

AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER 2025



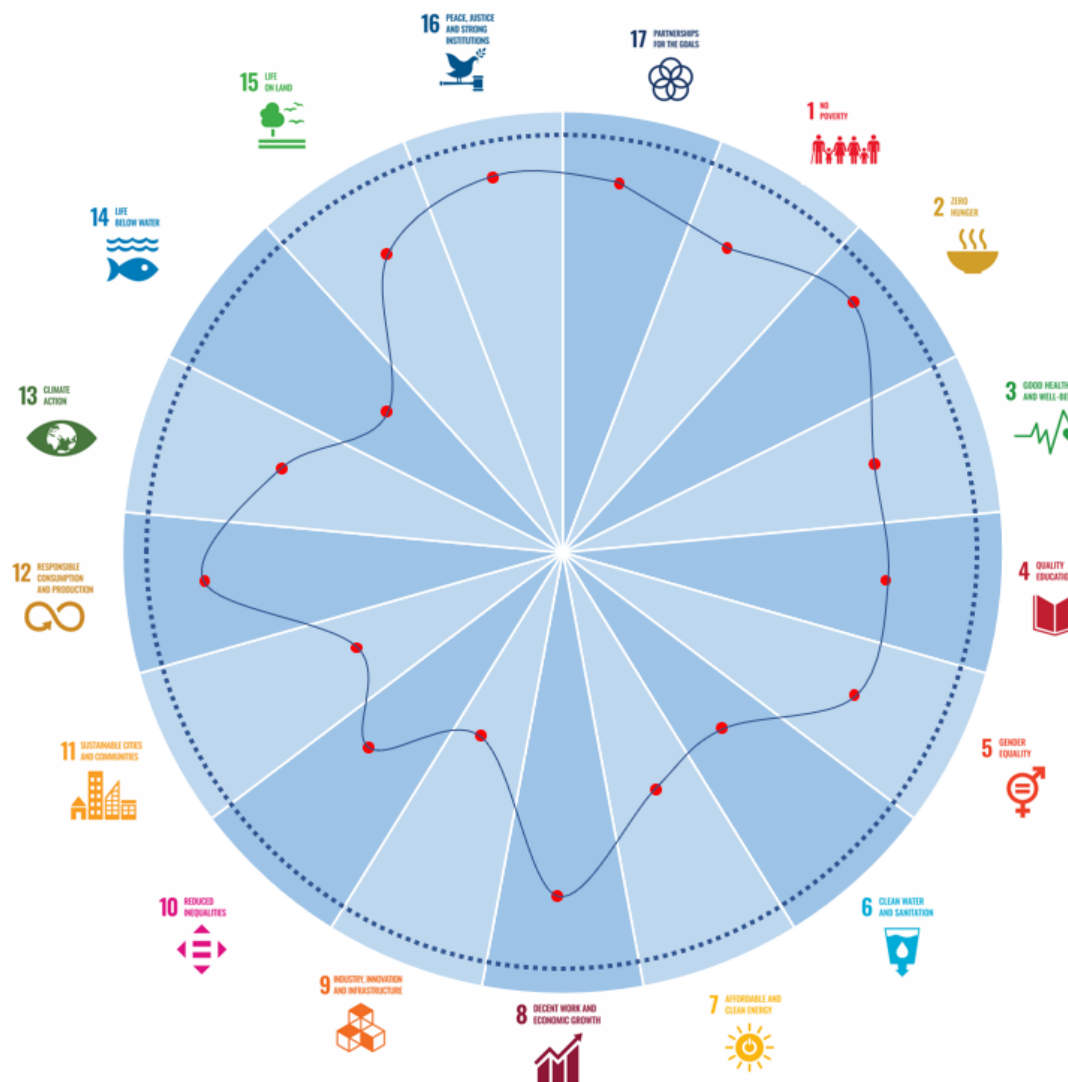
	NO POVERTY 1	ZERO HUNGER 2	GOOD HEALTH AND WELL-BEING 3	QUALITY EDUCATION 4	GENDER EQUALITY 5
CLEAN WATER & SANITATION 6	AFFORDABLE & CLEAN ENERGY 7	DECENT WORK & ECONOMIC GROWTH 8	INDUSTRY, INNOVATION, INFRASTRUCTURE 9	REDUCED INEQUALITIES 10	SUSTAINABLE CITIES & COMMUNITIES 11
RESPONSIBLE CONSUMPTION & PRODUCTION 12	CLIMATE ACTION 13	LIFE BELOW WATER 14	LIFE ON LAND 15	PEACE, JUSTICE & STRONG INSTITUTIONS 16	PARTNERSHIPS FOR THE GOALS 17

AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER 2025

Valor Final para 2035
End-Value for 2035

● Onde estamos
Where we are



NO POVERTY



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

**Doado valor mensal
para uma instituição
€25,00.**

Monthly donation to a
institution €25,00.

CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★

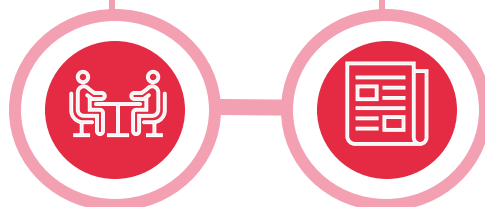


CAIS

todos contam

**Renovação da
parceria com a
Cais** | Renewal of
partnership with
Cais

**Compra de
revistas
mensais** | Purchase of
monthly
magazines



ZERO HUNGER



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER

**Doação de refeições para a
Refood, 30 refeições por
mês.**

Meal donation to Refood,
30 per month.

CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



Entrega de 30 refeições, para serem distribuídas por agregados familiares desfavorecidos.

Delivery of 30 meals, to distribute by disadvantaged households.

RE-FOOD 4 GOOD - Associação de
Solidariedade Social
Av. João Cristovão, 71, 3º esq
1050-126 Lisboa
NIF: 510230881



DECLARAÇÃO

A RE-FOOD 4 GOOD - Associação de Solidariedade Social, com o NIF 510230881, declara que:

- Ao abrigo do Estatuto dos Benefícios Fiscais, e para os devidos efeitos de dedução referida no artigo 62º do mesmo, a entidade [Corpo Santo Lisbon Historical Hotel](#), com o NIF 509 214 266, efetuou entregas de 90 refeições, para serem distribuídos por agregados familiares desfavorecidos.

Este donativo foi concedido sem qualquer contrapartida.

Lisboa, 31 de dezembro de 2022

Liliana Monteiro

Assinatura e carimbo RE-FOOD
(Pela Refood Santa Maria Maior)

GOOD HEALTH & WELL-BEING



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

**Médico no Hotel todas as
quinzenas.**

Doctor at the Hotel every 15
days.

CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



Dr. Hugo Parreira



EDUCATION QUALITY

4

AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER

Plano de formação anual focado na evolução específica de cada um dos colaboradores. | Annual training plan focused on the specific evolution of each employee

Percentagem do colaboradores do sexo feminina e masculine seja igual nas formações assistidas, assim como faixa etária | Percentage of female and male employees attending the training should be equal, as well as age group

CORPO
SANTO
— HOTEL —



Nº FORMANDOS | Nº GRADUATES

Objectivo | Goal: **36**

Formandos | Graduates: **9**



Nº DE HORAS | Nº OF HOURS

Objectivo | Goal: **8**

Realizadas | Acheived: **121**



Nº DE FORMAÇÕES | Nº OF TRAINING

Objectivo | Goal: **8**

Realizadas | Achieved: **7**



GENDER EQUALITY



CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



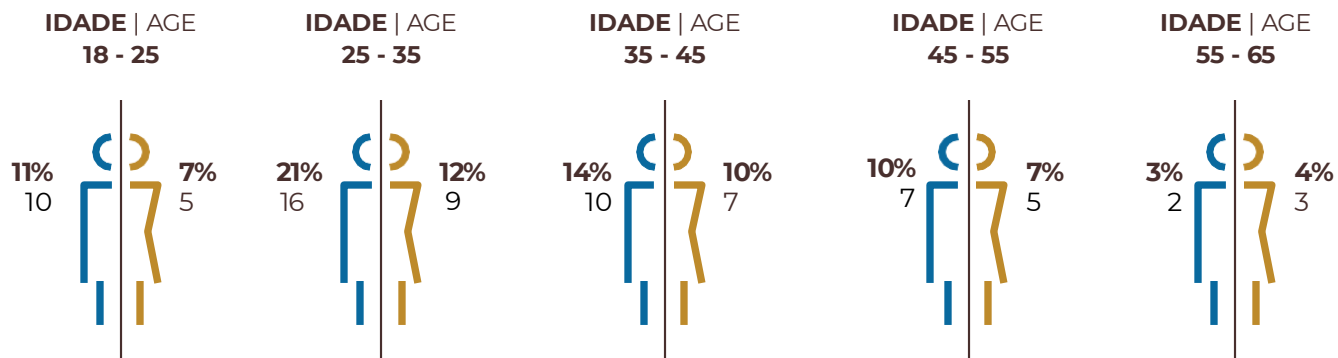
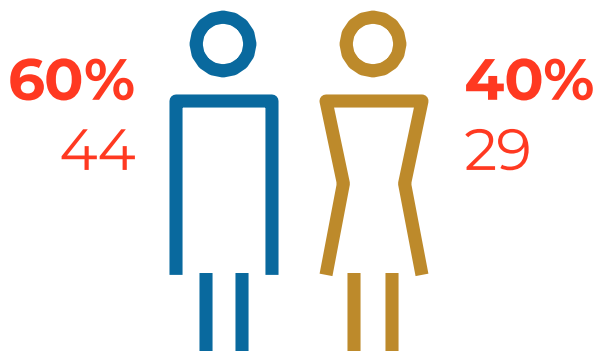
AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER

**40% a 60% do número de
colaboradoras mulheres.**

40% to 60% of women
employees.

TODOS OS COLABORADORES | ALL EMPLOYEES



GENDER EQUALITY



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER

40% a 60% do número de
colaboradoras mulheres.

40% to 60% of women
employees.

CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



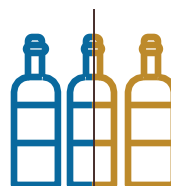
DEPARTAMENTO | DEPARTMENT

ADMINISTRATIVO ADMINISTRATIVE



7% 7%
5 5

BAR BAR



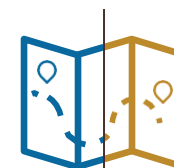
5% 0%
4 0

COZINHA KITCHEN



14% 5%
10 4

GUEST SERVICE GUEST SERVICE



3% 3%
2 2

ANDARES HOUSEKEEPING



0% 16%
0 12

MANUTENÇÃO MAINTENANCE



4% 0%
3 0

RECEPÇÃO RECEPTION



15% 5%
11 4

RESTAURANTE RESTAURANT



12% 3%
9 2

ESCOLARIDADE | DEGREE

BÁSICO - 3º CICLO UPPER SECONDARY EDUCATION



21% 7%
15 5

SECUNDÁRIO POST SECONDARY EDUCATION



25% 25%
18 18

SUPERIOR BACHELOR'S OR SUPERIOR



15% 8%
11 6

DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES OUTUBRO | OCTOBER

Ter apenas 20% de colaboradores em outsourcing | Have only 20% of employees outsourced.

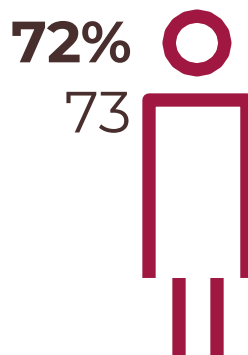
Reduzir os acidentes de trabalho em 10% até 2030 | Reduce workplace accidents by 10% by 2030.

40% dos colaboradores com contrato sem termo até 2030 | 40% of employees on indefinite contracts by 2030.

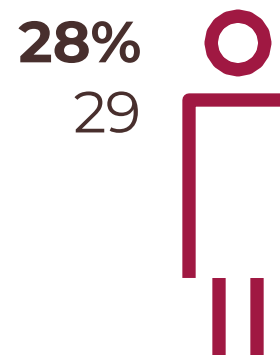
CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



**Nº DE COLABORADORES EM
TRABALHO INTERNO**
Nº OF OWN EMPLOYEES

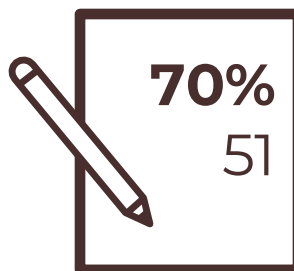


**Nº DE COLABORADORES
OUTSOURCING**
Nº OF EMPLOYEES OUTSOURCING



VS

CONTRATO SEM TERMO
PERMANENT CONTRACTS



CONTRATO COM TERMO DEFINIDO
FIXED-TERM CONTRACTS



VS

DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER

**Reduzir o Turnover para 25% e
aumentar a taxa de retenção de novos
colaboradores para 75% até 2023 |**

Reduce turnover to 25% and increase
the retention rate of new employees to
75% by 2023.

**Satisfação de colaboradores acima
dos 65% |**



6,38%
73



13,01%
923

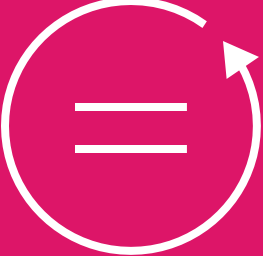


80,61%
1145

74,24 % de satisfação dos colaboradores

REDUCED INEQUALITIES

10



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

Divulgação/Entrega do Manual de acolhimento (código de conduta e ética e compromisso social): 100% dos colaboradores;

Integração de colaboradores com deficiência => 1;

Disclosure/Delivery of the Welcome Manual (code of conduct and ethics and social commitment): 100% of employees;

Integration of employees with disabilities = >1;

CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



Manual de acolhimento |
Welcome
Manual



Política Ambiental |
Environmental
Policy



Política Social | Social
Policy



Política de remuneração não discriminatória |
Non-discriminatory
remuneration
policy

SUSTAINABLE CITIES & COMMUNITIES



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

É obrigatório opção de carro eléctrico nas opções de transfer dos hóspedes

Muralha Fernandina disponibilização de visitas e divulgação

Mandatory electric car in guest transfer options

Fernandina Wall availability to visits

CORPO
SANTO
— HOTEL —



1

Obrigatório opção de carro eléctrico nas opções de transfer dos hóspedes |
Mandatory electric car in guest transfer options



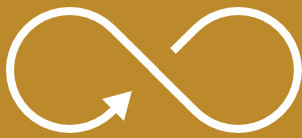
2

Muralha Fernandina disponibilização de visitas e divulgação
| Fernandina Wall availability to visits



RESPONSIBLE CONSUMPTION & PRODUCTION

12



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

Devolver as embalagens aos fornecedores:
10% até 2023

Compra de produção controlada:
20% dos produtos

Comprar a fornecedores locais:
20% fornecedores num raio de 30 km

Return packaging to suppliers:
10% by 2023

Controlled production purchase:
20% of products

Buy from local suppliers:
20% suppliers

CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



54% dos nossos fornecedores estão a menos de 30km.

54% of our suppliers are within 30km.



CLIMATE ACTION



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

OUTUBRO | OCTOBER

**Resíduos produzidos por
convidado**

**Desperdício alimentar por
convidado**

Waste produced per guest

Food waste per guest

**CORPO
SANTO**
— HOTEL —
★★★★★



Resíduos produzidos por convidado | Waste produced per guest



2,31 Kg-Lt

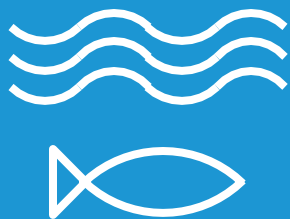
Desperdício alimentar por convidado | Food waste per guest



4,18 Kg-Lt

LIFE BELOW WATER

14



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

**Política de compras de peixe -
peixe da época e respeitando
o tamanho. Excluir peixes da
"red list"**

Fish purchase policy - fish in
season and respecting the size.
Exclude fish from the "red list"

CORPO
SANTO
— HOTEL —
★★★★★



Exposição “FRAGILE BEAUTY” do Príncipe Hussain Aga Kan no nosso hotel. Todos os lucros da venda das fotografias do Príncipe Hussain são doadas, via Focused on Nature, para a conservação de tubarões, cetáceos ou tartarugas marinhas.

“FRAGILE BEAUTY” exhibition by Prince Hussain Aga Kan at our hotel. All profits from the sale of Prince Hussain's photographs are donated, via Focused on Nature, to the conservation of sharks, cetaceans or sea turtles.



Golfinhos-pintados jovens brincando, Bimini,
Bahamas, julho de 2014



Tiger Beach, Grand Bahama, julho de 2014

LIFE ON LAND

15



AS NOSSAS MEDIDAS OUR MEASURES

**Política de compras de carnes:
80% carne de proveniência
nacional.**

Meat purchase policy:
80% meat of national
origin.



ANO YEAR 2025	% DE CARNE NACIONAL % OF NACIONAL MEAT
Janeiro January	96%
Fevereiro February	96%
Março March	96%
Abril April	96%
Maio May	96%
Junho June	96%
Julho July	96%
Agosto August	96%
Setembro September	96%
Outubro October	96%