Foram ainda oferecidas, à primeira instituição, cadeiras para serem utilizadas nas actividades deste programa. A cooperação com estes projectos tem por objectivo apoiar a integração social, sobretudo através da educação e formação. Ao patrocinar a introdução da terceira idade nas novas tecnologias, acreditamos estar a oferecer-lhes um bilhete para integração neste novo mundo.

in Bosch +





Voluntariado na Pediatria do Hospital de São Marcos

Histórias de encantar recebem sorrisos dos mais pequenos



Na altura do Natal, a nossa empresa ofereceu livros infantis ao Hospital de São Marcos, em Braga, que enriqueceram a biblioteca da área da Pediatria. A doação foi feita através da Associação para Crianças e Adolescentes do Hospital de São Marcos, com quem já havíamos colaborado no dia da Criança, em 2009, ao doar brinquedos da festa de Natal de 2008.

A Associação para as Crianças e Adolescentes do Hospital de São Marcos é uma instituição particular de solidariedade social, sem fins lucrativos, e tem um âmbito de acção nacional. O seu objectivo é a defesa e promoção da saúde e bem-estar da criança e adolescente de uma forma abrangente e centrada na família.

A doação deu o mote para mais uma acção de voluntariado. O Hospital abriu-nos as suas portas para que pudéssemos partilhar os nossos tempos livres com este público tão especial. Os nossos colaboradores tiveram a oportunidade de contar histórias de encantar aos meninos e meninas internados, arrancando sorrisos aos mais pequenos. A adesão a esta iniciativa foi bastante positiva. Foram cerca de 40 os voluntários que se inscreveram para participar entre os dias 24.12.2009 e 16.01.2010. Ficam aqui alguns depoimentos.

"Depois de quatro ou cinco histórias contadas entre mim e

o meu marido, o que realmente ficou para a história foi a sensação de satisfação e realização com que ficámos depois dos bons minutos que proporcionámos ao menino Gonçalo, que sem dizer qualquer palavra nos agradeceu com a sua simplicidade e sorrisos de satisfação. Deu-nos tanto prazer esta acção que o espírito natalício tomou conta de nós e nesses momentos parecia que o mundo era perfeito, sem doentes, sem guerras, sem fome e sem maldades. Esquecemos por completo que afinal era uma acção de solidariedade e imaginámos que éramos o Pai Natal e que estávamos a entregar um presente ao Gonçalo. Desejamos ao Gonçalo melhoras rápidas e que volte para o seu lar, onde as histórias lhe soarão melhor. Esperamos novas iniciativas da Bosch para nos fazer sentir bem." (Sílvia Rodrigues/MOE11 e Marco Fernandes/TEF7)

"A experiência de voluntariado no hospital foi super gratificante. A sensação é um pouco difícil de exprimir, pois é triste ver as crianças pelos motivos que as levaram lá. Pensava eu ser muito fácil. Chegava lá, lia uma história e já estava. Mas não. Acabámos por nem ler histórias, mas sim brincar e falar um pouco sobre como foi o Natal, fazendo com que eles se esquecessem do sítio onde estavam. Gostei muito do facto de dar um pouco de alegria aos meninos. O meu muito obrigado e espero poder contribuir mais nestes momentos." (Sónia Rodrigues/MOE11)

Muito obrigado a todos os que participaram!

Angariação de Donativos 2009

Mês	Causa	Duração	Instituição
Janeiro	Síndrome de Sanfilippo	3 semanas	Liga Nacional Criança Esperança "Renascere"
Fevereiro	Paralisia Cerebral	4 semanas	Pedido por e-mail
Março	Síndrome de Angelman	3 semanas	ANCAP - Associação Nacional de Combate à Pobreza
Abril	Paralisia Cerebral	3 semanas	ANCAP - Associação Nacional de Combate à Pobreza
Maio	Paralisia Cerebral	4 semanas	Liga Nacional Criança Esperança "Renascere"
Junho	Distrofia de Duchenne	2 semanas	Liga Nacional Criança Esperança "Renascere"
Julho	Atrofia muscular espinal tipo 1 e Atelectasia pulmonar direita	3 semanas	ANCAP - Associação Nacional de Combate à Pobreza
Julho	Cadeira de rodas + standing-frame	5 semanas	ANCAP - Associação Nacional de Combate à Pobreza

A empresa organiza campanhas de solidariedade junto dos colaboradores, de acordo com a solicitação de particulares ou de IPSS. Na maior parte das vezes, os pedidos são referentes às causas de crianças carenciadas com algum tipo de doença incapacitante.

Doações de material informático

Ano	Material	Quantidades
2009	Computador completo	12
2008	Monitor	6
2007	Computador completo	7
	Monitor	10

Para além de material informático, a Bosch Car Multimedia Portugal também procede à doação de mobiliário e outros equipamentos excedentários e produtos da Loja Bosch, segundo o Regulamento de Doações e Apoios em vigor na empresa.



Com a publicação dos Princípios Básicos de Responsabilidade Social, válidos para todas as suas unidades, o Grupo Bosch formalizou as suas práticas corporativas já existentes. A combinação de metas económicas com dimensões sociais e ecológicas tem um alto valor para ele, que tem plena consciência de que as suas acções empresariais devem estar em harmonia com os interesses da sociedade. Os seus produtos atendem, sobretudo, à segurança das pessoas, ao uso racional dos recursos naturais e à preservação do meio ambiente.

A Bosch Car Multimedia Portugal S.A. segue as directivas e os princípios traçados pelo Grupo.

Princípios Básicos da Responsabilidade Social da Bosch

1. Direitos Humanos

Respeitamos e agimos em conformidade com os direitos humanos reconhecidos internacionalmente, nomeadamente os que afectam os nossos colaboradores e parceiros de negócio.

2. Igualdade de oportunidades

Defendemos e afirmamos igualdade de oportunidades entre os nossos colaboradores, independentemente da cor da sua pele, raça, género, idade, nacionalidade, origem social, deficiência ou preferência sexual. Respeitamos as convicções políticas e religiosas dos nossos colaboradores desde que sejam baseadas em princípios democráticos e tolerem outros de diferentes crenças.

3. Integração de pessoas com deficiência

Na nossa perspectiva, as pessoas com deficiência têm direitos iguais enquanto membros da sociedade e da vida profissional. Encorajá-los, integrá-los na vida empresarial e trabalhar com eles num ambiente de cooperação são elementos centrais da nossa cultura corporativa.

4. Livre escolha de trabalho

Rejeitamos qualquer tipo de trabalho forçado e respeitamos o princípio da liberdade de escolha profissional.

5. Direitos das crianças

Condenamos o trabalho infantil e respeitamos os direitos das crianças. Todas as empresas do Grupo Bosch irão aderir ao estipulado nas Convenções n.º 138 e n.º 182 da Organização Internacional do Trabalho (O.I.T.)

6. Relações com os representantes dos colaboradores e suas instituições

Reconhecemos o direito fundamental de todos os colaboradores em formar sindicatos e em se associarem aos mesmos de sua livre vontade. Os colaboradores não serão prejudicados ou terão tratamento preferencial como resultado da sua filiação em sindicatos.

Dentro do respectivo regulamento legal – em consonância com a Convenção n.º 98 da O.I.T. – respeitamos o direito a manifestações colectivas para discutir assuntos relacionados com condições de trabalho e fazemos o possível para trabalhar, em conjunto com os nossos parceiros, de forma construtiva, pautada pela confiança e pelo respeito mútuos.

7. Condições de trabalho justas

Os nossos benefícios sociais e remuneratórios cumprem no mínimo os standards, provisões e respectivos acordos nacionais ou locais. Consideramos as provisões da Convenção n.º 100 da O.I.T no que diz respeito ao princípio de "remuneração semelhante para trabalho de valor semelhante". Agimos de acordo com as provisões respeitantes a horário de trabalho e férias.

Qualquer colaborador pode queixar-se à sua respectiva chefia directa ou superior se considerar que foi objecto de tratamento injusto ou prejudicado em termos de condições de trabalho. Os colaboradores não serão prejudicados por apresentar tais queixas.

8. Saúde e segurança no trabalho

A segurança no local de trabalho e o bem-estar físico dos nossos colaboradores são uma prioridade máxima. A Bosch cumpre todos os standards nacionais relevantes em termos de segurança e higiene no ambiente laboral e toma as medidas necessárias dentro desta estrutura para assegurar a saúde e segurança dos seus colaboradores no local de trabalho, de forma a garantir condições que não sejam prejudiciais à saúde.

9. Qualificação

Incentivamos os nossos colaboradores a obter formação contínua para adquirir competências e conhecimentos e para desenvolver e melhorar os seus conhecimentos profissionais e especializados.

10. Ambiente

Possuímos uma longa tradição de compromisso para preservação e protecção do ambiente. Além disso, contribuimos para o desenvolvimento das condições de vida nos locais onde estamos implantados. Os nossos princípios básicos de protecção ambiental reflectem o nosso dever perante o ambiente e são a base de muitas iniciativas desenvolvidas por toda a empresa.