

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2023



**Media Capital**  
Juntos, criamos o futuro



## Índice

0. O Grupo Media Capital.....	3
O Propósito do Grupo Media Capital.....	3
O Contributo do Grupo Media Capital.....	4
1. Mensagem do Presidente.....	6
2. Sobre o Grupo Media Capital .....	9
O Grupo Media Capital .....	9
Presença Internacional .....	10
Missão e Valores.....	10
Cultura Ética e de <i>Compliance</i> .....	14
Gestão de Risco.....	14
Cadeia de Valor.....	16
3. Sobre a Nossa Abordagem à Sustentabilidade .....	18
Criação de Valor .....	18
Envolvimento dos <i>Stakeholders</i> .....	18
Análise de Materialidade.....	19
4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade .....	22
4.1 Pessoas .....	22
Valorização e Retenção do Capital Humano .....	22
Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades.....	28
4.2. Comunicação.....	36
Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i> .....	36
Proteção da Propriedade Intelectual e Direitos de Autor .....	39
Ética Jornalística e Responsabilidade Editorial .....	39
Qualidade e Acessibilidade dos Conteúdos .....	40
Reputação e Valorização da Marca.....	42
4.3. Digital.....	44
Segurança e Proteção de Dados .....	44
Inovação, Digital e Tecnologia.....	45
4.4. Ambiente .....	46
Gestão Responsável de Recursos.....	46
Redução da Pegada de Carbono das Operações .....	50
5. Taxonomia.....	54
Âmbito da Taxonomia.....	54
Análise de Elegibilidade.....	55

Análise de Alinhamento .....	57
6. Sobre o Relatório.....	62
Âmbito, período e estrutura de reporte .....	62
Verificação Externa .....	62
Contactos.....	62
Consultoria técnica .....	62
Anexos .....	63
Indicadores ESG .....	63
Indicadores Económicos .....	63
Indicadores Sociais.....	66
Indicadores Ambientais .....	76
Notas Metodológicas.....	83
Notas Taxonomia .....	99
Decreto-Lei n.º 89/2017 .....	105

## 0. O Grupo Media Capital

### O Propósito do Grupo Media Capital



## O Contributo do Grupo Media Capital



### Governance

#### Prioridades

Ética Transparência Regulação e *Compliance*  
 Proteção de Propriedade Intelectual e Direitos de Autor  
 Ética Jornalística e Responsabilidade Editorial  
 Qualidade e Acessibilidade de Conteúdos  
 Reputação e Valorização da Marca  
 Segurança e Proteção de Dados  
 Inovação, Digital e Tecnologia

#### Principais KPIs

**0** Casos de Corrupção

**0** Ações Judiciais relativos a comportamentos anti concorrenciais, *antitrust* e práticas de monopólio

**0** Casos de não conformidade com a segurança dos dados

**2 118** Horas de emissão com teletexto/legendagem automática

**23%** Programas com utilização de linguagem gestual

**19,5%** *share* do grupo de canais TVI

#### Principais Iniciativas

Revisão do Código de Ética e Conduta

Criação do Canal de Denúncias

Publicação do Plano de Prevenção da Corrupção e Infrações Conexas

Criação e Divulgação de Conteúdos Responsáveis

Inovações dirigidas ao Consumidor

Inovações para Melhoria do Desempenho Interno



### Social

#### Prioridades

Valorização e Retenção de Capital Humano  
 Respeito pelos Direitos Humanos

#### Principais KPIs

**1 087** Número total de colaboradores

**100%** de colaboradores abrangidos pelo processo de avaliação de desempenho

**0,86** rácio de remuneração por género

**0** Casos de discriminação

**96%** de fornecedores locais

#### Principais Iniciativas

Adesão ao Pacto Mais e Melhores Empregos para os Jovens

Divulgação e apoio de eventos e projetos do âmbito da Saúde

Divulgação e apoio de iniciativas para o desenvolvimento da sociedade e do território

Iniciativas para os mais novos

Criação do Portal de Fornecedores



## Ambiental

### Prioridades

Alterações Climáticas e Emissões  
Gestão de Resíduos  
Gestão de Recursos Energéticos e Hídricos

### Principais KPIs

**-11%** Consumo de materiais

**-12%** Consumo total de água

**+2%** Consumo de energia

**-53%** Emissões de âmbito 3

### Principais Iniciativas

Medidas de reaproveitamento de cenários

Reavaliação dos espaços exteriores ajardinados

Reavaliação dos equipamentos que permitem a gestão de água

Promoção de medidas de redução de consumo energético

## 1. Mensagem do Presidente

É certo que o tempo presente exige um compromisso das organizações com os princípios da sustentabilidade, mas a abrangência não é ainda clara para todos e a implementação continua a enfrentar algumas dificuldades, designadamente quando é preciso alinhá-la com a estratégia de negócio. Falar de sustentabilidade não é apenas falar de ambiente – apesar de se tratar de uma área



crítica para o desenvolvimento das sociedades modernas e para a sobrevivência da humanidade. Das atribuições das empresas, bem como das métricas a que estão obrigadas, constam também as componentes social e de *governance* e nenhuma pode ser ignorada por quem, como a Media Capital, tem responsabilidades e se quer preparar convenientemente para o futuro.

Em 2023 demos passos relevantes nessa direção, com decisões estruturantes em cada um dos eixos acima referidos. Para citar um exemplo, começámos a estudar a possibilidade de substituir a frota de carros do Grupo e os seus impactos em termos de custos de manutenção e abastecimento. Os carros elétricos começam a ter preços competitivos na modalidade *leasing*, inaugurando uma discussão em torno dos critérios económico e ambiental porque, pela primeira vez, eles estão do mesmo lado da equação.

Na componente social, faz cada vez mais sentido discutir a possibilidade de ter um projeto de responsabilidade social próprio, que funcione como mecanismo de solidariedade e que tenha um impacto direto na comunidade. Ao longo de 2023, em situações em que fomos chamados a apadrinhar iniciativas com as quais nos identificámos ou mesmo em momentos em que o nosso ímpeto foi tomar a dianteira, ter uma estrutura capacitada e vocacionada teria sido útil e, eventualmente, a resposta teria sido ainda mais expressiva.

A sociedade portuguesa precisa da Media Capital e o Grupo faz por honrar essa responsabilidade, seja na hora de apoiar, de entreter ou de informar. Nesta última área da nossa intervenção, acreditamos que, em 2023, demos um contributo decisivo para que os temas da sustentabilidade ganhassem expressão pública. Em algumas das CNN Summit organizadas no ano passado, a CNN Portugal sentou à mesa *players* relevantes de setores como a energia e fê-los refletir sobre questões como mobilidade responsável, energia verde, *governance* e rentabilidade. As CNN Summit, que se tornaram uma relevante marca para a promoção de debate de ideias no nosso país, têm a particularidade de chegar a vários públicos já que podem ser acompanhadas ao vivo, através da televisão e das plataformas digitais do Grupo.

Em matéria de *governance*, uma das prioridades do ano que passou foi sintonizar a organização com a resposta mais adequada para combatermos a corrupção. Trata-se de um fenómeno ao qual a Media Capital, pela natureza da sua atividade, está muito exposta e acerca do qual o Grupo tem sérias preocupações. Nesse sentido, e dando cumprimento ao que estabelece a legislação de combate à corrupção, apostou-se em formações de modo a dotar todas as áreas de competências técnicas para agir preventivamente e reagir em caso de necessidade.

2023 acentuou uma característica da Media Capital, que procura uma constante renovação do seu capital humano e uma integração com a comunidade em que está inserida, dinamizando-a e enriquecendo-a. Para além do envolvimento numa série de iniciativas de responsabilidade social, às quais os profissionais e as empresas do Grupo se associaram e que tocaram áreas tão relevantes como a saúde, a educação e a cultura, a Media Capital quis também ter um papel ativo ao nível da criação de emprego para os jovens. Tendo em conta que os jovens constituem um dos grupos mais vulneráveis do mercado de trabalho, em termos estatísticos apresentam taxas de desemprego mais elevadas do que a população em geral e que, em contexto de crise económica, a vulnerabilidade se acentua, decidimos subscrever o “Pacto para mais e melhores empregos para os jovens”. A iniciativa tem o alto patrocínio do Presidente da República e reflete a disponibilidade das empresas aderentes para contratar e reter talento jovem, garantir emprego de qualidade e permitir aos mais novos terem uma voz dentro das organizações.



Na Media Capital a ambição anda de braço dado com a responsabilidade. Não abdicamos da primeira nem nos demitimos da segunda, acreditando que é numa solução de compromisso entre ambas que se tomam as melhores decisões. Enquanto Presidente do Conselho de Administração do Grupo espero que este nosso espírito coletivo seja perceptível nas páginas que se seguem.

---

## **Mário Ferreira**

Presidente do Conselho de Administração

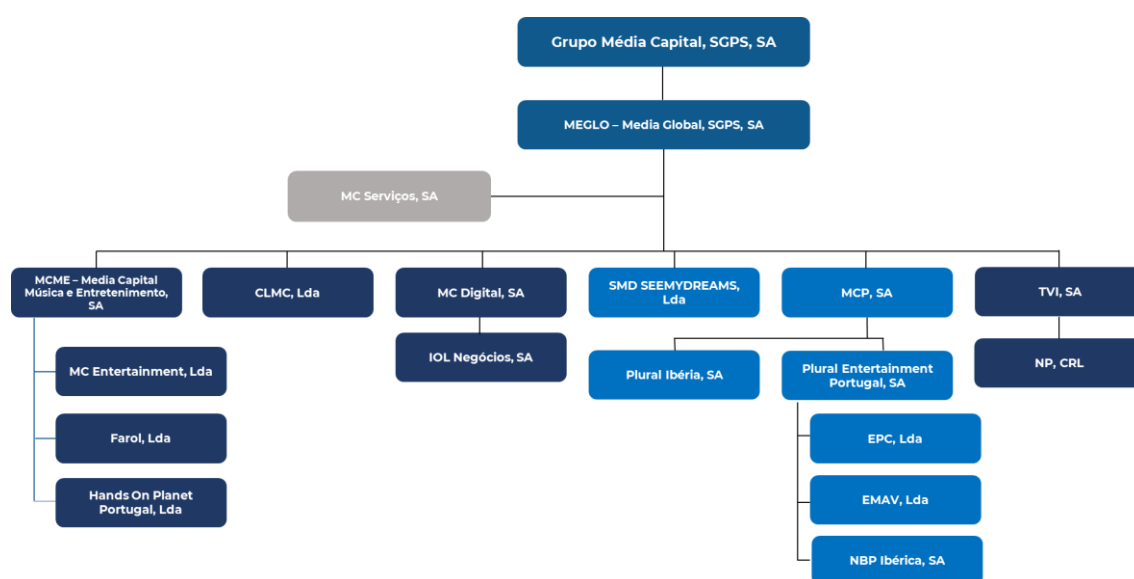
## 2. Sobre o Grupo Media Capital

### O Grupo Media Capital

O Grupo Média Capital, SGPS, S.A. é uma sociedade cotada em bolsa de valores NYSE Euronext Lisboa que desenvolve a sua atividade nos segmentos de comunicação e de produção de conteúdos de entretenimento e informação, com sede em Queluz de Baixo, Portugal.

A estrutura operacional do Grupo reflete a abrangência das suas atividades, através dos diversos segmentos de negócio, nomeadamente: a televisão, digital e entretenimento, a produção audiovisual, bem como todas as áreas de apoio.

A estrutura do Grupo Media Capital está organizada do seguinte modo:<sup>1</sup>



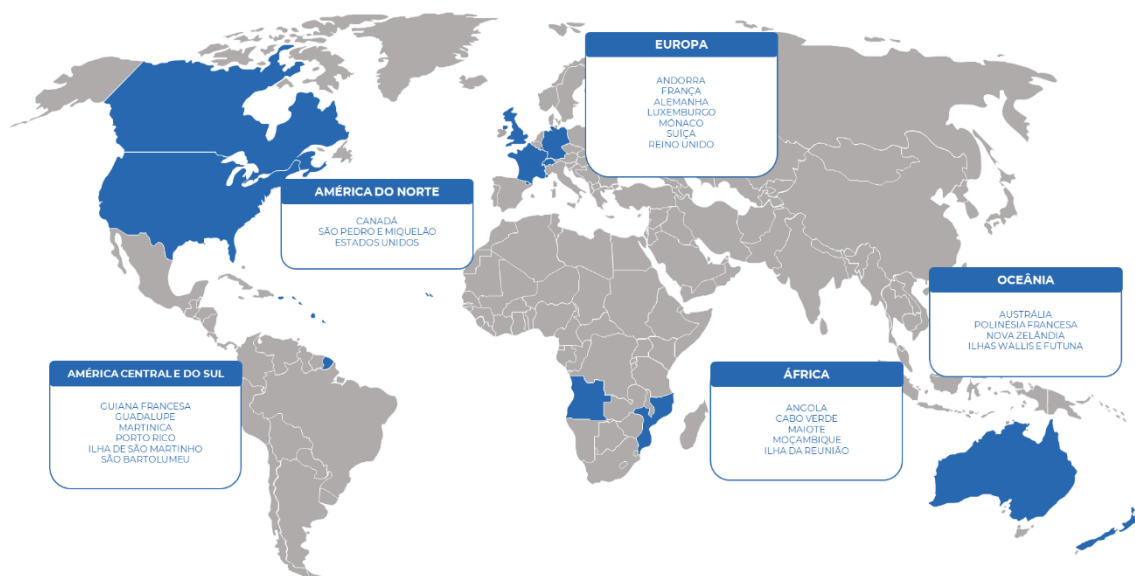
Legenda:



<sup>1</sup> Quotas de detenção equivalem a 100%, com a exceção da “NP,CRL” e da “Hands On Planet”, que apresentam quotas equivalentes a 3,75% e 50%, respetivamente.

## Presença Internacional

O Grupo Media Capital desenvolve a sua atividade sobretudo em Portugal, onde desempenha um reconhecido papel no desenvolvimento e divulgação de conteúdos, garantindo a sua distribuição internacional para quatro continentes, mais de 129 países e territórios, através de 23 plataformas.



## Missão e Valores

O negócio do Grupo Media Capital assenta numa estratégia em que se destacam, como princípios irrevogáveis que pautam o serviço aos ouvintes, espectadores, leitores e anunciantes: a qualidade, credibilidade e independência.

Estes princípios norteiam a forma como as atividades do Grupo são conduzidas, designadamente nas áreas da informação, cultura e entretenimento, estando também alinhados com as expectativas e necessidades dos vários *stakeholders*, adotando as boas práticas do setor.

### Visão

Na Media Capital procuramos todos os dias aliar a excelência dos nossos profissionais às necessidades e exigências dos nossos seguidores em todos os segmentos de negócio em que estamos presentes, sempre com o forte compromisso ético que tão bem nos caracteriza. É com este pensamento que nos posicionamos para ser a escolha número 1, a nível nacional e internacional.

## Valores

O Grupo Media Capital está comprometido com o seu papel na sociedade, como promotor da cultura, consciente da grande influência da sua plataforma de comunicação. Está firmemente empenhado no fomento da comunicação social como pilar de uma sociedade democrática, mais justa, que estimula a educação e a consciencialização para temas sociais e ambientais.

Este compromisso materializa-se não só na difusão de informação e projetos de interesse público, mas também na promoção do bem-estar das pessoas que impactamos, tal como na mitigação dos impactos ambientais causados pelas nossas atividades. Esta visão encontra-se suportada num conjunto de valores e princípios que norteiam, de forma transversal, a conduta organizacional e as atividades de todo o Grupo:

Integridade, honestidade, rigor e dedicação no exercício da sua atividade

Responsabilidade, compromisso e transparência

Pluralismo e respeito de todas as ideias, crenças, culturas e pessoas

Melhoria contínua das nossas práticas para maximizar a sustentabilidade ambiental, social e económica

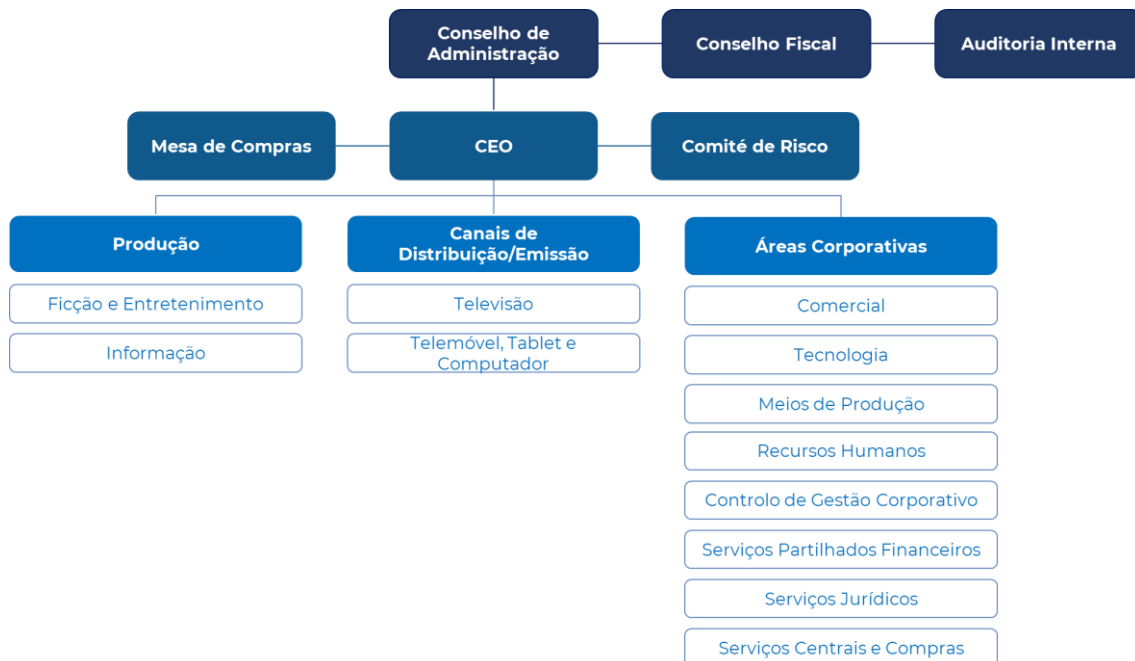
Criatividade e inovação no desenvolvimento do negócio

Gestão responsável, eficiente e sustentável, geradora de valor para os acionistas e para a sociedade

## Governance

A estrutura de *Governance* do Grupo Media Capital reflete a abrangência de atividades que definem e caracterizam o Grupo. Esta estrutura constitui a base de uma cultura ética e assenta em práticas de gestão robustas, que beneficiam os interesses a longo-prazo de todos os *stakeholders*, dos acionistas aos espectadores.

O modelo organizacional, conforme se apresenta de seguida, demonstra a organização dos segmentos de negócio (produção e canais de distribuição/emissão) e áreas corporativas, que concentram os serviços partilhados e funções centrais e administrativas.



## Órgãos Sociais

Por deliberação da Assembleia Geral, realizada a 18 de maio de 2023, os órgãos sociais para o mandato de 2023 a 2025 são compostos do seguinte modo:

### Conselho de Administração

**Presidente** Mário Nuno dos Santos Ferreira

**Vice-Presidente** Paulo Alexandre Francisco Gaspar

**Vogal** Avelino da Mota Francisco Gaspar

**Vogal** Cristina Maria Jorge Ferreira

**Vogal** João Luís Baldaque da Costa Serrenho

**Vogal** Pedro Zañartu Gubert Morais Leitão

**Vogal** Miguel Maria Bragança Cunha Osório

**Vogal** Paula Cristina Domingues Paz Dias Ferreira

**Vogal** Rui Armindo da Costa Freitas

### Mesa da Assembleia Geral

**Presidente** Carlos Manuel de Brito do Nascimento Lucena

**Vice-Presidente** André Tiago dos Santos Matias de Almeida

**Secretária da Sociedade** Mafalda Ordonhas Pais

### Conselho Fiscal

**Presidente** Sofia Salgado Cerveira

**Vogal** Filipe Santos Caldeira

**Vogal** Marisa Alexandra Torresmo Costa Brito

### Comissão de Remuneração dos Órgãos Sociais

**Presidente** Avelino da Mota Francisco Gaspar

**Membro** Rui Armindo da Costa Freitas

**Membro** Stephane Rodolphe Picciotto

### Revisor Oficial de Contas

**Efetivo** PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda., sociedade de revisores oficiais de contas inscrita na Ordem dos Revisores Oficiais de Contas sob o n.º 183, e no registo de auditores da CMVM sob o n.º 20161485, representada por António Joaquim Brochado Correia ou por José Alves Bizarro Duarte

**Suplente** Carlos José Figueiredo Rodrigues, Registo na CMVM n.º: 20161347 e ROC n.º: 173

## Conselho de Administração

O Conselho de Administração é a principal entidade decisória do Grupo, exceto para questões reservadas para a Assembleia Geral. Este órgão supervisiona as atividades do Grupo, assegura o sucesso a longo prazo, avalia a exposição aos riscos para atingir os objetivos estratégicos e mantém um sistema de controlo interno seguro. A gestão diária do Grupo Media Capital é delegada ao Administrador-Delegado.

O Conselho de Administração é constituído por oito membros não executivos e um membro executivo, sendo o Presidente do Conselho de Administração

um membro não executivo. Apenas um membro do Conselho de Administração, o Administrador-Delegado e CEO do Grupo –Pedro Morais Leitão –, possui competências executivas, que lhe foram delegadas pelo próprio Conselho. O Conselho de Administração é nomeado ou substituído de acordo com os termos do disposto no Código das Sociedades Comerciais.

No que diz respeito à **gestão de sustentabilidade**, o Conselho de Administração supervisiona a gestão nos domínios da sustentabilidade e aprova o Relatório de Sustentabilidade, juntamente com outras informações financeiras e de governança. As questões de sustentabilidade são tratadas de forma descentralizada pelas direções responsáveis pela gestão de cada tema material no Grupo, que por sua vez comunicam o desempenho ou reportam as situações críticas à Administração. Adicionalmente, o Conselho de Administração pode delegar poderes de gestão, mantendo a responsabilidade última pelo desempenho registado. Informação mais detalhada sobre os poderes do Conselho de Administração pode ser consultada no Relatório de Governo de Sociedade e na Política de Delegação de Competências vigente.

### **Comissão de Remuneração**

O desempenho do membro executivo do Conselho de Administração é avaliado anualmente pela Comissão de Remuneração dos Órgãos Sociais, que estabelece os critérios de avaliação. A Comissão avalia o desempenho individual com base no cumprimento do plano estratégico e resultados da empresa, garantindo o alinhamento destes com os interesses de longo prazo da empresa. Adicionalmente, o Conselho de Administração também avalia o desempenho do membro executivo a partir atualizações regulares sobre a execução do plano estratégico e do orçamento.

A Política de Remuneração dos Órgãos Sociais do Grupo foi submetida a aprovação da Assembleia Geral a 18 de maio de 2023. Informação mais detalhada sobre as políticas de remuneração pode ser consultada no Relatório de Governo de Sociedade e no Relatório sobre Remunerações.

### **Conselho Fiscal**

O Conselho Fiscal monitoriza as atividades da empresa e supervisiona a administração, incluindo a preparação e divulgação de informações financeiras. O Conselho Fiscal tem poder para efetuar recomendações e garantir que as leis e os estatutos são cumpridos. Acresce ainda a responsabilidade de verificar a precisão das contas e garantir que os princípios contabilísticos aplicados resultaram na correta avaliação de ativos e resultados da empresa.

O Conselho Fiscal é o principal interlocutor do Revisor Oficial de Contas da Sociedade, tendo a incumbência da fiscalização da independência, em particular no que diz respeito à prestação de serviços adicionais.

## Cultura Ética e de Compliance

O Grupo Media Capital alicerça as suas atividades numa cultura de ética e de *compliance* rigoroso e impregna na sua matriz valores como integridade, honestidade, rigor, dedicação, responsabilidade, compromisso, transparência, pluralismo e respeito pelas ideias, crenças, culturas e pessoas. O comportamento na organização rege-se pelo Código de Ética e Conduta, onde estão vertidos os princípios e valores a considerar pelos colaboradores, órgãos de administração e demais cargos dirigentes, assim como terceiros com vínculos ao Grupo.

O Código de Ética e Conduta dá especial enfoque aos Direitos Humanos e Liberdades Públicas, Igualdade de Oportunidades e Não-Discriminação, Proteção do Ambiente e Princípios Deontológicos. A par deste código, o Grupo Media Capital tem implementado um conjunto de Políticas Internas que orientam as relações com os vários intervenientes da sua cadeia de valor.



Sempre que seja identificada uma situação que não se enquadra com os valores que regem a atuação do Grupo Media Capital, o Grupo tem o objetivo de garantir a comunicação clara com todos os *stakeholders* e a resolução de situações de forma célere. Para isso, envolve as entidades internas relevantes em cada caso e, quando necessário, o Conselho de Administração e/ou o Conselho Fiscal são também notificados.

O Conselho de Administração, do qual faz parte o CEO, é responsável por gerir os riscos de ética e *compliance* e promover os valores e a cultura estipulados dentro do Grupo.

## Gestão de Risco

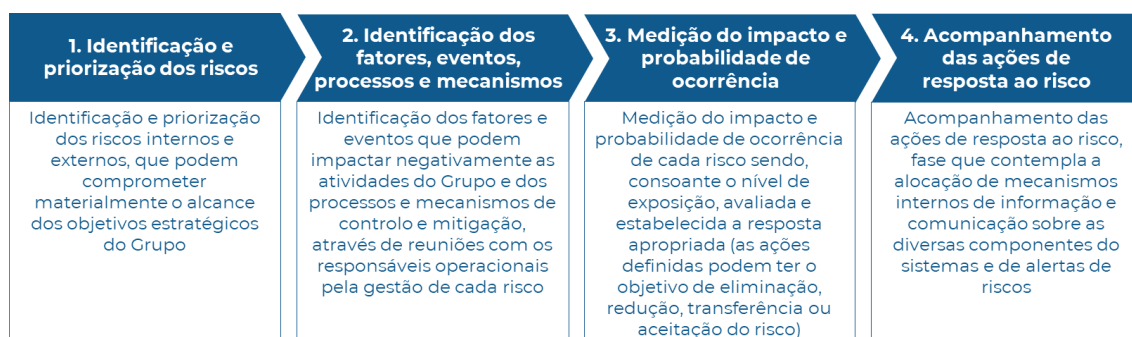
O Grupo Media Capital opera num contexto complexo e com um nível de incerteza significativo, tornando essencial a compreensão e gestão eficaz dos riscos para aumentar a resiliência do negócio. A gestão de risco no Grupo é um processo colaborativo, com responsabilidades partilhadas nas várias empresas e funções.

O Conselho de Administração e o Conselho Fiscal são responsáveis pela criação, avaliação e supervisão do sistema de controlo interno e de gestão de risco. Para suportar este processo são ainda utilizados instrumentos como o Plano Estratégico, o Orçamento Anual, os Relatórios e Contas, o Relatório de Sustentabilidade, e ainda um conjunto de Indicadores de desempenho e reuniões de acompanhamento.

O Comité de Risco é um órgão consultivo interno do Grupo, constituído em 2023, que tem como missão assessorar o Conselho de Administração, seguindo juízos de uma gestão sã e prudente, bem como a legislação aplicável e boas práticas de mercado. O Comité apoia o Conselho de Administração do Grupo Media Capital na identificação, mensuração e mitigação dos principais riscos de negócio, de mercado e operacionais que incidem sobre a atividade do Grupo.

O Grupo Media Capital possui, ainda, uma Direção de Auditoria Interna que avalia a eficácia dos sistemas de controlo interno e sugere melhorias com base nos resultados das auditorias. A gestão de risco do Grupo baseia-se no modelo de "3 linhas de defesa", implementado de acordo com boas práticas de Auditoria e Controlo Interno. Além disso, a metodologia de gestão de riscos do Grupo segue a abordagem preconizada pelo modelo *Enterprise Risk Management - Integrated Framework, desenvolvido pelo COSO (Committee of Sponsorship Organizations of the Treadway Commission)*.

A seguinte estrutura representa o fluxo processual da metodologia adotada no Grupo Media Capital:



Os diversos intervenientes no sistema de gestão de risco da Media Capital reavaliam regularmente o nível de risco ao qual o Grupo está exposto, tendo identificado os principais riscos e oportunidades relacionados com a sustentabilidade.



Riscos	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Danos de imagem reputacionais e financeiros resultantes de más práticas ambientais ou incumprimento legal;</li> <li>▪ Aumento de custos para cumprimento e adaptação de processos de tecnologia decorrentes de obrigações legais e regulamentares futuras;</li> <li>▪ Aumento de custos associados à fatura energética devido à evolução dos preços dos combustíveis e energia;</li> <li>▪ Disrupções operacionais decorrentes de fenómenos climáticos extremos;</li> <li>▪ Instabilidade no capital humano pelo desafio de valorização e retenção do talento;</li> <li>▪ Danos de imagem, reputacionais e financeiros relacionados com práticas de corrupção;</li> <li>▪ Danos de imagem, reputacionais e financeiros relacionados com a segurança e proteção da informação e dos dados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desenvolvimento de negócios e de conteúdos com impacto positivo no ambiente;</li> <li>▪ Maior apoio à comunidade local;</li> <li>▪ Reforço da marca e da sua reputação;</li> <li>▪ Maior eficiência de recursos e redução de custos;</li> <li>▪ Otimização da cadeia de fornecimento;</li> <li>▪ Melhoria contínua da gestão de risco;</li> <li>▪ Reforço do envolvimento com os colaboradores.</li> </ul>

Os principais impactos de sustentabilidade decorrentes da atividade do Grupo Media Capital são identificados na Análise de Materialidade e aprofundados no capítulo “O Nosso Desempenho em Sustentabilidade”.

## Cadeia de Valor

Uma gestão eficaz e responsável da cadeia de fornecimento é um aspeto crítico para garantir o sucesso do Grupo.

A Direção de Compras do Grupo Media Capital adota um conjunto de normas e diretrizes com vista a um elevado rigor e transparência no processo de avaliação e seleção de fornecedores. As principais normas em vigor estão espelhadas na Política de Compras, e de forma resumida traduzem-se em:

A relação com os fornecedores assenta numa conduta de integridade sustentada no Código de Ética e Conduta em vigor do Grupo	
<p>Processo de seleção e consulta de fornecedores</p> <p>Considera como critério a obrigatoriedade de <b>cumprimento da legislação e regulamentação em vigor</b>, nomeadamente, mas não exclusivamente, em matérias de segurança, higiene e saúde no trabalho</p>	<p>Processo de consulta e negociação</p> <p>Rege-se por normas de <b>transparência, igualdade e imparcialidade</b>. Na comunicação com fornecedores é garantida a disponibilização a todas as partes interessadas de informação completa e rigorosa, utilizando os meios de comunicação adequados</p>
<p>A informação partilhada no âmbito de consultas ao mercado é tratada com <b>confidencialidade</b>, assegurando-se que esta não é transmitida nem divulgada a terceiros não autorizados.</p>	

**49%**

Fornecedores de Produção de Conteúdos

**7%**

Fornecedores de Serviços de IT

**7%**

Fornecedores de Comunicações

**6%**

Fornecedores de *Rent e Facilities*

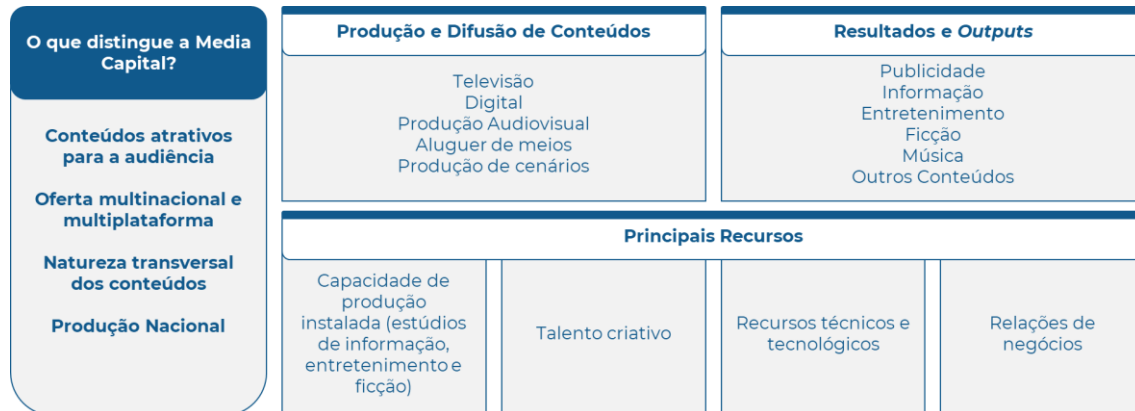
A área de Compras está orientada numa lógica de melhoria contínua, inovação e adoção das melhores práticas de mercado, em constante *benchmark*, que garanta a adoção das melhores soluções em matéria de qualidade e *Total Cost of Ownership* (TCO).

O Grupo Media Capital interage com uma multiplicidade de fornecedores para a aquisição de bens e serviços. Destes, e como principais rúbricas, destacam-se os fornecedores de Produção de Conteúdos, Fornecedores de Serviços de IT, Fornecedores de Comunicações e Fornecedores de *Rent e Facilities*.

### 3. Sobre a Nossa Abordagem à Sustentabilidade

#### Criação de Valor

O Grupo Media Capital tem como objetivo criar valor não apenas para os seus acionistas, mas também para os consumidores/espectadores e para a sociedade em geral. O modelo de criação de valor do Grupo assenta na transformação de recursos em difusão de conteúdos de vários formatos, através das diferentes unidades de negócio que constituem o Grupo.



A atividade do Grupo tem um papel fundamental de acesso à informação e entretenimento na sociedade, existindo uma relação de grande interdependência. Esta proximidade aumenta a responsabilidade do Grupo para agir de forma consciente do ponto de vista económico, social e ambiental, com vista à criação de valor a longo prazo.

#### Envolvimento dos Stakeholders

O Grupo Media Capital procura comunicar de forma contínua com os seus *stakeholders*, através de diversos canais, auscultando opiniões, necessidades e expectativas e envolvendo-os na estratégia, reconhecendo a sua importância na cadeia de valor.

A atividade do Grupo Media Capital é pautada pelo princípio da transparência, enaltecida pelos diversos relatórios e comunicados disponíveis *online*, nomeadamente no que toca ao desempenho financeiro e de sustentabilidade anual.

Adicionalmente, os principais *stakeholders* do grupo contam com canais de comunicação específicos de interação mais regular.

<p><b>CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contactos telefónicos</li> <li>• Contacto pessoal</li> <li>• Contacto via e-mail</li> <li>• TVI Media</li> </ul> <p>Frequência: Diária</p>	<p><b>COLABORADORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus Group</li> <li>• Reuniões</li> <li>• Intranet</li> <li>• Questionários</li> </ul> <p>Frequência: Semanal e Mensal</p>	<p><b>CONSUMIDORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto telefónico</li> <li>• Redes Sociais</li> <li>• Canais Digitais</li> </ul> <p>Frequência: Diária</p>	<p><b>INVESTIDORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto telefónico</li> <li>• Redes Sociais</li> <li>• Canais Digitais</li> </ul> <p>Frequência: Diária</p>
<p><b>FORNECEDORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto Pessoal</li> <li>• Contacto Telefónico</li> <li>• Reuniões</li> </ul> <p>Frequência: Diária</p>	<p><b>SINDICATOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniões</li> </ul> <p>Frequência: Esporádica</p>	<p><b>ENTIDADES PÚBLICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto Telefónico</li> <li>• Canais digitais</li> <li>• Redes Sociais</li> </ul> <p>Frequência: Mensal e Esporádica</p>	<p><b>ASSOCIAÇÕES SECTORIAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto Telefónico</li> <li>• Canais digitais</li> <li>• Redes Sociais</li> </ul> <p>Frequência: Esporádica</p>
<p><b>PARCEIROS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agências</li> <li>• Canais Digitais</li> <li>• Pressroom</li> </ul> <p>Frequência: Mensal</p>	<p><b>SOCIEDADE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativas de responsabilidade social</li> <li>• TVI Media</li> </ul> <p>Frequência: Esporádica</p>	<p><b>REGULADORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto telefónico</li> <li>• Canais digitais</li> <li>• Reuniões</li> </ul> <p>Frequência: Diária</p>	<p><b>ENTIDADES DE GESTÃO DE DIREITOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto telefónico</li> <li>• Canais digitais</li> </ul> <p>Frequência: Mensal</p>

Complementarmente e do ponto de vista formal, o Grupo Media Capital dispõe de um Canal de Denúncias, com recurso a especialistas externos e independentes exclusivamente contratados para o efeito. Este está disponível para todas as entidades, pessoais ou coletivas, internas e externas, para que as mesmas possam transmitir, de forma direta e confidencial, qualquer alegada irregularidade ocorrida no seio do Grupo Media Capital. Pode ser encontrada informação mais detalhada sobre o desempenho do Canal de Denúncias no capítulo "4.2 Comunicação".

## Análise de Materialidade

A análise de materialidade permite a identificação dos temas ESG — *Environmental, Social and Governance* — a priorizar pelas organizações. Esta análise permite informar os processos de tomada de decisão e determinar qual a informação de sustentabilidade essencial para divulgação aos *stakeholders*.

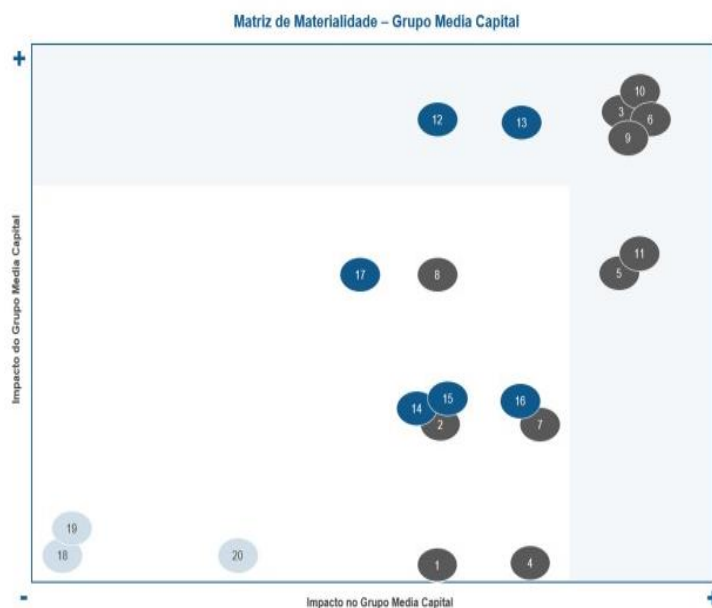
Em 2022, o Grupo Media Capital realizou um exercício de análise de materialidade, que teve por base *desk-research* e auscultação de *stakeholders* internos. O processo de *desk-research* foi baseado numa análise de *benchmarking* e tendências no setor de atuação do grupo. Deste exercício resultou uma lista de temas preliminarmente relevantes.

Com base nesse conjunto de temas, os *stakeholders* consultados demonstraram as suas perceções relativamente aos temas com maior possibilidade de ser impactados, de forma atual e potencial, positiva ou negativamente, pelo negócio da Media Capital (Eixo "Impacto do Grupo Media Capital").

Adicionalmente os *stakeholders* transmitiram ainda a sua perceção sobre a possibilidade de os temas afetarem o desempenho e potencial de criação de valor da organização (Eixo "Impacto no Grupo Media Capital").

Do exercício resulta a matriz de materialidade apresentada e a correspondente listagem de temas materiais. Estes temas são a base que

determina as prioridades na ação de sustentabilidade da Media Capital e estruturam a divulgação de informação de desempenho no presente relatório.



GOVERNANCE	SOCIAL	AMBIENTAL
1 – Governace Corporativo	12 – Respeito pelos Direitos Humanos	18 – Alterações Climáticas e Emissões
2 – Gestão de Riscos Corporativos	13 – Valorização e Retenção do Capital Humano	19 – Gestão de Resíduos
3 – Segurança e Proteção de Dados	14 – Igualdade de Género, Diversidade e Inclusão	20 – Gestão de Recursos Energéticos e Hídricos
4 – Anticorrupção	15 – Saúde, Segurança e Bem-estar	
5 – Ética, Transparência, Regulação e Compliance	16 – Proteção de Audiências/ Públicos Sensíveis	
6 – Qualidade e Acessibilidade dos Conteúdos	17 – Literacia através dos Media	
7 – Desempenho Financeiro		
8 – Inovação, Digital e Tecnologia		
9 – Reputação e Valorização da Marca		
10 – Ética Jornalística e Responsabilidade Editorial		
11 – Proteção de Propriedade Intelectual e Direitos de Autor		
		Tema Material

Do exercício conduzido resultou uma lista de 8 temas materiais, dois associados ao pilar Social e seis ao pilar de *Governance*, que orientam o desenvolvimento de conteúdos do presente Relatório, bem como ações a implementar no futuro. Neste exercício não foram identificados temas materiais de natureza “Ambiental”, no entanto é incluída informação relativa a este tema, tanto por opção estratégica, por se considerar que constituem áreas com relevância para o grupo (tal como os temas de “Inovação, Digital e Tecnologia”), como para dar resposta aos requisitos legais vigentes (Decreto-

Lei n.º 89/2017) que determinam uma obrigação de divulgação de aspetos ambientais na “divulgação de informação não financeira”.

<p><b>SEGURANÇA E PROTEÇÃO DE DADOS</b></p> <p>Promoção da segurança e proteção de dados no que se refere à informação tratada pela organização, bem como eventuais mecanismos implementados para garantia da segurança da informação.</p>	<p><b>ÉTICA, TRANSPARÊNCIA, REGULAÇÃO E COMPLIANCE</b></p> <p>Promoção da ética e <i>compliance</i> na organização, incluindo mecanismos implementados com Código de Ética e Conduta ou outros referentes ao reporte de preocupações/denúncias de situações não conformes, bem como mecanismos para assegurar o cumprimento dos regulamentos e legislação aplicável à organização.</p>	<p><b>ÉTICA JORNALÍSTICA E RESPONSABILIDADE EDITORIAL</b></p> <p>Princípios da ética jornalística e responsabilidade editorial, nomeadamente no que se refere aos mecanismos implementados para assegurar uma conduta alinhada com os princípios da organização.</p>	<p><b>PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E DIREITOS DE AUTOR</b></p> <p>Proteção da propriedade intelectual e direitos de autor, nomeadamente no que se refere aos mecanismos implementados para assegurar a garantia dos direitos e o cumprimento da legislação e regulamentos nestas matérias.</p>
<p><b>QUALIDADE E ACESSIBILIDADE DOS CONTEÚDOS</b></p> <p>Acessibilidade e qualidade dos conteúdos desenvolvidos, considerando o estabelecido por lei e as boas práticas do setor.</p>	<p><b>REPUTAÇÃO E VALORIZAÇÃO DA MARCA</b></p> <p>Reputação e valorização da marca e impactos destes aspetos na capacidade de criação de valor da organização.</p>	<p><b>RESPEITO PELOS DIREITOS HUMANOS</b></p> <p>Impacto da organização nos direitos humanos ao longo de toda a cadeia de valor.</p>	<p><b>VALORIZAÇÃO E RETENÇÃO DO CAPITAL HUMANO</b></p> <p>Promoção do desenvolvimento dos colaboradores, garantindo a atração e retenção do talento e o alinhamento com a missão e os valores da organização.</p>

O desempenho de sustentabilidade do Grupo Media Capital é divulgado em quatro subcapítulos que organizam a divulgação relativa aos temas materiais identificados e temas relevantes complementares.

<p><b>PESSOAS</b></p> <p>Valorização e promoção do bem-estar nos colaboradores, procurando impactar positivamente as comunidades em que está inserida.</p> <p><b>Temas Materiais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Valorização e Retenção de Capital Humano</li> <li>Respeito pelos Direitos Humanos</li> </ul>	<p><b>COMUNICAÇÃO</b></p> <p>Conduzir o negócio de forma ética e responsável possibilitando a disseminação de conteúdos por todos os públicos-alvo e impactando positivamente a sociedade.</p> <p><b>Temas Materiais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ética Transparência Regulação e <i>Compliance</i></li> <li>Proteção de Propriedade Intelectual e Direitos de Autor</li> <li>Ética Jornalística e Responsabilidade Editorial</li> <li>Qualidade e Acessibilidade de Conteúdos</li> <li>Reputação e Valorização da Marca</li> </ul>
<p><b>DIGITAL</b></p> <p>Garantir uma gestão segura e responsável da informação com foco na inovação, num panorama de transição digital, fomentando a confiança e a qualidade dos conteúdos.</p> <p><b>Temas Materiais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Segurança e Proteção de Dados</li> </ul> <p><b>Temas Relevantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inovação, Digital e Tecnologia</li> </ul>	<p><b>AMBIENTE</b></p> <p>Repensar a utilização de recursos, promovendo a economia circular e a descarbonização do negócio através de uma maior eficiência.</p> <p><b>Temas Relevantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alterações Climáticas e Emissões</li> <li>Gestão de Resíduos</li> <li>Gestão de Recursos Energéticos e Hídricos</li> </ul>

No decorrer de 2024 o exercício de materialidade do Grupo Media Capital será revisto com o objetivo de responder aos requisitos da *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD), considerando o “*Implementation Guidance for the materiality assessment*” publicado pela *European Financial Reporting Advisory Group* (EFRAG).

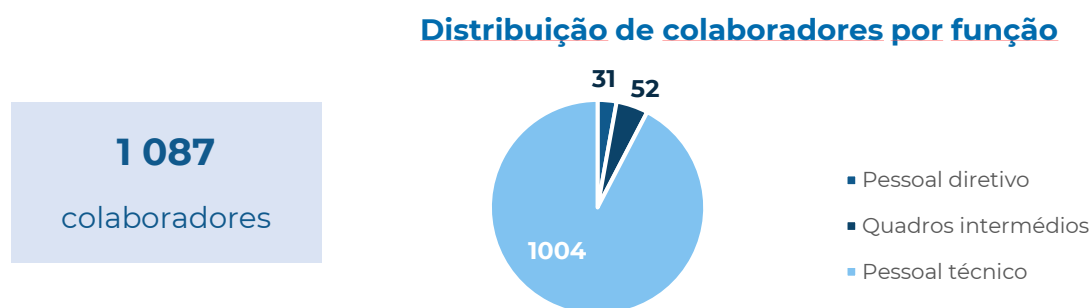
## 4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade

### 4.1 Pessoas

#### Valorização e Retenção do Capital Humano

Os colaboradores do Grupo Media Capital constituem um pilar fundamental para o sucesso da sua atividade, sendo reconhecidos como um dos mais valiosos ativos. Neste sentido, o Grupo procura promover um local de trabalho diverso, inclusivo e que proporcione aos colaboradores oportunidades e condições atrativas, para que trabalhar no Grupo Media Capital seja um motivo de orgulho.

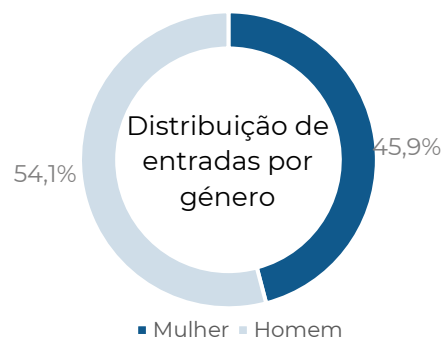
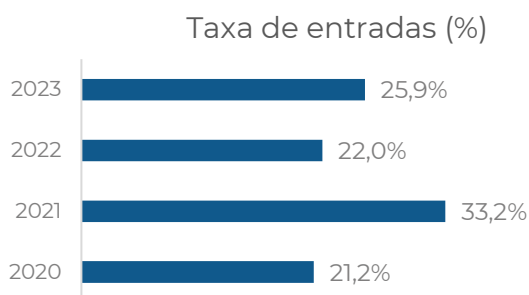
O capital humano do Grupo é composto por 1087 colaboradores, dispersos pelas funções de pessoal diretivo, quadros intermédios e pessoal técnico.



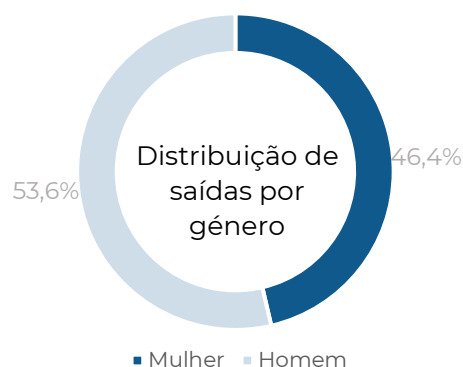
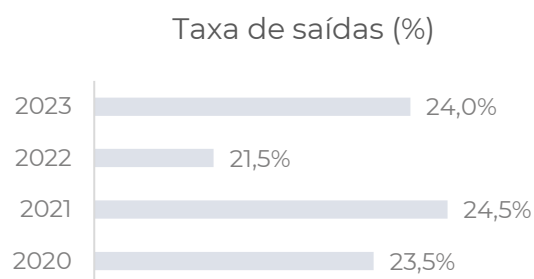
No Grupo estão implementadas diversas políticas relacionadas com a gestão do capital humano, que suportam as suas ambições nesta matéria, nomeadamente: Norma de Recrutamento e Seleção, Política de Avaliação de Desempenho, Política de Formação e Política de Remuneração. Estas políticas são aplicáveis a todos os colaboradores, estando disponíveis para consulta e acessíveis aos mesmos em qualquer momento.

#### Atração e retenção de talento

A atração e retenção de talento é um desafio atual que marca de forma transversal todos os setores, incluindo o setor de atividade do Grupo Media Capital. Em termos de atratividade, em 2023 registaram-se 281 entradas, representando uma taxa de novas entradas de 25,9%, um ligeiro aumento face ao ano anterior e que decorre, essencialmente, do aumento de atividade do segmento de produção audiovisual.



As saídas registadas em 2023 decorrem, essencialmente, da finalização dos projetos do segmento de produção audiovisual. Para além destes, o Grupo tem em curso um plano de reestruturação que tem vindo a ser executado e cujas saídas se refletem nos valores referidos.



Desta forma, com o objetivo de mitigar os desafios sentidos nesta dimensão, o Grupo tem continuamente investido nos seus colaboradores, promovendo a sua evolução ao nível de carreira e compensação, assentes em referências de remuneração de acordo com *benchmark* salarial específico para o setor de Media alargado (Televisão, Produção Audiovisual, Digital e *Shared Services*).

### Gestão de Desempenho

No que respeita à promoção do desenvolvimento das competências dos seus colaboradores, o Grupo Media Capital tem implementado um Modelo de Gestão de Desempenho que potencia as mais-valias do seu talento, em linha com o princípio igualdade de oportunidades. Este modelo enquadra-se num processo de melhoria contínua, constituindo um instrumento fundamental para a promoção de uma cultura de mérito e desenvolvimento dos colaboradores, sendo transversal a todas as unidades de negócio e tendo como principais objetivos:

- Desenvolvimento de uma cultura de gestão orientada para resultados, com base em planos de desenvolvimento previamente acordados;
- Promoção de uma comunicação eficaz entre hierarquias, estabelecendo como instrumento essencial no processo de gestão do desempenho a reunião de *feedback* anual;



- Incentivo ao desenvolvimento profissional dos colaboradores, através da identificação de necessidades de formação/desenvolvimento, a considerar na elaboração dos planos de formação dos vários departamentos.

A avaliação de desempenho é, assim, entendida pelo Grupo como um instrumento essencial para o desenvolvimento dos seus colaboradores e para a promoção da igualdade de oportunidades.

**100%**

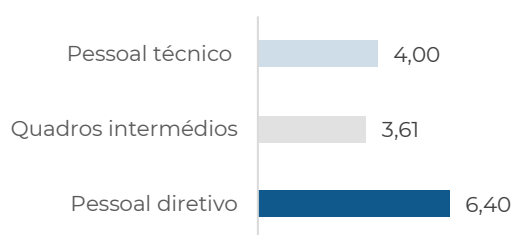
de colaboradores dos quadros da GMC abrangidos pelo processo de avaliação de desempenho

### Desenvolvimento de competências

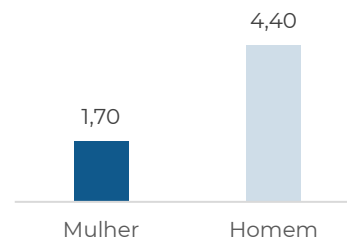
Assente num dos principais objetivos do Modelo de Gestão de Desempenho do Grupo, o desenvolvimento profissional dos colaboradores é reconhecido como um pilar da gestão do capital humano. Desta forma, o Grupo desenha um Plano de Formação que procura responder às necessidades dos colaboradores e dos respetivos departamentos.

Com o objetivo de melhorar a oferta de formação aos seus colaboradores, em 2023, o Grupo procurou desenvolver e promover novas ações de formação. Assim, a média de horas de formação por cada colaborador mais do que duplicou em 2023 face ao ano anterior. A diferença observada na média de horas de formação entre homens e mulheres é justificada por grande parte das formações terem sido direcionadas à EMVA, onde os homens perfazem a grande maioria (89,3%) dos colaboradores.

Média de horas de formação por função



Média de horas de formação por género



As temáticas de formação em 2023, incidiram essencialmente sobre soluções de base digital, à semelhança de anos anteriores. Não obstante à oferta que é disponibilizada, cada colaborador pode propor, em qualquer altura do ano, uma determinada formação que considere relevante no âmbito das suas funções.

Relativamente à oferta de formação aos colaboradores em termos de número de horas, o Grupo pretende continuar a melhorar, nomeadamente através da oferta de soluções digitais. Deste modo, é disponibilizado aos colaboradores o acesso à Plataforma *LinkedIn Learning*, que compreende uma multiplicidade de opções formativas, ajustadas a cada área funcional e personalizadas por colaborador, de acordo com o percurso de carreira definido.



Do conjunto de cursos disponibilizados pela plataforma, os que tiveram maior adesão por parte dos colaboradores foram os cursos de *Excel Essential Training* (Microsoft 365) e IA Generativa: A Evolução da Busca Online Inteligente.

O Grupo desenvolveu ainda novas parcerias com Instituições de Ensino de grande reputação e credibilidade com o intuito de, em simultâneo, proporcionar aos seus colaboradores o acesso a programas de especialização avançada e atrair jovens de elevado potencial.

Neste âmbito, destaca-se a participação do Grupo na Pós-Graduação em Jornalismo ISCTE/Media Capital, que já vai na sua 10ª Edição. Acresce a esta ação a disponibilidade para acolher, nas instalações do Grupo, alunos a quem é dado a conhecer o mundo dos *media* e a responsabilidade que está associada ao ato de entreter e informar a comunidade. Nestas visitas estiveram presentes os alunos do ISEG, que puderam contactar com o mercado de trabalho e perceber melhor tudo o que se faz no Grupo Media Capital.

### **Saúde, segurança e bem-estar**

A saúde, segurança e bem-estar dos colaboradores são uma prioridade no Grupo Media Capital. Através de diversos mecanismos, procura-se assegurar condições de trabalho seguras e promover a saúde e bem-estar de todos os colaboradores.

No âmbito da saúde e segurança dos colaboradores, o Grupo tem implementado um sistema de gestão de saúde e segurança no trabalho, com o apoio de uma empresa de serviços externa, que assegura a gestão eficaz do tema, através das seguintes ações:

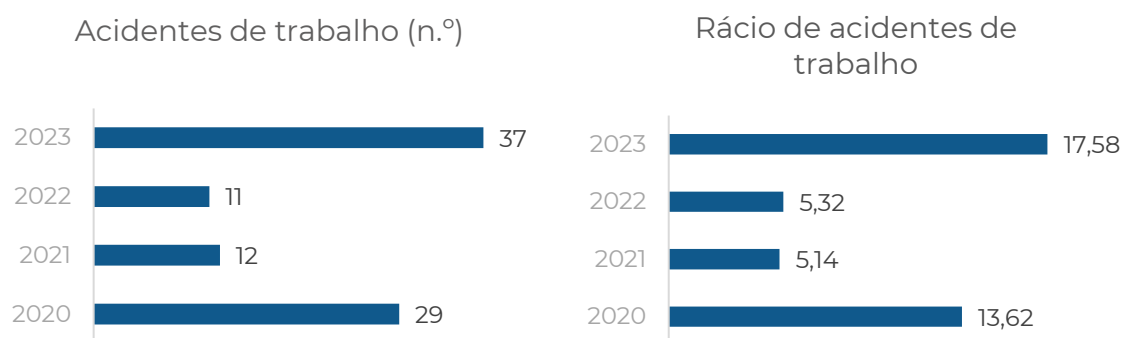
- avaliação das condições de segurança no trabalho;

- consultas presenciais na empresa; e
- divulgação interna regular de várias notícias sobre saúde mental, a importância da alimentação saudável e dicas para gerir melhor o *stress*.

Complementarmente, é também realizada a avaliação de riscos profissionais de modo a estimar a magnitude dos riscos identificados para a saúde e a segurança dos colaboradores, permitindo a identificação de medidas preventivas e corretivas adequadas a serem adotadas pelo Grupo.

Sempre que se regista um acidente de trabalho, é efetuada uma participação com um detalhe exaustivo das circunstâncias do incidente, permitindo uma análise das suas principais causas e consequente desenvolvimento de medidas corretivas, sempre que necessário. De modo a assegurar uma gestão eficaz dos perigos e riscos associados à saúde e segurança dos colaboradores, são também realizadas, trimestralmente, auditorias de avaliação de riscos.

Em 2023, registou-se um aumento do número total de acidentes de trabalho face ao ano anterior, de 11 para 37, sendo o critério utilizado na determinação deste indicador os sinistros reportados à entidade seguradora. Dos 37 acidentes ocorridos, um teve consequências graves.



Os acidentes de trabalho mais frequentes registados em 2023 consistiram em incidentes relacionados com quedas, entorses e manuseamento de equipamentos, não existindo incidentes que estejam associados ao esforço exagerado de trabalho manual.

No Grupo Media Capital existe também um posto médico de medicina curativa e medicina do trabalho, no qual está presente um médico duas vezes por semana, com disponibilidade para a realização de exames médicos uma vez por semana.

Com o propósito de envolver os colaboradores na gestão do tema, anualmente é divulgado um questionário sobre os serviços de higiene, segurança e saúde no trabalho, de modo a aferir o grau de satisfação com o serviço e a identificar potenciais áreas de melhoria. Os resultados deste inquérito são um valioso complemento à avaliação de riscos e ao diagnóstico das necessidades de informação e formação.

As ações de formação e sensibilização são também ferramentas importantes no âmbito da saúde e segurança no trabalho, sendo promovidas de forma regular sobre temas como:

- Primeiros socorros;
- Combate a incêndios;
- Certificações em trabalho em alturas;
- Ergonomia.

Para promover o bem-estar dos colaboradores, são ainda promovidas consultas de nutrição e de osteopatia e é divulgada informação na *Intranet* no âmbito do bem-estar, nomeadamente das principais linhas de apoio psicológico.

Adicionalmente, o Grupo Media Capital dispõe de uma área específica que trabalha este tema através do desenvolvimento de iniciativas:

- Ações de sensibilização e prevenção de *burnout* e gestão de stress;
- *Workshops* de nutrição;
- Sensibilização contra o tabagismo;
- Participação no *Wellbeing Awards*;
- Divulgação na *Intranet* de várias notícias do âmbito do bem-estar;
- Aulas de Desporto.

## **Benefícios**

Em linha com a promoção do bem-estar do seu capital humano, o Grupo Media Capital disponibiliza um conjunto de benefícios, aplicável aos seus colaboradores<sup>2</sup>, incluindo:

- Seguro de saúde;
- Consultas de nutrição;
- Consultas de osteopatia;
- Protocolos com diversas organizações: bancos, ginásios, farmácias, clínicas especializadas, escolas de línguas, entre outras;
- Possibilidade de trabalhar em regime híbrido, sempre que as funções o permitam;
- Dia de aniversário e a tarde de aniversário dos filhos até aos 12 anos.

---

<sup>2</sup> As atividades do Grupo Media Capital envolvem trabalho desenvolvido por trabalhadores que não são colaboradores, em diversos regimes, como prestação de serviços ou trabalho temporário. Neste momento, não é possível fazer a distinção de benefícios aplicados a cada categoria, sendo esta uma avaliação generalista.

## Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades

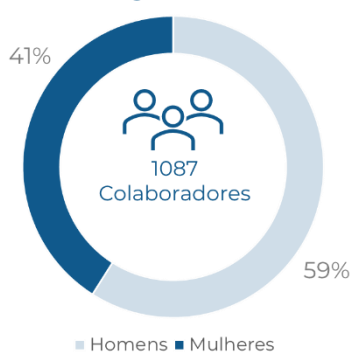
Dado o contacto próximo do Grupo Media Capital com a comunidade, tem uma responsabilidade acrescida em cumprir os Direitos Humanos nas suas operações e na cadeia de valor, enquanto exemplo social, mas também para garantir a sua credibilidade enquanto instituição. Paralelamente, o contacto próximo com a comunidade permite que o Grupo desenvolva ou apoie iniciativas e estabeleça parcerias com vista ao impacto positivo na sociedade.

### Igualdade de oportunidades

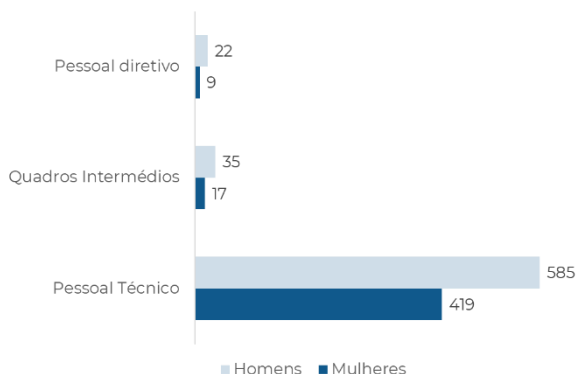
Garantir a igualdade e a não-discriminação é essencial dentro da estrutura do Grupo Media Capital. Durante 2023, o Grupo desenvolveu e publicou o seu **Plano para a Igualdade de Género 2024**, que pretende fomentar a transparência e garantir a igualdade, independentemente do género. Em 2023, foi igualmente criado um Comité com o objetivo de assegurar a implementação do Plano para a Igualdade, bem como a sua monitorização, acompanhamento e continuidade.

No Grupo Media Capital verifica-se algum equilíbrio na distribuição entre géneros nas várias categorias profissionais e no total de colaboradores, que conta atualmente com 41% de mulheres e 59% de homens, refletindo uma aproximação à paridade na distribuição entre géneros. Nos últimos três anos, o Grupo Media Capital tem registado uma nivelção gradual da representatividade de ambos os géneros.

Distribuição de colaboradores por género



Colaboradores por função e por género



**0 casos de discriminação**

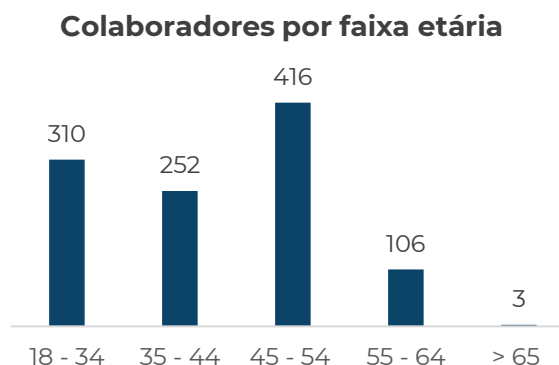
registados em 2023

De forma a consolidar o seu plano de ação e compromisso para a igualdade profissional, o Grupo Media Capital aderiu ao Fórum Empresas Para a Igualdade de Género, promovido pela CITE (Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego), acompanhando e participando nos trabalhos desenvolvidos.

**0,86**

Rácio da remuneração por género

De igual modo, procurou incluir colaboradores de diferentes faixas etárias, tendo uma maior representatividade os colaboradores com idades entre os 45 e os 54 anos (38%).



Em 2023, o Grupo Media Capital aderiu ao “Pacto Mais e Melhores Empregos para os Jovens”, que visa apostar no emprego dos jovens. Este reúne 50 empresas e conta com o Alto Patrocínio do Presidente da República, tendo como missão operar uma mudança real no atual contexto de vulnerabilidade associado ao emprego dos jovens. Com esta parceria, o Grupo Media Capital compromete-se até 2026, através de um conjunto de metas fixadas, a reforçar a aposta na contratação e retenção de jovens trabalhadores, promoção de emprego de qualidade para os jovens e da sua formação e desenvolvimento.

### **Impacto na comunidade**

O Grupo Media Capital pretende afirmar-se como um pilar da sociedade, apoiando causas sociais e, consequentemente, promovendo o bem-estar da comunidade, dando também palco a um tema que lhe é próximo – a promoção da literacia e cidadania. O Grupo coloca ao serviço da comunidade os seus canais, tanto televisivos como digitais, procurando mobilizá-los para temas diversificados com um objetivo final comum: a promoção de comportamentos que revertem num impacto positivo na vida coletiva.

O Grupo Media Capital define o seu plano de apoio social através de uma análise conduzida internamente de projetos que se enquadram com os valores e missão do Grupo, tendo também em conta os pedidos de ajuda que lhe são comunicados diretamente. Existe uma tendência crescente de solicitações para apoios e parcerias na esfera da sustentabilidade. O ano de 2023 não foi exceção, tendo sido recebido dezenas destes pedidos.

O Grupo Media Capital desenvolveu projetos de impacto social no país em que desenvolve a sua atividade principal, Portugal, mas também em comunidades fora do país.

Em 2023, o Grupo diversificou a tipologia de projetos que apoia, quer diretamente como indiretamente.

<b>Divulgação e Apoio de Eventos e Projetos do Âmbito da Saúde</b>	
<p><b>Associação de Apoio aos Doentes com Insuficiência Cardíaca</b></p> <p>Divulgação de campanha de sensibilização para a doença, apelando ao diagnóstico e prevenção transversal à população.</p>	<p><b>Fundação Portuguesa de Cardiologia</b></p> <p>Divulgação da campanha “Maio, mês do Coração”, que promove a saúde e a prevenção das doenças cardiovasculares, que constituem a principal causa de morte da população portuguesa.</p>
<p><b>Liga Portuguesa Contra o Cancro (LPCC)</b></p> <p>Divulgação da campanha de proteção solar, por se tratar de uma das formas mais importantes de prevenir o cancro da pele.</p>	<p><b>Instituto Português de Oncologia (IPO)</b></p> <p>A TVI Ficção emitiu a 5ª Gala Solidária da instituição e associou-se ao evento em defesa do humanismo, entreatajuda, espírito de comunidade e do respeito pelo trabalho do IPO Porto.</p>
<p><b>Red Bull Wings for Life</b></p> <p>Divulgação da corrida, que tem como objetivo angariar fundos para projetos de pesquisa que ajudem a encontrar uma cura para a lesão na medula espinal.</p>	<p><b>Semana da Mama 2023</b></p> <p>Campanha de sensibilização para o cancro da mama, lançada pelo IMM-Laço Hub, que teve como objetivo principal informar e alertar a sociedade civil para o tema.</p>
<p><b>Make-a-Wish</b></p> <p>Divulgação de campanha para angariação de donativos para a Make-a-Wish, que realiza desejos de crianças que sofrem com doenças graves.</p>	<p><b>Corrida Sempre Mulher</b></p> <p>A TVI foi parceira das duas edições da prova em 2023. Os fundos angariados reverteram para a Associação Portuguesa de Apoio à Mulher Com Cancro da Mama.</p>
<p><b>Evento “Prémio António Champalimaud de Visão 2023”</b></p> <p>Numa colaboração que vai além do tratamento editorial, a Plural, a EMAV e a EPC produziram pelo segundo ano consecutivo o evento “Prémio António Champalimaud de Visão 2023” no anfiteatro da Fundação. Trata-se de um prémio internacionalmente reconhecido pelo seu impacto na área do combate à cegueira e que, desde 2007, atribui anualmente 1 milhão de euros a investigadores, médicos, equipas e organizações que trabalham no terreno.</p>	<p><b>Farol ATT</b></p> <p>Divulgação de espetáculo musical com vista à angariação de fundos para a instituição que tem como missão de recuperar pessoas com problemas de adição a drogas, álcool, jogo, entre outras, e ajudar as respetivas famílias.</p>

Adicionalmente, as marcas da Media Capital associaram-se a outras iniciativas de relevo para o desenvolvimento da sociedade e do território nacional, nomeadamente no avanço e promoção da digitalização.

Na matriz da TVI, uma das principais marcas do Grupo Media Capital, está a proximidade aos espectadores e uma atenção permanente ao que de mais relevante acontece no território nacional com impacto direto na vida das populações. Por essa razão, é frequente a ligação a eventos de pequena dimensão, mas que impactam as comunidades locais.

Em 2023, o Grupo Media Capital assinou um protocolo com a Feira Internacional de Lisboa (FIL), baseado no desejo de ambos de criar valor. Assim, o Grupo colabora com a FIL dando visibilidade, a partir dos seus canais, a iniciativas nacionais e internacionais adequadas e alinhadas com o entendimento entre as partes sobre a sua responsabilidade social, como a *Lisbon Games Week* ou a Feira Internacional do Artesanato (FIA).

O Grupo Media Capital tem um impacto internacional. Salienta-se que o Grupo se juntou aos Guinanos – organização sem fins lucrativos com a missão

de promover a qualidade do ensino das escolas na Guiné-Bissau, capacitando os professores e criando oportunidades de estudos para estes – para auxiliar na criação de uma biblioteca de computadores na escola Julius Nyerere, contribuindo com computadores, monitores e outro material informático.





Complementarmente, no âmbito dos apoios de caráter regular, desde 2012 que a Direção de Recursos Humanos do Grupo recolhe tampas de plástico para converter em cadeiras de rodas, já tendo sido ajudadas 12 crianças ao longo das campanhas.

<b>Divulgação e apoio de iniciativas para o desenvolvimento da sociedade e do território</b>	
<p><b>“Leading Cities and Communities”</b></p> <p>A CNN Portugal foi a media <i>partner</i> da conferência, que teve como objetivo refletir sobre a importância de um planeamento territorial mais eficiente, fomentando a prevalência do sentido de comunidade.</p>	<p><b>“Digital with Purpose”</b></p> <p>A CNN Portugal foi media <i>partner</i> da 2ª edição desta cimeira global que tem como objetivo apresentar e promover o debate sobre soluções digitais verdes e sustentáveis em múltiplos setores da economia.</p>
<p><b>“Inteligência Artificial e Chat GPT”</b></p> <p>A CNN Portugal foi parceira da conferência na Nova SBE, cujo objetivo era debater, apresentar ideias e demonstrar em tempo real a ferramenta.</p>	<p><b>“GLEX Summit”</b></p> <p>A CNN Portugal voltou a ser media <i>partner</i> da Glex Summit, cimeira que reúne os maiores exploradores do planeta e os pioneiros da exploração espacial.</p>
<p><b>Prémios Investor Relations and Governance Awards (IRGA)</b></p> <p>A CNN Portugal foi media <i>partner</i> dos prémios, promovidos pela Deloitte, que reconhecem as organizações e personalidades que mais contribuíram para tornar o mercado mais eficiente, transparente, socialmente responsável e útil à economia e à sociedade portuguesa.</p>	<p><b>“EVOLVE – Digital Transformation Summit 2023”</b></p> <p>A CNN Portugal foi media <i>partner</i> da “EVOLVE – Digital Transformation Summit 2023”, que pretende dar visibilidade a casos de transformação digital protagonizados pelos principais líderes da economia nacional.</p>
<p><b>“Transatlantic Business Summit 2023”</b></p> <p>A CNN Portugal voltou a associar-se à “Transatlantic Business Summit 2023”, um encontro em que líderes, decisores e oradores de referência, portugueses e estrangeiros, se reúnem para ajudar a refletir sobre o mundo atual perspetivando o futuro, com um olhar nas relações transatlânticas.</p>	<p><b>“Portugal Smart Cities Summit 2023” e “Segurex”</b></p> <p>A CNN Portugal foi media <i>partner</i> das conferências na FIL que se tornou o ponto de encontro para as Smart Cities, nomeadamente governação, mobilidade, energias, IT &amp; IOT, <i>cyber security</i>, água, resíduos e ambiente, saúde e bem-estar.</p>
<p><b>“Eco Encontros”</b></p> <p>A AWAY, insígnia do Grupo na área da sustentabilidade, juntou-se ao El Corte Inglés para organizar Eco Encontros. Tais compreenderam num conjunto de conversas sobre as boas práticas empresariais na área da sustentabilidade, no papel preponderante das pessoas na mudança de hábitos, para a preservação da biodiversidade e redução de impacto nos ecossistemas.</p>	

A CNN através das CNN Summit e CNN In Focus tem vindo a afirmar-se como promotora de eventos relevantes que visam o debate de temas prementes na sociedade. Com o patrocínio e participação de diversas empresas nacionais de renome, assim como de associações relevantes e dos titulares das pastas governamentais, estes eventos têm vindo a ganhar relevo na promoção do debate e da informação em áreas cada vez mais pertinentes.

Em 2023 promoveu quatro eventos diretamente relacionados com as temáticas relativas ao ESG, nomeadamente:



	<p>Dedicado ao ESG e à Economia Circular, um tema pertinente que chega numa altura em que existem metas mais exigentes para transformações nas empresas do ponto de vista ambiental, social e corporativo.</p>
	<p>Este evento procurou debater os desafios que se colocam a Portugal na área da mobilidade sustentável, as oportunidades e novos modelos de negócio e compreender como as várias formas de mobilidade podem reinventar-se e ser complementares.</p>
	<p>Este evento propôs-se debater o tema das energias limpas, percebendo, por um lado, os investimentos que estão a ser feitos pelos principais <i>players</i> do setor, mas compreendendo também até que ponto as políticas públicas são hoje suficientes para alcançar as metas previstas para 2030 e 2050.</p>
	<p>Este evento propôs-se explorar o posicionamento do Governance na capacitação das empresas, sejam elas pequenas, médias ou familiares, compreender melhor a relevância do controlo de riscos ou a importância da escolha de administradores não executivos que possam ser verdadeiramente úteis às empresas</p>

O Grupo Media Capital envida ainda os seus esforços para a divulgação de entidades, projetos e eventos de cariz social, permitindo, a partir do seu alcance, dar uma maior visibilidade e potenciar o seu impacto.

<p style="text-align: center;"><b>Cáritas</b> Divulgação do Peditório Nacional.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Cruz Vermelha Portuguesa</b></p> <p>Divulgação da campanha de compra de vales alimentares com o intuito de angariar alimentos para que as mais de 150 delegações da Cruz Vermelha Portuguesa possam fazer os cabazes quinzenais e mensais aos beneficiários que apoiam.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV)</b></p> <p>Divulgação da campanha “Luta contra a Burla (Romântica)”.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Festival de Castelo Branco</b></p> <p>Divulgação do festival solidário, cujas receitas financiam o projeto da Instituição “4 Corações”, que leva refeições quentes às pessoas mais carenciadas.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Banco Alimentar</b></p> <p>Divulgação da campanha de recolha de alimentos.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Agência da ONU para os refugiados (ACNUR)</b></p> <p>Divulgação de campanha focada na crise climática e no seu impacto no agravamento da fome e no aumento de pessoas que vivem no limiar da pobreza.</p>

<b>“Todos os Passos Contam”</b>
Com o objetivo de doar um milhão de refeições a famílias necessitadas, a TVI associou-se, mais uma vez, à iniciativa que une a Galp e a Federação Portuguesa de Futebol.
<b>“A Ajuda Mora ao Lado”</b>
A TVI voltou a estar associada à Missão Continente que, em 2023, promoveu uma campanha assente na proximidade e que permitiu apoiar três instituições locais por loja, num total de 1000 em todo o país.
<b>“Festival Mais Solidário”</b>
Promovido pela associação Quatro Corações – divulgação do evento cujas receitas reverteram para o trabalho assistencial da associação no apoio a pessoas carenciadas.
<b>“Natal a Meias”</b>
A TVI e a Calzedonia juntaram-se, pela 6ª vez, para ajudar a Liga dos Bombeiros Portugueses. Nesta edição, o valor angariado foi de 263 000€, através da venda de mais de 105 mil pares de meias, o que se vai materializar em 3 ambulâncias e 180 fatos de combate a incêndios.
<b>“Wonderland Lisboa”</b>
No âmbito deste evento realizou-se a 8ª edição da ação “um presente a mais para quem tem menos”, que faz chegar um presente de Natal às crianças das instituições da Santa Casa da Misericórdia.
<b>“Há Festa no Hospital”</b>
Emissão especial com angariação de fundos para o Hospital D. Estefânia.

O Grupo Media Capital promove locais de índole cultural nas suas antenas em regime *pro bono*. Em 2023, o Grupo divulgou quatro peças de teatro que estiveram em exibição no Teatro da Trindade, com quem tem formalizada uma parceria. Além disso, foi também promotor do Dia Mundial do Teatro.

Adicionalmente, a cultura tem um papel fundamental no desenvolvimento das comunidades, pelo que o Grupo procura, através das suas atividades, promover diversas iniciativas e apoiar os responsáveis pelas mesmas, nomeadamente através da divulgação gratuita de conteúdos, anúncios e *endorsement* dos comunicadores.

A sua atividade principal permite a cobertura de acontecimentos de carácter cultural de relevo. Este foi o caso da Jornada Mundial da Juventude, evento religioso vocacionado para jovens católicos que trouxe milhares de pessoas a Lisboa, tendo sido um dos acontecimentos mais relevantes do ano tratado editorialmente pela TVI e CNN Portugal. O envolvimento do Grupo Media Capital exigiu uma mobilização de recursos humanos e técnicos de várias empresas do Grupo para permitir a transmissão nacional e internacional dos principais momentos do evento, tornando-se um marco para o Grupo em 2023.

Deve ser dado destaque também para o programa “Somos Portugal”, que percorre há 12 anos o país, levando aos espectadores da TVI e ao Digital as tradições, costumes, gastronomia e música popular, de centenas de localidades espalhadas de Norte a Sul, sem esquecer as Regiões Autónomas, que Portugal tem para oferecer, promovendo a cultura e economia local.

O Grupo Media Capital procurou promover a literacia e a cidadania, agindo de forma ativa na divulgação, promoção e acompanhamento de ações relevantes neste campo, sobretudo destinadas a um público-alvo mais jovem, com o objetivo de impactar a formação da sua consciência cívica.

Em 2023, a CNN Portugal foi *media partner* da conferência promovida pela Associação Corações com Coroa, com o tema "O Portugal que hoje somos e o país que queremos, num caminho com direitos para todas as pessoas, sem discriminação", com o intuito de promover uma reflexão do estado do país, tendo em conta as mudanças demográficas, políticas e sociais das últimas décadas, e perspetivar o futuro, na direção de uma efetiva igualdade de direitos e oportunidades.

Como já é regular, a TVI associou-se ao *Global Teacher Prize Portugal*, que contribui para o investimento na educação dos jovens e impactando também a sociedade como um todo.

Por último, destaca-se a colaboração do Grupo com a Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência, o Ministério da Educação e as Mentores Empreendedoras, que permitiu a criação de um programa que identificava os jovens que mais se superaram ao longo do ensino secundário e lhes proporcionava uma oportunidade de interagirem com figuras inspiradoras da sociedade portuguesa.

Iniciativas para os mais novos	
<p><b>"O Filho"</b></p> <p>A TVI foi <i>media partner</i> da peça de teatro "O Filho", que abordava a temática da depressão na adolescência.</p>	<p><b>Concerto Novo Futuro</b></p> <p>Divulgação de concerto solidário e da feira solidária Rastrillo.</p>
<p><b>"Campanha Dia das Acessibilidades"</b></p> <p>Divulgação da "Campanha Dia das Acessibilidades", da Associação Salvador, que procura sensibilizar a população para os obstáculos diários colocados a quem tem limitações físicas.</p>	<p><b>"Direitos ao Futuro"</b></p> <p>A CNN Portugal foi <i>media partner</i> do primeiro encontro da rede de escolas pelos Direitos das Crianças, através da conferência "Direitos ao Futuro", promovida pela <i>United Nations International Children's Emergency Fund (UNICEF)</i>.</p>
<p><b>"Campanha de Prevenção de Afogamentos em Crianças e Jovens"</b></p> <p>A TVI apoiou a Associação para a Promoção da Segurança Infantil (APSI), através de uma Campanha de Prevenção de Afogamentos em Crianças e Jovens.</p>	<p><b>"Leaders Gang"</b></p> <p>A TVI e CNN Portugal foram <i>media partners</i> do Leaders Gang, uma jornada transformadora e de superação que desenvolve competências essenciais para os próximos passos da vida dos participantes jovens adultos.</p>

## Impacto na cadeia de valor

O Grupo Media Capital depende dos seus fornecedores para manter o sucesso das suas operações, sendo estes uma parte fundamental da sua cadeia de valor. Embora o Grupo possa recorrer a fornecedores internacionais, procura priorizar a aquisição de produtos e serviços de fornecedores nacionais para apoiar a economia local e reduzir os impactos associados aos processos de compra.

<p><b>4 981</b></p> <p>Fornecedores em 2023</p>	<p><b>4 792</b></p> <p>Fornecedores locais em 2023</p>	<p><b>96%</b></p> <p>Fornecedores locais em 2023</p>	<p><b>96%</b></p> <p>Pagamentos a fornecedores locais em 2023</p>
-------------------------------------------------	--------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------

Adicionalmente, no decorrer de 2023, o Grupo Media Capital iniciou o desenvolvimento de um Portal de Fornecedores que tem como objetivo aumentar a transparência e eficiência na comunicação com os seus fornecedores, garantindo também o registo centralizado de todos os documentos e comunicações no âmbito de consultas ao mercado. A sua criação advém de uma necessidade de otimizar o processo logisticamente, assim como de responder a imposições legais.

Paralelamente, o Grupo teve a necessidade de implementar avaliações técnicas a terceiros relativamente a anti-corrupção e infrações conexas. Assim, o Portal de Fornecedores irá também funcionar como uma ferramenta de gestão de risco, dada a atualização do processo de registo e acreditação de fornecedores. Os fornecedores preencherão diretamente critérios qualitativos e quantitativos que permitem de uma forma célere e praticamente automática efetuar análises de risco.

O cadastro no Portal vincula os seus fornecedores aos demais protocolos internos, como é o caso do Código de Ética e Conduta e o Código de Compras, com vista ao seu alinhamento com os valores do Grupo Media Capital.

## 4.2. Comunicação

### Ética, Transparência, Regulação e Compliance

Enquanto entidade cotada o Grupo Media Capital tem a responsabilidade acrescida de agir de acordo com os interesses dos seus beneficiários, a sociedade, tendo ainda um dever fiduciário para com os seus acionistas. O setor de atuação da Media Capital é ainda amplamente regulado dada a elevada responsabilidade cívica implícita às atividades que desenvolve.

#### **Relação com entidades de Controlo**

O Grupo Media Capital, como os restantes operadores de meios de comunicação em Portugal, está sujeito a um conjunto de leis, regulamentos e diretivas que regulam a forma como devem ser conduzidas as operações.

As leis, regulamentos e diretivas em vigor disciplinam, entre outros aspetos, a emissão, renovação, transferência e propriedade de licenças de difusão televisiva e radiofónica, a calendarização e o conteúdo da programação televisiva e radiofónica, a calendarização e o montante de publicidade comercial que pode ser transmitida num dado período, e o conteúdo da publicidade comercial que pode ser transmitida ou exibida.

No Grupo Media Capital é assegurada a conformidade com as diversas obrigações legais e regulamentares aplicáveis estabelecidas pelo Estado e Entidades Reguladoras. O Grupo contribui e aposta no desenvolvimento do setor, em colaboração e parceria com as entidades responsáveis, designadamente a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (“ERC”), a Autoridade Nacional da Comunicações (“ANACOM”) e o Instituto do Cinema e do Audiovisual, bem como com a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (“CMVM”), a Autoridade de Concorrência e a Direção-Geral do Consumidor.

A atividade económica da TVI é objeto de fiscalização por parte de várias entidades, incluindo reguladores setoriais e gerais, órgãos da administração pública e autoridades judiciais, pelo que, de modo a melhor corresponder às expectativas por parte destas entidades, assegura a existência de mecanismos para o efeito como se apresenta de seguida.

Destaca-se por último, a validação da licença do serviço de programas “TVI”, na qual se reconhece o cumprimento das obrigações aplicáveis a este serviço de programas desde a anterior renovação, verificada em 2007. A licença do serviço de programas foi renovada, mais recentemente, em 2022 para mais 15 anos, vigorando até 2037.

#### **Atividade de reporte à Entidade Reguladora para a Comunicação Social**

Anualmente, são comunicadas à ERC, as informações relativas à titularidade, gestão e meios de financiamento das empresas que, no Grupo Media Capital, desempenham atividades de comunicação social (TVI e Media Capital Digital).

No âmbito da sua atividade, a ERC comunicou à TVI a abertura de 29 novos procedimentos (oficiosamente ou na sequência de queixas apresentados por visados ou por espectadores), relacionados com a atividade e com a respetiva programação e seus conteúdos, que não resultaram na abertura de qualquer processo de contraordenação, em 2023.

A ERC notificou a TVI de deliberações de abertura de três processos contraordenacionais. Durante 2023, a TVI foi condenada em três contraordenações, sendo que todas levaram ao pagamento de coimas, por contraprogramação, publicidade não identificada e por incumprimento de acessibilidade na programação.

Durante o ano de 2023, no âmbito da fiscalização para verificação do cumprimento das obrigações relativas à acessibilidade das emissões televisivas de pessoas com necessidades especiais não foram instaurados procedimentos com fundamento em irregularidades.

A ERC é também responsável por resolver conflitos sobre negações de direito de resposta ou pedido de retificação de informação e/ou notícias veiculadas nas emissões televisivas. No ano de 2023 foram apresentados sete recursos junto da ERC, dos quais resultaram duas decisões de condenação da TVI, tendo os restantes sido objeto de arquivamento ou de deliberação de improcedência por parte a ERC. Adicionalmente, foi emitido um direito de resposta por decisão adotada pela ERC na sequência de um recurso apresentado em 2022, que apenas teve decisão em 2023.

### **Mecanismos internos**

O Grupo acompanha e monitoriza os casos que possam surgir relativamente a práticas não conformes com os seus princípios e valores, de acordo com o estabelecido no **Código de Ética e Conduta**. Este mecanismo foi revisto em 2023 com o objetivo de incorporar sanções por incumprimento. No decorrer de 2023, foi também, revista e publicada a **Política de Comunicação de Irregularidades**.

#### **0 casos de corrupção**

registados em 2023

**0 ações judiciais** relativas a comportamentos anti concorrenciais, *antitrust* e práticas de monopólio em 2023

O **Canal de Denúncias** é um instrumento crítico para recolher as preocupações éticas dos *stakeholders* internos e externos. Com o intuito de facilitar a gestão, tratamento de incidentes e situações irregulares, o seu funcionamento foi revisto em 2023, dando cumprimento à legislação em vigor.

O Grupo Media Capital caracteriza-se por ser uma entidade sujeita a muita exposição, o que intensifica a necessidade de existirem processos de filtragem e avaliação de denúncias concisos, que permitam uma análise interna mais proativa. O Canal de Denúncias, gerido por uma empresa externa e independente, assegura privacidade e anonimato total durante todo o

processo, de acordo com a legislação aplicável. Após receção da denúncia a entidade avalia o seu conteúdo e classifica-as como “enquadrada” ou “não enquadrada”, de acordo com os seus termos de aplicação.

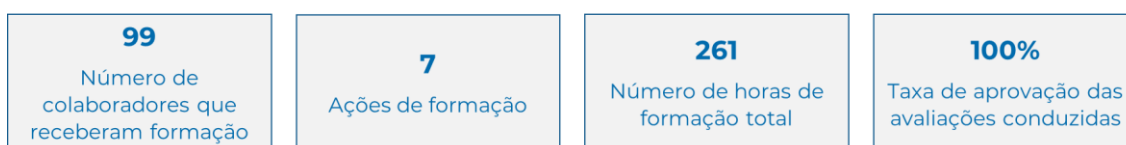
No caso de ser catalogada como “não enquadrada” é realizado um contacto direto com o denunciante. As denúncias “enquadradas” são tratadas pela Direção de Auditoria Interna, que realiza o procedimento de avaliação e investigação com o devido sigilo. Todas as denúncias enquadradas são devidamente analisadas e investigadas, sendo desenvolvido um relatório que documenta a investigação e respetiva conclusão. Adicionalmente, a informação consolidada sobre este mecanismo é disponibilizada ao Conselho Fiscal e à Administração.

Apesar da operacionalização deste canal próprio para a comunicação de denúncias, o Grupo continua a recebê-las por outras vias, nomeadamente, e-mail, chamadas telefónicas e mensagens. Não obstante de constituírem comunicações descentralizadas, o Grupo não deixa de dar sequência às situações comunicadas através destes meios, desenvolvendo uma investigação interna e cumprindo os prazos e o tratamento legal previsto.

Em 2023 foi publicado o **Plano de Prevenção da Corrupção e Infrações Conexas** do Grupo Media Capital, no âmbito da adoção da Estratégia Nacional Anticorrupção 2020-2024. Este Plano atende aos requisitos legais, e aprimora a gestão dos riscos ligados à corrupção e suborno e aborda os temas de cibersegurança no contexto do Grupo. Mais informação sobre o desempenho associado à cibersegurança pode ser encontrado no capítulo "4.3 Digital".

Salvaguardando o conhecimento dos mecanismos e políticas existentes, o Código de Ética e Conduta, o Canal de Denúncias e o Plano de Prevenção e Corrupção e Infrações Conexas, estão disponíveis tanto no *site* do Grupo Media Capital como na Intranet. Adicionalmente, foram desenvolvidos vídeos de sensibilização partilhados nas plataformas internas.

Paralelamente, foram conduzidas sessões de formação que abordam os três mecanismos mencionados para os departamentos de *Procurement*, Recursos Humanos, Financeiro, Controlo de Gestão, assim como para todos os colaboradores com cargos de direção. O Grupo pretende alargar o espetro de colaboradores que recebem as ações de sensibilização deste âmbito, no decorrer de 2024.



## Proteção da Propriedade Intelectual e Direitos de Autor

Os conteúdos produzidos e transmitidos são da responsabilidade exclusiva do Grupo Media Capital. Face ao alcance do Grupo, existe um risco elevado de disseminação desses conteúdos por entidades externas sem o devido direito, sendo este um tema de especial relevância no universo de atuação do Grupo.

O Grupo tem implementadas um conjunto de normas, princípios e diretrizes que promovem o respeito pelos direitos de autor e outros ativos de propriedade intelectual (marcas, nomes comerciais, desenhos, patentes e modelos de utilidade). Para tal recorre a políticas internas, nomeadamente, à **Política de Proteção de Propriedade Industrial** e à **Política Empresarial de Propriedade Intelectual**, sendo esta aplicável a todos os colaboradores do Grupo e pretende proteger os ativos e a própria reputação do Grupo Media Capital.

A **Política Empresarial de Propriedade Intelectual** vincula a conduta do Grupo Media Capital à correta implementação da proteção, exploração e defesa dos Direitos de Propriedade Intelectual do Grupo e a aquisição e exploração de Direitos de Propriedade Intelectual de Terceiros por Unidades do Grupo.

Simultaneamente o Grupo contribui para a AudioGest e Sociedade Portuguesa de Autores (SPA), através das remunerações pagas a título de Direitos de Autor e Conexos.

## Ética Jornalística e Responsabilidade Editorial

A difusão de informação gera efeitos que se propagam por toda a sociedade. Tendo clara noção do papel crítico que desempenha na sociedade, o Grupo Media Capital tem como base da sua matriz de atuação a ética e responsabilidade editorial, com especial ênfase nas equipas jornalísticas e editoriais que diariamente informam os cidadãos.

A organização estrutural existente e a experiência das equipas permitem assegurar os elevados padrões de qualidade e rigor jornalístico, combatendo o impulso de emitir uma notícia o mais rápido possível. Está estabelecido um processo interno de validação de fontes e aprovação do conteúdo jornalístico que é essencial para a fiabilidade da informação transmitida.

No âmbito deste processo, realizam-se diariamente reuniões de equipa na Direção de Informação, onde são discutidos conteúdos noticiosos abordados na véspera e se define a abordagem para o dia em questão através das diferentes plataformas, sempre com respeito pelos princípios da ética e responsabilidade editorial. A supervisão do processo é assegurada por, pelo menos, um dos Diretores responsáveis.

A TVI tem o seu próprio Conselho de Redação, um órgão fiscalizador que se encarrega de escrutinar os conteúdos e a estratégia jornalística. Adicionalmente, considerando o risco inerente a cada tipo de fonte de informação é despoletado um processo de validação do conteúdo noticioso.



No caso de fontes de informação indiretas existe um esforço acrescido para cruzar a informação obtida com outras fontes oficiais.

A adoção dos “*Standards and Practices*” da CNN Internacional, um dos órgãos informativos mais respeitados em todo o mundo, consequência da introdução do canal CNN Portugal, reforçou os sistemas internos que asseguram a responsabilidade editorial do Grupo Media Capital.

Enquadrado com as imposições legais, a TVI garante que os seus jornalistas são portadores da Carteira Profissional de Jornalista ou do Título Provisório de Estagiário, atestando a sua acreditação.

De modo a assegurar um pleno alinhamento com tendências e exigências do setor, o Grupo e as suas empresas são associados de organizações setoriais de especialidade e subscrevem as principais iniciativas coletivas nesta temática em Portugal.



De forma a promover a responsabilidade editorial das equipas foram ministradas formações no tema do impacto da IA no Jornalismo, bem como formações técnicas na área de *Analytics* e SEO (*Search Engine Optimization*). Estas formações resultam da colaboração com parceiros externos, tais como o Google e a *Acceleration* e do *know-how* de colaboradores internos dirigidas a colaboradores, jornalistas e produtores diretamente envolvidos na produção de conteúdos com propriedades digitais.

## Qualidade e Acessibilidade dos Conteúdos

Ciente da responsabilidade que a atividade de produzir e difundir conteúdos engloba, o Grupo procura garantir que parte significativa dos seus conteúdos estão acessíveis a todos os espectadores.

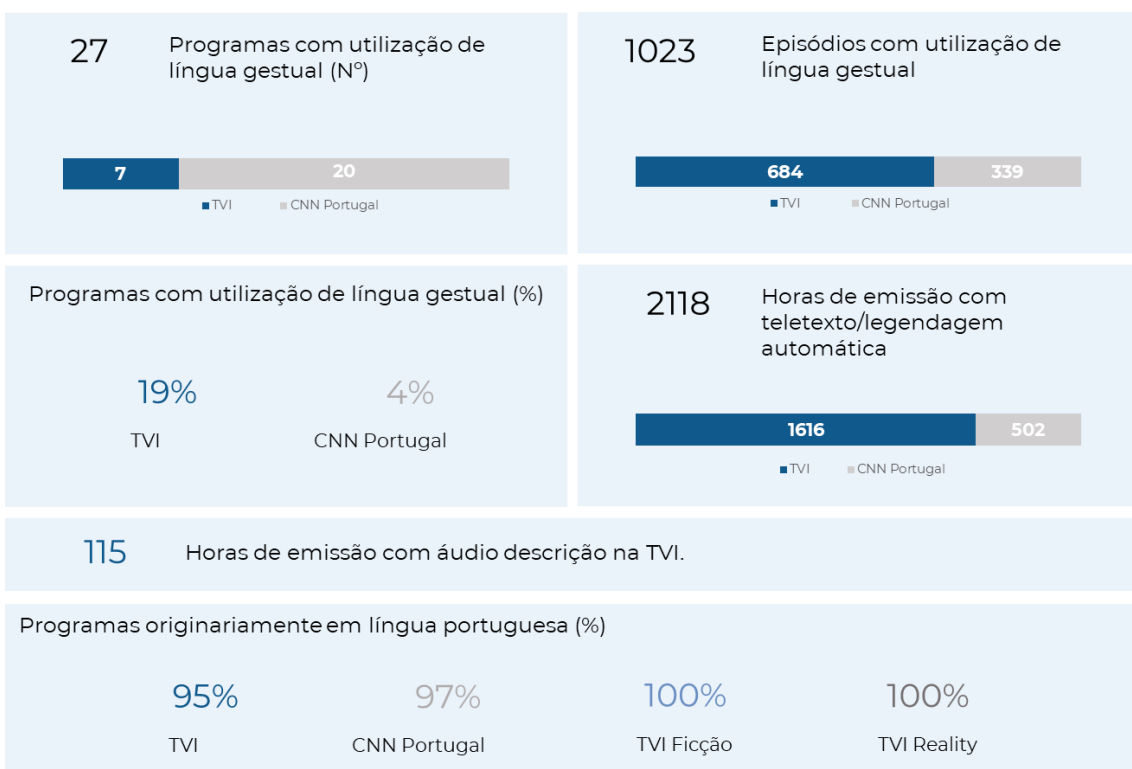
A acessibilidade inclui não só a participação de pessoas com deficiência, como também a consideração das suas condicionantes, nomeadamente através da integração de legendas nos programas e a utilização de linguagem gestual em benefício do público com limitações auditivas.

Em 2023, o Grupo continuou a reforçar a programação com suporte de linguagem gestual, com áudio descrição e legendagem em teletexto nos programas da TVI e CNN Portugal, nomeadamente os programas noticiosos.

O ano de 2023, fica marcado pela evolução na disponibilização de conteúdos em linguagem gestual, tendo sido registado um aumento de aproximadamente 10% de episódios com utilização da linguagem gestual. Paralelamente, foi registado um aumento de programas que recorrem à

utilização de linguagem gestual totalizando, em 2023, 23% (TVI e CNN Portugal), comparativamente com aproximadamente 17%, em 2022.

Adicionalmente, o número de horas de emissão com teletexto ou legendagem automática, aumentou cerca de 22%, face ano anterior de reporte.




Quanto à proteção de audiências sensíveis, nomeadamente crianças e jovens, a Comissão Multidisciplinar Interna do Grupo é responsável pela classificação etária da programação. Em simultâneo, a TVI assegura a classificação etária da sua emissão e a marcação da mesma, através de simbologias definidas em sede de autorregulação, para destacar determinadas características de certos programas, como é o caso de comunicações comerciais audiovisuais associadas e a sua classificação etária.

## Reputação e Valorização da Marca

Assegurar a valorização da marca é fundamental para garantir que as atividades de televisão e produção audiovisual têm o efeito desejado nos consumidores e na comunidade, seja no contexto informativo, cultural ou de entretenimento. Desta forma, o Grupo procura desenvolver conteúdos relevantes para os espectadores e alinhados os seus princípios da organização, trabalhando em conjunto com parceiros e entidades que se regem pelos mesmos valores.

Em 2023, o grupo de canais TVI lideraram com 19,5% *share* (mais 0,8 pontos percentuais que os seis canais que compreendem a sua concorrência direta), representando um valor sólido no encerramento do ano.

				
Share (%)	14,4	3,0	1,2	1,0
Audiência média por dia	307 mil	64 mil	27 mil	20 mil
Audiência média em <i>prime-time</i>	688 mil	90 mil	33 mil	35 mil
Portugueses impactados todos os dias	3,3 milhões	2 milhões	394 mil	433 mil

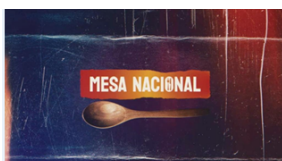
No mesmo ano, a TVI foi considerada a marca digital líder, tendo todos os meses o conjunto de *websites* e aplicações da TVI, TVI Player, CNN Portugal e SELFIE liderado em Portugal com mais de 4 milhões de utilizadores por mês.

TVI é a marca de media com mais seguidores no Facebook, Youtube e TikTok

VERSA é a marca de media de *lifestyle* que mais cresce em Facebook e Instagram

Aplicação móvel TVI Reality passa 1M de utilizadores registados

O elevado número de espectadores reforça a responsabilidade que o Grupo detém, sendo a relevância da divulgação de conteúdos responsáveis uma missão cada vez mais enaltecida. No âmbito da criação e divulgação de conteúdos responsáveis, em 2023 destaca-se:



O programa **"Mesa Nacional"**, da TVI, venceu o prémio AHRESP de melhor projeto média, sendo considerado pelo público como a iniciativa que mais contribuiu para divulgar a restauração em Portugal.



Finalista

A Última Fronteira

País: Portugal  
Média: CNN Portugal

O documentário da CNN Portugal **"A Última Fronteira"**, do jornalista André Carvalho Ramos e com imagem de André Lico, David Luz e Nuno Assunção, foi nomeado para os prestigiados prémios Gabo 2023, que reconhecem o melhor do jornalismo ibero-americano.

Este documentário foi ainda nomeado para os prestigiados prémios Gold Nymph Awards, do Festival de Televisão de Monte Carlo, no Mónaco.



SÉRGIO FURTADO

PRÉMIO  
MÁRIO MESQUITA  
2024



A Sociedade Portuguesa de Autores (SPA) distinguiu o repórter da CNN Portugal Sérgio Furtado com o **Prémio Mário Mesquita**. Com esta distinção, a SPA pretende homenagear a comunicação social de qualidade e em particular os jornalistas que deixam uma obra de qualidade no espaço mediático português



PRÉMIOS  
ANAM  
2023

Associação Nacional de Assembleias Municipais distingui Paulo Salvador, jornalista da TVI, pela reportagem **"Felizes para lá dos montes"**, com autoria do mesmo, imagem de Ricardo Ferreira e edição de João Ferreira.



A TVI foi premiada em várias categorias nos "Prémios Escolha do Consumidor 2023", que determinam o grau de satisfação e aceitabilidade dos consumidores em relação a uma determinada marca. Com este anúncio de vencedores a TVI foi reconhecida pelo seu valor pelos portugueses.

"Goucha", "Festa é Festa" e "Somos Portugal" foram premiados com os troféus o **"Melhor Programa da Tarde"**, o **"Melhor Série de Ficção Nacional"** e a **"Melhor Programa de Entretenimento ao Domingo"**, respetivamente

## 4.3. Digital

### Segurança e Proteção de Dados

A evolução da digitalização vem acompanhada de acrescidos riscos para os potenciais crimes *online* e ciberataques<sup>3</sup>. Assim, de forma a proteger os dados das organizações e dos consumidores, torna-se crucial a implementação de estratégias de cibersegurança que previnam, detetem e remediem tais riscos. O Grupo Media Capital lida com um volume considerável de dados, recorrendo cada vez mais à tecnologia para a gestão da sua informação, mas também para o desenvolvimento dos seus negócios, crescentemente alavancados em formatos digitais. Esta evolução exige a implementação de um quadro de segurança capaz de garantir a integridade, disponibilidade, confidencialidade e controlo de acesso aos seus ativos de informação e dos serviços prestados. Por este motivo, têm sido feitos investimentos significativos no que se refere à cibersegurança e segurança da informação.

O **Plano de Prevenção de Riscos de Corrupção e Infrações Conexas**, criado em 2023, segue as melhores práticas relacionadas com a proteção de dados para a promoção, controlo e redução do risco.

Paralelamente, o Grupo desenvolveu iniciativas em prol do reforço da gestão da proteção de dados e cibersegurança e da minimização dos riscos associados a estes temas, seguindo um caminho que já vinha percorrendo nos anos anteriores.

Investiu-se no reforço da capacidade de deteção, de resposta a incidentes, e de identificação e correção de vulnerabilidades em tempo real, segundo as matrizes MITRE, com o objetivo de priorizar a minimização dos riscos. Também com este intuito, o Grupo desenvolveu ainda um conjunto de conteúdos formativos focados na sensibilização para estes temas, para posterior facilitação de ações formativas em 2024.

Foi efetuado um reforço do modelo de governação da segurança da informação e da proteção de dados pessoais, com um maior envolvimento dos diversos *stakeholders* internos, mediante ações geridas e analisadas pelo **Comité de Risco**.

De forma a assegurar o cumprimento das exigências legais relativas à proteção de dados pessoais, o Grupo Media Capital realizou um trabalho de consultoria em regime permanente para melhoria dos processos internos e documentos associados ao cumprimento das exigências legais em matéria de proteção de dados pessoais. Além disso, o Grupo foi alvo de um processo de auditoria de segurança da informação para avaliar os níveis de conformidade com a Diretiva NIS2<sup>4</sup>.

**0 casos de não conformidade com a segurança dos dados**

registados em 2023

<sup>3</sup> S&P Global (2023) - Sustainability Yearbook.

<sup>4</sup> Diretiva (UE) 2022/2555.

## Inovação, Digital e Tecnologia

As formas de consumo de conteúdos audiovisuais transversais têm impulsionado a transformação digital das atividades do Grupo Media Capital. Para o Grupo, conteúdo de qualidade significa que, além de entreter e ser devidamente elaborado, deve refletir os seus valores e ser considerado seguro e confiável pelo público. Este conteúdo é produzido com foco nas necessidades do público, promovendo a melhoria contínua da experiência do utilizador.

Dando continuidade à estratégia de atualização tecnológica contínua, foram executados diversos projetos de inovação e desenvolvimento tecnológico e foram desenvolvidas e implementadas novas soluções que permitem melhorar os fluxos de informação digital e a sua distribuição multiplataforma.

### Inovação dirigida ao consumidor

- Implementação de *apps smart-tv* LG e Samsung para a aplicação TVI Player
- Desenvolvimento de *workflows* e processos técnicos ágeis para disponibilização de arquivos ao público em via digital
- Desenvolvimento de presença digital em Metaversos
- Desenvolvimento da *app* da CNN Portugal com a disponibilização áudio da emissão
- Desenvolvimento e integração de pagamentos MB Way para o clube Morangos com Açúcar

### Inovação para melhoria do desempenho do Grupo Media Capital

- Integração de metodologias ágeis nos processos de organização das redações, como a robotização dos estúdios e a adaptação de cenários mistos, a partir de *Lead Walls*
- Integração de ferramentas de Inteligência Artificial em várias tarefas técnicas e de criação ou concepção de conteúdos
- Desenvolvimento e integração de solução FAST Channels com parceiro VESET
- Desenvolvimento de soluções de inserção publicitária em *streaming*
- Desenvolvimento de *wallets* e criação de NFTs
- Agilização e desenvolvimento de processo de reuniões virtuais com parceiros comerciais e internos

## 4.4. Ambiente

### Gestão Responsável de Recursos

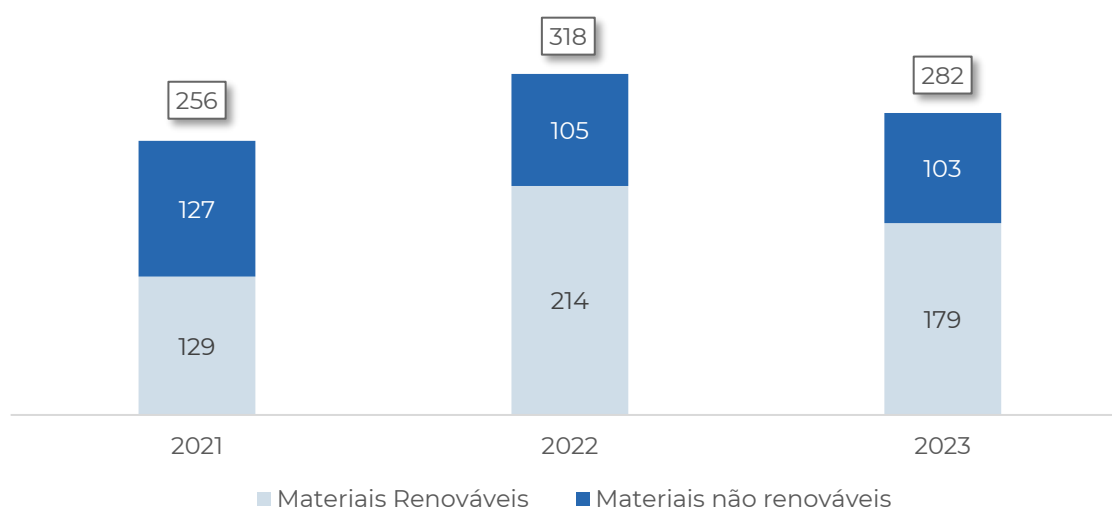
As atividades desenvolvidas pelo Grupo Media Capital, em particular na produção de cenários, requerem um consumo de materiais contínuo e como consequência uma produção de resíduos significativa. Neste sentido, o Grupo Media Capital reconhece a importância de promover uma gestão eficiente dos recursos que utiliza, de modo a reduzir o desperdício e caminhar para uma economia mais circular.

#### Materiais

No Grupo Media Capital a produção de conteúdos depende de um consumo de materiais renováveis (como madeiras e papel) e não renováveis (como ferro, alumínio e plástico). Assim, o desenvolvimento de iniciativas de redução do consumo e reutilização de materiais é decisivo para a redução dos impactos ambientais negativos associados às suas atividades.

Neste sentido, o Grupo tem vindo a promover a reutilização de materiais de natureza renovável e não renovável na construção dos cenários, bem como a reutilização de adereços e elementos cenográficos em diversas produções (a este propósito ver o ponto referente a Resíduos).

**Materiais consumidos por natureza (t)**



Em 2023, foram consumidas 282 toneladas de materiais, registando uma diminuição do consumo em 11% face a 2022. Esta diminuição está diretamente relacionada com as medidas implementadas que promovem que, durante o desmantelamento dos cenários, as madeiras e produtos metálicos são reaproveitados ou reinstalados em novos cenários. Adicionalmente, o Grupo Media Capital obteve ainda uma redução significativa do consumo de papel de escritório face a 2022 (- 36%).

Quanto à natureza dos materiais utilizados, em 2023, o Grupo continuou a registar uma maior utilização de materiais de origem renovável, em peso, totalizando um consumo de 179 toneladas. Em 2023, cerca de 64% dos materiais consumidos foram materiais renováveis, nomeadamente madeira para cenários e papel para utilização no escritório.

**64%** dos materiais consumidos foram renováveis

### Consumo de materiais (t)



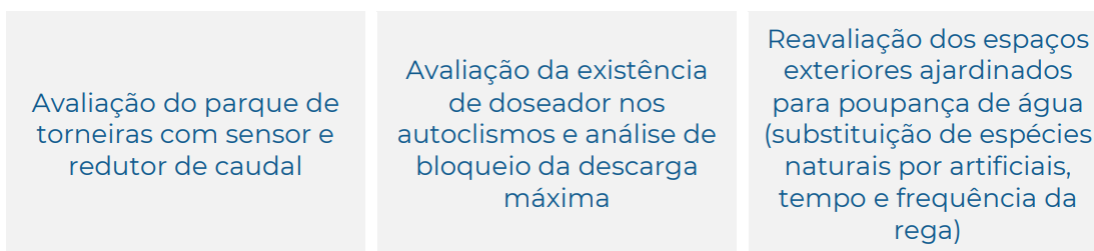
Relativamente aos materiais não renováveis, foi registada uma redução, em comparação com 2022, no consumo de ferro (- 24%) e um aumento no consumo de alumínios (+ 230%) e plásticos (+ 33%), decorrente do aumento da produção.

No âmbito do exercício deste ano, foram retiradas as tintas e colas do consumo global, visto que estas não são atualmente contabilizadas numa unidade de peso, impossibilitando a sua agregação com os restantes materiais. No entanto, no presente ano de reporte foi observada uma diminuição de 19 % no consumo de tintas e um aumento de 26 % no consumo de colas.

### Água

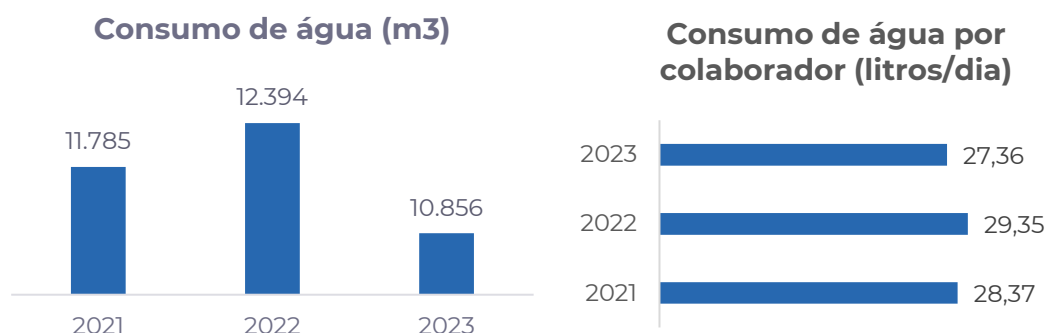
No âmbito do consumo de água, o Grupo Media Capital reconhece a importância de uma gestão e consumo responsável deste recurso, cada vez mais escasso para a sociedade. Deste modo, mesmo considerando que a sua atividade não exige um consumo intensivo de água, o Grupo tem implementadas medidas de controlo e melhoria da eficiência do consumo de água nas suas instalações, nomeadamente:





No Grupo, a água consumida é essencialmente proveniente da rede pública, uma vez que é utilizada sobretudo para consumo humano, sendo neste caso o seu tratamento assegurado pelas entidades com responsabilidade pelo saneamento urbano.

Em 2023 registou-se uma diminuição de cerca de 12% no consumo total de água, que resulta sobretudo das medidas implementadas. Observando os valores de consumo de água por colaborador, verifica-se uma diminuição de 7% face ao ano anterior.



Ao nível da rejeição de água, existe uma estação de tratamento de águas residuais (ETAR) na Quinta dos Melos (instalações dos estúdios de produção da Plural), cujas descargas são sujeitas a análises de qualidade, fiscalizadas regularmente pela Agência Portuguesa do Ambiente (APA). A gestão da ETAR é da responsabilidade do Grupo Media Capital, tendo a Plural já feito investimentos no arejamento/oxigenação das lamas.

## Resíduos

Gerir de forma responsável os recursos utilizados é também assegurar a gestão eficaz dos resíduos gerados pelas atividades. Neste âmbito, o Grupo assume o compromisso de gerir adequadamente os seus resíduos, com vista à redução do volume de resíduos gerados e valorização dos que não podem ser evitados.

Para tal, têm sido implementadas diversas medidas, de entre as quais se destaca, nas atividades de produção, a construção de cenários por módulos “TIPO”, que são aproveitados entre produções, potenciando substancialmente a redução de resíduos que resultam no final de cada produção. Complementarmente, os resíduos produzidos pelas empresas do Grupo são devidamente separados e recolhidos por empresas certificadas.

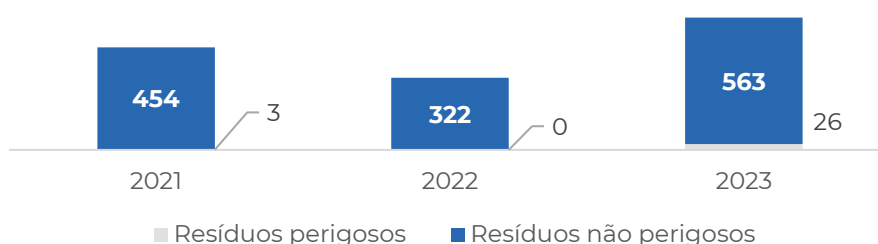
Em 2023 a atividade do Grupo gerou 589 toneladas de resíduos, das quais 563 corresponderam a resíduos não perigosos e as restantes 26 a resíduos perigosos.

<b>RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS</b> 563 t			
Resíduos urbanos e equiparados (t)	Resíduos de construção (t)	Madeira (t)	Outros resíduos não perigosos (t)
441	43	20	59
			Vidro (t)
			6

<b>RESÍDUOS PERIGOSOS</b> 26 t	
Resíduos metálicos contaminados com substâncias perigosas (t)	Outros resíduos perigosos (t)
24	2

**Resíduos gerados por perigosidade (t)**



O Grupo tem continuado o seu esforço na implementação de medidas que promovam a redução de resíduos, sobretudo nas instalações da Quinta dos Melos. Estas medidas, têm sido desenvolvidas em parceria com a Câmara Municipal de Loures que forneceu ecopontos, que foram distribuídos pelo local.

Complementarmente, tem sido promovida a diminuição do consumo de plásticos de utilização única, nomeadamente através da abolição dos copos de plástico e da troca da palamenta e copos de água para papel ou bambu.

## Redução da Pegada de Carbono das Operações

A produção de conteúdos audiovisuais é caracterizada pela dependência de tecnologia com consumos energéticos significativos, seja pela iluminação de estúdios, como pela dependência transversal de eletricidade no meio da produção audiovisual, ou pela necessidade de deslocação frequente nos diversos meios de transporte. Estes consumos intensivos de energia traduzem-se em impacte ambiental, e quando associados à queima de combustíveis fósseis, provocam o agravamento das alterações climáticas.

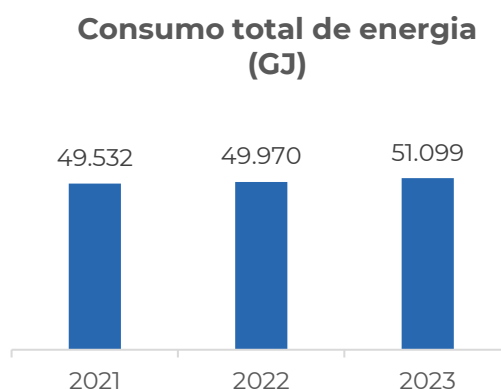
Assim, no Grupo Media Capital é assumida a preocupação em garantir a promoção da eficiência energética como forma prioritária de minimizar a sua pegada de carbono.

### Eficiência Energética

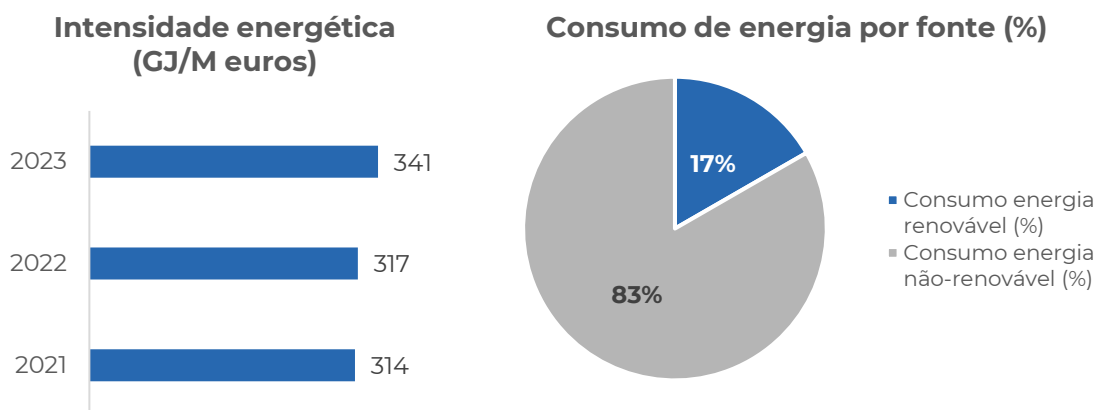
Garantir o consumo responsável de energia nas atividades do Grupo passa por promover medidas que visem a eficiência energética, otimizando o consumo necessário à produção. Nesse sentido, a abordagem do Grupo para este tema encontra-se estruturada em três pilares:

<b>Racionalização do consumo:</b> realização das operações de consumo intenso nas horas de maior produção e com tarifas mais económicas	<b>Validação da qualidade energética:</b> emissão de alertas automáticos sempre que os parâmetros de qualidade ultrapassam os <i>standards</i> pré-definidos	<b>Alerta de anomalias:</b> emissão de alertas automáticos aos responsáveis operacionais, sempre que são verificadas indisponibilidades ou anomalias, permitindo uma intervenção imediata
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Em 2023 as atividades do Grupo consumiram um total de 51.099 GJ de energia, verificando-se um aumento de 2% face a 2022. A intensidade energética teve um aumento 8% face ao ano anterior. O aumento percentual superior na intensidade energética deve-se à diminuição de 5% do volume de negócios face a 2022.



Esta redução deve-se essencialmente à diminuição nas receitas de publicidade, devido à redução geral do mercado de publicidade, em resultado da crise económica despoletada pelo conflito na Europa e as medidas de contenção da inflação.



### CONSUMO TOTAL DE ENERGIA 51.099 GJ

Combustíveis – frota (GJ)	Combustíveis – infraestruturas (GJ)	Eletricidade (GJ)
23.514	75	27.510

O principal consumo de energia provém do consumo de eletricidade (54% do consumo total de energia) e corresponde maioritariamente à utilização de equipamentos técnicos dos estúdios, iluminação, equipamentos informáticos e ar condicionado. Neste contexto, têm sido consistentemente implementadas medidas que promovem a redução do consumo de energia, nomeadamente:

Substituição de tubos fluorescentes para LED	Colocação de mais detetores de movimento e luminosidade	Sensibilização junto das equipas operacionais de estúdio para desligar iluminação de cenários e <i>vídeo Wall</i> nos estúdios
Continuação das medidas implementadas em 2022 na área de AVAC, com recurso a ventilações naturais e recurso aos sistemas de gestão de funcionamento de todas a máquinas		Monitorização diária do <i>freecooling</i> das UTAS dos estúdios, redação e salas de bastidores

No que se refere aos consumos energéticos decorrente da utilização de combustíveis em 2023, estes incidiram maioritariamente na frota própria do Grupo, pelo consumo de gasóleo e gasolina. O consumo de combustível na frota própria aumentou 1%, face ao ano anterior. Ao nível das infraestruturas, o consumo de combustíveis em fontes estacionárias diminuiu em 68% face ao ano anterior, decorrente da redução da utilização de geradores estacionários, iniciada em 2022.

Durante o ano de 2023 o GMC reforçou a comunicação interna com vista à sensibilização e adoção de regras de condução com vista à diminuição de consumos da sua frota automóvel.

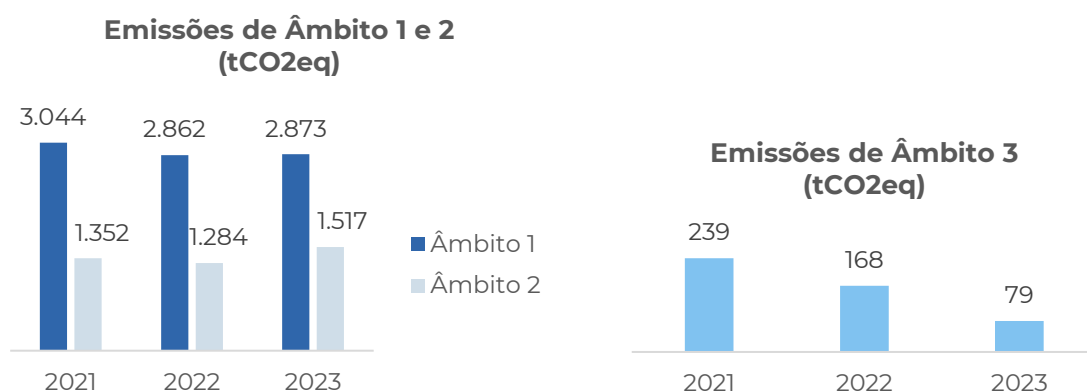
Ainda neste âmbito, iniciou também um estudo e plano para renovação de frota que resultará na substituição gradual de veículos a combustão por veículos elétricos e/ou híbridos.

### Alterações Climáticas

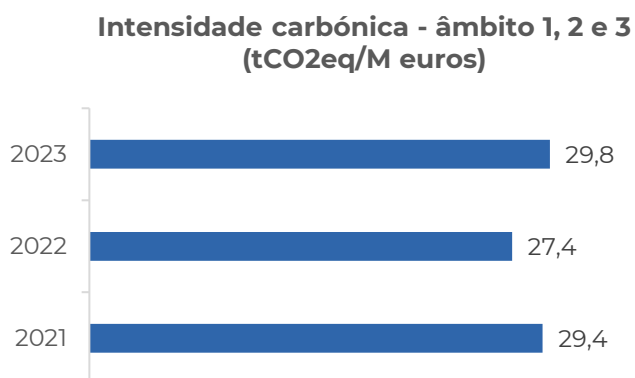
Consciente da importância das alterações climáticas e da responsabilidade global e individual de contribuir para a mitigação das mesmas, o Grupo Media Capital procura implementar as medidas possíveis para reduzir ou mitigar os impactos decorrentes da sua atividade.

Neste sentido, o Grupo realiza anualmente o seu inventário corporativo de emissões de gases com efeito de estufa (GEE), contabilizando as emissões diretas (âmbito 1), indiretas (âmbito 2) da sua atividade e emissões associadas à sua cadeia de valor (âmbito 3), atualmente apenas referente às deslocações de avião dos colaboradores.

Em 2023 o Grupo emitiu um total de 4.469 tCO<sub>2</sub>eq, das quais 64% correspondem a emissões de âmbito 1, 34% de âmbito 2 e as restantes de âmbito 3. Conforme se registou em anos anteriores, a maioria das emissões de GEE são emissões diretas da atividade, nomeadamente o consumo de combustíveis da frota, consumo de combustíveis nas infraestruturas e emissões fugitivas das recargas de gases fluorados.



As emissões totais de GEE em 2023 aumentaram 4% em comparação com o ano anterior. Contudo, nas emissões de âmbito 3, associadas às deslocações de avião dos colaboradores, verificou-se uma redução significativa de 53%. Esta relevante diminuição deve-se a uma racionalização das deslocações para o estrangeiro em 2023. Comparativamente a 2022 – ano que teve uma cobertura intensa no estrangeiro, como por exemplo na guerra na Ucrânia ou nas cerimónias fúnebres da Rainha Isabel no Reino Unido – verificou-se a necessidade de menos deslocações.



No que diz respeito à intensidade das emissões, indicador que relaciona as emissões de CO<sub>2</sub>eq com o volume de negócios do Grupo, registou-se um aumento de 9%, resultado da combinação do aumento de atividade de produção, e da redução do volume de negócios.

## 5. Taxonomia

### Âmbito da Taxonomia

No âmbito do Pacto Ecológico Europeu<sup>5</sup>, torna-se necessário maximizar o investimento em projetos e atividades sustentáveis, de forma a cumprir os objetivos climáticos e ambientais estabelecidos para 2030 e 2050. Com este intuito, a Comissão Europeia introduziu a Taxonomia Ambiental, estabelecendo assim um sistema de classificação de atividades económicas sustentáveis. Esta introdução não só permite uma maior transparência na divulgação de informação de sustentabilidade e a redução do *greenwashing*, mas também o redirecionamento dos fluxos de capital para projetos e atividades consideradas sustentáveis.

A divulgação da Taxonomia Ambiental, prevista no Regulamento (UE) 2020/852 em 22 de junho de 2020, impõe o cumprimento dos seguintes critérios para que uma atividade seja considerada sustentável:

1. Contribuir para um ou mais dos seguintes objetivos:
  - Mitigação das alterações climáticas;
  - Adaptação às alterações climáticas;
  - Utilização sustentável e proteção dos recursos hídricos e marinhos;
  - Transição para a economia circular;
  - Prevenção e controlo da poluição;
  - Proteção e restauro da biodiversidade e dos ecossistemas.
2. Estar em conformidade com os critérios técnicos de avaliação;
3. Não causar danos significativos a nenhum dos outros objetivos ambientais (“*Do No Significant Harm – DNSH*”);
4. Assegurar as salvaguardas mínimas.

O reporte da Taxonomia Ambiental do Grupo Media Capital seguiu a *framework* de aplicação do Regulamento mencionado. O exercício apresentado tem em conta o Ato Delegado do Clima<sup>6</sup> que estabelece o primeiro conjunto de atividades económicas, associadas ao objetivo da Mitigação das alterações climáticas e da Adaptação às alterações climáticas, e respetivos critérios técnicos de avaliação. Paralelamente, foi seguido o Regulamento Delegado (UE) 2021/2178 da Comissão de 6 de julho de 2021, cujo objetivo é estabilizar a metodologia para cumprir com as obrigações de divulgação impostas. Note-se que, de acordo com o Artigo 10º deste último regulamento, o Grupo Media Capital é obrigado a reportar os indicadores-chave de desempenho (KPIs) – Volume de Negócios, CapEx e OpEx -, acrescido de quaisquer informações qualitativas que acompanhem os termos dos Anexos I e II do Regulamento. O Ato Delegado Complementar<sup>7</sup> veio adicionar, ao leque de atividades dos dois objetivos apresentados, atividades

---

<sup>5</sup> Pacote de iniciativas estratégicas que têm como objetivo potenciar a transição ecológica na União Europeia e alcançar a neutralidade climática até 2050.

<sup>6</sup> Regulamento Delegado (UE) 2021/2139 da Comissão de 4 de junho de 2021

<sup>7</sup> Regulamento Delegado (UE) 2022/1214 da Comissão de 9 de março de 2022

relacionadas com o gás natural e energia nuclear, tendo também sido analisado para a avaliação da elegibilidade e alinhamento do Grupo.

Para o desenvolvimento do exercício do presente ano foram ainda analisados o Ato Delegado do Ambiente<sup>8</sup>, assim como as emendas ao Ato Delegado do Clima<sup>9</sup>, que estabelecem um conjunto de atividades económicas mais alargados, associadas aos restantes objetivos e que incluem a revisão dos Atos apresentadas inicialmente.

No presente ano de reporte, de acordo com o previsto no Regulamentos da Taxonomia Ambiental, o Grupo Media Capital tem a obrigatoriedade de divulgação de elegibilidade para todos os objetivos do regulamento e o alinhamento para os dois objetivos climáticos.

Tendo presente a informação acima descrita, e de forma a dar cumprimento aos requisitos da Taxonomia Ambiental Europeia, o Grupo Media Capital apresenta de seguida a informação relativa ao exercício de elegibilidade e alinhamento.

## **Análise de Elegibilidade**

De forma a avaliar a elegibilidade das atividades do Grupo Media Capital, o exercício incluiu uma análise das atividades do Grupo tendo em conta as descrições presentes na Taxonomia Ambiental. Em 2023, foram consideradas as atividades associadas à completude dos seis objetivos, climáticos e ambientais.

Após uma análise preliminar tendo em contas as descrições das atividades, apenas foram identificadas atividades associadas ao objetivo de “Adaptação às alterações climáticas”, como potencialmente elegíveis.

Neste âmbito, foram avaliadas especificações das atividades podendo estas ser alocadas a um de dois grupos – atividades de adaptação ou capacitantes. Para que as de adaptação possam ser consideradas elegíveis é necessário que as empresas apresentem uma avaliação da vulnerabilidade e de riscos climáticos (“CRVA”), assim como, um plano de despesas para a implementação de soluções de adaptação<sup>10</sup>. No caso das capacitantes esta especificação não se verifica.

São consideradas atividades capacitantes aquelas que potenciam diretamente a contribuição de outras atividades para um ou mais objetivos sem resultar numa dependência de ativos que possa comprometer as metas ambientais a longo prazo e, simultaneamente, ter um impacte positivo considerável no ambiente.

---

<sup>8</sup> Regulamento Delegado (UE) 2023/2486 da Comissão de 27 de junho de 2023

<sup>9</sup> Regulamento Delegado (UE) 2023/2485 da Comissão de 27 de junho de 2023

<sup>10</sup> Comunicação da Comissão sobre a interpretação de certas disposições jurídicas do Regulamento Delegado Divulgado de Informações nos termos do artigo 8.º do Regulamento Taxonomia da EU relativo à comunicação de informações sobre atividades económicas e ativos elegíveis de 6 de outubro de 2022



Deste modo, no decorrer do exercício foram consideradas como elegíveis apenas atividades associadas ao objetivo de “Adaptação às alterações climáticas” com a possibilidade de serem categorizadas como atividades capacitantes.

Adicionalmente, de forma a precaver o risco da dupla contabilização, a alocação dos valores inerentes ao KPI apenas está associada a uma das atividades elegíveis.

Desta forma, foram consideradas elegíveis para o Grupo Media Capital as seguintes atividades:

<b>N.º</b>	<b>Atividade</b>	<b>Descrição da atividade do Grupo Media Capital</b>
8.3.	Atividades de programação e radiodifusão	As atividades do Grupo incluem a criação de conteúdos ou a aquisição do direito de distribuição de conteúdos e, subseqüentemente, a sua difusão, nomeadamente programas de televisão, espetáculos, notícias, entrevistas, entre outros, incluindo a radiodifusão de dados tipicamente integrados nas emissões de televisão. Abrangem também a compra e a venda de filmes ou outros direitos de distribuição de produções cinematográficas.
13.1.	Atividades criativas e artes e espetáculos	As atividades do Grupo, aqui associadas, incluem a prestação de serviços a clientes no domínio cultural e dos espetáculos. Abrangem a produção e promoção, bem como a participação em espetáculos, eventos ou manifestações ao vivo para exibição pública e oferta de competências artísticas, criativas ou técnicas para a produção de produtos artísticos e de espetáculos ao vivo.
13.3	Atividades de produção de filmes, vídeos e programas de televisão, gravação de som e edição musical	O Grupo tem atividade de produção cinematográfica (para projeção em transmissão televisiva), as atividades de apoio como a edição, corte ou dobragem, a distribuição de filmes e outras produções cinematográficas para outras indústrias e a projeção de filmes ou de outros produtos cinematográficos. Estas atividades incluem ainda a gravação de som, nomeadamente a produção de gravações originais de áudio, a sua colocação no mercado, promoção e distribuição, a edição musical e os serviços de gravação de som em estúdio ou noutros locais.

## Análise de Alinhamento

### Critérios Técnicos de Avaliação e Critérios DNSH

O Grupo Media Capital procedeu à avaliação do alinhamento para as suas atividades elegíveis. Assim, de forma a determinar a Contribuição Substancial (CS) de cada atividade, teve em conta os critérios técnicos de avaliação impostos pelo Ato Delegado do Clima previstos.

No caso das atividades elegíveis do Grupo, e considerando a sua natureza, a Taxonomia Ambiental não apresenta critérios de DNSH para a avaliação do potencial impacto negativo nos demais objetivos. Por este motivo não é apresentada uma avaliação extensiva desta componente.

As três atividades em análise – “Atividades de programação e radiodifusão”; “Atividades criativas e artes e espetáculos” e “Atividades de produção de filmes, vídeos e programas de televisão, gravação de som e edição musical” - apresentam o mesmo grupo de critérios técnicos de avaliação, pelo que a avaliação destas está consolidada na tabela apresentada.

Critério	Descrição (não exaustiva)	Análise de alinhamento
CS	<p>Adoção de soluções de adaptação que reduzam substancialmente os riscos físicos associados ao clima com relevância para a atividade.</p> <p>Os riscos físicos com relevância para a atividade devem ter sido identificados com base no Apêndice A, através de uma identificação exaustiva dos riscos climáticos e avaliação de vulnerabilidade.</p> <p>As projeções climáticas e avaliação de impactos devem ser baseadas em boas práticas e orientações disponíveis, em consonância com o Painel Intergovernamental sobre as Alterações Climáticas e as publicações científicas mais recentes.</p> <p>Para a atividade ser considerada capacitante, as organizações devem demonstrar, a partir de uma avaliação dos riscos climáticos, que a sua tecnologia, produto, serviço, informação ou prática aumenta o nível de resiliência aos riscos físicos ou contribuir para os esforços de adaptação associados ao clima de outras pessoas, da natureza, dos ativos e de outras atividades económicas.</p>	<p>Segundo o Apêndice A, para uma atividade cumprir com o CS, deve existir uma identificação exaustiva dos riscos climáticos materiais e avaliação de vulnerabilidade (CRVA), acompanhada de um plano para implementação de soluções de adaptação. Em 2023, o Grupo Media Capital ainda não dispõe de uma avaliação formal de riscos climáticos, impossibilitando a categorização das atividades quer como alinhadas, quer como atividades capacitantes, o que não invalida a sua possibilidade futura.</p>

## Salvaguardas Mínimas Sociais

De forma a existir alinhamento, o Grupo Media Capital tem de assegurar o cumprimento das Salvaguardas Mínimas, de acordo com o artigo 18º da Taxonomia Ambiental.

Para tal, a entidade deve garantir o alinhamento com:

- as Diretrizes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) para as empresas Multinacionais;
- os Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos, incluindo os princípios e os direitos estabelecidos nas oito convenções fundamentais identificadas na Declaração da Organização Internacional do Trabalho relativa aos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho;
- a Carta Internacional dos Direitos Humanos.

As salvaguardas mínimas devem ser avaliadas ao nível dos Direitos Humanos, Concorrência Justa, Corrupção e Tributação, de acordo com o *Final Report On Minimum Safeguards*<sup>11</sup>, publicado pela Plataforma de Finanças Sustentáveis da Comissão Europeia, em outubro de 2022. É crucial que as organizações garantam a existência de procedimentos adequados de identificação, prevenção, mitigação e reparação contínua dos impactos negativos relevantes, reais e potenciais ao longo de toda a sua cadeia de valor.

## Direitos Humanos

O método de atuação do Grupo Media Capital rege-se pelo seu **Código de Ética e de Conduta**, sendo que este se aplica a todas as pessoas que trabalhem para o Grupo Media Capital, independentemente da responsabilidade que exerçam e da modalidade contratual que determina a sua relação com o Grupo, sendo aplicável aos colaboradores independentes. O âmbito de aplicação do Código de Ética e de Conduta estende-se a terceiros, nomeadamente a fornecedores.

No caso dos membros do Conselho de Administração, o Código deverá ser interpretado de acordo com o **Regulamento do Conselho de Administração do Grupo Media Capital** e as regras e códigos em vigor nas restantes sociedades em que estes exerçam funções.

O Código é divulgado a todos os profissionais, sendo que estes se comprometem a cumprir com os princípios descritos, sendo este vinculativo. Adicionalmente, o Código de Ética e de Conduta encontra-se passível de consulta pública, a partir do *site* do Grupo Media Capital, sendo a Direção de Recursos Humanos responsável pela divulgação, quer interna quer externa.

A revisão do Código é da responsabilidade da Direção Jurídica, sendo que este é revisto de três em três anos, tendo sido revisto em 2023, e no caso de

---

<sup>11</sup> Comunicação da Comissão sobre a interpretação e aplicação de determinadas disposições jurídicas do Regulamento Taxonomia e as ligações com o Regulamento de Divulgação de Finanças Sustentáveis (SFDR), de 16 de junho de 2023.

existirem alterações nas atribuições ou na estrutura do Grupo que assim o justifiquem.

O Grupo Media Capital compromete-se a atuar com base no respeito pela diversidade, direitos de cada pessoa e não discriminação em função do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, deficiência, idade, orientação sexual ou nacionalidade. Este dever é enaltecido com o desenho, em 2023, do **Plano para a Igualdade de Género 2024**, assim como pela correlação com a CITE, como descritos no capítulo “Sobre o Nosso Desempenho nas Pessoas”.

É imperativo que dentro do clima organizacional seja assegurado que não existam comportamentos que comprometam a dignidade dos seus profissionais. Desta forma, é categórico que todos os profissionais sejam tratados de forma justa e exista igualdade de oportunidades, sendo que para tal dispõem do seu **Modelo de Gestão de Desempenho**.

O Código de Ética e de Conduta pauta ainda o processo de contratação de fornecedores e colaboradores independentes, visto que estes deverão ser desenvolvidos com imparcialidade e objetividade. O método de seleção deve ter por base critérios de qualidade e de custo, evitando conflitos de interesse e preferências injustificadas. O **Portal de Fornecedores** em desenvolvimento irá vincular os fornecedores aos demais protocolos internos, como é o caso do **Código de Ética e Conduta** e o **Código de Compras**.

Por último, todos os indivíduos e entidades abrangidas pelo Código de Ética e Conduta, têm a obrigação de denunciar qualquer tipo de conduta ilícita, irregular ou contrária aos valores expressos no Código, tendo para esse efeito o **Canal de Denúncias** à sua disposição, de acordo com o procedimento estabelecido na **Política de Comunicação de Irregularidades do Grupo Media Capital**.

Note-se que, durante o ano de 2023, não foram registados quaisquer casos de discriminação ou de violação dos Direitos Humanos.

A Taxonomia impõe ainda a existência de um processo de *Due Dilligence* (DD), caracterizado pela sua integração nas políticas da organização e pela identificação e avaliação dos impactos negativos, nomeadamente recorrendo ao envolvimento com os seus *stakeholders*. Adicionalmente, devem existir ações de prevenção, mitigação e resolução de impactos adversos, assim como uma monitorização da sua implementação e resultados subsequentes. A abordagem de *Due Dilligence* de Direitos Humanos da organização deve também ser publicamente comunicada. Por fim, devem ser estabelecidos mecanismos de reporte dos impactos negativos apurados no âmbito desta natureza, ou cooperar para a averiguação de possíveis soluções.

O Grupo Media Capital, no exercício do presente ano não dispôs das ferramentas indicadas para que possa estar em completa concordância com as imposições de uma DD tal como prevista pela Taxonomia Ambiental. Tal é visto como uma oportunidade para um futuro próximo, com um preponderante efeito no alinhamento do Grupo.

## Concorrência Justa, Corrupção e Tributação

O Código de Ética e de Conduta determina também o comportamento do Grupo em matéria de Corrupção, Tributação e Concorrência Justa.

Através deste Código, Grupo compromete-se a concorrer nos mercados de forma leal e sem recurso a publicidade enganosa, nem difamatória da concorrência ou de terceiros. A obtenção de informações de terceiros, incluindo informações da concorrência, é forçosamente realizada de forma legal. Desta forma, o Grupo Media Capital responsabiliza-se a promover a livre concorrência, tendo em vista o benefício dos seus clientes, dos telespectadores e do público em geral. Adicionalmente, o Grupo garante a inexistência de uma conduta que constitua ou possa constituir um conluio, abuso ou restrição de concorrência.

Conforme descrito no capítulo “Sobre o Nosso Desempenho na Comunicação”, foi publicado o **Plano de Prevenção da Corrupção e Infrações Conexas**, permitindo responder aos requisitos legais, e aprimorar a gestão de riscos ligados à corrupção e suborno. A criação do **Portal dos Fornecedores** a implementar em 2024, descrito no capítulo “Sobre o Nosso Desempenho nas Pessoas”, irá permitir uma avaliação do risco de corrupção e de infrações conexas mais expedita e confiável. O Grupo conta também com o **Canal de Denúncias** como uma ferramenta para a gestão do tema.

Em 2023, não foram registados casos de corrupção nem ações judiciais relativas a comportamentos anti concorrenciais, *antitrust* e práticas de monopólio.

No que se refere às temáticas fiscais, o Grupo encontra-se abrangido pela legislação fiscal portuguesa, conforme descrito no **Relatório e Contas**.

O Grupo assegura o cumprimento da tributação vigente através da função do Contabilista Certificado, e particularmente do Responsável Técnico, registado como tal na Ordem dos Contabilistas Certificados.

A **Política de Delegação de Competências do Grupo** define a atribuição de autonomia, para que os Contabilistas Certificados exerçam as suas funções na organização dentro do cumprimento escrupuloso do código deontológico pelo qual se regem, tendo como princípios base o cumprimento das obrigações fiscais.

O Grupo centralizou as funções de apoio aos negócios, nomeadamente financeira, contabilística e fiscal em unidades de serviços partilhados, as quais concentram os conhecimentos técnicos e a especialização necessária, sendo independentes das empresas a quem prestam serviços.

Os processos de controlo interno relacionados com a temática da tributação prendem-se com o exercício de funções dos Serviços Partilhados Financeiros, e o cumprimento das responsabilidades estabelecidas contratualmente, assegurando a conformidade dos negócios com as regras contabilísticas e fiscais. Os Serviços Partilhados também recorrem a apoio de consultores fiscais externos, para suporte técnico e revisão de questões fiscais complexas.

De acordo com as inspeções fiscais ou correções tributárias, no decorrer de 2023, não foram apresentados casos de incumprimento com as imposições tributárias vigentes. Existem processos ativos decorrentes de inspeções fiscais do passado aos exercícios de 2006 a 2014, conforme descrito nas notas 12. Imposto sobre o rendimento, 26. Provisões e Perdas por Imparidade Acumuladas, e 32. Passivos Contingentes das Notas Anexas às Demonstrações Financeiras Consolidadas do Grupo.

### Indicadores de Desempenho

A Taxonomia Ambiental impõe a divulgação KPIs específicos - a proporção do seu volume de negócios (*turnover*), a proporção das suas despesas de capital (CapEx) e a proporção das suas despesas operacionais (OpEx) – seguindo as normas estipuladas no Regulamento e fazendo a correlação com as demonstrações financeiras.

Para garantir consistência com o Relato Financeiro, o presente exercício, foi conduzido com base nos mesmos princípios contabilísticos, sendo estes os *International Financial Reporting Standards* (“IFRS”) emitidos pelo *International Accounting Standards Board* (“IASB”), tal como adotados pela União Europeia, e em vigor a 1 de janeiro de 2023, e com as interpretações do *International Financial Reporting Interpretation Committee* (“IFRIC”), para aprovação e publicação nos termos da legislação em vigor.

A tabela seguinte demonstra um resumo dos KPIs associados às atividades e respetivas proporções das atividades elegíveis e alinhadas do Grupo Media Capital em 2023, seguindo os pressupostos mencionados ao longo deste capítulo.

KPI	Proporção de atividades económicas alinhadas na taxonomia (%)	Proporção de atividades económicas elegíveis na taxonomia (%)
Turnover	0 %	97,79 %
CapEx	0 %	91,82 %
OpEx	0 %	88,97 %

Maior detalhe do processo de avaliação de KPIs, encontra-se presente no Capítulo “Notas Taxonomia”.

Durante o ano de 2024 o Grupo Media Capital irá continuar a acompanhar os desenvolvimentos regulatórios do Regulamento da Taxonomia da UE, nomeadamente eventuais publicações ou ajustes aos atos delegados, melhorando continuamente o exercício conduzido.

## 6. Sobre o Relatório

O Grupo Media Capital publica o seu sétimo Relatório de Sustentabilidade, um documento que representa o exercício anual de publicação de um relatório de informação não financeira, que apresenta o desempenho de sustentabilidade consolidado das empresas do Grupo Media Capital.

### Âmbito, período e estrutura de reporte

A informação apresentada no Relatório inclui no seu âmbito todas as empresas que compõem o Grupo Media Capital (a este propósito ver capítulo 2. Sobre o Grupo Media Capital).

O presente Relatório corresponde à demonstração não financeira consolidada do Grupo Media Capital relativa ao ano de 2023, no formato de relatório separado, alinhado com o artigo 508º G do Código das Sociedades Comerciais e dá resposta ao Decreto-Lei n.º 89/2017, que transpõe a Diretiva 2014/95/EU, conforme ilustrado através da Tabela GRI/ Decreto-Lei n.º 89/2017 em anexo.

Os dados do presente relatório referem-se ao desempenho das empresas do Grupo Media Capital, sendo a informação apresentada consistente com a ação das empresas que consolidam financeiramente, entre 1 de janeiro de 2023 e 31 de dezembro de 2023, coincidindo com o período de reporte financeiro do grupo. Sempre que relevante é apresentada informação relativa ao desempenho dos anos anteriores, permitindo apresentar a evolução do progresso do Grupo. A informação apresentada pode ser ainda complementada pela informação disponível no Relatório e Contas 2023 e pelo Relatório de Governo de Sociedade.

### Verificação Externa

O Relatório de Sustentabilidade 2023 do Grupo Media Capital e a informação nele apresentada não foi sujeito a verificação externa por uma entidade independente.

### Contactos

Para qualquer esclarecimento relativo à informação apresentada no presente relatório, contacte:

Olívia Mira – CFO  
[ormira@mediacapital.pt](mailto:ormira@mediacapital.pt)

### Consultoria técnica

O presente Relatório de Sustentabilidade teve apoio de consultoria técnica da Ernst & Young Audit & Associados - SROC, S.A..

## Anexos

### Indicadores ESG

#### Indicadores Económicos

- 201-1 | Valor económico direto gerado e distribuído
- 2-21 | Rácio de remuneração anual total
- 201-4 | Apoio Financeiro significativo recebido do estado
- 202-1 | Rácios do salário de entrada padrão por sexo, em comparação com o salário mínimo local
- 202-2 | Proporção de membros da Alta Direção contratados na Comunidade local em unidades operacionais relevantes
- 204-1 | Proporção de despesas com fornecedores locais em unidades operacionais relevantes

#### Valor económico direto gerado e distribuído

	Unidade	2021	2022	2023	Varição 22/23
<b>201-1   Valor económico direto gerado e distribuído</b>					
Volume de Negócios	€	156.985.050	157.418.789	149.727.800	-5%
Outros Rendimentos	€	754.753	383.465	1.126.920	+194
<b>Valor Económico Gerado</b>	<b>€</b>	<b>157.739.804</b>	<b>157.802.254</b>	<b>150.854.720</b>	<b>-4%</b>
Custos operacionais	€	103.112.840	102.532.359	95.094.200	-7%
Salários e benefícios a colaboradores	€	47.089.662	47.796.172	46.330.259	-3%
Distribuição de dividendos	€	0	9.972.555	3.549.553	-64%
Pagamentos ao estado	€	0	0	0	-
Donativos e outros investimentos na comunidade	€	38.109	27.550	47.420	+72%



<b>Valor Económico Distribuído</b>	€	150.240.611	160.328.636	145.021.432	-10%
<b>Valor Económico Acumulado</b>	€	7.499.193	-2.526.382	5.833.288	-331%

### Rácio de remuneração anual total

	2021	2022	2023
<b>2-21   Rácio de remuneração total anual</b>			
Rácio de remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e remuneração total anual média dos colaboradores (excluindo o mais bem pago)	12,89	12,79	11,15
Rácio entre o aumento percentual na remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e o aumento percentual médio na remuneração total anual de todos os colaboradores (excluindo o mais bem pago)	-	0,49	-1,87

### Apoio Financeiro significativo recebido do estado

	Unidade	2021	2022	2023
<b>201-4   Apoio Financeiro significativo recebido do estado</b>				
Subsídio Instituto do Cinema e do Audiovisual ("ICA") de incentivo à Produção Cinematográfica e Audiovisual - Contrato de concessão de incentivo n° 28/2023	€	0	0	149.000

## Rácios do salário de entrada padrão por sexo, em comparação com o salário mínimo local

	Unidade	2021		2022		2023	
		H	M	H	M	H	M
<b>202-1   Rácios do salário de entrada padrão por sexo, em comparação com o salário mínimo local</b>							
Salário mínimo mais baixo praticado pelo grupo Media Capital	€	665	665	719	705	760	760
Salário mínimo nacional	€	665	665	705	705	760	760
Rácio entre o salário de entrada mais baixo e o salário mínimo	-	1,00	1,00	1,02	1,00	1,00	1,00
Salário médio de entrada	€	1.347	1.354	1.357	1.634	1.056	1.183
Rácio de salário de entrada entre mulheres e homens	-		0,995		0,830		0,892
Percentagem de trabalhadores que recebem o salário mínimo	-	-	-	-	-	0,8%	0,2%

## Proporção de membros da Alta Direção contratados na Comunidade local em unidades operacionais relevantes

	Unidade	2021	2022	2023	Varição 22/23
<b>201-2   Proporção de membros da Alta Direção contratados na Comunidade Local em unidades operacionais relevantes</b>					
Percentagem de gestores de topo com origem em Portugal	%	100%	100%	100%	0%

## Proporção de despesas com fornecedores locais em unidades operacionais relevantes

	Unidade	2021	2022	2023	Varição 22/23
<b>204-1   Proporção de despesas com fornecedores locais em unidades operacionais relevantes</b>					
Total de Fornecedores	Nº	4.928	5.194	4.981	-4%
Fornecedores Nacionais	Nº	4.714	5.039	4.792	-5%
Percentagem de fornecedores nacionais	%	95,7%	96,0%	96,2%	0%
Pagamentos a fornecedores	€	119.416.924	114.290.032	107.748.876	-6%
Pagamentos a fornecedores locais	€	116.280.445	108.860.987	102.947.408	-5%
Percentagem de pagamentos a fornecedores locais	%	97,4%	95,2%	95,5%	0%

### Indicadores Sociais

- 2-7 | Colaboradores
- 2-8 | Trabalhadores que não são colaboradores
- 2-30 e 102-41 | Acordos de negociação coletiva
- 401-1 | Novas contratações e taxa de rotatividade
- 401-3 | Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género
- 403-9 | Acidentes de trabalho
- 404-1 | Media de horas de formação anual por colaborador, género e categoria funcional
- 405-1 | Diversidade dos órgãos de governação e dos colaboradores
- 405-2 | Rácio do salário base e remuneração entre mulheres e homens

## Colaboradores e trabalhadores que não são colaboradores

2-7 Colaboradores  2-8 Trabalhadores que não são colaboradores	2021			2022			2023		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Total	687	518	<b>1.205</b>	628	441	<b>1.069</b>	642	445	<b>1.087</b>
<b>Tipo de trabalho</b>									
Full-time	686	516	<b>1.202</b>	628	440	<b>1.068</b>	642	444	<b>1.086</b>
Part-time	1	2	<b>3</b>	0	1	<b>1</b>	0	1	<b>1</b>
<b>Tipo de contrato</b>									
Contratos sem termo (efetivos)	484	342	<b>826</b>	443	297	<b>740</b>	500	323	<b>823</b>
Contratos a termo certo	203	176	<b>379</b>	185	144	<b>329</b>	142	122	<b>264</b>
<b>Tipo de horário</b>									
Flexível	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
Fixo	210	146	<b>356</b>	177	80	<b>257</b>	172	78	<b>250</b>
Isenção de horário	477	372	<b>849</b>	451	361	<b>812</b>	470	367	<b>837</b>
<b>Faixa etária</b>									

Entre os 18 e os 34 anos	168	154	<b>322</b>	162	131	<b>293</b>	166	144	<b>310</b>
Entre os 35 e os 44 anos	213	163	<b>376</b>	176	133	<b>309</b>	148	104	<b>252</b>
Entre os 45 e os 54 anos	245	166	<b>411</b>	233	142	<b>375</b>	260	156	<b>416</b>
Entre os 55 e os 64 anos	58	33	<b>91</b>	55	34	<b>89</b>	66	40	<b>106</b>
Com mais de 65 anos	3	2	<b>5</b>	2	1	<b>3</b>	2	1	<b>3</b>

### Antiguidade

Até 1 ano	168	162	<b>330</b>	123	73	<b>196</b>	127	95	<b>222</b>
De 1 a 3 anos	80	50	<b>130</b>	148	123	<b>271</b>	151	123	<b>274</b>
De 3 a 8 anos	67	38	<b>105</b>	58	40	<b>98</b>	65	38	<b>103</b>
De 8 a 15 anos	120	81	<b>201</b>	92	59	<b>151</b>	76	46	<b>122</b>
Mais de 15 anos	252	187	<b>439</b>	207	146	<b>353</b>	223	143	<b>366</b>
Nº de diferentes nacionalidades	7	6	<b>13</b>	22	6	<b>28</b>	18	7	<b>25</b>
Nº de colaboradores com deficiência	5	9	<b>14</b>	5	10	<b>15</b>	5	8	<b>13</b>

Trabalhadores que não são colaboradores	227	265	309
-----------------------------------------	-----	-----	-----

### Acordos de negociação coletiva

2-30 e 102-41   Acordos de negociação coletiva	Unidade	2021	2022	2023
Colaboradores sindicalizados	Nº	49	63	57
	%	4%	6%	5%

### Novas contratações e taxa de rotatividade

401-1   Novas contratações e taxa de rotatividade		2021	2022	2023	Variação 22/23	
Total	Total de entradas	400	235	281	+20%	
	Total de saídas	295	230	261	+13%	
	Taxa de entrada	33,2%	22,0%	25,9%	+18%	
	Taxa de rotatividade	24,5%	21,5%	24,0%	+12%	
Entradas	Gênero	Mulher	190	98	129	+32%
		Homem	210	130	152	+17%
	Idade	Com menos de 30 anos	167	75	104	+39%
		Entre os 30 e os 50 anos	210	140	140	0%

		Com mais de 50 anos	23	22	37	+68%
Saídas	Género	Mulher	99	106	121	+14%
		Homem	196	124	140	+13%
	Idade	Com menos de 30 anos	61	67	69	+3%
		Entre os 30 e os 50 anos	180	117	159	+36%
		Com mais de 50 anos	54	46	33	-28%

### Taxa de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género

401-3 Taxa de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género	2021			2022			2023			Var. 22/23
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total	
N.º de colaboradores com direito a licença parental no período	687	518	1 205	628	441	1 069	642	445	1 087	+2%
N.º de colaboradores que usufruíram da licença parental	36	34	70	25	12	37	23	12	35	-5%
N.º de colaboradores que regressaram após a licença parental	30	32	62	25	10	35	23	12	35	0%

N.º de colaboradores que permaneceram mais de 12 meses na Organização após a licença parental	30	32	62	25	10	35	22	11	33	-6%
Taxa de retorno após licença	83%	94%	89%	100%	83%	95%	100%	100%	100%	+6%
Taxa de retorno 12 meses após a licença	100%	100%	100%	100%	100%	100%	96%	92%	94%	-6%

## Acidentes de trabalho

	2021	2022	2023	Varição 22/23
<b>403-9   Acidentes de trabalho</b>				
Colaboradores do Grupo Media Capital				
N.º de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	12	11	37	+236%
N.º de acidentes de trabalho de consequência grave	0	0	1	-
N.º de óbitos relacionados com o trabalho	0	0	0	-
Horas trabalhadas	2.332.880	2.069.584	2.104.432	+2%



Rácio de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	5,14	5,32	17,58	+231%
Rácio de acidentes de trabalho de consequência grave	0	0	0,475	-
Rácio de óbitos relacionados com o trabalho	0	0	0	-
Trabalhadores que não são colaboradores do Grupo Media Capital				
N.º de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	-	-	0	-
N.º de acidentes de trabalho de consequência grave	-	-	0	-
N.º de óbitos relacionados com o trabalho	-	-	0,0%	-
Horas trabalhadas	439.472	513.040	598.224	+17%
Rácio de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	-	-	0	-
Rácio de acidentes de trabalho de consequência grave	-	-	0	-
Rácio de óbitos relacionados com o trabalho	-	-	0	-

## Média de horas de formação anual por colaborador, género e categoria funcional

		2021	2022	2023	Varição 22/23
<b>404-1   Media de horas de formação anual por colaborador, género e categoria funcional</b>					
Género	Mulher	0,44	1,23	1,70	+38%
	Homem	0,59	1,60	4,40	+175%
Categoria Profissional	Pessoal diretivo	0,72	1,50	6,40	+327%
	Quadro intermédios	5,68	4,35	3,61	-17%
	Pessoal técnico qualificado	1,40	1,30	4,00	+209%
Total		1,56	1,45	4,06	+180%

## Diversidade dos órgãos de governação e dos colaboradores

2021		2022		2023		Variação 22/23	
H	M	H	M	H	M	H	M

### 405-1 | Diversidade dos órgãos de governação e dos colaboradores

#### Número de colaboradores, por género

Pessoal direto	33	16	21	11	22	9	5%	-18%
Quadro intermédios	30	24	33	18	35	17	6%	-6%
Pessoal técnico qualificado	624	478	574	412	585	419	2%	+2%
<b>Total</b>	<b>687</b>	<b>518</b>	<b>628</b>	<b>441</b>	<b>642</b>	<b>445</b>	<b>2%</b>	<b>+1%</b>

#### Percentagem de colaboradores, por género

Pessoal direto	67%	33%	66%	34%	71%	29%	-11%	+36%
Quadro intermédios	56%	44%	65%	35%	67%	33%	-9%	+14%
Pessoal técnico qualificado	57%	43%	58%	42%	58%	42%	-6%	+8%
<b>Total</b>	<b>57%</b>	<b>43%</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>	<b>-7%</b>	<b>+10%</b>

2021			2022			2023			Variação 22/23		
<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50

#### 405-1 | Diversidade dos órgãos de governação e dos colaboradores

##### Número de colaboradores, por faixa etária

Pessoal direto	-	-	-	-	-	-	14	17	-	-	-
Quadro intermédios	-	-	-	-	-	-	8	26	18	-	-
Pessoal técnico qualificado	-	-	-	-	-	-	182	619	203	-	-
<b>Total</b>	-	-	-	-	-	-	<b>190</b>	<b>659</b>	<b>238</b>	-	-

##### Percentagem de colaboradores, por faixa etária

Pessoal direto	-	-	-	-	-	-	0%	45%	55%	-	-
Quadro intermédios	-	-	-	-	-	-	15%	50%	35%	-	-
Pessoal técnico qualificado	-	-	-	-	-	-	18%	62%	20%	-	-
<b>Total</b>	-	-	-	-	-	-	<b>17%</b>	<b>61%</b>	<b>22%</b>	-	-

## Rácio do salário base e remuneração entre mulheres e homens

	2021	2022	2023	Variação 22/23
<b>405 - 2   Rácio da compensação média recebida entre Mulheres/Homens por categoria profissional</b>				
Salário-base				
Pessoal diretivo	0,76	0,79	0,84	+6%
Quadro intermédios	0,66	0,73	0,77	+5%
Pessoal técnico qualificado	0,90	0,95	0,92	-3%
<b>Total</b>	<b>0,83</b>	<b>0,89</b>	<b>0,86</b>	<b>-3%</b>
Remuneração				
Pessoal diretivo	-	-	0,84	-
Quadro intermédios	-	-	0,79	-
Pessoal técnico qualificado	-	-	0,92	-
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,86</b>	<b>-</b>

### Indicadores Ambientais

- 301-1 | Matérias-primas utilizadas por peso
- 302-1 | Energia consumida dentro da organização
- 302-3 | Intensidade energética
- 303-3 | Captação de água
- 305-1 | Emissões GEE Diretas (Âmbito 1)
- 306-3 | Resíduos gerados

## Matérias-primas utilizadas por peso

301-1   Matérias-primas utilizadas por peso		Unidade	2021	2022	2023	Varição 22/23
<b>Materiais renováveis</b>						
Empresa Portuguesa de Cenários (EPC)	Madeiras	t	110,0	197,6	170,0	-14%
	Papel para cenários	t	1,2	1,9	0,0	-100%
Media Capital Serviços	Papel de escritório	t	18,0	14,3	9,1	-36%
<b>Materiais não renováveis</b>						
EPC	Alumínios	t	3,2	1,2	4,0	+230%
	Plástico	t	78,7	35,4	47,1	+33%
	Ferro	t	44,8	67,9	51,8	-24%
<b>Total de materiais consumidos<sup>2</sup></b>		<b>t</b>	<b>255,9</b>	<b>318,3</b>	<b>282,0</b>	<b>-11%</b>

<sup>2</sup>Não inclui o peso de tintas e de colas.

## Energia consumida dentro da organização

<b>302-1   Energia consumida dentro da organização</b>	<b>Unidade</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Variação 22/23</b>
Combustíveis – Frota <sup>2</sup>	GJ	23.545	23.236	23.514	+1%
Gasolina	GJ	ND	ND	2.132	-
Gasóleo	GJ	ND	ND	21.303	-
Outros	GJ	ND	ND	79	-
Combustíveis – Infraestrutura	GJ	890	235	75	-68%
Eletricidade	GJ	25.097	26.499	27.510	+4%
<b>Consumo total energia</b>	<b>GJ</b>	<b>49.532</b>	<b>49.970</b>	<b>51.099</b>	<b>+6%</b>
Total consumo energia renovável <sup>3</sup>	%	18%	24%	17%	-29%
Total consumo energia não-renovável	%	82%	76%	83%	+9%
<b>302-3   Intensidade energética</b>					
<b>Intensidade energética</b>	<b>GJ/M€</b>	<b>314</b>	<b>317</b>	<b>341</b>	<b>+8%</b>

<sup>2</sup> Desagregação por tipo de combustível (frota) apenas disponível em 2023.

<sup>3</sup> Valores de 2021 e 2022 foram recalculados, de forma a considerar o total de energia consumido.

## Captação de água

303-3   Captação de água	Unidade	2021	2022	2023	Varição 22/23
<b>Captação de água por fonte</b>					
Captação de água da rede pública de abastecimento	m <sup>3</sup>	11.785	12.394	10.856	-12%
Captação de água de outras fontes	m <sup>3</sup>	0	0	0	-
<b>Captação de água por categoria</b>					
Captação de água doce (sólidos dissolvidos totais - ≤1.000 mg/L)	m <sup>3</sup>	11.785	12.394	10.856	-12%
Captação de outros tipos de água	m <sup>3</sup>	0	0	0	-
<b>Captação de água Total</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>11.785</b>	<b>12.394</b>	<b>10.856</b>	<b>-12%</b>
<b>Intensidade</b>					
Consumo de água por colaborador	litros/dia	28,37	29,35	27,36	-7%

Nota: A água captada do Grupo Media Capital é proveniente exclusivamente da rede pública, não captando água em zonas em *stress* hídrico.



## Emissões GEE Diretas (Âmbito 1)

	Unidade	2021	2022	2023	Variação 22/23
<b>305-1   Emissões GEE Diretas (Âmbito 1)</b>					
Combustíveis – Frota	tCO <sub>2</sub> eq	1.219	1.125	1.096	-3%
Combustíveis – Infraestrutura	tCO <sub>2</sub> eq	62	16	5	-68%
F-gases	tCO <sub>2</sub> eq	1.763	1.721	1.771	+3%
<b>Total de emissões de Âmbito 1</b>	<b>tCO<sub>2</sub>eq</b>	<b>3.044</b>	<b>2.862</b>	<b>2.873</b>	<b>+0%</b>
<b>305-2   Emissões GEE Indiretas (Âmbito 2)</b>					
Emissões indiretas ( <i>market-based</i> )	tCO <sub>2</sub> eq	1.352	1.284	1.517	+18%
Emissões indiretas ( <i>location-based</i> )	tCO <sub>2</sub> eq	1.778	986	1.047	+6%
<b>Total de emissões de Âmbito 2</b>	<b>tCO<sub>2</sub>eq</b>	<b>1.352</b>	<b>1.284</b>	<b>1.517</b>	<b>+18%</b>
<b>305-3   Emissões GEE Indiretas (Âmbito 3)</b>					
Viagens de avião dos colaboradores	tCO <sub>2</sub> eq	239	168	79	-53%
<b>Total de emissões de Âmbito 3</b>	<b>tCO<sub>2</sub>eq</b>	<b>239</b>	<b>168</b>	<b>79</b>	<b>-53%</b>
<b>305-4   Intensidade Carbónica</b>					
<b>Intensidade Carbónica</b>	<b>tCO<sub>2</sub>eq/M€</b>	<b>29,4</b>	<b>27,4</b>	<b>29,8</b>	<b>+9%</b>

Nota: Em 2023, o Grupo Media Capital apenas contabilizou a categoria 7 (*Employee Commuting*) relativamente às viagens de avião dos colaboradores para as suas emissões de Âmbito 3.

## Resíduos gerados

	Unidade	2021	2022	2023	Variação 22/23
<b>306-3   Resíduos gerados</b>					
<b>Divisão por tipo de resíduo</b>					
Embalagens contaminadas	t	2,8	-	-	-
Embalagens de papel e cartão	t	-	-	6,3	-
Misturas de embalagens	t	-	-	2,5	-
Equipamentos elétricos e eletrônicos	t	-	-	4,9	-
Lâmpadas	t	0,4	-	0,3	-
Misturas de gorduras e óleos	t	-	-	1,9	-
Embalagens de madeira	t	-	-	4,1	-
Madeiras	t	-	-	20,4	-
Misturas de betão, tijolos, ladrilhos, telhas e materiais cerâmicos	t	-	-	3,6	-
Materiais de construção	t	45,5	-	42,7	-
Metais e ferro	t	13,7	-	6,1	-
Lamas de fossas sépticas	t	-	-	17,1	-
Papel e Cartão	t	5,1	3,7	6,7	+81%

Pilhas alcalinas	t	-	-	0,02	-
Plástico	t	0,1	0,03	-	-
Resíduos Biodegradáveis	t	1,6	-	-	-
Resíduos Urbanos ou Equiparados (RUB)	t	378,7	317,8 <sup>4</sup>	440,8	+39%
Metal com matriz porosa sólida perigosa	t	-	-	0,04	-
Resíduos de colas e vedantes, contendo solventes orgânicos ou outras substâncias perigosas	t	-	-	0,9	-
Embalagens contendo ou contaminadas por resíduos de substâncias perigosas	t	-	-	0,6	-
Resíduos metálicos contaminados com substâncias perigosas	t	-	-	24,0	-
Vidro	t	8,7	0,4	6,1	1.425%
<b>Total de resíduos gerados por perigosidade</b>					
<b>Total de resíduos</b>	<b>t</b>	<b>456,6</b>	<b>322,0</b>	<b>589,1</b>	<b>+83%</b>
Resíduos perigosos	%	1%	0%	4%	-
Resíduos não perigosos	%	99%	100%	96%	-4%

<sup>4</sup> O valor de 2022 foi recalculado devido a um erro identificado no passado ano de reporte.

## Notas Metodológicas

### Notas Metodológicas Indicadores *Governance* e Económicos

#### 201 – 1 | Valor económico direto gerado e distribuído

As rubricas incluídas em cada item de reporte estão alinhadas com os valores reportados no R&C, tendo em conta que até 2022 inclui o segmento Rádios até à sua alienação (em maio):

- Volume de negócios: Prestações de serviços, vendas e outros rendimentos suplementares
- Pagamentos ao estado: Impostos sobre o rendimento no presente exercício
- Donativos: Contribuições monetárias para associações e instituições
- Distribuição de dividendos: Pagamento de dividendos a acionistas, rubrica não incluída das demonstrações de resultados apresentados no R&C
- Salário e benefícios: Gastos com pessoal
- Custos operacionais: Todos os restantes custos operacionais
- Amortizações, depreciações e provisões não estão incluídas nos custos operacionais apresentados, de acordo com as diretrizes da norma GRI 201

A diminuição do valor associado ao Volume de Negócios deve-se essencialmente à diminuição nas receitas de publicidade, devido a redução geral do mercado de publicidade, em resultado da crise económica despoletada pelo conflito na europa e as medidas de contenção da inflação.

O incremento nos Outros Rendimentos, resulta essencialmente de rendimentos na área de produção, nomeadamente a produção de conteúdos para plataformas de *streaming*, com a produção da série Morangos com Açúcar para a Amazon Prime, bem como ao incremento da venda de cenários no mercado nacional.

Adicionalmente é importante referir o comportamento da componente “Donativos e outros investimentos na comunidade”, sendo que o seu valor voltou, em 2023, a rondar os valores dos anos anteriores, que haviam sido inferiores ao habitual no passado ano de reporte.

#### 2 – 21 | Rácio de remuneração anual total

O Rácio de remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e remuneração total anual média dos colaboradores (excluindo o mais bem pago) é obtido pela seguinte fórmula: Remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização / Remuneração total anual média de todos os colaboradores da organização (excluindo o indivíduo mais bem pago).

O Rácio entre o aumento percentual na remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e o aumento percentual médio na remuneração total anual de todos os colaboradores (excluindo o mais bem pago) é obtido pela seguinte fórmula: Aumento percentual na remuneração

total anual do indivíduo mais bem pago da organização / Aumento percentual na remuneração total anual média de todos os colaboradores da organização (excluindo o indivíduo mais bem pago).

Em 2023, observou-se uma diminuição do Rácio de remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e remuneração total anual média dos colaboradores (excluindo o mais bem pago), conjuntamente com uma diminuição do Rácio entre o aumento percentual na remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e o aumento percentual médio na remuneração total anual de todos os colaboradores (excluindo o mais bem pago). Tal adveio de uma diminuição da remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização em 8%, e um aumento da remuneração total anual média de todos os colaboradores da organização, com a exceção do mais bem pago, em 4,67%.

## **202 – 1 | Rácios do salário de entrada padrão por sexo, em comparação com o salário mínimo local**

A política salarial do Grupo Media Capital segue uma avaliação das práticas do setor. Note-se que como demonstrado no indicador GRI 202 – 1, a percentagem dos trabalhadores que recebem o salário mínimo nacional é baixa.

## **202 – 2 | Proporção de membros da Alta Direção contratados na Comunidade local em unidades operacionais relevantes**

Para o cálculo da percentagem de gestores de topo com origem em Portugal foi usado o número de Administradores Executivos e Não-Executivos.

## **Notas Metodológicas Indicadores Sociais**

### **2-7 | Colaboradores**

O número total de colaboradores teve por base o número total de colaboradores a 31 de dezembro de 2023, culminando no *Headcount*. Esta abordagem foi utilizada para os demais indicadores, que utilizem o número de colaboradores, ou uma variação destes, por exemplo, o valor total de colaboradores por género.

Para a agregação dos indicadores, foi apenas considerada Portugal, visto que somente tem atividade neste, apesar dos seus conteúdos se difundirem internacionalmente.

### **2-8 | Trabalhadores que não são colaboradores**

Os trabalhadores não colaboradores compreendem uma diversa panóplia de tipologia de trabalhadores, nomeadamente os referentes a serviços de

limpeza, segurança, manutenção do edifício e apoio técnico de IT, atores e comentadores.

Os principais tipos de relações contratuais são trabalho temporário e recibo verde.

### **2-30 e 102-41| Acordos de negociação coletiva**

Para o caso dos trabalhadores sem acordos de negociação estes são tratados de igual modo aos restantes.

### **401-1 | Novas contratações e taxa de rotatividade**

O número de saídas em 2022 não inclui as saídas por motivo de alienação das rádios do Grupo Media Capital.

### **401-3 | Taxa de retorno ao trabalho e retenção após licença parental, por género**

Taxa de retorno é calculada do seguinte modo: N.º de colaboradores que retornam após a licença parental/N.º de colaboradores que usufruíram da licença parental.

Taxa de retenção é calculada do seguinte modo: N.º de colaboradores que permaneceram mais de 12 meses na organização após licença parental/N.º de colaboradores que regressaram após licença parental no ano anterior.

### **403-9 | Acidentes de trabalho**

Rácio de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória é calculado do seguinte modo: (N.º de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória /horas trabalhadas) \* 1.000.000.

Os valores de acidentes de trabalho de consequência grave referem-se a acidentes de trabalho que resultaram em ausência por motivo de baixa igual ou superior a seis meses.

Rácio de acidentes de trabalho graves é calculado do seguinte modo: (N.º de acidentes de trabalho graves/horas trabalhadas) \* 1.000.000.

Rácio de óbitos relacionados com o trabalho é calculado do seguinte modo: (N.º de óbitos relacionados com o trabalho/horas trabalhadas) \* 1.000.000.

Os dados relativos ao número de horas trabalhadas são considerados com base numa estimativa calculada considerando o número de trabalhadores, dias de presença e tipo horário (full-time e part-time).

Os acidentes de trabalho mais frequentes registados em 2023 consistiram em incidentes relacionados a quedas no trajeto de ou para o local de trabalho, ou entorses a caminhar, sem apresentar características de força de trabalho manual.

#### **404-1 | Média de horas de formação anual por colaborador, género e categoria funcional**

As horas médias foram calculadas relativamente ao número total de trabalhadores, incluindo os trabalhadores que não são colaboradores.

A média de horas de formação foi calculada de acordo com a seguinte fórmula: Número total de horas de formação disponibilizadas aos trabalhadores / Número total de trabalhadores.

A média de horas de formação por género foi calculada de acordo com a seguinte fórmula Número total de horas de formação disponibilizadas aos trabalhadores por género / Número total de trabalhadores do género em análise.

A média de horas de formação por categoria funcional foi calculada de acordo com a seguinte fórmula: Número total de horas de formação disponibilizadas aos trabalhadores por categoria funcional / Número total de trabalhadores da categoria funcional em análise.

#### **403-2 | Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes**

Os sistemas de saúde, segurança e bem-estar advém de imposições legais, no entanto também partem do Grupo e da sua visão para a valorização do Capital Humano.

### **Notas Metodológicas Indicadores Ambientais**

#### **301-1 | Matérias-primas utilizadas por peso**

O atual reporte não contempla as matérias-primas categorizadas como tintas ou colas visto que estas são contabilizadas em quantidade (litros) e não em peso (t). Os valores referentes a estas duas categorias foram retiradas das rubricas dos anos anteriores, de forma a que os valores anuais sejam comparáveis.

#### **302-1 | Energia consumida dentro da organização**

O ano de 2023 é o primeiro com a desagregação da energia associada aos combustíveis da frota, não havendo histórico para comparação.

A energia renovável consumida é dada pela proporção de energia renovável proveniente da rede (eletricidade) no total de energia consumido pelo Grupo. Em 2023, o *Mix* energético da Iberdrola registou 31% de energia renovável. Os valores de 2021 e 2022 foram recalculados considerando os valores do *Mix* renovável nestes anos, 35% e 44%, respetivamente.

#### **303-3 | Captação de água**

O indicador de intensidade considerou os 365 dias no ano de 2023.

## Emissões de GEE

No cálculo de emissões a metodologia utilizada baseou-se nas diretrizes do *WBCSD GHG Protocol - Corporate Standard Revised Edition*. Estes consumos abrangem a totalidade das atividades detidas pelo Grupo, ao nível das infraestruturas detidas pela organização, incluindo o combustível utilizado durante a gravação de cenas exteriores.

### 305-1 | Emissões GEE Diretas (Âmbito 1)

Inclui-se no consumo direto de energia:

- Consumo de gasóleo de geradores;
- Consumo de gás natural;
- Consumo de gás propano;
- Consumo de gasolina e gasóleo na frota de transportes detida pela organização, sem discriminação de uso pessoal e profissional nos veículos.

As emissões de âmbito 1 incluem:

- Emissões resultantes do consumo de energia direta (fontes móveis e estacionárias);
- Emissões fugitivas das recargas de f-gases.

## Fatores de emissão

Fator de emissão	Unidade	Categoria	Fonte
<b>Âmbito 1 – Combustão Estacionária</b>			
74,2367	kg CO <sub>2</sub> e/GJ	Combustão estacionária – Diesel	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
56,4230	kg CO <sub>2</sub> e/GJ	Combustão estacionária – Gás Natural	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
63,4230	kg CO <sub>2</sub> e/GJ	Combustão estacionária – LPG	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.



### Âmbito 1 – Combustão Móvel

69,094318	kg CO <sub>2</sub> e/GJ	Carro de passageiros – Gasóleo	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
69,823	kg CO <sub>2</sub> e/GJ	Carro de passageiros – Gasolina	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
63,941	kg CO <sub>2</sub> e/GJ	Carro de passageiros – LPG	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.

### Âmbito 1 – F-gases

1.773,85	kg CO <sub>2</sub> e/kg	R407C	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
3.921,6	kg CO <sub>2</sub> e/kg	R404A	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
2.087,5	kg CO <sub>2</sub> e/kg	R410A	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
2.346	kg CO <sub>2</sub> e/kg	R417A	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.
2.728,95	kg CO <sub>2</sub> e/kg	R422D	APA, National Inventory Report. IPCC, Fourth Assessment Report.

### 305-2 | Emissões GEE Indiretas (Âmbito 2)

Inclui-se no consumo indireto de energia:

- Compra de eletricidade;

As emissões de âmbito 2 incluem:

- Emissões resultantes de compra de eletricidade;

As emissões de GEE indiretas foram calculadas com duas abordagens e fatores de emissão diferentes:

- Market-Based: considerou o fator de emissão da rede da Iberdrola em 2023: 199 gCO<sub>2</sub>eq/kWh.
- Location-Based: considerou o fator de emissão da APREN para 2023, com referência a 2022: 137 gCO<sub>2</sub>eq/kWh.

### Fatores de emissão

Fator de emissão	Unidade	Categoria	Fonte
<b>Âmbito 2 – Eletricidade</b>			
0,255	kg CO <sub>2</sub> e/kWh	Eletricidade <i>location-based</i> Portugal - 2021	EEA, 2022. Greenhouse gas emission intensity of electricity generation by country.
0,134	kg CO <sub>2</sub> e/kWh	Eletricidade <i>location-based</i> Portugal - 2022	APREN, 2022
0,137	kg CO <sub>2</sub> e/kWh	Eletricidade <i>location-based</i> Portugal - 2023	APREN, 2023
0,194	kg CO <sub>2</sub> e/kWh	Eletricidade <i>market-based</i> 2021	Iberdrola (2021)
0,174	kg CO <sub>2</sub> e/kWh	Eletricidade <i>market-based</i> 2022	Iberdrola (2022)
0,199	kg CO <sub>2</sub> e/kWh	Eletricidade <i>market-based</i> 2023	Iberdrola (2023)

### 305-3 | Emissões GEE Indiretas (Âmbito 3)

- Pressupostos para o cálculo da categoria 7.
- Indicação sobre não calcularem mais nenhuma categoria.

Para o cálculo das emissões de âmbito 2 foram utilizados os métodos "market-based" e "location-based". Dados sobre o mix energético e fator de emissão da eletricidade está disponível em: <https://www.iberdrola.pt/sobre-nos/iberdrola-portugal/mercado-eletrico/rotulagem-energia>.

Para o cálculo das emissões de CO<sub>2</sub> de âmbito 3 foram identificadas as viagens de avião de curto, médio e longo curso e as viagens de comboio. Para tal foram calculados os quilómetros realizados em cada viagem e aplicado o

fator de conversão de quilómetros em kgCO<sub>2</sub>e, de acordo com as métricas do website: <http://www.carbon-calculator.org.uk/>.

### **306-3 | Resíduos gerados**

A discriminação de resíduos perigosos e não perigosos foi aferida através do código LER respetivo de cada entrada no relatório de fornecedores.

## Tabela GRI

<b>Declaração de utilização</b>	O Grupo Media Capital relatou de acordo com os GRI Standards para o período entre 1 de janeiro de 2023 e 31 de dezembro de 2023
<b>GRI 1 utilizado</b>	GRI 1: Foundation 2021
<b>Norma setorial aplicável</b>	Não aplicável.

Conteúdo	Localização	Omissão		
		Requisitos omitidos	Motivo	Obs.
<b>GRI 2: Conteúdos gerais 2023</b>				
2-1 Detalhes da Organização	2. Sobre o Grupo Media Capital > O Grupo Media Capital			
2-2 Entidades incluídas no relatório de sustentabilidade da organização	2. Sobre o Grupo Media Capital > O Grupo Media Capital 6. Sobre o Relatório > Âmbito, período e estrutura de reporte			
2-3 Período de relato, frequência e contactos	6. Sobre o Relatório > Âmbito, período e estrutura de reporte; Contactos			
2-4 Reformulação das informações	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Ambientais Anexos > Notas Metodológicas			
2-5 Verificação externa	6. Sobre o Relatório > Verificação Externa			
2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	2. Sobre o Grupo Media Capital > Presença Internacional; Cadeia de Valor 4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades			
2-7 Colaboradores	4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e retenção do Capital Humano; Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais			

	Notas Metodológicas			
2-8 Trabalhadores que não são colaboradores	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais Notas Metodológicas			
2-9 Estrutura de <i>governance</i> e sua composição	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de <i>governance</i>	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-11 Presidente do mais alto órgão de <i>governance</i>	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de <i>governance</i>	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de <i>governance</i> no relato de sustentabilidade	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-15 Conflitos de interesse	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-16 Comunicação de preocupações críticas	3. Sobre a Nossa Abordagem à Sustentabilidade > Envolvimento dos <i>Stakeholders</i> 4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.2 Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i>			
2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de <i>governance</i>	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-18 Avaliação de desempenho do mais alto órgão de <i>governance</i>	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-19 Políticas de remuneração	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-20 Processo para determinação da remuneração	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-21 Rácio da remuneração total anual	4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades			

	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Económicos			
2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	1. Mensagem do CEO			
2-23 Políticas	4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.1 Pessoas; 4.2 Comunicação			
2-24 Incorporação de Políticas	4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.1 Pessoas; 4.2 Comunicação			
2-25 Processos para remediar impactos negativos	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> 4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.1 Pessoas; 4.2 Comunicação			
2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	2. Sobre o Grupo Media Capital > <i>Governance</i> 4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.2 Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i>			
2-27 Conformidade com leis e regulamentos	4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.2 Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i> Relatório de Governo de Sociedade			
2-28 Participação em associações	4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Respeito Pelos Direitos Humanos 4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.2 Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i> ; Proteção da Propriedade Intelectual e Direitos de Autor 4. O Nosso Desempenho em Sustentabilidade > 4.3 Digital > Inovação, Digital e Tecnologia			
2-29 Abordagem de envolvimento de <i>stakeholders</i>	3. Sobre a Nossa Abordagem à Sustentabilidade > Envolvimento de <i>Stakeholders</i>			
2-30 Acordos de negociação coletiva	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais Anexos > Notas Metodológicas			
<b>GRI 3: Temas materiais 2023</b>				
3-1 Processo de definição de temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade			
3-2 Lista de temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade			

<b>Segurança e Proteção de dados</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.3. Digital > Segurança e proteção de dados			
<b>Ética, Transparência, Regulação e Compliance</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e Compliance			
<b>Ética jornalística e responsabilidade editorial</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Ética jornalística e responsabilidade editorial			
<b>Proteção da propriedade intelectual e direitos de autor</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Proteção da propriedade intelectual e direitos de autor			
<b>Qualidade e acessibilidade dos conteúdos</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Qualidade e acessibilidade dos conteúdos			
<b>Reputação e valorização da marca</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Reputação e valorização da marca			
<b>Respeito pelos direitos humanos</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade			

	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Respeito pelos direitos humanos			
<b>Valorização e retenção do Capital Humano</b>				
3-3 Gestão dos temas materiais	3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Análise de Materialidade 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Valorização e retenção do Capital Humano			
<b>GRI 200 – DIVULGAÇÕES ECONÓMICAS</b>				
201-1 Valor económico direto gerado e distribuído	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Económicos Anexo > Notas Metodológicas			
202-1 Rácios do salário de entrada padrão por sexo, em comparação com o salário mínimo local	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Económicos Anexo > Notas Metodológicas			
202-2 Proporção de Membros da Alta Direção contratados na Comunidade Local em Unidades Operacionais Importantes	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Económicos Anexo > Notas Metodológicas			
204-1 Proporção das despesas com fornecedores locais	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Respeito pelos direitos humanos Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Económicos			
205-3 Incidentes confirmados de corrupção e ações tomadas	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i>			
206-1 Ações judiciais por comportamento anti concorrencial, antitrust e práticas de monopólio	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i>			
<b>GRI 300 – DIVULGAÇÕES AMBIENTAIS</b>				
301-1 Materiais utilizados por peso ou volume	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
302-1 Consumo de energia dentro da organização	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
302-3 Intensidade energética	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
302-4 Redução do consumo de energia	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			



303-1 Interações com a água como recurso partilhado	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
303-2 Gestão de impactos relacionados com os efluentes	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
303-3 Captação de água	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
305-1 Emissões diretas (Âmbito 1) de GEE	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Redução da pegada de carbono das operações			
305-2 Emissões indiretas (Âmbito 2) de GEE	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Redução da pegada de carbono das operações			
305-3 Emissões indiretas (Âmbito 3) de GEE	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Redução da pegada de carbono das operações			
305-4 Intensidade das emissões de GEE	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Redução da pegada de carbono das operações			
305-5 Redução das emissões de GEE	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Redução da pegada de carbono das operações			
306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados com resíduos	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
306-2 Gestão de impactos significativos relacionados com resíduos	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			
306-3 Resíduos gerados	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente > Gestão responsável de recursos			

## GRI 400 – DIVULGAÇÕES SOCIAIS

401-1 Contratação de novos empregados e rotatividade dos empregados	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais Anexos > Notas Metodológicas			
401-2 Benefícios concedidos a empregados a tempo inteiro que não são concedidos a	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			Os benefícios apresentados são referentes à totalidade de

empregados temporários ou a tempo parcial				colaboradores, não tendo a possibilidade de desagregar a informação
401-3 Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença parental	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais Anexos > Notas Metodológicas			
403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			
403-2 Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			
403-3 Serviços de saúde do trabalho	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			
403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2 Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i>			
403-5 Formação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			
403-6 Promoção da saúde do trabalhador	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			
403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			
403-9 Acidentes de Trabalho	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais Anexos > Notas Metodológicas			
404-1 Média de horas de formação por ano, por colaborador	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			

	Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais			
404-2 Programas de atualização de competências dos colaboradores e programas de assistência à transição	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano	Não se responde à alínea b.	Não foi possível recolher a informação	
404-3 Percentagem de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano			
405-1 Diversidade de órgãos de governação e colaboradores	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais			
405-2 Rácio entre o salário de base e a remuneração das mulheres e dos homens	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades Anexos > Indicadores ESG > Indicadores Sociais Anexos > Notas Metodológicas			
406-1 Incidentes de discriminação e medidas corretivas tomadas	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades			
413-1 Operações com envolvimento da comunidade local, avaliações de impacto, e programas de desenvolvimento	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1 Pessoas > Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades	Não se responde à alínea a.	Não foi possível recolher a informação	
417-1 Requisitos para informação e rotulagem de produtos e serviços	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2 Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i>			
417-2 Incidentes de não conformidade relativos à informação e rotulagem de produtos e serviços	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2 Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e <i>Compliance</i>			
418-1 Reclamações fundamentadas relativas a violações da privacidade dos clientes e perdas de dados dos clientes	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.3 Digital > Segurança e Proteção de Dados			

## Notas Taxonomia

### Proporção de Volume de Negócios

#### Definição

Segundo a Taxonomia Ambiental, a proporção do volume de negócios equivale ao peso do volume de negócios líquido resultante de produtos ou serviços, nomeadamente intangíveis, associada a atividades económicas alinhadas pela taxonomia (numerador) no volume de negócios líquido (denominador), que resulta do montante das vendas de produtos e da prestação de serviços após dedução dos descontos e abatimentos sobre vendas, do imposto sobre o valor acrescentado e de outros impostos diretamente ligados ao volume de negócios.

#### Metodologia Grupo Media Capital

O denominador da proporção do volume de negócios do Grupo Media Capital equivale ao total de vendas e prestações de serviços líquidas consolidadas, eliminando as transações intra-grupo da análise. Em 2023, este valor ascendeu a 150.854.720 €, como é reportado na nota 7. Prestações de Serviços e Outros Rendimentos Operacionais.

No numerador foram alocados exclusivamente os montantes associados às atividades elegíveis, que no entendimento do Grupo incluem os rendimentos provenientes da publicidade em televisão e em outros meios, produção audiovisual e serviços complementares, serviços de multimédia, direitos de transmissão, de exibição e venda de imagens assim como outras prestações de serviços associados aos segmentos de entretenimento e digital e outros rendimentos.

<b>Volume de Negócios</b>	<b>Denominador</b>	<b>Numerador</b>	<b>Proporção</b>
Atividade 8.3.	150.854.720 €	140.031.981 €	92,83%
Atividade 13.1	150.854.720 €	529.713 €	0,35%
Atividade 13.3	150.854.720 €	6.956.719 €	4,61%

### Proporção de Despesas de Capital

#### Definição

A proporção das despesas de capital é definida como o peso do CapEx alinhado com a taxonomia (numerador) dividido no CapEx total (denominador).

O denominador tem em conta as adições a ativos fixos tangíveis, intangíveis e direitos de uso durante o exercício considerado antes da depreciação, amortização e quaisquer novas mensurações, nomeadamente resultantes de reavaliações e imparidades, para o exercício em causa e excluindo as variações de justo valor, tendo em conta os acréscimos aos ativos tangíveis e intangíveis resultantes de combinações de negócios.

O numerador compreende as despesas de capital que estejam relacionadas com ativos ou processos associados a atividades económicas alinhadas pela taxonomia, sejam parte de um plano de expansão das atividades económicas alinhadas pela taxonomia ou para permitir que as atividades económicas elegíveis para a taxonomia se tornem alinhadas ou que estejam relacionadas com a aquisição da produção de atividades económicas alinhadas pela taxonomia e com medidas individuais que capacitem a transformação das atividades em causa em atividades hipocarbónicas ou que permitam reduções das emissões de gases com efeito de estufa, desde que essas medidas sejam aplicadas e estejam operacionais no prazo de 18 meses.

### Metodologia Grupo Media Capital

O CapEx total foi calculado de acordo com as regras e princípios aplicáveis à preparação das demonstrações financeiras, tendo para o efeito sido considerados os aumentos do valor bruto de ativos fixos tangíveis, de ativos intangíveis e ativos sob direito de uso, conforme é apresentado no Relatório e Contas Consolidadas de 2023 (Notas 15, 16 e 17).

O numerador calculado corresponde à parte das despesas de capital incluída no denominador que está relacionada com ativos ou processos associados a atividades económicas elegíveis ou relacionada com a aquisição da produção de atividades económicas elegíveis pela taxonomia, nomeadamente despesas de capital relativas aos veículos e imóveis do Grupo. O denominador totalizou em 2023, 6.334.129 €.

Os valores alocados ao numerador de cada uma das atividades elegíveis, advém da proporção do volume de negócios elegível de cada segmento<sup>12</sup>, no total de volume de negócios da mesma, associado à atividade.

CapEx	Denominador	Numerador	Proporção
Atividade 8.3.	6.334.129 €	3.721.025 €	58,7%
Atividade 13.1	6.334.129 €	0 €	0,0%
Atividade 13.3	6.334.129 €	2.094.910 €	33,1%

### Proporção de Despesas Operacionais

#### Definição

O indicador de OpEx é definido como um rácio entre o OpEx elegível (numerador) dividido pelo OpEx total (denominador).

O OpEx total para este efeito, consiste nos custos diretos não capitalizados relacionados com a investigação e desenvolvimento, as medidas de renovação de edifícios, a locação a curto prazo, a manutenção e a reparação, bem como quaisquer outras despesas diretas relacionadas com a manutenção diária dos ativos fixos tangíveis, pela empresa ou por terceiros a

<sup>12</sup> Os segmentos estão subdivididos em “TV e Digital”, “Entretenimento” e “Produção” para alinhamento com a taxonomia das atividades.

quem sejam subcontratadas atividades, que sejam necessárias para assegurar o funcionamento continuado e efetivo desses ativos.

No cálculo desta proporção o Grupo Media Capital incluiu no denominador os gastos operacionais com atividades de conservação e reparação e com rendas e alugueres (ver Relatório e Contas Consolidadas de 2023, Nota 9).

O numerador calculado corresponde à parte das despesas operacionais incluída no denominador que está relacionada com ativos ou processos associados a atividades económicas elegíveis ou relacionada com a aquisição da produção de atividades económicas elegíveis pela taxonomia, despesas operacionais relativas, nomeadamente a veículos ou a imóveis do Grupo. As despesas alocadas ao numerador de cada uma das atividades elegíveis, advém da proporção do volume de negócios elegível de cada segmento<sup>12</sup>, no total de volume de negócios da mesma, associado à atividade.

<b>OpEx</b>	<b>Denominador</b>	<b>Numerador</b>	<b>Proporção</b>
Atividade 8.3.	3.654.078 €	1.555.661 €	42,6%
Atividade 13.1	3.654.078 €	3.591 €	0,1%
Atividade 13.3	3.654.078 €	1.691.691 €	6,3%

## A. Tabela de Volume de Negócios

	Código	Volume de Negócios	Proporção do Volume de Negócios, Ano 2023	Critérios de Contributo Substancial						Critérios NPS ("não prejudicar significativamente")						Salvaguardas Mínimas	Proporção do Volume de Negócios alinhado pela taxonomia (A.1) ou elegível para taxonomia (A.2), ano 2022	Categoria - atividade capacitante	Categoria - atividade de
				MAC	ACC	RHM	PCP	EC	BIO	MAC	ACC	RHM	PCP	EC	BIO				
<b>Atividades Económicas</b>		€	%	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	C	T
A. ATIVIDADE ELEGÍVEL PARA TAXONOMIA																			
A.1. Atividade sustentável do ponto de vista ambiental (alinhadas pela taxonomia)																			
<b>Volume de Negócios das atividades sustentáveis do ponto de vista ambiental (alinhadas pela taxonomia) (A.1)</b>																			
A.2. Atividades elegíveis para a taxonomia, mas não sustentáveis do ponto de vista ambiental (atividades não alinhadas pela taxonomia)																			
8.3. Atividades de programação e radiodifusão	ACC 8.3.	140.031.981	92,83%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								94,6%		
13.1. Atividades criativas e artes e espetáculos	ACC 13.1.	529.713	0,35%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,4%		
13.2. Atividades de produção de filmes, de vídeos e programas de televisão, gravação de som e edição musical	ACC 13.3.	6.956.719	4,61%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								3,3%		
<b>Volume de Negócios das atividades elegíveis para taxonomia, mas não sustentáveis do ponto de vista ambiental (atividades não alinhadas pela taxonomia) (A.2)</b>	X	<b>147.518.413</b>	97,79%	0%	100%	0%	0%	0%	0%								98,4%		
<b>A. Volume de Negócios das atividades elegíveis para taxonomia (A.1 + A.2)</b>	X	<b>147.518.413</b>	97,79%	0%	100%	0%	0%	0%	0%										
<b>B. ATIVIDADES NÃO ELEGÍVEIS PARA TAXONOMIA</b>																			
<b>Volume de Negócios das atividades não elegíveis para taxonomia</b>	X	<b>3.336.306</b>	<b>2,21%</b>																
<b>Total</b>	X	<b>150.854.720</b>	100%																

## B. Tabela de CapEx

	Código	CapEx	Proporção do CapEx, Ano 2023	Critérios de Contributo Substancial						Critérios NPS ("não prejudicar significativamente")						Salvaguardas Mínimas	Proporção do CapEx alinhado pela taxonomia (A.1) ou elegível para taxonomia (A.2), ano 2022	Categoria - atividade capacitante	Categoria - atividade de transição
				MAC	ACC	RHM	PCP	EC	BIO	MAC	ACC	RHM	PCP	EC	BIO				
<b>Atividades Económicas</b>		€	%	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S/N	S/N	S/N	S/N	S/ N	S/N	S/N	%	C	T
<b>A. ATIVIDADE ELEGÍVEL PARA TAXONOMIA</b>																			
A.1. Atividade sustentável do ponto de vista ambiental (alinhadas pela taxonomia)																			
<b>CapEx das atividades sustentáveis do ponto de vista ambiental (alinhadas pela taxonomia) (A.1)</b>																			
A.2. Atividades elegíveis para a taxonomia, mas não sustentáveis do ponto de vista ambiental (atividades não alinhadas pela taxonomia)																			
8.3. Atividades de programação e radiodifusão	ACC 8.3.	3.721.025	58,7%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								59%		
13.1. Atividades criativas e artes e espetáculos	ACC 13.1.	0	0,0%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,0%		
13.2. Atividades de produção de filmes, de vídeos e programas de televisão, gravação de som e edição musical	ACC 13.3.	2.094.910	33,1%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								28%		
<b>CapEx das atividades elegíveis para taxonomia, mas não sustentáveis do ponto de vista ambiental (atividades não alinhadas pela taxonomia) (A.2)</b>	X	<b>5.815.935</b>	91,82%	0%	100%	0%	0%	0%	0%								87%		
<b>A. CapEx das atividades elegíveis para taxonomia (A.1 + A.2)</b>	X	<b>5.815.935</b>	91,82%	0%	100%	0%	0%	0%	0%										
<b>B. ATIVIDADES NÃO ELEGÍVEIS PARA TAXONOMIA</b>																			
<b>CapEx das atividades não elegíveis para taxonomia</b>	X	<b>518.194</b>	<b>8,18%</b>																
<b>Total</b>	X	<b>6.334.129</b>	100%																



## C. Tabela de OpEx

	Código	OpEx	Proporção do OpEx, Ano 2023	Critérios de Contributo Substancial						Critérios NPS ("não prejudicar significativamente")						Salvaguardas Mínimas	Proporção do OpEx alinhado pela taxonomia (A.1) ou elegível para taxonomia (A.2), ano 2022	Categoria - atividade capacitante	Categoria - atividade de transição
				MAC	ACC	RHM	PCP	EC	BIO	MAC	ACC	RHM	PCP	EC	BIO				
<b>Atividades Económicas</b>		€	%	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S/N	S/N	S/N	S/N	S/ N	S/N	S/N	%	C	T
<b>A. ATIVIDADE ELEGÍVEL PARA TAXONOMIA</b>																			
A.1. Atividade sustentável do ponto de vista ambiental (alinhadas pela taxonomia)																			
<b>OpEx das atividades sustentáveis do ponto de vista ambiental (alinhadas pela taxonomia) (A.1)</b>																			
A.2. Atividades elegíveis para a taxonomia, mas não sustentáveis do ponto de vista ambiental (atividades não alinhadas pela taxonomia)																			
8.3. Atividades de programação e radiodifusão	ACC 8.3.	1.555.661	42,57%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								47%		
13.1. Atividades criativas e artes e espetáculos	ACC 13.1.	3.591	0,10%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
13.2. Atividades de produção de filmes, de vídeos e programas de televisão, gravação de som e edição musical	ACC 13.3.	1.691.691	46,30%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								45%		
<b>OpEx das atividades elegíveis para taxonomia, mas não sustentáveis do ponto de vista ambiental (atividades não alinhadas pela taxonomia) (A.2)</b>	<b>X</b>	<b>3.250.943</b>	<b>88,97%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>								<b>93%</b>		
<b>A. OpEx das atividades elegíveis para taxonomia (A.1 + A.2)</b>	<b>X</b>	<b>3.250.943</b>	<b>88,97%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>										
<b>B. ATIVIDADES NÃO ELEGÍVEIS PARA TAXONOMIA</b>																			
<b>OpEx das atividades não elegíveis para taxonomia</b>	<b>X</b>	<b>403.136</b>	<b>11,03%</b>																
<b>Total</b>	<b>X</b>	<b>3.654.078</b>	<b>100%</b>																

Legenda – Objetivos Ambientais:

**MAC** – Mitigação às Alterações Climáticas  
**PCP** – Prevenção e Controlo da Poluição

**ACC** – Adaptação às Alterações Climáticas  
**EC** – Economia Circular

**RHM** – Recursos Hídricos e Marinhos  
**BIO** – Biodiversidade e Ecossistemas

Informação a reportar	Localização
<b>PARTE I – INFORMAÇÃO SOBRE AS POLÍTICAS ADOTADAS</b>	
A. Introdução	1. Mensagem do Presidente
B. Modelo Empresarial	2. Sobre o Grupo Media Capital > O Grupo Media Capital 3. Sobre a nossa abordagem à sustentabilidade > Criação de valor
C. Principais fatores de risco	2. Sobre o Grupo Media Capital > Gestão de Risco
<b>D. Políticas implementadas</b>	
i. Políticas Ambientais	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.4. Ambiente Anexos > Tabelas ESG Anexos > Tabela GRI
ii. Políticas Sociais e Fiscais	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano Relatório e Contas 2023
iii. Trabalhadores e igualdade entre género e não discriminação	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Valorização e Retenção do Capital Humano Anexos > Tabelas ESG Anexos > Tabela GRI
iv. Direitos Humanos	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades 4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.1. Pessoas > Respeito pelos Direitos Humanos e Impacto nas Comunidades Anexos > Tabela GRI
v. Combate à corrupção	4. O nosso desempenho em sustentabilidade > 4.2. Comunicação > Ética, Transparência, Regulação e Compliance Anexos > Tabela GRI
<b>PARTE II – INFORMAÇÃO SOBRE OS STANDARDS/DIRETRIZES SEGUIDOS</b>	
1. Identificação de standards/diretrizes seguidos no	Anexos > Tabela GRI

<sup>13</sup> Tabela preparada de acordo com o Modelo de relatório para divulgação de informação não financeira pelas sociedades emitentes de valores mobiliários admitidos à negociação em mercado regulamentado da CMVM.

relatório de informação não financeira	
2. Identificação do âmbito e metodologia de cálculo dos indicadores	6. Sobre o Relatório > Âmbito, período e estrutura de relatório Anexos > Notas metodológicas