



OBSERVATÓRIO SOCIAL DO ALENTEJO
FUNDAÇÃO EUGÉNIO DE ALMEIDA

Práticas de Responsabilidade Social no Alentejo Central e na Extremadura
Practicas de Responsabilidad Social en el Alentejo Central y Extremadura



Índice Geral

Palavras Prévias

Eduardo Pereira da Silva - Presidente do Conselho de Administração da Fundação Eugénio de Almeida
António Ventura Díaz Díaz - Director da Fundación Academia Europea de Yuste
Luis Millán Vázquez de Miguel - Presidente da Fundación para el Desarrollo de la Ciencia e Tecnología en Extremadura - FUNDECYT

7

Introdução

15

Considerações Metodológicas

17

1. Definições e Abordagens sobre a Responsabilidade Social das Organizações

21

1.1. Responsabilidade Social sob a Perspectiva Portuguesa - Prof^a Doutora Fátima Jorge

23

1.1.1. Abordagem Conceptual

23

1.1.1.1. Desenvolvimento Sustentável

23

1.1.1.2. Responsabilidade Social das Organizações

26

1.1.1.3. Ética Empresarial

31

1.2. Responsabilidade Social sob a Perspectiva Espanhola - Prof. Doutor Pedro Rivero Nieto

47

1.2.1. Conceito

47

1.2.2. Perspectivas em Espanha

60

2. Resultados do Questionário de Identificação de Práticas em Responsabilidade Social Organizacional

69

2.1. Componente Portuguesa: Alentejo Central

71

2.1.1. Caracterização das Organizações Inquiridas

71

2.1.2. Aspectos Sociais e Recursos Humanos

72

2.1.3. Questões Ambientais

76

2.1.4. Responsabilidade Social no Alentejo Central

77

2.1.5. Questões Comunitárias e Fundacionais

81

2.2. Componente Espanhola: Extremadura

85

2.2.1. Caracterização das Organizações Inquiridas

89

2.2.2. Aspectos Sociais e Recursos Humanos

90

2.2.3. Questões Ambientais

94

2.2.4. Responsabilidade Social na Extremadura

95

2.2.5. Questões Comunitárias e Fundacionais

99

3. Práticas Bem Sucidadas de Responsabilidade Social e Lições Aprendidas no Alentejo Central e Extremadura

105

Conclusões e Recomendações

113

Bibliografia

122

Índice de Gráficos, Figuras e Quadros

126

Anexo (Questionário)

129

Agradecimentos e Fichas Técnicas

277

Ficha Técnica do Projecto FUNDAR

281

Ficha Técnica

282

Abertura

Fundação Eugénio de Almeida

Responsabilidade Social: um Desafio para todas as Organizações

A Fundação encetou, em 2005, uma nova linha de acção, tendo em vista consolidar e aprofundar a cooperação interinstitucional entre fundações portuguesas e espanholas, favorecendo a emergência de novas formas de intervenção do sector fundacional no interesse do desenvolvimento humano e social das comunidades onde se integram.

De então até hoje, a Fundação promoveu três Encontros Luso-espanhóis de Fundações e desenvolveu diversos projectos em parceria com congéneres espanholas, em particular da vizinha região da Extremadura.

De forma gradual, concreta e consequente, tem vindo a ser construída uma cultura de confiança, capaz de promover e sustentar a aproximação transfronteiriça e, consequentemente, criar novas dinâmicas de trabalho conjunto.

Foi assim que em 2006, uma reflexão conjunta da Fundação Eugénio de Almeida com duas homólogas extremenhas – a Fundación Academia Europea de Yuste e a Fundecyt - Fundación para el Desarrollo de la Ciencia e Tecnología en Extremadura, permitiu constatar a existência de grandes lacunas ao nível das competências na área da Responsabilidade Social no tecido empresarial das regiões transfronteiriças do Alentejo Central, Badajoz e Cáceres.

Com base nesta parceria, deu-se início ao projecto FUNDAR – Cooperação Transfronteiriça entre as Fundações e o Mundo Empresarial para a Promoção e a Valorização da Responsabilidade Social, apoiado pela iniciativa comunitária INTERREG.

O projecto concretizou-se em três eixos de acção, sintetizados na fórmula Produzir, Informar, Partilhar. Neles se incluíram diversas actividades, desde a produção de documentos informativos, à criação de bases de dados e à organização de seminários, workshops e outros encontros transfronteiriços.

O objectivo primeiro de toda esta série de iniciativas, e o valor acrescentado deste projecto, foi importar para a agenda das fundações e das empresas o tema da Responsabilidade Social, numa perspectiva inovadora.

Julga-se, muitas vezes, que a Responsabilidade Social é uma questão exclusiva do sector empresarial.

A própria Comissão das Comunidades Europeias, no Livro Verde que lançou em 2001, define a Responsabilidade Social como «um comportamento que as empresas adoptam voluntariamente e para além das prescrições legais, porque consideram ser esse o seu interesse a longo prazo». E mais à frente, explicita: “as empresas devem integrar nas suas operações o impacto económico, social e ambiental»; o mesmo é dizer, devem integrar no seu plano estratégico os valores do desenvolvimento sustentável.

De facto, o conceito de Responsabilidade Social surgiu como uma reacção aos movimentos de globalização sob forte pressão da liberalização de mercados, tendo começado pela inclusão das preocupações ambientais na vida da empresa e o seu impacto financeiro.

Este conceito evoluiu depois para algo mais complexo e amplo, incluindo as preocupações sociais e a associação de todos estes factores ao desenvolvimento sustentável.

Outras referências institucionais, como os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio da ONU, são mais abrangentes e permitem aplicar o conceito de Responsabilidade Social a qualquer tipo de organização, incluindo as organizações que não têm carácter lucrativo e se enquadram dentro da chamada economia social ou terceiro sector.

A etimologia das palavras que compõem a expressão “Responsabilidade Social” remete-nos para um sentido de dever, de obrigação legal, de obrigação moral, de ética, para o desenvolvimento de processos de cidadania e para a existência de entidades sociais coordenadas em torno de objectivos. Deste conjunto de ideias sobressai a relação entre a ética, o costume, as necessidades sociais, a acção humana, tudo o que conduz a uma certa ordem social.

Torna-se assim fácil compreender como o exercício da Responsabilidade Social é intrínseco às práticas desenvolvidas pelo sector fundacional; ou, dito de outro modo, o comportamento ético e socialmente responsável é inerente às fundações na medida em que estas orientam as suas actividades em função de valores como a solidariedade, a justiça, a equidade ou a dignidade da pessoa humana.

Do que fica dito, parece intuir-se a ideia de que, pesem embora as naturais diferenças, há um vasto campo de interesses comuns entre as empresas e as fundações no que diz respeito à Responsabilidade Social.

Existem experiências e conhecimentos a partilhar, competências a adquirir, um sem número de possibilidades de cooperação que importa explorar.

A Fundação Eugénio de Almeida acredita que a Responsabilidade Social, enquanto acção colectiva, constitui uma soma de vontades baseada num consenso de obrigação ética, moral, social e económica, em conjunto com o comportamento de todos os que participam em sociedade.

A Fundação Eugénio de Almeida acredita que através do diálogo, do aperfeiçoamento e da inovação, é possível dar uma melhor e mais eficaz resposta às expectativas que a sociedade, hoje, coloca aos sectores empresarial e fundacional.

A Fundação acredita também que é possível encontrar pontes de entendimento e colaboração entre as empresas e as fundações, fomentar a emergência de parcerias e o estreitar de laços. Só desta forma a vivência da Responsabilidade Social se poderá tornar mais positiva, consistente e eficaz. O desenvolvimento sustentável, no plano dos recursos naturais e humanos, ganhará assim um sentido mais concreto, um novo alcance e actualidade.

A Fundação acredita, finalmente, que a cooperação interinstitucional entre o Alentejo e a Extremadura pode ser capaz de transformar o obstáculo da fronteira numa grande janela de oportunidades.

O Estudo “Práticas de Responsabilidade Social no Alentejo e Extremadura”, que agora se publica como corolário do trabalho desenvolvido pelo projecto FUNDAR, é um primeiro contributo para a compreensão da Responsabilidade Social numa perspectiva focalizada no universo da actuação das organizações destas duas regiões.

A Fundação Eugénio de Almeida agradece o contributo qualificado dos especialistas responsáveis pela sua concepção e desenvolvimento: Prof. Carlos Alberto da Silva, Coordenador Científico do Observatório Social do Alentejo da Fundação Eugénio de Almeida e Docente no Departamento de Sociologia da Universidade de Évora; Prof.^a Fátima Jorge, Investigadora do Departamento de Gestão da mesma Universidade; e Prof. Pedro Rivero Nieto, Docente do Departamento de Gestão de Empresas e Sociologia da Universidade da Extremadura.

Eduardo Pereira da Silva

Presidente do Conselho de Administração da Fundação Eugénio de Almeida

Fundación Academia Europea de Yuste

A Responsabilidade Social Comum

Segundo os estudos mais recentes da Comissão Europeia, as pequenas e médias empresas da Europa representam 99% das empresas europeias e 57% do valor acrescentado da economia do território europeu, sendo estes números plenamente representativos da região espanhola da Extremadura (66.180 PME, entre um censo total de 66.232 empresas em Outubro de 2007, ou seja, 99,92%) e da região portuguesa do Alentejo, um território transfronteiriço mais conhecido como «A Raia». Trata-se de uma raia permeável que, desde a abertura das fronteiras após a adesão de Espanha e Portugal à União Europeia em 1986, registou um aumento da actividade bilateral económica, social e cultural, mas também humana e relacional e, como não podia deixar de ser, da colaboração entre as regiões, transformando-as em irmãs siamesas unidas por uma história comum que se desenrola dia após dia graças ao trabalho realizado pelas instituições, empresas, organizações e pessoas que nelas habitam.

A Responsabilidade Social é, hoje em dia, um factor estratégico para a política e para as empresas, assim como uma garantia da respectiva sustentabilidade. Pode dizer-se que a Responsabilidade Social é a resposta proactiva, aberta e integrada das empresas às expectativas de uma sociedade que respeita as leis, os valores éticos, as pessoas, a comunidade e o meio ambiente. A Responsabilidade Social teve, até agora, maior visibilidade nas grandes organizações e multinacionais, mas também é necessário e fundamental incentivar as pequenas e médias empresas, que são as verdadeiras protagonistas do tecido económico europeu, nacional e regional, a unirem-se a esta prática em todas as suas dimensões: económica, ambiental, cultural e social, com uma perspectiva de crescimento integral e integrado das comunidades e da sociedade como um todo. Além disso, as instituições, ONG, sindicatos, universidades e cidadãos desempenham um papel muito importante no desenvolvimento da Responsabilidade Social, exigindo das empresas que os rodeiam políticas que defendam valores e comportamentos em benefício da sociedade e mantendo simultaneamente um comportamento exemplar, já que a Responsabilidade Social envolve todas as partes.

A Fundación Academia Europea de Yuste, não sendo alheia a todos estes factores e na sua dinâmica de trabalho realizado a partir da Extremadura em prol de uma Europa mais social, não hesitou em apoiar o projecto 'Fundar' (cooperação transfronteiriça entre as fundações e o mundo empresarial para a promoção e a valorização da Responsabilidade Social na Extremadura e no Alentejo), no âmbito do programa europeu Interreg IIIA, proposto em 2005 pela Fundação Eugénio de Almeida. Este projecto foi igualmente desenvolvido em conjunto com a Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología de Extremadura (Fundecyt), com o único objectivo de identificar a necessidade e as vantagens de aprofundar o conhecimento e de promover a sua transferência em matéria de Responsabilidade Social através da cooperação transfronteiriça entre instituições do sector terciário e as empresas, tendo em vista o reforço da coesão social e económica em ambos os lados da raia. O objectivo final consistiu em promover, através de vários seminários e mesas redondas de sensibilização e intercâmbio de experiências, assim como de um estudo realizado entre empresas e fundações de ambos os lados da raia, o desenvolvimento das organizações em termos de Responsabilidade Social no tecido empresarial do Alentejo Central e das províncias transfronteiriças de Cáceres e Badajoz, mais concretamente em termos da participação das pequenas e médias empresas, as quais constituíam, sem dúvida, o verdadeiro objectivo deste projecto, subentendendo-se que a maioria das grandes empresas tem capacidade suficiente para desenvolver a sua própria política de RSC por diferentes motivos. Além disso, pretendeu-se aprofundar e difundir os conhecimentos sobre Responsabilidade Social

entre as empresas da região e da comunidade transfronteiriça em geral, sensibilizar as empresas para a maximização do impacto positivo das suas actividades sobre a comunidade através da adopção de um conjunto de práticas socialmente responsáveis e da promoção de parcerias, assim como abrir novas frentes de oportunidades para que as empresas assumam o seu papel de intervenção social em conjunto com as instituições da sociedade civil.

Foram várias as pessoas, instituições e empresas que participaram e às quais gostaria de agradecer, em nome da Fundación Academia Europea de Yuste, por todo o seu apoio e colaboração. Contudo, gostaria de assinalar e agradecer de forma especial a participação pessoal de Pedro Rivero Nieto, Professor do Departamento de Dirección de Empresas e Sociología da Universidade da Extremadura e à Professora Fátima Jorge, do Departamento de Gestão da Universidade de Évora, que, sob a orientação do Professor Carlos da Silva, Coordenador Científico do Observatório Social do Alentejo da Fundação Eugénio de Almeida, realizaram o estudo apresentado na presente publicação, que apresenta, sem dúvida, dados pertinentes, enriquecedores e de grande importância a ter em conta para o desenvolvimento da Responsabilidade Social Empresarial na Extremadura e no Alentejo.

Por último, uma menção muito especial a Maria do Céu Ramos, Secretária-Geral da Fundação Eugénio de Almeida e promotora deste projecto, e a Luis Casas Luengo, Director da Fundecyt e parceiro do projecto na Extremadura juntamente com a nossa Fundação, que, em colaboração com as suas equipas e trabalhando em perfeita harmonia com a equipa da Fundación Academia Europea de Yuste, souberam encontrar o equilíbrio e a energia necessários para ajudar as empresas e organizações da Extremadura e do Alentejo a traçar uma Raia socialmente responsável.

António Ventura Díaz Díaz
Director da Fundación Academia Europea de Yuste

Fundación para el Desarrollo de la Ciencia e Tecnología en Extremadura

A Responsabilidade Social da empresa deve ser entendida como o triplo compromisso com o cumprimento da lei, o respeito pela dignidade da pessoa e a atenção às necessidades da sociedade, quer futuras (protecção do meio ambiente), quer presentes (relação com as instituições do seu meio social e com os próprios trabalhadores).

As fundações podem ser um instrumento eficaz para que tanto as grandes como as pequenas, médias e microempresas possam desenvolver as actividades enquadradas no seu compromisso de Responsabilidade Social com os trabalhadores, a sociedade e o meio social. Este aspecto adquire especial relevância no caso das PME, uma vez que a sua dimensão dificulta a aplicação dos mesmos tipos de gestão e acções das grandes empresas no âmbito da Responsabilidade Social.

A Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y Tecnología en Extremadura (Fundecyt) constitui um veículo perfeito para a canalização da Responsabilidade Social nas PME da região da Extremadura espanhola, visto estar próxima do tecido empresarial da região e, como tal, mais sensível e atenta às necessidades destas empresas.

Luis Millán Vázquez de Miguel

Presidente da Fundación para el Desarrollo de la Ciencia e Tecnología en Extremadura - FUNDECYT

Introdução

Ao longo da última década a problemática da Responsabilidade Social tem vindo a ganhar uma certa expressão no contexto das práticas organizacionais. Na verdade, essa questão tem vindo a ser retratada como fruto do processo de globalização económica que conduziu à necessidade de uma maior articulação das organizações com o seu meio envolvente. Porém, esta realidade interactiva, longe de poder ser reduzida a uma mera esfera de acção das lógicas do mercado onde actuam as organizações, leva a que a dimensão da Responsabilidade Social seja cada vez mais perspectivada numa tríplice dimensão de natureza económica, social e ambiental.

Efectivamente, a crescente consciencialização da implicação das organizações, qualquer que seja a sua natureza, no desenvolvimento das sociedades modernas, proporcionou uma maior visibilidade da importância da responsabilidade das mesmas organizações na transformação e no desenvolvimento dos ambientes sociais em que actuam.

Assim sendo, emerge como fundamento da renovação das práticas organizacionais, na era moderna, a necessidade do reforço da integração dos objectivos económicos, sociais e ambientais, lógica essa que perspectiva e defende a necessidade de um desenvolvimento mais orientado para a equidade, a justiça e o equilíbrio social e ambiental.

Tendo por base os desafios descritos acima, as fundações pela sua experiência e know-how na intervenção social e comunitária podem contribuir, propor e ou dar às empresas uma “nova” abordagem mais compreensiva do fenómeno das práticas socialmente responsáveis. Na verdade, numa perspectiva de pragmatismo dos desafios da sustentabilidade na era moderna abre-se um novo espaço de diálogo entre as fundações e as empresas nos mais diferentes domínios para melhor identificar as vantagens e os constrangimentos das práticas de equilíbrio socio-económico e ambiental.

Conseguiremos alguma vez e de uma forma objectiva definir com absoluta certeza o verdadeiro significado da Responsabilidade Social, com toda a sua complexidade de conteúdos, organizacionais, sociais, culturais, económicos e políticos, e numa perspectiva mais focalizada, no universo da actuação das organizações do Alentejo Central e Extremadura?

Com o objectivo de melhor conhecer esta problemática, a Fundação Eugénio de Almeida em parceria com a Fundación Academia Europea de Yuste e a Fundación para el Desarrollo de la Ciencia e Tecnología en Extremadura desenvolveram, entre 2006 e 2007, no âmbito da iniciativa comunitária INTERREG III-A, o projecto FUNDAR - Cooperação Transfronteiriça entre as Fundações e o Mundo Empresarial para a Promoção e a Valorização da Responsabilidade Social. Dentro deste quadro de trabalho foi elaborado um Estudo das Práticas de Responsabilidade Social no Alentejo e Extremadura, cujos resultados se apresentam na presente publicação.

Para desenvolver o trabalho de investigação apresentado, apoiámo-nos, por um lado, em algumas das teorias disponíveis que focam o problema, por outro lado, em trabalhos empíricos realizados nesta área, e por fim, nas respostas expressas pelas organizações (empresas, fundações e demais organizações do terceiro sector) acerca do modo como os mesmos percebem a importância do processo de organização e gestão da Responsabilidade Social e quais as práticas que são desenvolvidas no Alentejo Central e

na Extremadura. Demos assim “voz” aos actores organizacionais para que estes pudessem expressar as suas percepções sobre o modo como têm sido organizados e/ou possam ser geridos os “seus próprios serviços”, em termos de práticas socialmente responsáveis.

Neste sentido, a pesquisa realizada resulta numa investigação empírica onde as observações realizadas através da aplicação de um inquérito por questionário a 113 fundações, empresas e outras organizações do terceiro sector do Alentejo Central e da Extremadura, procuram contribuir, de algum modo, para a compreensão da problemática da Responsabilidade Social, tentando, assim, em termos exploratórios, descrever os contextos das práticas existentes e encontrar “explicações” para alguns dos aspectos relacionados com aquela temática a nível das organizações das regiões estudadas.

Para a escolha dos métodos e das técnicas utilizadas foram levados em linha de conta os objectivos da investigação e a natureza das variáveis em estudo. Perante a complexidade e extensão dos dados recolhidos, tendo ainda presente a diferenciação da natureza das organizações respondentes, optou-se pelo tratamento e análise descritiva dos mesmos.

O estudo encontra-se estruturado em cinco componentes fundamentais. A primeira, a presente introdução, onde procuramos justificar as razões do estudo realizado. A componente teórica constitui o primeiro capítulo propriamente dito, representando o elemento estruturante do estudo e servindo de fundamento teórico à realização do trabalho empírico. Para a elaboração do primeiro capítulo, foram analisadas diversas perspectivas e concepções relacionadas com o tema da Responsabilidade Social, tendo sido seleccionados os assuntos considerados mais pertinentes. Assim sendo, foram analisadas as perspectivas de diferentes autores acerca do conceito de Responsabilidade Social, assim como os resultados de alguns estudos empíricos realizados na área, quer em Portugal, quer em Espanha.

O segundo capítulo, a componente empírica, constitui a segunda parte estruturante deste trabalho. Aqui, são apresentados de forma sistematizada os resultados da recolha de informação realizada no Alentejo Central e na Extremadura, procurando desta forma oferecer uma certa perspectiva portuguesa e espanhola sobre os aspectos sociais e recursos humanos, as questões ambientais e demais aspectos relacionados com a Responsabilidade Social, passando ainda pela abordagem do contributo das perspectivas de cooperação entre as fundações com as empresas/organizações estudadas.

Pese embora ainda não ser evidente uma prática alargada dos princípios e fundamentos da Responsabilidade Social nas organizações estudadas, apresentamos no capítulo três uma sistematização das práticas encontradas, admitindo-as como as mais representativas enquanto práticas bem sucedidas no Alentejo e Extremadura.

Como corolário destes três capítulos, apresentamos as conclusões do estudo e algumas linhas de recomendações para novas acções e intervenções no sentido da criação de valor no contexto da actividade empresarial, através da melhoria das condições para a sedimentação da filosofia da responsabilidade social.

Considerações Metodológicas

A Responsabilidade Social transformou-se, na actualidade, num dos assuntos geradores dos mais amplos debates a nível de todos os sectores (político, económico, social), com responsabilidades acrescidas na construção de uma sociedade que se quer cada vez melhor, com mais justiça social e melhor partilha dos recursos, enquanto elementos geradores de maior equidade, e melhor e “mais sustentabilidade para todos”.

A problemática da Responsabilidade Social nas e das organizações tem, também, sido uma preocupação de actores dos mais diversos sectores sociais e económicos que, ao tornarem-se cada vez mais esclarecidos e exigentes, se consciencializaram dos problemas que afectam a qualidade, não só da vida dos colaboradores nas organizações, mas também do uso dos recursos na produção e na prestação de serviços.

Ao longo da fundamentação teórica, com base em teorias existentes e alguns trabalhos empíricos anteriormente realizados, em Portugal e em Espanha, procurámos alicerçar os nossos conhecimentos sobre a problemática. Foi feita alusão, ao longo da componente teórica, às múltiplas dimensões da Responsabilidade Social, da dificuldade em a traduzir através de uma simples medida quantitativa e da necessidade de serem utilizados indicadores para a avaliar.

Com a realização deste trabalho, procuramos contribuir, de alguma forma, para o enriquecimento do conhecimento científico nesta área, através da análise das respostas expressas pelos inquiridos, enquanto actores colectivos, quanto ao modo como estão organizadas e são percebidas as diferentes dimensões da Responsabilidade Social nessas instituições.

A pesquisa realizada caracteriza-se por ser um estudo exploratório e descritivo, de natureza extensiva, procurando desta forma conhecer, descrever e classificar os dados e interpretar os resultados, sem interferir ou modificar a realidade tal como ela se apresenta. Para Hill e Hill (2002), estes estudos encaixam na tipologia de investigação aplicada¹, cujo objectivo é descobrir factos novos (dados empíricos) que permitam elaborar deduções que possam ter aplicações práticas a curto e médio prazo.

Assim sendo, a concretização da intenção do Estudo das Práticas de Responsabilidade Social no Alentejo e Extremadura, iniciado em 2006 e concluído em 2007, assentou numa abordagem quantitativa, através da aplicação de um inquérito por questionário destinado a Instituições do Terceiro Sector e Empresas da Região do Alentejo e da Região Autónoma da Extremadura. A aplicação dos questionários decorreu durante o período entre os meses de Janeiro e Abril de 2007. O Questionário, realizado no âmbito do projecto FUNDAR, é composto por 4 dimensões: Aspectos Sociais e Recursos Humanos, Gestão Responsável e Ética na Organização, Questões Ambientais e Questões Comunitárias e Fundacionais, o qual possibilitou uma visualização da importância atribuída às práticas de Responsabilidade Social das organizações respondentes.

A aplicação do questionário foi precedida da realização de um pré-teste envolvendo uma amostra aleatória de 9 organizações extraídas da população envolvida no estudo. Para a validação facial do conteúdo, recorremos ainda a dois experts na área da Responsabilidade Social.

¹ Os outros dois tipos são a investigação pura - onde o objectivo é descobrir factos novos (dados empíricos) para testar deduções feitas a partir de uma teoria apenas de interesse intelectual - e a investigação aplicável - que pretende descobrir factos novos (dados empíricos) que sejam capazes de resolver problemas práticos no curto prazo (Hill e Hill, 2002).

Foi enviado um total de 300 questionários², numa primeira fase por correio postal, e numa fase posterior, por correio electrónico, como forma de garantir um maior número de questionários preenchidos. Foram ainda efectuados contactos telefónicos a organizações que não responderam dentro do prazo estipulado, com o intuito de garantir um máximo de informação possível. Foram devolvidos 113 questionários, representando uma taxa de retorno na ordem dos 37,7%, valor que se pode considerar aceitável no contexto do estudo realizado³.

As organizações inquiridas foram as Instituições do Terceiro Sector e Empresas com sede na Região do Alentejo Central e da Extremadura. O parceiro Yuste e Fundecyt do Projecto FUNDAR onde se insere o presente estudo, foram responsáveis pela distribuição e recepção dos questionários na região da Extremadura e o parceiro chefe de fila, a Fundação Eugénio de Almeida, garantiu a distribuição, recebimento e tratamento da informação proveniente dos questionários das duas regiões sob estudo.

Após a recolha do instrumento de análise foram validadas 59 respostas de Instituições do Terceiro Sector e Empresas, no que respeita à região do Alentejo e um total de 54 respostas validadas sobre a informação obtida na Região da Extremadura.

O tratamento e análise de informação foram possibilitados pela construção de uma base de dados, nomeadamente o programa de tratamento de dados SPSS Versão 13.0, através do qual foi efectuada a leitura dos dados obtidos.

Importa relevar que para validação das componentes conceptuais e empíricas do presente estudo, a parceria do FUNDAR contou com a colaboração de experts na área da Responsabilidade Social, entre os quais se destacam, a Prof. Doutora Maria de Fátima Jorge da Universidade de Évora, o Prof. Doutor Pedro Rivero Nieto da Universidade da Extremadura.

A equipa de investigação agradece a todos aqueles que, de uma forma directa e indirecta, permitiram concretizar a elaboração do presente estudo.

2 A população-alvo do estudo é composta por Empresas, Fundações e outras organizações do terceiro sector do Alentejo Central e Extremadura, identificadas a partir da base de dados oficiais de instituições existentes nos núcleos empresariais e listagem telefónica. A partir destas por quotas de 300 casos, foram criados dois estratos proporcionais de empresas (com mais de 20 trabalhadores) e organizações do 3º sector existentes na área geográfica à data do estudo.

3 Segundo estudos realizados por diferentes autores, designadamente os da área da investigação social publicado na revista *Public Opinion Quarterly*, as taxas de retorno dos questionários aplicados por via conjunta correio postal e/ou e-mail, nunca são muito elevadas, situando-se na maioria dos casos entre os 20% e os 50%.

1. Definições e Abordagens sobre a Responsabilidade Social das Organizações

1.1. Responsabilidade Social sob a Perspectiva Portuguesa⁴

Prof.^a Doutora Fátima Jorge

1.1.1. Abordagem Conceptual

Conceitos como o desenvolvimento sustentável, a Responsabilidade Social, a responsabilidade filantrópica e a ética empresarial entre outros, fazem hoje parte do discurso de diferentes actores organizacionais e institucionais. Verifica-se, no entanto, que existe uma utilização díspar destes conceitos, verificando-se normalmente alguma confusão entre eles.

No presente capítulo, procuraremos, por um lado, produzir uma reflexão sobre os conceitos desenvolvimento sustentável, Responsabilidade Social e ética empresarial e, por outro, pretendemos contribuir para a clarificação e delimitação destes três conceitos.

Na primeira parte deste texto propomo-nos dar um contributo para a refundação e hierarquização destes conceitos, de forma a que a gestão sinérgica do trinómio desenvolvimento sustentável - Responsabilidade Social - ética empresarial, potencie o desenvolvimento de culturas organizacionais eticamente responsáveis⁵.

1.1.1.1. Desenvolvimento Sustentável

Vários autores e especialistas das ciências empresariais asseguram que a filosofia de uma Gestão Sustentável será o paradigma do século XXI. Há, no entanto, que referir que a noção de desenvolvimento sustentável não é uma questão recente, “desde a publicação em 1798 do Ensaio sobre o Princípio da População e o seu Efeito no Desenvolvimento Futuro das Sociedades de Robert Thomas Malthus que o conceito foi apresentado, contudo é, a partir da década de 70 do século XX, que a preocupação com o impacte ambiental do desenvolvimento económico assume uma dimensão adequada à sua importância”⁶.

O desenvolvimento e implementação do conceito nas últimas décadas está associado a cinco eventos que constituíram marcos de referência: A Conferência ou Cimeira de Estocolmo, o Relatório de Brundtland, a Cimeira do Rio ou Cimeira da Terra; 19^a Sessão Especial da Assembleia Geral das Nações Unidas e a Cimeira Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, que ficou designada por Cimeira de Joanesburgo. Na figura seguinte poderemos perceber a evolução que este conceito tem tido desde 1972, ano em que ocorreu a Cimeira de Estocolmo em que o enfoque era, inquestionavelmente, a protecção ambiental, passando-se em 2002, decorridos trinta anos, a fazer emergir o conceito de responsabilidade empresarial através da apresentação clara dos três pilares do desenvolvimento sustentável: económico, social e ambiental.

⁴ O presente capítulo é da autoria de Maria de Fátima Jorge, Prof.^a Auxiliar do Departamento de Gestão da Universidade de Évora.

⁵ Uma reflexão similar foi realizada pela autora deste texto em co-autoria com Marta Silvério sobre três variáveis, Marketing Social, Responsabilidade Social e Ética Empresarial sob a forma de comunicação apresentada nas XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica na Universidade dos Açores, em Fevereiro de 2004.

⁶ Santos, M.^a João Nicolau (Coord.), Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial, Oeiras, Celta Editora, 2005, p.7.

Fig.1 A evolução do conceito de desenvolvimento sustentável

1972 . Conferência das Nações Unidas sobre <i>O Ambiente Humano</i> . Cimeira de Estocolmo Primeiro grande fórum internacional de discussão entre países ricos e pobres e entre diferentes grupos de interesse. Debate centrado no estabelecimento de um programa de contenção e prevenção da poluição industrial, num quadro de equilíbrio de prioridades entre o desenvolvimento económico e necessária protecção ambiental.	Protecção Ambiental
1987 . Comissão Mundial para o Ambiente Desenvolvido . Relatório Brundtland A Agenda Global para a mudança constitui uma forte chamada de atenção para as responsabilidades dos estados e das organizações. A política anterior que preconiza uma redução substancial ou mesmo paragem do crescimento económico, é agora substituída por uma dinâmica de crescimento económico e desenvolvimento humano.	Desenvolvimento Sustentável
1992 . Cimeira da Terra . Agenda 21 Subscrita por mais de 178 governos consolida definitivamente o conceito de desenvolvimento sustentável das sociedades humanas. A Agenda 21 consolida os três pilares em que se deve alicerçar qualquer estratégia de desenvolvimento sustentável: o social; o económico; o ambiental.	Equidade Social Ambiente e Economia
1997 . 19ª Sessão Especial da Assembleia Geral das Nações Unidas . Agenda 21 Problemas ambientais significativos continuam a ter a sua origem nas especificidades socioeconómicas dos diferentes países em todas as regiões. O programa "futura implementação da Agenda 21" aponta o ano de 2002 como a data limite para as diversas administrações formularem e elaborarem as suas estratégias de desenvolvimento sustentável.	Estratégias de Desenvolvimento Sustentável
2002 . Cimeira Mundial para o Desenvolvimento Sustentável . Cimeira de Joanesburgo Reforçar os pilares do desenvolvimento sustentável: económico, social e ambiental, aos diferentes níveis local, nacional, regional e global. Desenvolvimento de uma nova cultura na definição e implementação das estratégias de desenvolvimento sustentável, nas suas múltiplas dimensões num quadro de globalização.	Responsabilidade Social Corporativa

Fonte: Santos, Mª João Nicolau (Coord.), Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial, Oeiras, Celta Editora, 2005, p.13.

“Desenvolvimento Sustentável é aquele que atende às necessidades dos presentes sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (Relatório de Brundtland, 1987).

O Desenvolvimento Sustentável é um conceito de desenvolvimento que assenta na harmonização de três dimensões: prosperidade económica, justiça social, e qualidade ambiental, tende por base a convicção de que sempre que se verificar a simultaneidade destas condições se está a garantir a qualidade de vida no presente, sem se comprometer a qualidade de vida das gerações futuras. (Deloitte, 2003, p.2)

Tendo por base este novo paradigma, as organizações realmente competitivas a longo prazo, serão as que consigam, através da aposta no diálogo com as partes interessadas e a partilha de conhecimento, gerir os riscos, mas, também, tirar partido das oportunidades inerentes à integração de valores ambientais e sociais na estratégia de desenvolvimento e na gestão corrente do negócio. Serão aquelas organizações que consigam operacionalizar o conceito de Desenvolvimento Sustentável, ou seja, serem economicamente viáveis e proactivamente responsáveis no plano ambiental e social (Deloitte, 2003, p. 2).

Uma iniciativa que pretende traduzir um “compromisso ético” entre as entidades de todos os países é o Pacto Mundial das Nações Unidas (Global Compact). Esta ideia de um Pacto Mundial em matéria de Responsabilidade Social das empresas foi lançada pelo Secretário Geral da ONU, Kofi Annan, no World Economic Forum em Davos, em 31 de Janeiro de 1999. Pretende-se que se considere como parte integrante da estratégia e das operações das empresas 10 princípios de conduta e acção no que se refere a Direitos Humanos, Relações Laborais, Ambiente e Luta Contra a Corrupção⁷.

Os 10 Princípios do Pacto Mundial das Nações Unidas (Global Compact)

1. As empresas devem apoiar e respeitar a protecção dos direitos humanos fundamentais, reconhecidos internacionalmente, dentro do seu âmbito de influência;
2. As empresas devem assegurar-se de que não são cúmplices na violação dos direitos humanos;
3. As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efectivo do direito à negociação colectiva;
4. As empresas devem apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado e realizado sob coacção;
5. As empresas devem promover a erradicação do trabalho infantil;
6. As empresas devem promover a abolição de práticas de discriminação no emprego;
7. As empresas devem manter uma perspectiva preventiva face ao ambiente;
8. As empresas devem promover iniciativas que conduzam a uma maior responsabilidade ambiental;
9. As empresas devem favorecer o desenvolvimento e a difusão das tecnologias respeitadoras do ambiente;
10. As empresas devem agir contra a corrupção em todas as suas formas, nomeadamente a extorsão e o suborno.

A definição de uma estratégia europeia para o desenvolvimento sustentável

Tendo por base os objectivos definidos na Cimeira de Lisboa em 2000, a Comissão Europeia elaborou em 2001 uma proposta intitulada “Uma Europa sustentável para um mundo melhor: uma estratégia da União Europeia para o desenvolvimento sustentável”. Este documento foi aprovado no Conselho Europeu de Gotemburgo e traduz a estratégia europeia para o desenvolvimento sustentável, apresentando uma perspectiva de longo prazo e uma visão mais alargada do desenvolvimento sustentável, conciliando o crescimento económico, a coesão social e a protecção ambiental⁸.

A estratégia da Comissão Europeia parte do pressuposto de que é necessário centrar-se na resolução de um número restrito de problemas: aquecimento global; desafios à saúde pública; envelhecimento da população; redução da biodiversidade; saturação dos transportes. Este modelo de desenvolvimento sustentável proposto pela Comissão Europeia requer que se assumam como prioritárias um conjunto de medidas⁹:

- i) tomada de acção urgente, no sentido de corrigir alguns dos impactes negativos de acções tomadas anteriormente e consideradas particularmente nocivas para a humanidade;
- ii) formulação de uma estratégia coerente estabelecida no longo prazo que articule e integre as múltiplas políticas existentes ao nível económico, social e ambiental;

⁷ <http://www.pactomundial.org>

⁸ Santos, M^a João Nicolau, op. cit., p.15.

⁹ Santos, M^a João Nicolau, op. cit., p.16.

- iii) liderança política que permita o ajustamento dos diferentes interesses em presença no sentido de prevalecer o bem-estar da sociedade como um todo;
- iv) consciencialização civil e intervenção de todos os cidadãos e organizações privadas através da introdução de mudanças nos seus padrões de consumo e investimento;
- v) acções globais baseadas na concretização de parcerias estabelecidas internacionalmente, significando um empenhamento efectivo na concretização dos princípios do desenvolvimento sustentável.

Na perspectiva da Comissão Europeia a Responsabilidade Social das organizações é encarada como um instrumento eficaz para a promoção do desenvolvimento sustentável.

1.1.1.2. Responsabilidade Social das Organizações

A evolução do pensamento sobre as relações empresa-sociedade tem-se desenvolvido à volta de três teorias sobre a performance social, segundo Frederick (1987)¹⁰. A primeira teoria que surgiu foi a Responsabilidade Social da empresa, tendo tido um grande eco entre os investigadores e gestores durante os anos 50 e 60. Nos anos 70 apareceu com força uma teoria mais orientada para a acção e para os resultados, denominada resposta social da empresa que suplantava mas não substituíu a primeira teoria. Em meados dos anos 70 começou a formar-se a teoria da ética empresarial, impulsionada pelas preocupações que foram surgindo sobre a qualidade ética das decisões empresariais.

A Responsabilidade Social da empresa emerge como uma reacção ao modelo económico clássico que defendia que a única responsabilidade da empresa era maximizar os benefícios de forma imediata com a única restrição do cumprimento estrito da lei. Em contraposição a esta corrente surgem os defensores da Responsabilidade Social que argumentam que as responsabilidades empresariais vão para além do seguimento dos sinais do mercado e do estrito cumprimento da lei. A teoria da Responsabilidade Social da empresa está fundamentada em duas premissas básicas (Wartick e Cochran, 1985, cit. por Baez, 1996)¹¹ que giram à volta dos objectivos e valores da sociedade. São respectivamente: a) O contrato social e b) a agência moral.

A primeira premissa tem subjacente o facto de que as empresas existem devido a uma vontade expressa por parte da sociedade. Assim, o seu comportamento e forma de operar têm de estar em concordância com os princípios estabelecidos por aquela. A empresa tem, nesta perspectiva, um jogo implícito de direitos e obrigações. Este contrato social é um veículo através do qual o comportamento da empresa está comprometido com os objectivos da sociedade.

A segunda premissa refere-se à “agência moral”, devendo as empresas actuar como agentes morais dentro da sociedade. As empresas têm, por um lado, a capacidade para utilizar regras morais na tomada de decisões e por outro lado, a capacidade para controlar, não apenas as suas acções públicas, mas também a estrutura das políticas e regras. Como afirma Brown (1992)¹², assumir que as organizações têm a condição de ser agente moral significa poder “atribuir-lhes as mesmas características que aos agentes morais humanos: poder para escolher e responsabilidade das escolhas realizadas”.

¹⁰ Frederick, W. C. (1987), “Theories of Corporate Social Performance”, in Sethi, S.P., y Falbe, C. M., *Business and Society: Dimensions of Conflict and Cooperation*, New York, Lexington Books.

¹¹ Baez, Rita Maria Guerra (1996), “La Ética Empresarial como teoria de la performance social de la empresa”, ESIC MARKET, Abril-Junho.

¹² Brown, Marvin (1993), *Ética nos Negócios*, São Paulo, Makron Books.

O conceito mais desenvolvido e aceite de Responsabilidade Social é o das quatro categorias de Carroll (1979)¹³. O modelo de Carroll inclui responsabilidades económicas, legais, éticas e discricionárias (voluntárias). Estas categorias não são mutuamente exclusivas, nem têm intenção de formar um contínuo onde estejam de um lado os interesses económicos e no outro extremo os interesses sociais. A importância do modelo surge da assumpção de que a Responsabilidade Social não é distinta nem está separada da performance económica, é uma parte das responsabilidades totais das empresas.

Diversos autores têm apresentado argumentos contra e a favor da Responsabilidade Social das empresas. Os argumentos mais utilizados contra a Responsabilidade Social são os seguintes (Baez, 1996)¹⁴:

- O primeiro argumento radica na visão tradicional que afirma que a empresa tem apenas uma responsabilidade social: maximizar o benefício dos proprietários e accionistas. Esta posição teve grande aceitação e é liderada pelo economista Milton Friedman¹⁵ (1970);
- Uma segunda objecção importante suporta-se no argumento que as empresas não estão preparadas para dirigir actividades ou assuntos sociais;
- Estreitamente ligada com esta objecção é apresentada uma terceira: se as empresas tivessem como finalidade a resolução de problemas sociais, não cumpririam a principal finalidade para que foram criadas;
- Outra posição contrária à Responsabilidade Social afirma que a empresa tem já tanto poder que não lhe deverá ser atribuído um poder adicional, incumbindo-lhe a resolução de problemas sociais;
- Um último argumento contra a Responsabilidade Social refere que ao incluir-se aspectos sociais no funcionamento da empresa, isso implicaria a subida de preços nos produtos e serviços, tornando-os menos competitivos nos mercados internacionais.

Os principais argumentos a favor da Responsabilidade Social da empresa podem resumir-se nos seguintes (Davis e Frederick, 1984, cit. por Teixeira, 1998, p.209)¹⁶

- As necessidades públicas têm vindo a alterar-se e com elas as expectativas da sociedade. É da sociedade que as empresas recebem o poder e, por conseguinte, devem responder pelo seu uso;
- Um bom ambiente social beneficia tanto a sociedade como as empresas. Além disso a sociedade é a fonte dos seus recursos humanos e dos consumidores dos seus produtos;
- A maior responsabilização social espontânea desencoraja a intervenção dos governos. O resultado é uma maior liberdade e maior flexibilidade nas decisões de gestão;
- As empresas lidam com uma grande dose de poder que deve ser acompanhado por um correspondente grau de responsabilidade;
- A sociedade moderna é um sistema interdependente, e as actividades internas da empresa acabam por ter um impacto significativo no seu ambiente externo;
- O envolvimento social pode ser do interesse dos accionistas. Os problemas, por vezes, podem transformar-se em proveitos. Aquilo que outrora era considerado desperdício pode ser agora aproveitado com lucro;
- O envolvimento social cria uma imagem pública positiva, o que pode resultar numa atracção de clientes, colaboradores e investigadores;
- As novas ideias geralmente nascem nas empresas. As empresas deveriam, portanto, tentar resolver os problemas que outras instituições não conseguem resolver;

13 Carroll, A. B. (1979), "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *Academy of Management Review*, vol. 4, nº 4, pp. 497-505.

14 Baez, Rita Maria Guerra (1996), op. cit.

15 Friedman, Milton (1970), "A Friedman doctrine: the social responsibility of business is to increase its profits", *The New York Times Magazine*, pp.33.

16 Teixeira, Sebastião (1998), *Gestão das Organizações*, Lisboa, Ed. McGraw-Hill.

- As empresas são detentoras dos recursos. Especificamente, as empresas deveriam usar as capacidades dos seus gestores e especialistas, bem como os seus recursos de capital para resolver alguns problemas da sociedade;
- É preferível evitar os problemas sociais através do envolvimento social do que ter de os tratar.

Na fig.2 representamos a **evolução do conceito de Responsabilidade Social** desde a visão de Milton Friedman até ao último estágio, aquele que há que concretizar neste século XXI, a **Ética das e nas organizações**. Na primeira fase a **Responsabilidade Social entendida como obrigação social** defende-se que a única Responsabilidade Social de uma organização é realizar a sua actividade dentro dos limites legais impostos pela sociedade. A **Responsabilidade Social entendida como reacção social** tem subjacente a perspectiva teórica de que a responsabilidade de uma organização é desenvolver a sua actividade sem se limitar unicamente aos limites legais existentes, mas antes dar resposta às necessidades e exigências dos diversos grupos sociais. A **Responsabilidade Social entendida como sensibilidade social** tem por base a perspectiva teórica de que a Responsabilidade Social de uma organização consiste em desenvolver a sua actividade sem se limitar ao estrito cumprimento da lei, apresentando uma postura de antecipação relativamente à satisfação das necessidades sociais. Trata-se de uma visão da Responsabilidade Social que é mais preventiva do que curativa, entendendo-se que qualquer organização como elemento integrante de uma sociedade deveria implicar-se nos assuntos de interesse colectivo. A **Responsabilidade Social como actuação social** tem subjacente a perspectiva teórica que defende que a Responsabilidade Social de uma organização deve estar integrada em todas as suas acções, e, por isso, deve estar orientada por princípios éticos, deve ter processos concretos que permitam colocá-la em prática e desenvolver instrumentos conducentes à avaliação dessas actuações. Para que esta última fase se concretize de forma contínua é imprescindível que se perceba que este percurso de melhoria constante só é possível se se entender que a responsabilidade social é parte integrante da **ética nas e das organizações**, no que se refere a todas as decisões de carácter estratégico e operacional que as organizações assumem perante todos os seus *stakeholders* mais directa ou indirectamente implicados na concretização da missão da organização.

Fig.2 Evolução do conceito de Responsabilidade Social

Ética nas Organizações	
Responsabilidade como Actuação Social	Incorpora as abordagens anteriores mas distingue os princípios, os processos e as políticas; distingue os níveis institucionais, organizacional e pessoal. (Wood, 1991)
Responsabilidade como Sensibilidade Social	Não basta responder às solicitações do mercado cumprindo as leis e as expectativas sociais, é necessário antecipação e planeamento. (Sethi, 1965)
Responsabilidade como Reacção Social	O poder exige responsabilidade não só económica como também legal, de ordem pública e social. (Bowen, 1953)
Responsabilidade como Obrigação Social	Servir os interesses económicos dos empresários. (Friedman, 1962)

Fonte: Parra, Manuel G., *Ética en las Organizaciones, Construyendo confianza*, Madrid, Prentice Hall, 2006, p. 272

Hoje em dia é claro para as empresas que a simples participação em projectos sociais como forma de melhoria da imagem é uma visão simplista do fenómeno da Responsabilidade Social. A participação das empresas, como actores da sociedade civil organizada, traz um novo e amplo leque de responsabilidades, mas, por outro lado, apresenta um universo de possibilidades não pensadas.

As organizações que procurem ser “socialmente responsáveis” têm de saber reinterpretar a sua missão de forma a que esta seja uma ferramenta de desenvolvimento, geração de riqueza e do núcleo de cidadania e ética e não unicamente como uma fonte de lucros¹⁷.

A este nível a organização deve trabalhar a sua imagem, não apenas ao nível dos consumidores, mas também internamente no seio da empresa, ao nível dos seus parceiros sociais, do sector público e de toda a comunidade em geral onde a organização está inserida.

Existem diversos modelos que permitem hierarquizar as relações com os *stakeholders*, um dos que constitui uma das principais referências é o dos **círculos concêntricos da Responsabilidade Social**, permitindo responder às questões: “A Organização tem responsabilidade perante quem?” e “Quais são essas responsabilidades?”. No primeiro círculo surgem as **responsabilidades primárias**, onde se incluem como partes interessadas os accionistas/investidores e os trabalhadores, porque se pressupõe que estes são os que estão directa e imediatamente implicados na missão da organização, sem eles não haveria organização. No segundo círculo estão representadas as **responsabilidades secundárias**, aquelas que se têm perante os actores indirectamente implicados na missão específica da organização. Se não existissem destinatários a quem servir, os clientes, a comunidade local não se poderia concretizar a missão da organização e sem a existência dos fornecedores, entidades financeiras e governos locais não seria possível a actividade da organização. As **responsabilidades sociais terciárias** de uma organização compreendem o conjunto das obrigações que se têm perante todas as pessoas ou agentes sociais não implicados na missão específica da organização mas que fazem parte da comunidade e da sociedade. Em suma, este modelo conforme se pode observar na fig.3 permite clarificar a hierarquia das responsabilidades, bem como até o conteúdo das mesmas. As responsabilidades primárias são as inerentes à actividade, em que o papel fundamental é dos grupos implicados directamente na missão da organização. As responsabilidades sociais secundárias têm como finalidade a melhoria das relações com os grupos implicados de forma indirecta. As responsabilidades terciárias visam contribuir para a melhoria das condições sociais da comunidade envolvente e sociedade.

¹⁷ Jorge, Fátima, Silvério, Marta, “Delimitação dos Conceitos Marketing Social, Responsabilidade Social e Ética Empresarial”, Comunicação apresentada nas XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, Universidade dos Açores, Fev. 2004.

Fig.3 Círculos concêntricos de Responsabilidade Social



Fonte: Adaptado por Parra (2006), a partir de Committee for Economic Development, 1971 e Pastor, Perez-Lopez y Melé, 1997.

As organizações que pretendam percorrer o caminho da Responsabilidade Social devem escolher alternativas de acção em conjunto com o seu público interno, pois sabe-se que os benefícios da organização aumentam se existir um bom clima organizacional.

Desde 2001 o conceito de Responsabilidade Social das empresas tem sido redefinido e relançado pela Comissão Europeia, através de diversas iniciativas, entre as quais se destaca o **Livro Verde** – “Promover um quadro europeu para a Responsabilidade Social das empresas”. Na introdução deste documento define-se desta forma a Responsabilidade Social das empresas: “A Responsabilidade Social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Numa altura em que a União Europeia procura identificar os seus valores comuns através da adopção de uma Carta dos Direitos Fundamentais, são cada vez mais numerosas as empresas europeias que reconhecem de forma gradualmente mais explícita a Responsabilidade Social que lhes cabe, considerando-a como parte da sua identidade. Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afectadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados”.

É referido no mesmo documento que “ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais – implica ir mais além, através de um maior investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais. A experiência adquirida com o investimento em tecnologias e práticas empresariais ambientalmente responsáveis, sugere que, ir para além do simples cumprimento da lei pode aumentar a competitividade de uma empresa. Assim, o facto de se transcender as obrigações legais elementares no domínio social – por exemplo, em termos de formação, condições de trabalho ou das relações entre a administração e os trabalhadores – é possível de ter, também, um efeito directo sobre a produtividade. Possibilita igualmente uma melhor gestão da mudança e a conciliação entre o desenvolvimento social e uma competitividade reforçada”.

Segundo o Livro Verde da Comissão Europeia, uma abordagem europeia constituiria principalmente uma mais-valia e um complemento para as actividades em curso mediante:

- a definição de um quadro global europeu, com vista a promover a qualidade e a coerência dos procedimentos de Responsabilidade Social das empresas através do desenvolvimento de princípios, abordagens e instrumentos abrangentes, bem como a difundir as melhores práticas e ideias inovadoras;
- o apoio às melhores práticas em termos de avaliação rendível e de verificação independente das acções de responsabilidade social, garantindo assim a sua eficácia e credibilidade.

Neste documento surgem de forma clara e detalhada duas dimensões integrantes da Responsabilidade Social: *a dimensão interna e a dimensão externa*.

Na *dimensão interna* incluem-se os seguintes aspectos:

- Gestão dos recursos humanos;
- Saúde e segurança no trabalho;
- Adaptação à mudança;
- Gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais.

Na *dimensão externa* inserem-se:

- Comunidades locais;
- Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores;
- Direitos humanos;
- Preocupações ambientais globais.

Observa-se uma perspectiva muito específica da União Europeia ancorada numa filosofia empresarial europeia em contraponto com os conceitos apresentados pela escola de pensamento americana. A argumentação favorável à Responsabilidade Social das empresas, presente na maior parte das publicações anglo-saxónicas tem subjacente uma abordagem ética consequencialista ou utilitarista. A União Europeia pretende que o conceito de Responsabilidade Social seja gerador de maior pró-actividade na gestão das organizações, tendo subjacente a ética deontológica (deveres e obrigações) de Immanuel Kant (1785) e a ética dialógica de Jurgen Habermas¹⁸ (1989) e não apenas a visão utilitarista da maximização dos benefícios para o maior número de indivíduos.

1.1.1.3. Ética Empresarial

Os investigadores que contribuíram para o pensamento de base da ética empresarial consideram que a empresa é geradora de uma grande variedade de relações humanas, estabelecendo-se quer relações económicas criadas devido ao intercâmbio de bens e serviços, quer relações morais. Questões como o lucro, o crescimento e o desenvolvimento tecnológico têm dimensões éticas que deverão ser tidas em consideração em todos os processos de decisão organizacional (Baez, 1996)¹⁹.

¹⁸ Habermas, Jurgen (2000), *Comentários à Ética do Discurso*, Lisboa, Instituto Piaget.

¹⁹ Baez, Rita Maria Guerra (1996), op. cit.

Hoffman e Moore²⁰ (1990) defendem que a empresa como instituição económica que é tem um fundamento moral à semelhança do que acontece com a economia na sua globalidade. É inegável que o objectivo da empresa é obter lucros, mas essa não é uma actividade neutra. Tradicionalmente tem-se fomentado a obtenção de benefícios empresariais porque se acreditava que não violava os direitos e era o melhor para a sociedade. Esta convicção tem sido a fonte da legitimidade empresarial, o que justificava a razão da sua existência.

Nas últimas duas décadas a crença tradicional na contribuição da empresa para o bem estar geral foi-se modificando, para muitos não parecia estar tão evidente a conexão da empresa com o fundamento moral que a justificava. Muitos autores acreditam que a empresa enfrenta uma crise de legitimidade. Neste contexto surgiu a necessidade de fazer uma investigação sobre os valores empresariais e a dimensão moral da empresa.

A ética é abordada por dois tipos de investigadores. Os filósofos profissionais que consideram que a maioria dos responsáveis das empresas aplicam uma ética utilitarista no processo de tomada de decisão. Consideram que uma decisão é acertada se o resultado final é a obtenção do benefício económico. Por outro lado, os filósofos aplicados consideram que são possíveis e desejáveis dois modos de raciocínio ético: um que enfatiza o respeito pelos direitos dos indivíduos e dos grupos em sociedade e outro que toma em consideração a justiça social como critério para a melhoria da tomada de decisões directivas.

Ética, num primeiro sentido, é “um tipo de saber prático, preocupado em averiguar qual deve ser o fim da nossa acção, para que possamos decidir que hábitos devemos assumir, como definir as metas intermédias, quais os valores que nos deverão orientar, que modo de ser ou carácter temos que incorporar, com o objectivo de actuar com prudência, isto é, tomar decisões acertadas” (Cortina, 1994)²¹.

Terá sentido distinguir o conceito de ética moral de ética empresarial? Não bastará aos empresários os princípios da ética geral, a que tem princípios válidos para todos os homens?

Na verdade não há éticas compartimentadas mas uma ética da e para a vida. “A ética é uma ciência da acção total do homem, na sua vida individual, profissional e social. Por isso, a ética empresarial não é uma ética distinta da ética geral. Não há uma moral privada, uma moral pública e uma moral profissional; existe uma só moral a aplicar na vida privada, pública, profissional ou empresarial” (Jiménez, 1995)²².

Por conseguinte, quando se fala de uma ética empresarial, supõe-se que os seus princípios são os mesmos da ética geral, aplicável a qualquer pessoa. Refira-se, no entanto, que pode existir na vida concreta das empresas momentos e situações que requerem um tratamento específico.

Ao falarmos de ética da empresa estamos a falar do “carácter da empresa, dos seus valores, dos seus ideais morais” (Cortina, 1994)²³. A ética dentro de uma organização deve ser um fenómeno “de tipo comunicativo, isto é, que estabeleça uma osmose no sentido de gerar uma cultura empresarial em que se estabeleçam uma série de valores onde residam as normas de comportamento e conduta da organização” (Jiménez, 1995)²⁴.

20 Hoffman, W.M. e Moore, J. M. (1990), *Business Ethics: readings and cases in corporate morality*, New York, McGraw-Hill, 2ª Ed.

21 Cortina A., et al (1994), *Ética de la Empresa: claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Ed.Trotta.

22 Jiménez, Enrique M. Gómez (1995), “Ética empresarial y códigos de conduta”, *ESIC MARKET*, nº 88, Abr-Jun.

23 Cortina A., et al (1994), op. cit.

24 Jiménez, Enrique M. Gómez (1995), op. cit.

«Empresário» é gramaticalmente sinónimo de “empreendedor”, mas nada mais... O certo é que, quer gostemos ou não, o conceito moderno de empresa é absolutamente central na época actual. É necessário viver o conceito de empresa como ocupação moral, a ocupação por excelência do nosso tempo, cujos objectivos não são apenas a produção e os benefícios (bens e serviços) que dela resultam, mas acima de tudo o desenvolvimento humano e o bem moral... A nossa época é managerial e a nossa sociedade uma sociedade de organizações, em que a empresa constitui o paradigma de todas as restantes. De tal forma que alguns chegam a afirmar que se a salvação dos homens já não pode esperar-se unicamente da sociedade, como pretendia o “socialismo real” dos países de Leste, nem por último, da conversão do coração, de que falava certa tradição Kantiana, é uma transformação das organizações que pode salvar-nos, sendo, entre elas, a empresa a exemplar...» (Cortina, 1994)²⁵.

Existe uma multiplicidade de teorias éticas, há, por isso, necessidade de as agrupar em três tipos: a) **Consequencialismo ou análise baseada nos objectivos**; b) **Ética baseada nos deveres**; c) **Ética baseada nos direitos**. Spinello²⁶ (1997, pp.44-45) apresenta-as como três referenciais (frameworks) focados na polaridade geral entre abordagens teleológicas e deontológicas da ética. As primeiras têm por base uma ética pragmática de fins enquanto as últimas enfatizam a fidelidade a princípios sob a forma de direitos e deveres.

a) **Consequencialismo ou análise baseada nos objectivos** – os gestores ou outros decisores devem considerar a acção que gera a melhor consequência para todas as partes envolvidas. Isto frequentemente envolve uma análise de custo/benefício com o objectivo de identificar a acção que consegue maximizar o benefício para todos os parceiros (stakeholders) da organização.

b) **Ética baseada nos deveres** – se um gestor ou outro decisor seguir esta perspectiva de reflexão ética poderá considerar as seguintes questões: Posso universalizar o curso de acção (forma de agir) que estou a tomar? Este curso de acção viola qualquer obrigação ética básica? Existem alternativas que melhor se adequam a estas obrigações? Se cada alternativa parece violar uma ou outra obrigação, qual é a obrigação mais forte?

c) **Ética baseada nos direitos** – os gestores ou outros decisores devem considerar cuidadosamente os direitos das partes afectadas – que acção ou política melhor protege os direitos humanos dos indivíduos envolvidos. Existirá alguma alternativa em mente que possa violar os direitos humanos fundamentais (como por exemplo, liberdade, privacidade, etc.) ou direitos institucionais ou legais (ex.: direitos derivados de um contrato ou outro acordo institucional)?

Na fig.4 pretendemos dar uma visão clara das diferenças de perspectiva sobre ética empresarial e consequentemente sobre a concepção e práticas de responsabilidade social nos Estados Unidos e Europa. Na verdade, esta distinção é tão pertinente que até justifica a fraca adesão à expressão *business ethics* no espaço europeu, preferindo-se utilizar de forma abrangente a expressão *corporate social responsibility*, quer por parte dos académicos, quer principalmente por todos os actores sociais implicados na concretização destes novos paradigmas alicerçados nos conceitos da gestão ética e sustentável. O enfoque é vincadamente individualista na perspectiva americana, sendo a visão europeia assente no diálogo social e na participação activa de todas as partes interessadas, que é, aliás, a perspectiva presente no Livro Verde da Comissão Europeia.

²⁵ Cortina A., et all (1994), op. cit.

²⁶ Spinello, Richard A.(1997), Case Studies in Information and Computers Ethics, New Jersey, Prentice-Hall.

Fig.4 Diferenças de perspectivas sobre *business ethics* na Europa e nos EUA

	Estados Unidos	Europa
Quem é o responsável pela conduta da ética na organização?	O indivíduo	Controlo social exercido colectivamente
Quem é o actor fundamental da “business ethics”?	A empresa	O governo, os sindicatos, as associações empresariais
Quais são os guias orientadores do comportamento ético?	Códigos de ética empresariais	Matriz com força legal objecto de negociação reguladora do sector e da empresa
Quais são os assuntos-chave na “business ethics”?	Análise de más condutas em processos de tomada de decisão concretos	Ênfase nos aspectos sociais na matriz orientadora da empresa
Qual o stakeholder preferencial na gestão da empresa?	Ênfase no “shareholder value”	Abordagem “stakeholders múltiplos”

Fonte: Adaptado de Crane, A., Matten, D. (2004), “Questioning the domain of the business ethics curriculum”, *Journal of Business Ethics*, 54:357-369

Os juízos de valor constituem o cerne das decisões pessoais ou organizacionais em que a ética confere uma orientação à escolha a ser feita. O objectivo é fazer um julgamento baseado na combinação entre os nossos valores e os valores dos outros indivíduos, de forma a se conseguir uma escolha defensável com base em princípios. O risco da não aplicação de valores éticos resulta num juízo de valor “pobre”. Um julgamento “pobre”, ou uma decisão de baixa qualidade, pode resultar de um exame não adequado dos factos, da incapacidade de aplicar princípios éticos ou da incapacidade para considerar todas as perspectivas sobre determinada questão.

Uma decisão de baixa qualidade ética pode ter um conjunto variado de resultados: pode ferir os sentimentos dos indivíduos, baixar a moral dos colaboradores, causar perda de clientes, fazer decrescer os lucros ou mesmo levar a empresa a processos judiciais e, em último, caso à falência.

À medida que as questões ligadas à ética e Responsabilidade Social das empresas se vão tornando parte integrante do planeamento estratégico e do normal funcionamento das empresas, aos gestores e trabalhadores são agora exigidas decisões baseadas em novos critérios, a somar àqueles que, tradicionalmente, a sua formação os leva a considerar. Os modelos tradicionais de comportamento organizacional, de gestão estratégica e até de ética empresarial nem sempre fornecem uma preparação suficiente para gerir empresas neste novo ambiente²⁷.

Em resposta à necessidade de integrar a ética e Responsabilidade Social das empresas na reconversão de gestores e trabalhadores e no intuito de prever as competências que serão exigidas aos gestores e trabalhadores do futuro, as disciplinas ou módulos de ética empresarial são cada vez mais comuns nos cursos de gestão, nos diversos níveis de ensino.

²⁷ Comissão das Comunidades Europeias (2001), Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas, Bruxelas.

No entanto, normalmente, abarcam apenas uma fracção do que se entende por ética empresarial, desenvolvimento sustentável e Responsabilidade Social das empresas. O verdadeiro desafio será integrar e nunca dissociar estas três variáveis do trinómio da gestão ética e sustentável, aquilo que constituirá uma visão integrada da Responsabilidade Social das organizações.

É absolutamente necessário divulgar este quadro conceptual e educar as organizações para a Responsabilidade Social, sendo esta um requisito obrigatório para a construção de culturas organizacionais éticas.

A Responsabilidade Social em Portugal

Instituições que promovem a Responsabilidade Social em Portugal

Tendo como marco de referência o Livro Verde da Comissão Europeia publicado em 2001, surgiram em Portugal um conjunto de Organizações/Associações com o propósito de promover novas filosofias de gestão alicerçadas nos conceitos que emergem da Responsabilidade Social e do Desenvolvimento Sustentável. Apresentamos quatro Organizações que, nos últimos anos, têm marcado presença activa no desenvolvimento e implementação destas novas temáticas em contexto organizacional.

O Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (GRACE)²⁸, é uma associação portuguesa sem fins lucrativos que pretende promover o conceito de cidadania empresarial através da parceria com outros sectores da sociedade. Foi constituída em Fevereiro de 2000 e tem como sócios fundadores a *BP*, a *Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento*, a *HBI*, a *IBM*, a *INAPA*, a *McDonald's*, a *PEC* e a *Xerox*. Começou a sua intervenção no Encontro Internacional “Empreendedores e Responsabilidade Social”, a 11 e 12 de Abril de 2002. Nascida de empresas e essencialmente direccionada para as empresas, a GRACE procura disseminar práticas de gestão empresarial socialmente responsáveis.

A GRACE afirma-se como um palco privilegiado para a reflexão e fomento do tema da Responsabilidade Social das Empresas, assim como de construção e partilha de boas práticas nesta área.

A GRACE tem por missão promover o conceito de cidadania e Responsabilidade Social empresarial, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, caminhando para a construção de uma sociedade sustentável e justa.

O CSR Europe e a RSE Portugal²⁹ - A RSE Portugal faz parte de um conjunto de instituições europeias ligadas à CSR Europe. Esta instituição, sediada em Bruxelas, é considerada pela Comissão Europeia como um interlocutor privilegiado para a área da Responsabilidade Social das Empresas, sendo apoiada também por um conjunto alargado de grandes empresas, que tentam promover e disseminar o conceito de RSE, a nível nacional e europeu.

A RSE Portugal, essencialmente constituída por empresas e para empresas, e tendo também, como associados singulares, algumas personalidades de vulto ligadas ao meio empresarial e académico, a RSE Portugal pretende assumir-se como a grande referência nacional nesta área. Para tal, tenta congrega um conjunto de empresas, representativas da diversidade do tecido empresarial nacional pois, ainda que as boas práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) desenvolvidas por grandes empresas tenham maior visibilidade – visto serem resultado de políticas sociais conscientemente assumidas –, existe todo um conjunto de empresas, nomeadamente PME, com práticas interessantes e inovadoras neste âmbito.

²⁸ <http://www.grace.pt/> (consultado a 10/10/07)

²⁹ <http://www.csreurope.org/>; <http://www.rseportugal.eu/> (consultado a 10/10/07)

O BCSD Portugal³⁰ – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável é uma associação sem fins lucrativos, criada em Outubro de 2001 pela iniciativa das empresas Sonae, Cimpor e Soporcel, associadas ao WBCSD – World Business Council for Sustainable Development, em conjunto com mais 33 empresas de primeira linha da economia nacional, com a missão de transpor para o plano nacional os princípios orientadores do WBCSD. A missão principal do BCSD Portugal é fazer que a liderança empresarial seja catalizadora de uma mudança rumo ao Desenvolvimento Sustentável e promover nas empresas a eco-eficiência, a inovação e a Responsabilidade Social.

O BCSD Portugal é, desde a sua criação, membro da rede regional do WBCSD e conta actualmente com 101 membros.

A Associação Portuguesa de Ética Empresarial³¹ (APEE) nasceu no dia 15 de Novembro de 2002, a partir de uma tomada de consciência e de um impulso de um grupo de Profissionais e Empresários que, com uma longa experiência de trabalho realizado nas suas empresas, descobriram o impacto da cultura ética das organizações nas suas práticas de gestão e, conseqüentemente, no seu meio envolvente.

Também constataram a urgente necessidade de passar “Da Palavra à Acção: existe a necessidade de passar dos conceitos e teorias sobre Ética e Responsabilidade Social para a definição e implementação de programas concretos que motivem as empresas a desenvolver princípios éticos orientadores que conduzam a práticas de gestão mais socialmente responsáveis”.

A APEE fundamenta a sua actuação através da intervenção activa na criação de sistemas geradores de uma efectiva cultura ética individual e empresarial.

A APEE acredita que a integração da Ética no sistema de gestão favorece o desenvolvimento sustentado da empresa no seu meio, privilegiando a esfera relacional em que a mesma se integra – Colaboradores, Clientes, Parceiros, Comunidade e Ambiente.

Síntese de um estudo sobre a Responsabilidade Social das empresas portuguesas

Consideramos digno de referência o estudo sobre a Responsabilidade Social das empresas portuguesas levado a cabo por Arménio Rego, José Manuel Moreira e Cláudia Sarrico, em 2003 e que resultou da co-operação de três entidades: a Universidade de Aveiro, a Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa (Porto) e a Associação Empresarial de Portugal³².

Foi utilizado um questionário que foi aplicado em Espanha, pelo *Foro para la Evaluación de la Gestión Ética, FORÉTICA* que depois de traduzido para a língua portuguesa pelos autores do estudo foi enviado por via postal para o dirigente máximo de 1500 empresas associadas, 1250 foram enviadas pela Associação Empresarial de Portugal (AEP) e 250 pela Pedra Base e pela Associação Portuguesa de Ética Empresarial. Participaram no estudo 123 empresas. Dada a abundância de dados obtidos sobre os diversos itens que constituíam o questionário apresentaremos uma síntese de alguns dos aspectos mais relevantes observados.

O questionário aplicado tem várias temáticas, em grande parte correspondentes aos *stakeholders*, enumerados no Livro Verde, nomeadamente: clientes, fornecedores, concorrentes, entidades públicas, accionistas/proprietários, colaboradores, público em geral, entidades públicas.

30 <http://www.bcsdportugal.org/> (consultado a 10/10/07)

31 <http://www.ap ee.pt/> (consultado a 10/10/07)

32 Rego, Arménio, Moreira, José Manuel, Sarrico, Cláudia, *Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas- Um Estudo da Situação Portuguesa*, Cascais, Principia, 2003.

Para além deste conjunto de questões directamente relacionadas com os *stakeholders*, o questionário apresenta questões sobre códigos de conduta; papel da União Europeia para fomentar a Responsabilidade Social a nível europeu e mundial; razões para as empresas assumirem Responsabilidade Social; importância atribuída à divulgação de relatórios ambientais e sociais; valorização excessiva, pelos accionistas, dos dividendos/lucros; nível a que devem realizar-se os encontros entre as empresas e os seus interlocutores principais; preferências por encontros sectoriais e multi-sectoriais; avaliação da Responsabilidade Social e eficácia de diversas práticas de assunção da mesma; certificações da qualidade e do ambiente.

Caracterização da amostra que participou no estudo:

- 54% das empresas empregam menos de 100 trabalhadores;
- As empresas participantes enquadram-se em sectores e áreas muito diversos, nomeadamente: construção civil, cerâmica e vidro, fabricação de mobiliário, produtos farmacêuticos, entidades financeiras, seguros, calçado, gás, electricidade, confecções, alimentação e bebidas, moldes, seguros, metalomecânica, serviços de marketing, transportes, serviços de consultoria, tintas, fabricação de produtos químicos, indústrias extractivas, indústria de couro, fabricação de produtos metálicos, comércio por grosso e a retalho, etc;
- Relativamente à localização geográfica das empresas há a referir a grande incidência das zonas do Grande Porto e da Grande Lisboa. No entanto, identificam-se empresas dispersas por várias zonas do país, nomeadamente: Aveiro, Anadia, Borba, Braga, Cantanhede, Coimbra, Espinho, Estarreja, Oliveira de Azeméis, S. João da Madeira.

Apresentação sintética dos resultados obtidos:

- Cerca de 42% das empresas respondentes possui um código de conduta;
- De entre os dirigentes de empresas sem código de conduta, 72% consideram importante virem a tê-lo;
- Apenas metade dos inquiridos de empresas sem código de conduta considera relevante a sua divulgação no exterior;
- É elevada a percentagem de dirigentes que considera que as suas organizações identificam claramente as necessidades dos clientes e expandem os seus compromissos para além do que está contratualmente estabelecido. Mas não é tão significativo o grau em que consideram haver uma política transparente de presentes, favores e cortesias;
- Os inquiridos afirmam que as suas empresas fazem o possível por pagar a tempo aos fornecedores, velam pela confidencialidade das informações a eles respeitantes e tratam de evitar litígios desnecessários. Contudo, é menos vincada a existência de mecanismos que assegurem que os fornecedores não usam mão-de-obra infantil e/ou forçada. Parece detectar-se uma tendência para que as empresas entendam que esta é uma matéria que apenas diz respeito ao fornecedor;
- Ainda a respeito da relação com os fornecedores, merecem ser enfatizados dois aspectos. Primeiro: as empresas com códigos de conduta denotam maiores considerações de responsabilidade. Segundo: as empresas de maior dimensão tendem menos a pagar a tempo aos fornecedores e a evitar litígios;
- Esta maior tendência para demonstrar comportamentos de responsabilidade social das empresas com códigos de conduta verifica-se noutros aspectos o que parece validar a hipótese de que a existência de códigos de conduta influencia o funcionamento da empresa e os relacionamentos com os diversos *stakeholders*;
- Em termos gerais, os dirigentes são bastante optimistas no que se refere à assunção das diversas responsabilidades sociais da empresa perante os colaboradores. Todavia, não são tão convictos no que con-

- cerne à aplicação de critérios homogéneos relativamente ao acesso à informação e de promoção profissional. Revelam ainda menos apetência para o estabelecimento de vias de diálogo e informação conducentes à resolução de queixas e conflitos. É digna de referência a atitude desfavorável aos mecanismos de resolução de questões como o assédio sexual ou discriminação;
- Na globalidade os dirigentes afirmam que as organizações funcionam num quadro de preocupações com a protecção do público em geral;
 - É bastante reduzida a percentagem de empresas com código de ética na área da publicidade;
 - É bastante elevada a percentagem de dirigentes que considera que as questões ambientais são tidas em conta nas decisões organizacionais;
 - Aproximadamente metade dos inquiridos expressa a ideia que as suas organizações realizam acções de cidadania e filantrópicas com impactos positivos na sociedade e em instituições sociais, de forma particular;
 - Relativamente às relações com os accionistas/proprietários e investidores, os dirigentes inquiridos, em especial os que dirigem organizações com códigos de conduta, afirmam que desconhecem a existência de conflitos de interesses que favoreçam interesses particulares em detrimento dos da organização. Genericamente parece haver uma moderada tendência das empresas para informar estes stakeholders, embora nessa matéria a actuação das empresas de maior dimensão seja mais favorável;
 - No que concerne à valorização excessiva dos dividendos/lucros, apenas 34% respondem afirmativamente; no que se refere à actuação das empresas com os seus concorrentes, a percepção parece ser a da não-reciprocidade. Ou seja, os inquiridos consideram que as suas organizações são leais com a concorrência, mas que não recebem tratamento idêntico;
 - A grande maioria dos dirigentes considera que cumpre as suas obrigações para com as entidades públicas. É também elevada a percentagem dos que consideram existir nas organizações uma política transparente no que se refere aos convites dirigidos a funcionários desses serviços. (A tendência é mais notória entre as empresas com certificação de qualidade). De notar que é bastante menos numeroso o número de inquiridos que afirma existir comportamento ético por parte das entidades públicas, situando-se em 70% o número de dirigentes que atribui uma pontuação inferior a 5 numa escala de 1 a 10;
 - Regista-se uma significativa maioria de dirigentes que afirmam ser muito importante que as empresas prestem informações de natureza social e ambiental, para além das contas económicas e financeiras. A tendência é mais evidente em empresas com códigos de conduta;
 - Quando questionados sobre o método que julgam ser mais eficaz para avaliação da RSE, os inquiridos tendem menos para normas de certificação e mais para normas mais flexíveis, 64,6% contra 43,4%, respectivamente;
 - Questionados sobre a principal prática que permite às empresas que permite assumir e gerir a sua Responsabilidade Social, 32% dos inquiridos escolhem os sistemas de gestão (ambientais ou de prevenção de riscos), e 22% pelos códigos de conduta ou declarações de valores. A opção pelos primeiros é, contudo, mais evidente entre os dirigentes de empresas com códigos de conduta, de maior dimensão e certificadas;
 - Apesar da maioria das empresas inquiridas serem certificadas por alguma norma de qualidade é muito pouco significativo o número de empresas que foram alvo de certificação por normas ambientais, apenas 7%;
 - É de referir que os dirigentes das empresas ambientalmente certificadas descrevem as suas organizações como mais responsáveis socialmente;
 - Relativamente às acções que a UE poderia levar a cabo para promover a RSE, os dirigentes atribuíram especial importância a duas matérias: 1. o aumento de programas de formação e actualização/reciclagem, para garantir que os gestores tenham as competências necessárias para promover e desenvolver a Responsabilidade Social, referida por 71% dos inquiridos; 2. a elaboração de um quadro geral europeu tendente a promover a transparência e as boas práticas no que concerne à Responsabilidade Social (65%);
 - Relativamente às razões invocadas pelos dirigentes para a assumpção de RSE, 56% dos inquiridos jus-

tificam que “é isso que se deve fazer”. A percentagem dos que optam pelo argumento “é uma boa estratégia” situa-se em 35%.

Síntese de um estudo sobre desenvolvimento sustentável nas principais empresas do tecido empresarial português

Consideramos relevante para a caracterização do estágio de desenvolvimento da Responsabilidade Social em Portugal a apresentação de um outro estudo levado a cabo também em 2003, cujo enfoque conceptual de partida é o desenvolvimento sustentável. Este estudo resultou de uma iniciativa da *Deloitte*, apoiada pelo Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável de Portugal (BCSD Portugal)³³, tendo como objectivo ajudar a avaliar, ao nível das principais organizações que compõem o tecido empresarial português, as seguintes questões:

- A sua sensibilidade, para a temática do Desenvolvimento Sustentável;
- O actual estado da gestão das suas vertentes;
- Até que ponto as organizações estão a gerar valor para negócios e para as suas partes interessadas, através dessa gestão.

O estudo baseou-se nas respostas a um inquérito desenvolvido a partir duma metodologia internacional denominada *DeloitteDEX Company Survey on Business and Sustainable Development*.

Do leque de organizações inicialmente convidadas, participaram 35, compondo um painel diversificado, que integra empresas de diversos sectores de actividade (quer ao nível industrial, quer dos serviços); empresas públicas e privadas, bem como empresas nacionais, e multinacionais representadas no nosso país.

O estudo revelou um conjunto de organizações que na sua grande maioria reconhecem a relevância desta temática e se afirmam comprometidas com a melhoria do desempenho ao nível das vertentes ambiental e social, sendo que factores básicos mas muito relevantes, como o cumprimento legal associado a estas matérias; formação e sistemas de gestão, parecem já estar relativamente bem enraizados.

Determinadas ferramentas de gestão e/ou de melhoria, como os relatórios de desempenho, utilizados como base de análises e reflexões internas; programas de melhoria; o conceito de eco-eficiência; os indicadores ambientais e/ou sociais, e a realização de *benchmarks* internos e/ou externos, apresentam uma taxa de utilização razoável.

Os pontos onde as empresas revelaram maior fragilidade, prendem-se com a auscultação sistemática e a comunicação voluntária e regular com as partes interessadas; o controlo de custos/benefícios e a integração das várias vertentes do Desenvolvimento Sustentável. Estes, correspondem precisamente a factores e ferramentas que, em conjunto com algumas das anteriormente mencionadas, mais directamente podem contribuir para que a gestão das vertentes da sustentabilidade possa gerar valor para o negócio e a sociedade, o que pode indicar que os sistemas de gestão ainda não estão especialmente vocacionados nesse sentido (*Deloitte*, 2003).

O estudo indica também que o ambiente, seguido pela segurança, são as áreas do desenvolvimento sustentável cuja gestão está mais organizada e desenvolvida.

33 *Deloitte*, (2003), “O Desafio do Desenvolvimento Sustentável nas Empresas Portuguesas” Management Solutions: Relatório.

Estamos assim perante um panorama que parece indicar que a maioria das principais empresas portuguesas já estão sensibilizadas para a importância do Desenvolvimento Sustentável, estando claramente a trabalhar no sentido de melhorar o desempenho ambiental e de segurança, e em muitos casos também o desempenho social, mas que ainda não encontraram uma forma verdadeiramente eficiente de operacionalizar e integrar este conceito na gestão global do negócio.

Estrutura do inquérito

O inquérito é composto por 20 questões, organizadas em 5 temáticas:

- I. Assegurar o funcionamento da actividade e inovação;
- II. Novas oportunidades de negócio-novos mercados e novos produtos/serviços;
- III. Aumento da eficiência e redução de custos;
- IV. Planeamento estratégico e gestão do conhecimento;
- V. Liderança organizacional.

Cada questão do inquérito apresenta cinco alternativas de resposta (de 1 a 5), ordenadas de forma crescente face à pontuação correspondente. A primeira opção de resposta corresponde a uma atitude mais reactiva, e a última opção corresponde a uma postura amplamente pro-activa, com uma forte preocupação em antecipar tendências e inovar.

Cada organização foi convidada a seleccionar, para cada questão, a opção de resposta que melhor se adequasse às suas práticas de gestão. Sendo o questionário composto por 20 perguntas, a pontuação máxima possível corresponde a 100 valores (100%).

Principais conclusões

De acordo com os resultados globais do estudo, parece que é possível afirmar que a maioria das organizações objecto deste estudo já estão a desenvolver práticas sólidas ao nível da gestão das vertentes do desenvolvimento sustentável, podendo ser indicativo do que se passa ao nível das principais organizações do nosso país (Deloitte, 2003).

Pode-se efectivamente constatar que questões básicas, mas muito relevantes, como o cumprimento da legislação aplicável e a existência de sistemas de gestão que abranjam as várias vertentes do Desenvolvimento Sustentável, parecem já estar bem enraizadas nas organizações:

- Ao nível da legislação, fica bem claro que a maior parte das organizações adopta requisitos que vão para além do mero cumprimento legal. Verifica-se também, que grande parte das organizações atribui relevância à gestão e ao desempenho das várias vertentes do Desenvolvimento Sustentável, como comprovam os resultados obtidos;
- Todas as organizações participantes consideram algumas vertentes do Desenvolvimento Sustentável relevantes, sendo que cerca de 75% consideram que todas as vertentes são relevantes;
- Quase 90% das organizações afirmam ser proactivas na gestão de questões ambientais e sociais;
- À excepção de uma, todas as organizações, afirmam terem assumido formalmente o compromisso de melhorar o desempenho, em pelo menos uma das vertentes do Desenvolvimento Sustentável. Mais de 70%, afirmam mesmo, terem assumido formalmente o compromisso de melhorar o desempenho em todas as vertentes.

Os resultados do estudo confirmam ainda que:

- As organizações são participativas, no que se refere a iniciativas que visem desenvolver a aplicação do conceito de Desenvolvimento Sustentável;
- O conceito de eco-eficiência é aplicado por cerca de metade das empresas;
- As questões ambientais e sociais fazem parte integrante da gestão da cadeia de valor, pelo menos para alguns problemas específicos identificados como mais relevantes;
- Praticamente todas as organizações implementam regularmente programas de melhoria, para pelo menos uma das vertentes da sustentabilidade, sendo que 46% afirmam fazê-lo para todas as vertentes;
- Cerca de um terço das organizações pratica um efectivo controlo dos custos/benefícios relacionados com questões ambientais e sociais, o que revela uma verdadeira lógica de gestão, que propicia a integração das vertentes de sustentabilidade na gestão global do negócio;
- 46% das organizações parecem fazer uma ampla utilização de indicadores de desempenho relativos às vertentes de sustentabilidade;
- Mais de metade das organizações dá formação e envolve os colaboradores na gestão de questões relacionadas com a sustentabilidade, tirando assim partido do seu potencial interno;
- Quase 40% das organizações aplicam regularmente *benchmarking* interno e/ou externo, sobre questões ambientais e sociais, de forma a obter inputs para o planeamento estratégico e/ou para melhorar práticas;
- 80% das organizações refere efectuar regularmente relatórios de desempenho ao nível de vertentes de sustentabilidade, e sensivelmente metade refere igualmente que estes relatórios são discutidos com a gestão de topo, garantindo assim o seu envolvimento.

Contudo, e apesar das conclusões até agora apresentadas serem indicativas de que a população alvo deste estudo adopta uma filosofia de gestão orientada realmente para um Desenvolvimento Sustentável, foram, no entanto, inventariados um conjunto de aspectos a melhorar, nomeadamente os que estão relacionados com ferramentas que permitem potenciar, de forma mais efectiva, o acréscimo de valor para o negócio e a sociedade, através da gestão das vertentes da sustentabilidade.

É o caso de questões que se prendem com o envolvimento da organização com as partes interessadas, nomeadamente com a sua auscultação e com a prestação de informação voluntária (comunicação da organização com as suas partes interessadas).

Todas as organizações que participaram no inquérito, admitem auscultar as partes interessadas relevantes, sobre questões relacionadas com a sustentabilidade, pelo menos ocasionalmente, em algumas situações concretas para as quais lhes pareça relevante fazê-lo, ou seja legalmente obrigatório, como é o caso da implementação de projectos sujeitos a prévia avaliação de impactes ambientais. No entanto, as respostas a três questões, revelam que este potencial ainda não é sistematicamente explorado pela maioria das organizações. Uma das poucas organizações participantes no estudo que procura activamente auscultar as partes interessadas de forma regular, salienta essa experiência como altamente positiva.

Também o *reporting* para o exterior em matéria de desenvolvimento sustentável, desde que credível e transparente, representa uma das ferramentas que maior valor acrescentado pode trazer às empresas que executam e se esforçam por desenvolver uma actuação responsável.

Verifica-se, no entanto, que mesmo ao nível de organizações de topo no panorama nacional, muitas ainda não apostam no potencial desta ferramenta. 43% das organizações participantes no estudo, não reportam

regularmente ao exterior sobre o seu desempenho em qualquer das vertentes do desenvolvimento sustentável e, pelo menos, outras cerca de 23% fazem-no, mas de uma forma muito redutora.

A verificação dos relatórios de *reporting* por uma terceira parte, factor que contribui fortemente para a credibilidade da comunicação, e deste modo, para aumentar o valor que pode acrescentar à organização, parece ser uma prática pouco comum em Portugal.

Também o controlo de custos/benefícios e o *benchmarking* constituem outras das ferramentas que mais podem contribuir para que a gestão das vertentes do Desenvolvimento Sustentável acrescente valor ao negócio e à sociedade. Apesar dos resultados obtidos, apontarem para uma expressão relativamente interessante da utilização destas duas ferramentas, face ao que se poderia à partida esperar, a sua aplicação ainda está muito longe de ser generalizada, pelo que têm ainda que ser mais amplamente difundidas.

Mesmo outras ferramentas como, a aplicação regular de programas de melhoria e a eco-eficiência, têm que ser incrementadas.

Constatou-se que o cálculo da média global das respostas às questões relacionadas com ferramentas de maior potencial para gerar valor para o negócio, através do Desenvolvimento Sustentável, obtém-se um valor ligeiramente inferior ao valor médio global para o conjunto das vinte perguntas do questionário, ou seja 3,0 versus 3,2. Parece assim ficar evidente que, na maioria das organizações, o modelo de gestão das vertentes do Desenvolvimento Sustentável, ainda não está especificamente assente numa lógica de gestão global do negócio.

Neste mesmo sentido, aponta a conclusão que este estudo permite tirar relativamente à integração das várias vertentes do Desenvolvimento Sustentável. Foi possível concluir que apenas uma minoria das organizações está organizada de forma a potenciar a integração das vertentes do Desenvolvimento Sustentável, assente numa verdadeira lógica de gestão global do negócio.

O estudo permitiu ainda comparar os resultados obtidos para o segmento indústria com o segmento serviços, tendo-se verificado que:

- Em termos médios a indústria alcançou resultados ligeiramente superiores ao segmento dos serviços;
- Há, no entanto, algumas questões cujo resultado médio é ligeiramente favorável ao segmento dos serviços, nomeadamente as questões relacionadas com a auscultação das partes interessadas (o que provavelmente se deve ao facto deste segmento englobar empresas que prestam serviços públicos), bem como os sistemas de gestão e a formação e envolvimento dos colaboradores.

Em sentido contrário, evidenciam-se as diferenças verificadas no que se refere à legislação - segundo os resultados obtidos, todas as empresas do segmento indústria, no mínimo, cumprem a legislação aplicável; ao controlo dos custos/benefícios; à utilização de indicadores e relatórios de desempenho.

Em suma, tendo por base todos os dados apresentados e os comentários efectuados pelas organizações participantes no estudo concluiu-se que, o ambiente, seguido da segurança, são os domínios da Responsabilidade Social que normalmente apresentam uma gestão mais organizada e estão mais desenvolvidos.

Estudos relativos a Pequenas e Médias Empresas³⁴

Ao nível das Pequenas e Médias Empresas (PME's), extremamente relevantes no tecido económico português, o relatório *“European SMEs and Social Environmental Responsibility” – Observatory of European SMEs* (2002), apresenta alguns dados importantes sobre as empresas portuguesas, referentes ao estudo *ENSR Enterprise Survey 2001*:

- 44% das empresas classificam a sua actuação com o exterior como “regular e não relacionada com a estratégia empresarial”;
- No mesmo relatório os domínios mais comentados como áreas de actuação das empresas na sua relação com o exterior foram: Cultura (53% das empresas); Desporto (52% das empresas); Saúde e bem-estar (44% das empresas);
- A situação relatada configura a utilização preferencial pelas PME's portuguesas do instrumento doações. Este é efectivamente o instrumento mais usado, por 80% das empresas. O patrocínio é utilizado por 44% das empresas.

Comparativamente à situação espanhola, constata-se que a regularidade das acções com o ambiente externo e sua não relação com a estratégia das PME's é uma característica comum aos dois países.

A semelhança entre as actuações das PME's portuguesas e espanholas, estende-se:

- ao tipo de actividade privilegiada: para as empresas espanholas o desporto é mencionado por 50% das empresas, seguindo-se a cultura por 41%;
- e ao tipo de instrumento utilizado: 65% das empresas espanholas declaram utilizar os donativos e 35% o patrocínio.

Como referem (Jorge, et al, 2006)³⁵:

“As Pequenas e Médias Empresas, muitas vezes integradas em cadeias de valor na qual não dominam a gestão, são frequentemente relegadas para um plano de competição pelo baixo custo, em que a protecção da marca ou a visibilidade pública não constituem preocupações prioritárias. O modelo de desenvolvimento empresarial da economia portuguesa foi fortemente marcado pela integração em cadeias de criação de valor geridas por terceiros, em que a pressão sobre os custos conduziu à degradação das condições de trabalho e à prática de salários pouco acima do limite de sobrevivência. Este cenário de desenvolvimento coexiste no entanto com exemplos de algumas pequenas e médias empresas caracterizadas por actualização tecnológica e por formas de gestão modernas e eficientes, que pela sua sustentabilidade poderão fazer face ao fenómeno da globalização das economias.”

A importância das PME's para a economia portuguesa justifica a importância fundamental de estudar as atitudes destas empresas perante o desafio da sustentabilidade ambiental, social e económica. Neste contexto (Jorge, et al, 2006)³⁶ desenvolveram um estudo exploratório junto de 17 empresas.

Para as 17 empresas respondentes o nível médio de facturação no ano de 2005 foi de 14.448.228,00€. As empresas respondentes empregavam, em média, 112 trabalhadores.

³⁴ A referência a estes estudos foi realizada pela primeira vez por Miguel Seabra numa comunicação intitulada “A Responsabilidade Social em Portugal”, apresentada no Curso de Verão subordinado ao tema “Radiografia da Responsabilidade Social Corporativa em Espanha e Portugal” a 9 de Julho de 2007, na Universidade da Extremadura- Badajoz, Espanha.

³⁵ Seabra, Miguel, op.cit.

³⁶ Seabra, Miguel, op.cit.

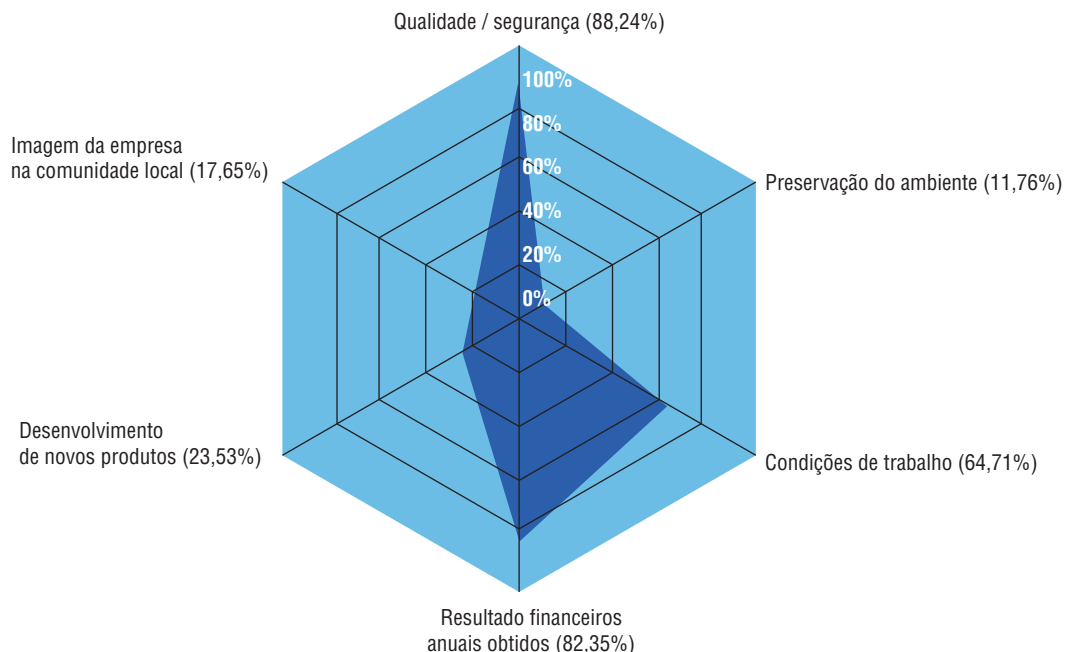
A actividade das empresas era maioritariamente industrial (76% das empresas) e comercial (53% das empresas). Entre as respondentes eram também desenvolvidas actividade de armazenista (24% das empresas) e de Investigação e Desenvolvimento (18% das empresas).

Apesar da reduzida dimensão do grupo de empresas respondentes ao inquérito postal os autores justificam a pertinência do estudo considerando:

- *“o facto de existirem poucos trabalhos publicados sobre Responsabilidade Social nas pequenas e médias empresas portuguesas;*
- *o facto de ser extremamente importante conhecer o nível de desenvolvimento da Responsabilidade Social no que respeita a este tipo de empresas”.*

O referido estudo permitiu identificar que ao nível das prioridades das empresas destacavam-se os “resultados financeiros anuais obtidos” e a “qualidade e segurança dos produtos” enquanto aspectos como a “imagem da empresa na comunidade local” ou a preservação do ambiente” foram dimensões não consideradas como de máxima prioridade.

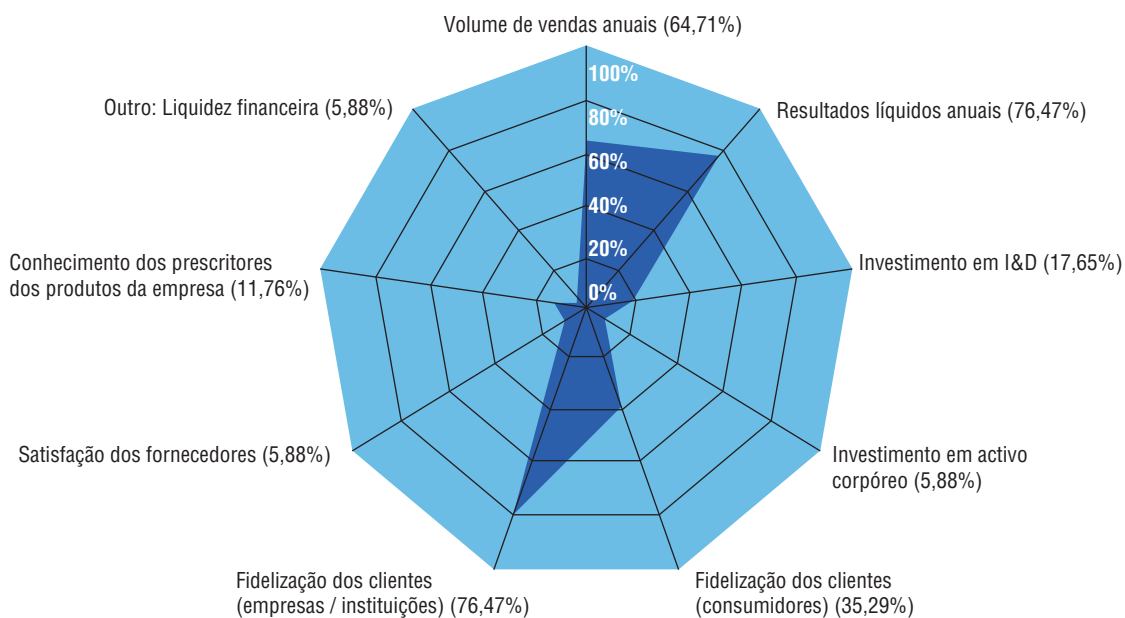
Gráfico 1 - Prioridades da empresa (3 objectivos mais próximos das prioridades da empresa)



Fonte: JORGE, Fátima Nunes; SEABRA, Fernando Miguel; RODRIGUES, Jorge José M.; MATA, Carlos Severino, “A Responsabilidade Social nas PME Portuguesas - O papel do empresário e o desempenho das empresas: Um estudo exploratório.” Comunicação apresentada no XIV Congresso EBEN, Universidad Politécnica de Valência, 15 e 16 Dezembro de 2006.

As prioridades manifestadas pelas empresas encontram paralelismo na valorização a aspectos do desempenho económico e financeiro. No âmbito desta dimensão as empresas valorizam aspectos como a “fidelização de clientes (empresas/instituições)” e os “resultados líquidos anuais” em detrimento de dimensões possivelmente com uma maior dinâmica de longo prazo como o “Investimento em I&D” ou a “satisfação dos fornecedores”.

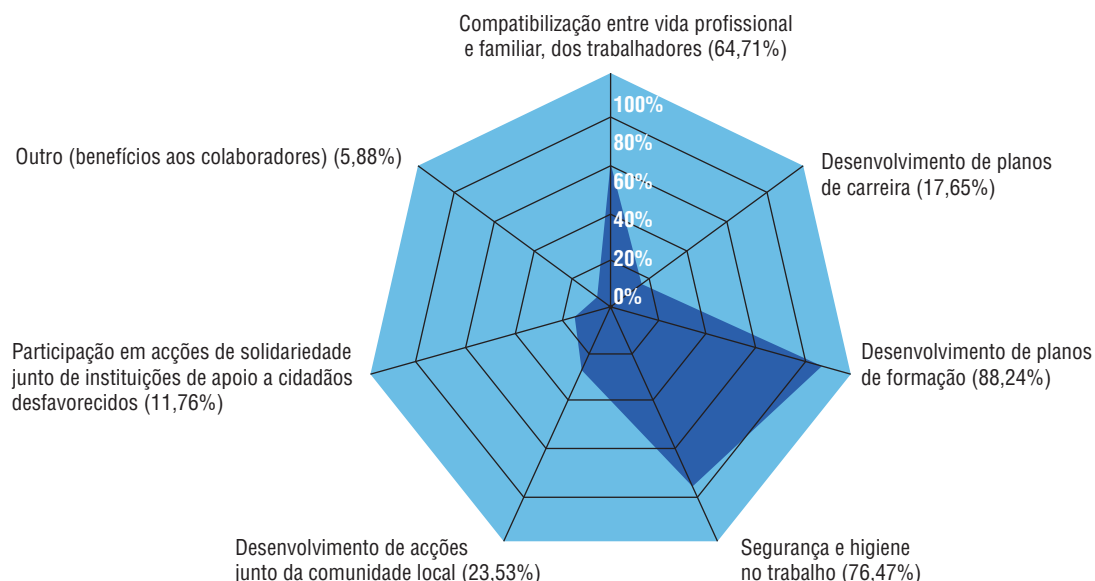
Gráfico 2 - Desempenho Económico e Financeiro da Empresa (3 questões da maior relevância ou prioritárias)



Fonte: JORGE, Fátima Nunes; SEABRA, Fernando Miguel; RODRIGUES, Jorge José M.; MATA, Carlos Severino, "A Responsabilidade Social nas PME Portuguesas – O papel do empresário e o desempenho das empresas: Um estudo exploratório." Comunicação apresentada no XIV Congresso EBEN, Universidad Politécnica de Valência, 15 e 16 Dezembro de 2006.

Corroborando as análises anteriormente apresentadas, os respondentes declararam como questões de maior relevância ao nível do desempenho social da empresa, dimensões que poderão ser consideradas como instrumentais relativamente às dimensões económico-financeiras declaradas como prioritárias.

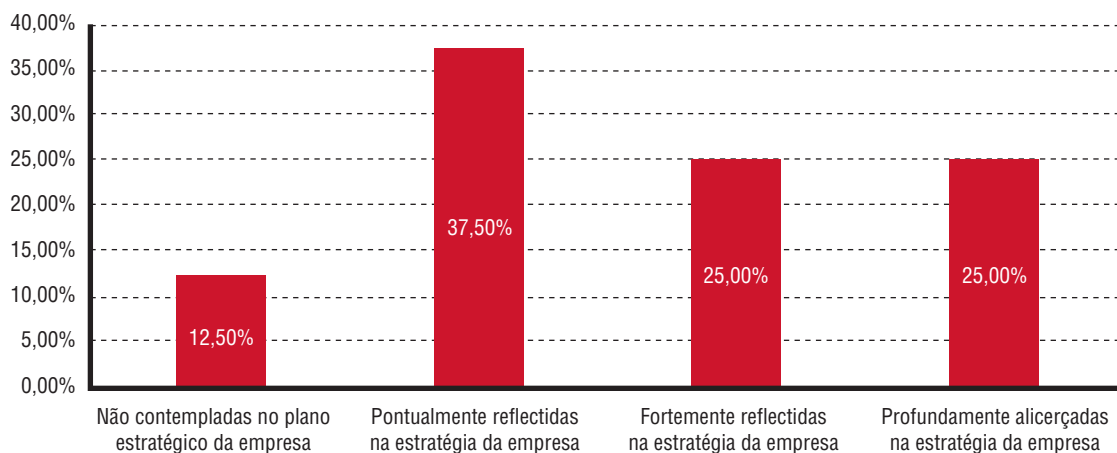
Gráfico 3 - Desempenho Social da Empresa (3 questões da maior relevância ou prioritárias)



Fonte: JORGE, Fátima Nunes; SEABRA, Fernando Miguel; RODRIGUES, Jorge José M.; MATA, Carlos Severino, "A Responsabilidade Social nas PME Portuguesas – O papel do empresário e o desempenho das empresas: Um estudo exploratório." Comunicação apresentada no XIV Congresso EBEN, Universidad Politécnica de Valência, 15 e 16 Dezembro de 2006.

Como síntese possível ao citado estudo poder-se-á evidenciar que as próprias empresas respondentes reconhecem o caminho ainda a percorrer no sentido de uma maior integração da Responsabilidade Social na estratégia das empresas.

Gráfico 4 - Como desempenha as ações da empresa em domínios de Responsabilidade Social no que respeita à sua integração na estratégia da empresa?



Fonte: JORGE, Fátima, SEABRA, Fernando Miguel; RODRIGUES, Jorge José M.; MATA, Carlos Severino, "A Responsabilidade Social nas PME Portuguesas – O papel do empresário e o desempenho das empresas: Um estudo exploratório", Comunicação apresentada no XIV Congresso EBEN, Universidad Politécnica de Valência, 15 e 16 Dezembro de 2006.

Numa conclusão preliminar ao estudo efectuado os autores referem:

“Após a análise às respostas proporcionadas pelas empresas, poder-se-á concluir, com as devidas reservas face à amplitude da amostra, que a assimilação da Responsabilidade Social pelas PME's portuguesas é um processo em curso, cuja integração na estratégia da empresas não terá sido amplamente conseguida”.

1.2. Responsabilidade Social Sob a Perspectiva Espanhola³⁷

Prof. Doutor Pedro Rivero Nieto

1.2.1. Conceito

Começamos a descrição do estudo com base em diferentes definições existentes para o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)³⁸ ao nível das entidades que trabalham de forma mais intensa sobre os aspectos da RSC em Espanha (e também na União Europeia). Nestas definições, encontramos uma diversidade de incidências, assim como as inúmeras designações «consagradas», para referir um conceito, embora sem o especificar suficientemente.

De acordo com uma perspectiva de evolução histórica do conceito, é possível compreender melhor a incidência com a qual a RSC é abordada sob o ponto de vista empresarial.

- Na década de cinquenta, a **RSC era um assunto filosófico relacionado com os conceitos de altruísmo ou beneficência**. Nesta altura, o único valor da empresa, ou seja, a sua função e missão, consistia em criar benefícios económicos a curto prazo sem pensar na sustentabilidade dos mesmos. Como tal, não era analisado o desenvolvimento empresarial das corporações;
- Em consequência da crise dos anos setenta, nos anos oitenta o Estado deixa de ser considerado como único administrador da despesa social e responsável pela contenção das desigualdades sociais. Surge assim a ideia de que todas estas **contribuições para o bem-estar e a qualidade de vida devem constituir o objectivo de todas as instituições, incluindo as empresas**;
- A empresa começa, assim, a abandonar o papel até aí desempenhado como entidade externa à sociedade e começa a assumir um novo papel em que se integra e faz parte do ambiente que a rodeia. É nesta altura **que a RSC começa a perder o seu carácter abstracto para se integrar na gestão empresarial**. As empresas sabem que têm outras responsabilidades para além dos interesses puramente económicos ou da mera produção;
- É na década de oitenta que **a RSC se integra realmente no núcleo da direcção** da empresa e começa a ser considerada um **factor estratégico** na sustentabilidade ou durabilidade da própria organização. A RSC é um modo de fazer bem as coisas, o que reforça o valor da marca do produto e a reputação da empresa, para além do prestígio pessoal da direcção responsável;
- No **fim do século XX**, a globalização, os mercados supranacionais e os mercados financeiros a curto prazo parecem actuar como factores que, por vezes, podem resultar num estímulo para o pleno desenvolvimento da RSC. Os cidadãos começam a estabelecer sistemas de pressão, reclamando maior respeito e atenção ao meio ambiente, assim como a protecção dos direitos humanos nos países onde o seu desrespeito é generalizado. Estas pressões ou exigências dos cidadãos sempre existiram em maior ou menor escala.

³⁷ O presente capítulo é da autoria de Pedro Rivero Nieto, Professor do Departamento de Direcção de Empresas e Sociologia da Universidade da Extremadura.

³⁸ Na perspectiva espanhola, a noção de responsabilidade social organizacional designa-se de responsabilidade social corporativa. Pese embora que organização, corporações e empresas possuem significados distintos na realidade portuguesa, apresentamos no presente capítulo a tradução directa da terminologia utilizada em Espanha.

O que entretanto mudou foi o facto de estas reclamações deixarem de ser dirigidas ao Estado ou às administrações, mas sim directamente às companhias privadas;

- Actualmente, e ao contrário do que se pensava inicialmente, a RSC não é um mero acto de filantropia empresarial, podendo transformar-se num factor de competitividade e inovação não só para as grandes, como também para as pequenas e médias empresas. «Responsabilidade Social Corporativa» é o termo mais utilizado pelas instituições ou na Europa, embora este conceito seja conhecido e utilizado sob diferentes designações. Entre as mais habituais, incluem-se «Responsabilidade Social da Empresa» (RSE) e «Responsabilidade Corporativa» (RC), utilizadas por aqueles que consideram que o termo «social» é demasiado limitado para representar todo o conjunto de novas competências das empresas.

Conforme referido, a RSC **define-se** como um conjunto de práticas voluntárias de carácter social e ambiental, vinculadas às principais actividades das empresas e que vão além das suas obrigações legais.

Dito de outra forma, é uma **estratégia** através da qual as empresas decidem contribuir **voluntariamente** a favor de uma sociedade melhor e de um meio ambiente mais limpo. Com base neste conceito, as empresas integram as suas preocupações sociais e ambientais nas suas operações comerciais e nas relações com os seus interlocutores.

De todas as formas, trata-se de **compatibilizar os interesses** económicos de uma empresa com as expectativas sociais e as exigências ambientais. Por conseguinte, significa que as empresas devem reconhecer um triplo balanço: o impacto social, ambiental e económico das suas operações, bastando o desequilíbrio de uma destas dimensões para afectar as restantes.

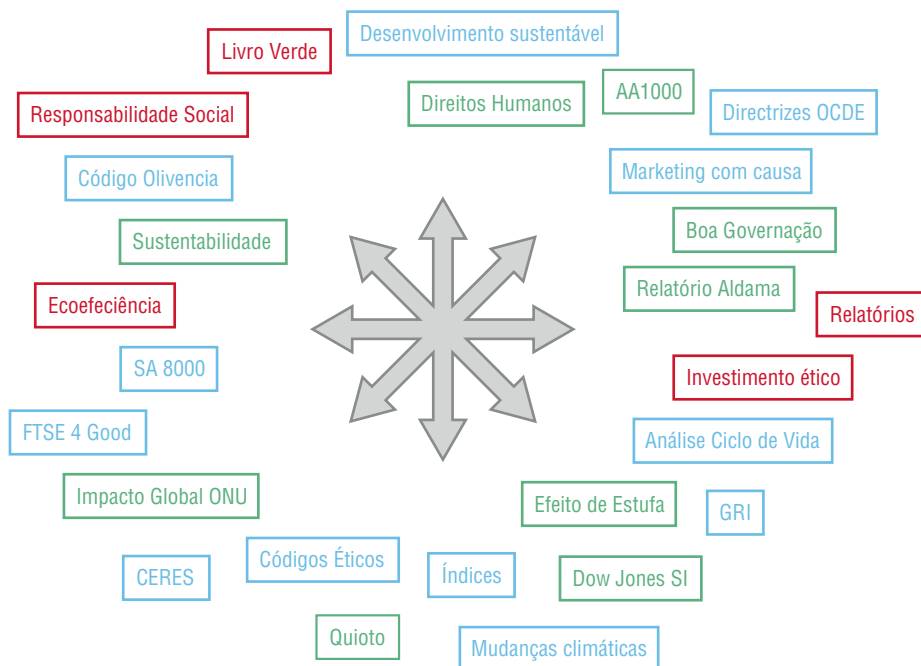
De acordo com a ideia subjacente ao conceito de «triplo balanço», para que uma empresa seja **sustentável no tempo**, deve ser financeiramente sólida, minimizar (ou, idealmente, eliminar) o seu impacto ambiental negativo e, por último, actuar de acordo com as expectativas sociais. Desta forma, investindo mais no capital humano, no cuidado com o meio ambiente e nas relações com os interlocutores é possível obter empresas mais competitivas.

Assim, a empresa responsável adopta um modelo de gestão aberto que lhe permite conciliar interesses com os diversos interlocutores com quem se relaciona: trabalhadores, accionistas, investidores, consumidores, autoridades públicas e ONG. Com este tipo de actuação, está a investir no futuro e espera que o compromisso que adoptou voluntariamente se reflita na sua rentabilidade.

Em qualquer dos casos, são muitos os diferentes conceitos em torno daquele aqui abordado (conforme é possível verificar no gráfico apresentado), embora todos eles contribuam para a configuração da ideia central da RSC.

- Embora a RSC esteja relacionada com o movimento de «ética empresarial» (*business ethics*), as acções filantrópicas de uma empresa ou de um empresário interrelacionam-se com as suas actividades centrais. Enquanto a RSE é uma das dimensões da actividade principal da empresa, a RSC assenta numa ética empresarial, mas não se confunde com ela, pois vai além da mera formulação de valores e postulados éticos (a RSC é a colocação em prática de uma ética empresarial, geralmente associada a fins comerciais estratégicos);
- O conceito de investimento socialmente responsável (ISR) está associado ao de RSE, mas incide na decisão do investidor e não na do empresário. O conceito de inovação socialmente responsável é a convergência de fins filantrópicos com necessidades de desenvolvimento de novas tecnologias e produtos;

- O conceito de consumo socialmente responsável (CSR) incide numa perspectiva individual dos consumidores, na medida em que incluem critérios éticos, sociais, laborais, ecológicos e solidários nos critérios de decisão de compra. O grande problema para o seu desenvolvimento eficaz assenta na falta de informação e transparência das empresas. É frequente simplificar critérios de exclusão, ou seja, deixar de comprar produtos e serviços de empresas cujas condutas pouco responsáveis tenham sido referidas na imprensa, etc.



Algumas definições de interesse em torno da RSC:

1. A RSC poderia ser definida como o conjunto de práticas empresariais decorrentes dos **compromissos éticos** estabelecidos pelas empresas com os seus grupos de interesse, assim como o reconhecimento e a integração dos mesmos nas suas operações, tanto no âmbito das preocupações **sociais como ambientais**;
2. Segundo o código de governação da empresa sustentável, «a empresa sustentável é aquela que integra valores ou princípios de **sustentabilidade**, como a busca permanente de desenvolvimento económico, a integridade ambiental e o bem-estar social»;
3. De acordo com o Livro Verde da UE sobre «a Responsabilidade Social», trata-se da «integração voluntária, por parte das empresas, das preocupações sociais e ambientais nas suas operações comerciais e nas relações com os grupos de interesse».

Seguindo esta ideia de configurar o conceito a partir de diferentes opções, convém **distinguir os conceitos de RSC em relação aos de RSE e RS**, uma vez que existe uma diferença importante entre todos eles.

- A diferença entre Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Responsabilidade Social Empresarial (RSE), na medida em que é feita uma distinção entre a empresa e a corporação, sendo que esta última inclui todas as organizações, empresariais ou não, independentemente da sua dimensão;
- A diferença entre RSE ou RSC e Responsabilidade Social. Entende-se por responsabilidade social o compromisso assumido por todos os cidadãos, pelas instituições – públicas e privadas – e pelas organizações sociais em geral, com vista a contribuir para o reforço do bem-estar da sociedade local e global.

Para finalizar, apresentamos algumas das principais orientações técnicas que permitem sistematizar as diferentes fases para a implementação prática de um processo de RSC nas organizações, sendo descritas em seguida as orientações geralmente aceites, com base nas de maior amplitude³⁹:

1. Orientação I: iniciativa global para a elaboração de relatórios (*Global Reporting Initiative - GRI*)

Numa análise realizada de acordo com a GRI, é possível distinguir três áreas: Índice e perfil GRI, Princípios GRI e Indicadores GRI. Nas duas primeiras áreas, Índice e perfil GRI e Princípios GRI, é avaliada a qualidade da informação apresentada sobre sistemas de gestão de RSC na empresa, enquanto que na última, Indicadores GRI, é avaliada a qualidade dos conteúdos em matéria de RSC referidos na documentação analisada.

Na secção **Índice e Perfil GRI** incluem-se as seguintes categorias e aspectos:

- Visão e estratégia
- Perfil
 - Perfil da organização;
 - Âmbito do relatório/documento;
 - Perfil do relatório/documento.
- Estrutura de governação e sistemas de gestão
 - Estrutura e governação;
 - Compromisso com as partes interessadas;
 - Políticas globais e sistemas de gestão.
- Índice

Quanto à utilização dos **Indicadores GRI**, é necessário especificar previamente duas questões:

- Os indicadores adicionais foram aplicados em todas as análises, embora apenas tenham sido incluídos no cálculo final os que implicassem uma melhoria da pontuação por aspecto.

Além disso, podem ser tomados em consideração **indicadores sectoriais** recolhidos nos suplementos específicos por sector elaborados até à data pela GRI (subsector de telecomunicações e sector de serviços financeiros).

39 A Responsabilidade Social Corporativa nos relatórios anuais das empresas do IBEX 35

Os indicadores a analisar podem ser agrupados nas seguintes *categorias e aspectos*:

Desempenho Económico

Clientes;
Fornecedores;
Trabalhadores;
Investidores;
Sector público;

Desempenho Ambiental

Matérias-primas;
Energia;
Água;
Biodiversidade;
Emissões e descargas;
Fornecedores;
Produtos e serviços;
Cumprimento da legislação.
Transportes;
Generalidades.

Desempenho Social - Práticas Laborais

Emprego;
Relações empresa/trabalhadores;
Saúde e segurança;
Formação e educação;
Diversidade e oportunidade.

Desempenho Social - Direitos Humanos

Estratégia e gestão;
Não discriminação;
Liberdade de associação;
Trabalho infantil;
Trabalho forçado e obrigatório;
Medidas disciplinares;
Medidas de segurança;
Direitos dos povos indígenas.

Desempenho Social - Sociedade

Comunidade;
Corrupção;
Contribuições políticas;
Concorrência e preços.

Desempenho Social - Responsabilidade do Produto

Saúde e segurança do cliente;
Produtos e serviços;
Publicidade;
Respeito pela privacidade.

Por último, a secção **Princípios GRI** recolhe os fundamentos sobre os quais a organização informante deve basear a sua comunicação em matéria de Responsabilidade Social. Estes princípios são os seguintes:

Transparência - A entidade deve expor de forma completa os processos, procedimentos e pressupostos envolvidos na elaboração do documento. Esta é uma questão essencial para a credibilidade do respectivo conteúdo.

Capacidade de inclusão - A organização deve explicar de que forma envolveu sistematicamente os seus grupos de interesse no enfoque e na melhoria contínua da qualidade dos seus relatórios e documentos informativos.

Possibilidade de auditoria - Os dados e a informação publicados devem ser compilados, analisados e divulgados de modo a que os auditores internos e os responsáveis pelas verificações externas possam avaliar a sua veracidade.

Exaustividade - Todos os dados sobre o desempenho económico, ambiental e social de uma organização que sejam essenciais para a avaliação por parte dos utilizadores da referida informação devem ser apresentados de forma coerente com o enquadramento temporal, o âmbito e os limites manifestados.

Relevância - Refere-se ao grau de importância atribuído a cada aspecto, indicador ou dado concreto e constitui o limite a partir do qual a informação adquire relevo suficiente para ser apresentada.

Contexto de sustentabilidade - Pretende situar a actuação da empresa no contexto mais amplo das restrições ecológicas, sociais ou de outro tipo, acrescentando um significado importante à informação publicada.

Rigor - A informação deve ser apresentada com o máximo rigor e com a menor margem de erro possível para que os utilizadores possam tomar as suas decisões com um grau de confiança elevado.

Neutralidade - Implica evitar dúvidas na selecção e exposição dos dados apresentados, mostrando de forma equilibrada a actuação da organização informante.

Comparabilidade - Coerência em relação aos limites e ao âmbito do relatório anual, ou seja, dar a conhecer as mudanças de um ano para o outro, permitindo analisar interna ou externamente a evolução e as tendências dos comportamentos no tempo, assim como a sua comparação com outras organizações.

Clareza - Apesar de dirigidos às partes envolvidas, os relatórios devem ser acessíveis e compreendidos pelo maior número possível de interessados.

Periodicidade - A periodicidade deve ser adequada às necessidades dos grupos de interesse e à natureza dos dados e das informações apresentadas.

2. Orientação II: Governação Corporativa

Conforme explicado anteriormente, os 82 requisitos que compõem a “ferramenta” de Governação Corporativa do Modelo de Análise traduzem uma compilação das recomendações de boa governação recolhidas no Código Aldama, das recomendações adicionais da Comissão Nacional do Mercado de Valores (CNMV), assim como das recomendações do Código Unificado de Boa Governação da CNMV («Código Conthe»). Embora o cumprimento deste código de boa governação não seja obrigatório para as empresas cotadas em bolsa, foi tomada a decisão de incluir os seus requisitos/recomendações, visto tratar-se de uma referência de boas práticas de Governação Corporativa. Foi igualmente incluída como requisito para avaliar todas as empresas a Lei Sarbanes Oxley para empresas cotadas nos EUA, a qual exige a criação de um canal de comunicação anónimo para que os trabalhadores, clientes e fornecedores possam denunciar comportamentos financeiros irregulares ou pouco éticos, o que consideramos ser uma boa prática a seguir.

Por último, é importante lembrar que, em caso algum, os resultados da análise da Governação Corporativa devem ser interpretados numa perspectiva de cumprimento da legislação vigente nesta matéria (Lei da Transparência das Sociedades Anónimas Cotadas em Bolsa).

Os requisitos desta Orientação Técnica II foram aplicados, numa perspectiva alargada, à comunicação de aspectos de governação efectuada pelas empresas do IBEX 35 nos documentos considerados no presente estudo.

Os requisitos incluídos na análise efectuada foram estruturados nas seguintes cinco categorias:

1. Sociedade, grupo e administradores (na qual se tratam 20 aspectos gerais sobre a boa governação corporativa);
2. Assembleia-geral de accionistas;
3. Conselho de administração;
4. Remunerações;
5. Comissões do conselho.

3. Orientação III: Análise da cobertura dos requisitos reunidos pelas normas das nações unidas para empresas multinacionais em matéria de direitos humanos

Em Agosto de 2003, a Subcomissão para a Promoção e Protecção dos Direitos Humanos das Nações Unidas aprovou as **Normas sobre responsabilidades das empresas transnacionais e outras empresas comerciais em relação aos direitos humanos nas Nações Unidas** (Normas da ONU), U.N. Doc. E/CN.4/Sub.2/2003/38/Rev.2 (2003). Trata-se de 32 artigos que, sem retirar importância à responsabilidade primordial dos Estados neste domínio, estabelecem obrigações mínimas em matéria de direitos humanos para as empresas.

Na análise básica, é avaliado o nível de cumprimento, nos relatórios anuais e documentos informativos das empresas do IBEX 35, dos requisitos de direitos humanos compilados nestas normas da ONU para empresas multinacionais e outras empresas comerciais. Foram tomados em consideração os riscos corridos pelas empresas em relação aos diferentes requisitos estabelecidos nestas normas, relacionando-os com o seu sector, distribuição operativa, comercial e geográfica, assim como outras características da organização identificadas no relatório anual.

Para este efeito, foi avaliada a informação contida sobre as políticas e procedimentos descritos ou enunciados nos relatórios em relação aos diferentes aspectos fundamentais estabelecidos pelas normas da ONU, de modo a avaliar se estes são abrangidos pela empresa, a que nível e que informação ou evidências são apresentadas na informação analisada.

Mais concretamente, foram analisados os 32 artigos, agrupados nas seguintes categorias:

- Declaração geral da empresa sobre direitos humanos;
- Não discriminação;
- Protecção de civis em período de guerra;
- Utilização de forças de segurança;
- Direitos dos trabalhadores;
- Corrupção, protecção do consumidor e direitos humanos;
- Direitos económicos, sociais e culturais;
- Direitos humanos e meio ambiente;
- Direitos dos povos indígenas;
- Aplicação das normas e verificação do seu cumprimento.

4. Orientação IV: AA1000

A avaliação através da norma contabilística *AA1000* baseia-se tanto nos princípios nela estabelecidos como na garantia, através de determinados requisitos, de que os referidos princípios estão a ser tomados em consideração na estratégia de gestão da RSC da organização e de que a informação é descrita no relatório.

Como é possível observar, a *AA1000* estabelece **princípios** idênticos aos da iniciativa *GRI* e do modelo *NEF*, nos quais deve basear-se a comunicação da Responsabilidade Social da organização informante:

Capacidade de inclusão - Reflexo das aspirações e necessidades de todos os grupos de interesse em todas as fases do processo. Obtenção das opiniões das partes envolvidas através de processos de «compromisso» que lhes permitam expressar-se sem receios nem restrições. Inclusão das partes «silenciosas» envolvidas (gerações futuras, meio ambiente).

Totalidade - Inclusão objectiva de todas as esferas de actividade relacionadas com a actuação ética e social da empresa. Publicação verificada externamente sobre tudo o que é incluído e excluído do processo. Motivos das exclusões. Evitar a subavaliação dos impactos negativos das actividades. Evitar que os impactos incertos sejam prematuramente documentados e publicados como certos.

Materialidade - Inclusão de informação significativa para os grupos de interesse. Inclusão da avaliação realizada pelas partes envolvidas sobre a actuação ética e social da empresa. A complexidade de definir a materialidade implica o «compromisso» com os grupos de interesse (incluindo uma análise das suas necessidades) para avaliar a importância da informação.

Regularidade e oportunidade - Processo regular, sistemático e atempado para a tomada de decisões por parte da organização e das partes envolvidas.

Garantia da qualidade - Auditoria de todo o processo por uma entidade externa independente e competente. No processo de auditoria, é sempre analisada a exactidão (ou validade) dos relatórios da empresa e dos dados que os corroboram. No processo de auditoria, deve ser sempre analisada a conformidade com a legislação e com outras normas. No processo de auditoria, devem ser sempre analisadas a capacidade de inclusão e a integridade do processo.

Acessibilidade - Comunicação adequada e eficaz aos grupos de interesse. Comunicação através de relatórios éticos e sociais, incluindo comunicações escritas e verbais e documentos de auditoria externa. Acesso simples e económico por parte dos grupos de interesse à informação transmitida pela empresa.

Qualidade da informação - Comparação com a actuação da empresa em períodos anteriores. Comparação com os objectivos definidos (performance targets). Possibilidade de comparação com pontos de referência externos (modelos e normas internacionais, outras organizações, etc.). Os dados devem corresponder à realidade da informação e não apenas às exigências legais. Informação apresentada de forma imparcial.

Prudência na inclusão de informação e na descrição da posição da empresa. Utilidade da informação para a organização informante e para as partes envolvidas como meio de criar conhecimento, formar opiniões e como instrumento para a tomada de decisões. O compromisso com as partes envolvidas é fundamental para identificar a pertinência da informação.

Qualidade da informação transmitida pela empresa e pelas partes envolvidas, incluindo linguagem, estilo e formato. Os termos técnicos devem ser explicados no relatório.

Implantação - O processo tem de fazer parte das operações, sistemas e políticas da organização, não se limitando a uma actuação pontual para elaborar um relatório ético ou social.

Melhoria contínua - Existência de medidas reconhecidas e verificadas externamente para melhorar a actuação da empresa em resposta ao resultado do processo. Desenvolvimento contínuo do processo. Quanto aos requisitos utilizados, estes foram agrupados nas quatro categorias seguidamente descritas:

Planificação:

- Compromisso com o processo de prestar contas, auditar e informar sobre os aspectos sociais e éticos e elaboração de procedimentos que assegurem a inclusão das partes envolvidas no processo;
- Identificação das partes envolvidas, incluindo as suas características e a relação da empresa com cada um destes grupos;
- Definição e revisão dos seus objectivos e valores.

Prestação de contas:

- Identificação dos aspectos relevantes através de um processo de diálogo com as partes envolvidas centrado nas actividades e no comportamento ético e social da empresa;
- Determinação do âmbito do processo em termos de partes envolvidas, localizações geográficas, unidades operativas e aspectos a incluir. Tudo isto baseado no diálogo com as partes envolvidas;
- Identificação de indicadores éticos e sociais, através do diálogo com as partes interessadas, que avaliam o comportamento empresarial relativamente aos seus valores e objectivos, aos valores e às aspirações das partes envolvidas;
- Compilação de dados para os indicadores identificados, incluindo também as partes envolvidas na concepção dos métodos de compilação, de modo a poderem expressar as suas aspirações e necessidades;

- Análise do comportamento empresarial em relação aos valores e metas estabelecidos com base na informação compilada. Revisão de objectivos futuros através da avaliação e do diálogo com as partes envolvidas, tendo em vista melhorar a actuação da organização.

Auditoria e publicação de relatórios:

- Elaboração de um relatório sobre comportamento social e ético para um determinado período. O relatório deve ser claro e objectivo, comparável no tempo, explicando o cumprimento dos valores e das metas corporativos;
- Organização e apoio à verificação externa do processo e dos relatórios através de uma planificação e de um sistema de contabilidade adequados;
- Informação sobre o processo e o relatório social e ético, facilitando o acesso das partes interessadas ao relatório propriamente dito e ao relatório do auditor independente, procurando sempre o feedback das partes envolvidas.

Implementação:

- Implementação de sistemas destinados a desenvolver o processo e a alcançar os objectivos de acordo com os valores da empresa.

5. Orientação V: Modelo NEF (*New Economics Foundation*) de qualidade do sistema de gestão de RSC

O *Modelo NEF* destina-se a comparar e avaliar objectivamente a coerência e lógica dos dados e da informação apresentados nos relatórios de RSC sob o ponto de vista dos princípios em que se baseia a Responsabilidade Social Corporativa.

Ao contrário de outras directrizes, convenções ou modelos (entre os quais se incluem a *GRI* e as *normas sobre responsabilidades das empresas transnacionais e outras empresas comerciais em relação aos direitos humanos da ONU*), o NEF não permite nem tem como objectivo avaliar a satisfação de requisitos fundamentais sobre aspectos de RSC. Este modelo pretende analisar a coerência do sistema de RSC implementado.

O NEF destaca-se pela simplicidade de aplicação e pela comparabilidade oferecida pelos seus resultados, independentemente do sector, da dimensão e de outras características das empresas analisadas. Além disso, graças a uma pontuação numérica, facilita a comparabilidade temporal da estratégia de gestão de RSC.

Os oito princípios NEF com base nos quais são avaliadas a coerência, a lógica e a qualidade da informação fornecida sobre os sistemas de RSC são os seguintes:

Completo - Inclusão imparcial de todas as esferas de actividade no sistema de gestão da RSC.

Comparável - A informação tanto permite a comparação interna com períodos anteriores como a comparação externa com outras organizações e normas.

Inclusivo - A implementação e comunicação da RSC deve realizar-se através de um diálogo adequado com as partes interessadas.

Regular e evolutivo - Conduta sistemática, evolutiva e periódica.

Integrado e transversal - Integração adequada dos êxitos obtidos nos processos de contabilidade, consultoria e auditoria, na estratégia, nas práticas de gestão, nas políticas e nos níveis operativos da organização.

Aberto - Comunicação pública adequada e eficaz com as organizações das partes interessadas sobre os processos de determinação e verificação dos resultados obtidos na sequência de actividades de verificação interna e externa.

Verificável - Recurso a uma organização de auditoria externa para verificar se os registos, relatórios e dados são válidos, completos, significativos, coerentes e adequados.

Melhoria contínua - Implementação de medidas reconhecidas e verificadas para melhorar a execução e o comportamento em relação aos valores e objectivos das partes interessadas (incluindo a direcção), superando as normas sociais em vigor através dos objectivos estabelecidos.

Como é possível observar, a *New Economics Foundation (NEF)* estabelece princípios idênticos aos da iniciativa *GRI* nos quais deve basear-se a comunicação da Responsabilidade Social da organização informante.

Através de todos estes princípios, pretende verificar-se o nível de evolução ou maturidade do sistema de gestão ou da estratégia de RSC de uma organização com base na informação fornecida, quer se trate de um documento informativo ou relatório de RSC, quer de informação retirada de outras fontes.

Não se presume nem se pressupõe nada se não existir evidência no documento ou no relatório. Por conseguinte, a avaliação baseia-se em dados ou evidências documentais objectivas ou na ausência das mesmas.

Cada princípio é analisado através de diferentes perguntas que, dependendo da resposta ou da mensagem subjacente à análise, são pontuadas em função do seu nível de solidez e coerência. A soma dos pontos dar-nos-á o resultado de cada princípio.

O método trabalha num resultado da avaliação numérica, o qual é traduzido num gráfico em forma de rede para permitir uma análise comparativa.

A numeração do referido desenho ou gráfico mostra-nos as diferentes evoluções por princípio.

A pontuação do modelo NEF foi aplicada, apesar de a sua avaliação diferir ligeiramente das restantes ferramentas utilizadas no estudo. A única adaptação efectuada na “ferramenta” NEF no âmbito deste estudo diz respeito à alteração da designação das fases ou níveis empregados, de modo a ajustá-los aos níveis de qualidade definidos na análise.

Em síntese, os principais aspectos que se podem concluir da análise do conjunto das orientações técnicas e variáveis que integram a RSC, são os seguintes⁴⁰:

40 “Libro Verde U.E. de la Responsabilidad Social Corporativa

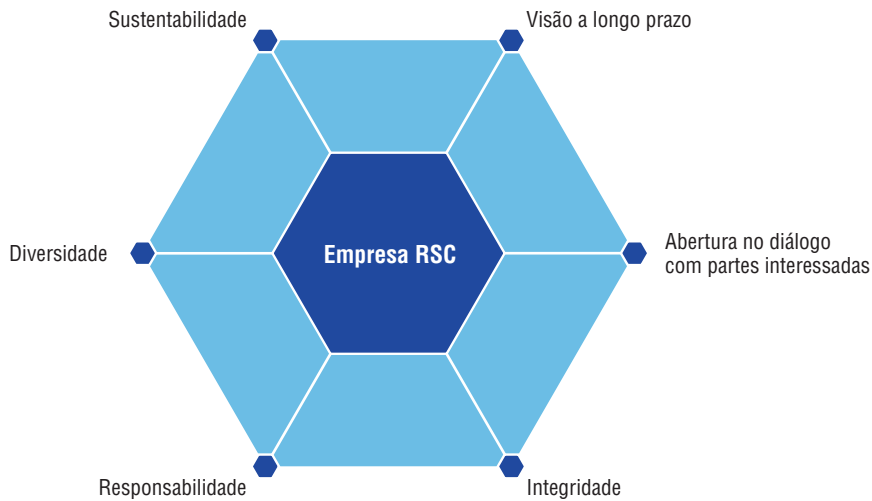
Dimensões características das organizações

Dimensão Interna	Dimensão Externa
Pessoas	Comunidades Locais
Adaptação à mudança Processos Corporativos	Sócios Comerciais, Fornecedores e Consumidores
	Direitos Humanos
Gestão do Impacto Ambiental e dos Recursos	Problemas Ecológicos Mundiais

Enfoques específicos das organizações

Empresa	Consustanciais: Substituir a orientação para o controlo por uma cultura de confiança e autocontrolo
	Contratuais: Passar da capacidade de reclamar valor para a capacidade de criar e merecer valor
	Contextuais: Evolução do conceito de missão única da empresa Gerar benefícios para o accionista Passar a encontrar oportunidades que resultem em benefícios tanto para a empresa como para a sociedade

Valores e fontes geradoras de vantagens competitivas sobre as organizações



Elaboração da abordagem de Responsabilidade Social Corporativa sobre as organizações:

Elaboração do plano de RSC



1.2.2. Perspectivas em Espanha

Do **ponto de vista da União Europeia**, o conceito de RSC é relativamente **recente** no âmbito europeu. Podemos afirmar que se cristalizou em 1995, quando um grupo de empresas publicou, em conjunto com Jacques Delors (então Presidente da Comissão Europeia), um manifesto contra a exclusão social que levou à criação de uma rede europeia para a promoção do diálogo entre empresas e do intercâmbio de boas práticas. Assim, no Conselho de Lisboa de Março de 2000, os chefes de Estado e de Governo lançaram pela primeira vez um apelo à Responsabilidade Social das empresas no sentido de ajudar a cumprir o novo objectivo estratégico da UE: transformar-se, até 2010, na economia mais competitiva e integradora do mundo.

Supõe-se, pois, que este tenha sido o momento em que a RSC recebeu um maior impulso em Espanha, onde pôde contar-se com o trabalho de diferentes entidades no sentido de impulsionar todo o conceito associado à RSC de acordo com as perspectivas inerentes. Apresentam-se de seguida algumas fontes de informação, entidades e organizações de referência a nível nacional:

Fontes de informação:

- Europa Press RSC. <http://www.europapress.es/>;
- Portal em língua espanhola do Pacto Mundial das Nações Unidas. <http://www.pactomundial.org>;
- Responsables.biz, Semanário Digital de RSC: <http://www.responsables.biz>.

Entidades de referência a nível nacional:

- Fundación Empresa y Sociedad. <http://www.empresaysociedad.org>;
- Instituto Persona Empresa y Sociedad (IPES). <http://www.esade.es/institution/institutos/ipes/index.php>;
- Centro IESE para la Empresa Sostenible. <http://www.foroempresasostenible.org>;
- Triodos Investments España. <http://www.triodos.es>;
- Fundación AVINA. <http://www.avina.net>;
- Foro de Reputación Corporativa. <http://www.reputacioncorporativa.org>;
- ESADE: <http://www.esade.es/institution/institutos/ipes/index.php>;
- Fundación Empresa y Sociedad: <http://www.empresaysociedad.org>;
- ÉTNOR: Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones: <http://www.etnor.org/>;
- Fundación Entorno: Meio ambiente e empresa: <http://www.fundacion-entorno.org>;
- Fundación Ecología y Desarrollo: <http://www.ecodes.org/pages/areas/rsc/index.asp>;
- Foro de Reputación Corporativa. Sección de RSC. <http://www.reputacioncorporativa.org/responsabilidad.asp>;
- Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (AECA): <http://www.aeca1.org/comisiones/rsc/rsc.htm>;
- Economistas Sem Fronteiras: <http://www.ecosfron.org>;
- Foro de Reputación Corporativa;
- Fórum de peritos em RSE (Espanha): www.mtas.es/empleo/economia-soc/;
- AENOR. PNE 165010. AENOR. Ética. Sistema de gestão da responsabilidade social da empresa.

Para determinar o estado da RSC em Espanha, fazemos referência, em seguida, à situação sob o ponto de vista dos consumidores, assim como a nível empresarial, tendo em conta o estado de gestão da RSC nas empresas cotadas no IBEX, consideradas expoentes máximos dos sectores que compõem a economia espanhola:

A. Perspectiva do mercado - Consumidores⁴¹

Em geral, deparamo-nos com uma avaliação negativa e desigual por segmentos, onde se destacam positivamente as PME, não sendo esta avaliação considerada como variável relevante para os hábitos de compra e de informação:

- O cidadão avalia de forma negativa a Responsabilidade Social da empresa em Espanha. A avaliação global não atinge os níveis aprovados, embora tenha subido ligeiramente em relação a 2004 (passando de 4 em 2004 para 4,32);
- Quanto à avaliação do desempenho social e ambiental em Espanha, só atingem os níveis aprovados as dimensões de gestão de clientes e de direitos humanos. As áreas avaliadas de forma mais negativa correspondem à dimensão ambiental e à acção social;
- A maioria dos inquiridos não dispõe de informação para fazer as suas compras de forma responsável. Não surpreende, pois, que avaliem de forma negativa a quantidade de informação recebida sobre RSE, embora exista potencial para as marcas responsáveis que comuniquem eficazmente os seus resultados sociais. Os consumidores mostram-se dispostos a tomar em conta esta informação, mas não a despendem tempo nem esforço na procura da mesma;
- Subiu ligeiramente a avaliação da informação recebida das empresas, dado o maior esforço em comunicar os assuntos de gestão à opinião pública;
- As ONG continuam a ser as fontes mais fiáveis de informação, seguidas dos meios de comunicação social;
- Mantém-se a posição de preferência dos cidadãos por uma maior intervenção governamental na promoção da RSE. As políticas propostas (lei de transparência e aplicação de cláusulas sociais nas aquisições públicas) são vistas de forma muito positiva pelos inquiridos.

Para a apresentação da presente secção, recorremos ao relatório sobre a perspectiva de consumidores publicado pela OCU (organização de consumidores), onde são referidos os seguintes resultados:

1. Avaliação global da Responsabilidade Social da empresa: A avaliação global da RSE em Espanha **não atinge os níveis aprovados**, uma vez que obteve uma pontuação média de 4,33 numa escala de 0 a 10.

Comparando com a média global espanhola, há segmentos que obtêm pontuações globais mais altas ou mais baixas:

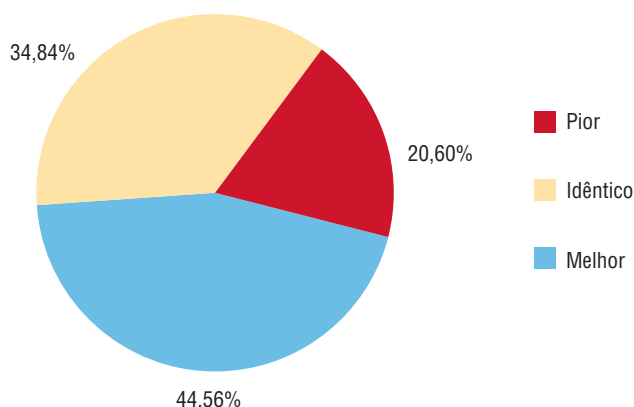
- Os cidadãos mais jovens (entre os 18 e os 50 anos) são os mais críticos, atribuindo a pontuação global mais baixa, enquanto os cidadãos com mais de 51 anos identificam um melhor desempenho global;
- Os homens das regiões Norte e Leste, assim como as mulheres da região Sul, pontuam acima da média global populacional, enquanto as mulheres da região Leste e os homens da região Sul pontuam abaixo da média global populacional;
- Em geral, os cidadãos envolvidos em algum tipo de actividade associativa, independentemente da sua região, tendem a pontuar acima da média e vice-versa.

⁴¹ Referência ao estudo sobre o comportamento dos consumidores. OCU. 2006

2. Avaliação da Responsabilidade Social de grandes empresas e PME: Do mesmo modo, os cidadãos avaliam de forma **mais positiva a atitude das pequenas e médias empresas** do que a das grandes empresas, apesar da grande heterogeneidade entre as respostas.

- 45% dos cidadãos pensam que o comportamento é idêntico;
- 21% pensam que o comportamento das pequenas e médias empresas é pior;
- 35% consideram-no melhor.

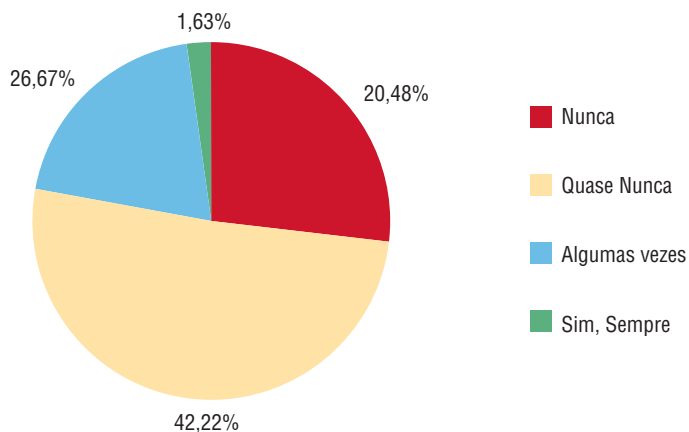
Gráfico 5 - O comportamento das PME's sobre RSE em comparação com empresas de grande dimensão



3. Disponham de informação sobre a Responsabilidade Social da empresa ao fazer as suas compras.

Mais de 70% do grupo de inquiridos referem que nunca ou quase nunca dispõem de informação para orientar as suas compras. Apenas 1,6% dispõem sempre desta informação. Comparando com os resultados obtidos em 2004, a percentagem dos que afirmam dispor sempre de informação desceu para metade, passando de 3,4% para 1,6%. Entre os poucos que dispõem sempre de informação, 75% são mulheres.

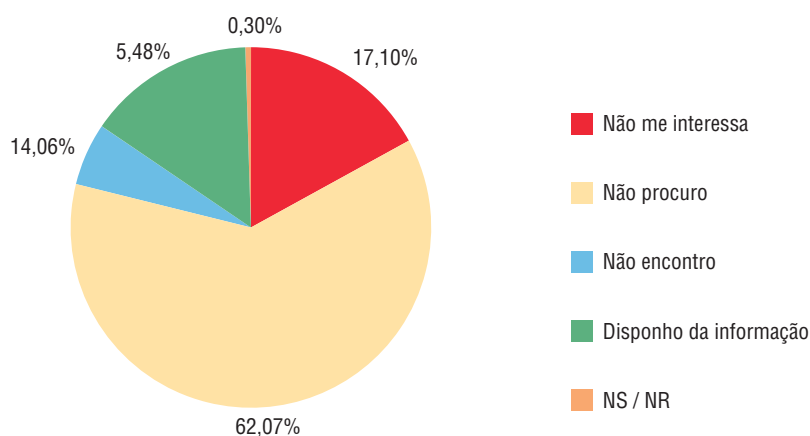
Gráfico 6 - Dispõe de informação sobre RSE para escolher uma marca?



4. Perfis de procura de informação (Como indicador do compromisso dos consumidores com critérios não económicos). Os resultados indicam que:

- 17% dos inquiridos não se mostram interessados em receber essa informação;
- Mais de metade dos inquiridos (62,1%) reconhece não procurar essa informação;
- 15% afirma não a encontrar;
- Por último, uma percentagem minoritária reconhece contar com essa informação (5,5).

Gráfico 7 - Envolvimento do consumidor na procura de informação sobre RSC



5. Avaliação dos atributos de RSC da empresa em Espanha

Superiores a 5:

- A nota mais alta corresponde à gestão responsável de clientes;
- Além disso, é aprovada a actuação no âmbito dos direitos humanos.

Inferiores a 5:

- A gestão ambiental e a acção social são os aspectos avaliados de forma mais negativa, com uma média inferior a 3.

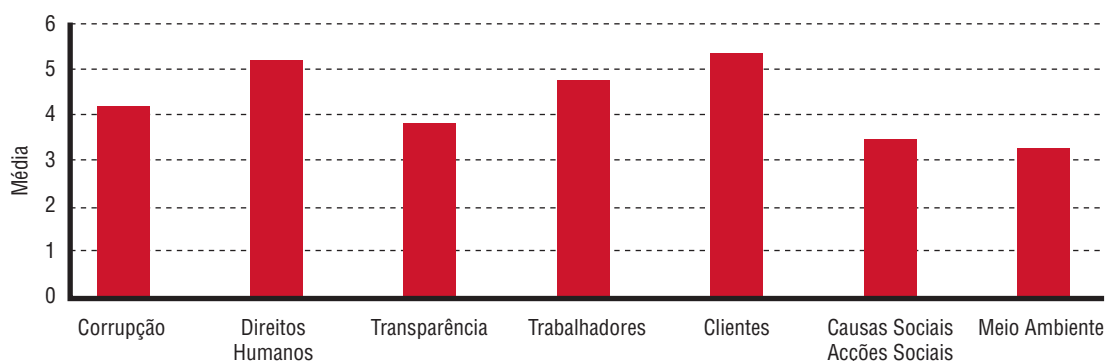
Dispersão baixa, excepto na dimensão «corrupção», onde a heterogeneidade entre os cidadãos é maior.

Por grupos:

- As dimensões avaliadas de forma mais positiva são os clientes, os direitos humanos e os trabalhadores (com pontuações médias de 5,33, 5,21 e 4,76, respectivamente);
- Em segundo lugar, encontram-se as dimensões com um desempenho insuficiente: corrupção e transparência (4,22 e 3,83, respectivamente).

O último grupo inclui as dimensões avaliadas de forma muito deficiente (meio ambiente e acção social), com pontuações de 3,25 e 3,46 respectivamente.

Gráfico 8 - Percepção RSE



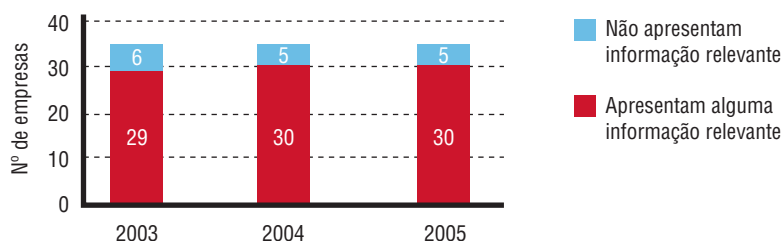
B. Perspectiva das Empresas⁴²

Embora seja limitativo centrar a informação empresarial no âmbito das empresas que integram o IBEX 35 da bolsa espanhola, trata-se de uma forma de obter uma visão muito precisa de como se encontram as grandes empresas em Espanha, permitindo formar uma ideia clara da situação das PME, as quais deverão abordar claramente os desafios que se apresentam às grandes organizações, sendo este um aspecto necessário para realizar uma radiografia precisa da situação a nível nacional.

Apresentam-se seguidamente os resultados gerais do estudo. Uma vez que esta perspectiva diz respeito à terceira edição do relatório, é possível observar as evoluções e tendências da qualidade da informação sobre os diferentes aspectos da RSC analisados.

1. No que se refere às **empresas com informação relevante sobre RSC**, podemos observar a situação com base no seguinte quadro:

Gráfico 9 - Nº de empresas do IBEX35 que apresentam informação relevante sobre aspectos da RSE



- À semelhança do exercício de 2004, não se pode considerar que 5 das 35 empresas apresentem informação relevante sobre aspectos de RSC nos documentos analisados;

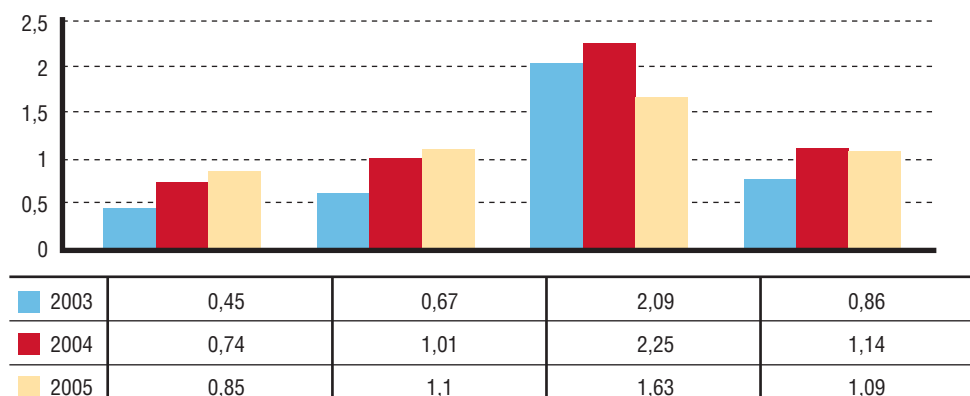
⁴² Estudo sobre RSC em empresas do IBEX. 2007. Observatório de Responsabilidade Social Corporativa: La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35. Análisis Ejercicio 2005

- É necessário salientar que as empresas que não assumem qualquer tipo de compromisso público não deixam de ter responsabilidade em relação aos impactos operacionais. Considera-se que **estas empresas, que nem sequer comunicam informação sobre compromissos sociais e ambientais, encontram-se num estado de evolução primário na gestão da sua RSC** e, por conseguinte, numa situação de maior risco de violação dos direitos das pessoas.

2. No que se refere aos **instrumentos e ferramentas de avaliação utilizados para determinar a RSC**, podemos observar a situação com base no seguinte quadro: Pode concluir-se que existem tendências desiguais de acordo com as ferramentas que constituem o objecto da análise, o que indica uma falta de «coerência» no modelo de desenvolvimento da RSC.

- A evolução das pontuações foi diferente nos diversos eixos de análise que compõem o estudo. Assim, enquanto os eixos de Conteúdo e Sistemas de Gestão mantiveram uma tendência crescente (16% e 9% respectivamente), apesar da ligeira desaceleração em relação ao período anterior, o resultado da análise da qualidade da informação apresentada sobre a Governação Corporativa registou um importante retrocesso (-28%);

Gráfico 10 - Resumo dos Resultados Globais 2003-2005



*Média de ferramentas de avaliação

- Uma das possíveis **razões para este retrocesso** objectivo no eixo de Governação Corporativa deve-se à introdução dos requisitos exigidos pelo Código Unificado de Boa Governação («Código Conthe»), embora os critérios de avaliação se tenham mantido inalterados. O maior nível de rigor e exigência deste código teve como resultado uma descida generalizada das pontuações do eixo de Governação Corporativa, assim como a anulação dos progressos nos eixos de Conteúdos e Sistemas de Gestão, pelo que a evolução das pontuações totais sofreu uma ligeira descida em relação ao exercício de 2004 (-4%);
- O aumento da pontuação nos eixos de **Conteúdos e Sistemas de Gestão** não se deve tanto ao aumento sentido pelas empresas que têm vindo a apresentar melhores pontuações nos últimos anos, entre as quais se evidenciou um certo estancamento dos níveis de informação escassa, mas sim ao impulso dado por empresas que começaram a publicar informação sobre estes aspectos ou por empresas que, sem ter liderado o processo, decidiram dar-lhe um impulso no período estudado, ou seja, o exercício de 2005;

- A avaliação da qualidade da informação relativa a **Conteúdos** obteve uma pontuação de **0,85 (informação empírica)**, continuando assim a ser a mais baixa dos três eixos de análise. Embora a diferença não seja muito significativa na avaliação da qualidade da informação sobre os Sistemas de Gestão, que obteve uma pontuação de 1,10 (*informação escassa*), nota-se que, em muitas ocasiões, as empresas referem a existência de certos sistemas, políticas ou procedimentos para gerir aspectos de RSC, em relação aos quais não são apresentados quaisquer dados ou resultados concretos que demonstrem tanto a implementação efectiva dos mesmos como o desempenho da empresa nesse aspecto. Do mesmo modo, para além da referência à sua existência, raramente são fornecidos pormenores sobre os sistemas de gestão que permitam formar uma ideia sobre a eficácia dos mesmos;

- No que se refere ao eixo de **conteúdos**, também é importante salientar, um ano depois, a quase **inexistência de informação sobre aspectos de direitos humanos recolhida na informação analisada**. Evidencia-se, no entanto, um número crescente de empresas que remetem toda a informação sobre estes aspectos para a sua adesão ao Pacto Mundial, podendo deduzir-se que se trata de um mero compromisso formal, uma vez que não são fornecidas informações sobre medidas concretas que materializem este compromisso. Neste sentido, foi possível comprovar que, das empresas que aderiram ao Pacto Mundial, são poucas as que enviaram para esta organização um relatório anual sobre os progressos obtidos em relação aos compromissos assumidos, conforme se pode verificar no site www.pactomundial.org.

3. Em relação aos **resultados por empresas para determinação da RSC**, são apresentados, no quadro seguinte, os resultados da qualidade da informação analisada, obtidos por todas as empresas incluídas no âmbito do estudo, ordenadas por ordem alfabética. As pontuações mostram os resultados por eixo de análise, sendo indicada a ferramenta utilizada em cada um deles. É importante lembrar que a pontuação TOTAL resulta da média aritmética das 5 ferramentas utilizadas (GRI, AA1000, NEF, ONU e Governança Corporativa) e não à média dos três eixos de análise.

Quadro 1 - Resultados 2005 (Resultados por empresas para medir RSO)

	RESULTADOS DE 2005								
	Conteúdo		Sistemas de Gestão						
	Indicadores GRI	Direitos Humanos ONU	AA 1000		NEF	GRI		GOB. CORP	TOTAL *
			Princípios	Indicadores		Princípios	Perfil		
ABERTIS		0,89			1,31			1,74	1,24
ACCIONA		0,05			1,32			1,57	1,19
ACERINOX		0,02			0,02			0,78	0,17
ACS		0,34			0,70			1,14	0,89
ALTADIS		0,67			0,83			1,92	0,96
ANTENA 3 TV		0,09			0,15			1,37	0,35
ARCELOR		1,25			1,43			1,15	1,27
BANKINTER		0,94			0,78			1,99	1,01
BBVA		1,70			1,55			1,57	1,84
BCO POPULAR		1,02			1,11			1,44	1,10
BCO SABADEL		1,06			1,08			1,24	1,05
CINTRA		0,68			0,78			1,30	0,82
ENAGAS		0,49			0,83			1,58	0,85
ENDESA		1,11			1,63			1,83	1,45
FCC		0,40			0,62			1,57	0,65
FERROVIAL		1,06			1,17			1,90	1,25
GAMESA		1,60			1,88			1,80	1,72
GAS NATURAL		1,25			1,51			1,70	1,40
IBREDROLA		1,64			2,03			1,51	1,74
IBERIA		1,12			1,81			1,73	1,56
INDITEX		0,71			1,08			1,83	1,10
INDRA		0,71			1,04			1,91	1,06
NETROVACESA		0,41			0,64			1,61	0,74
NH HOTELES		0,20			0,37			1,69	0,57
PRISA		0,09			0,31			1,12	0,39
REE		1,41			2,18			1,99	1,85
REPSOL IPF		1,00			1,60			1,99	1,51
SACYR VALL		0,21			0,37			1,49	0,53
SHC		1,16			1,34			1,79	1,35
SCHSOCECABLE		0,42			0,62			1,49	0,64
TELECINCO		0,47			0,78			1,65	0,82
TELEF. MOBILES		1,28			1,30			1,81	1,32
TELEFONICA		1,49			2,03			1,84	1,81
TP1		0,78			0,70			1,89	0,89
UNION FENOSA		1,20			1,43			1,77	1,34
MEDIA IBEX		0,85			1,10			1,83	1,09

* Média de ferramentas de avaliação

2. Resultados do Questionário de Identificação de Práticas em Responsabilidade Social Organizacional

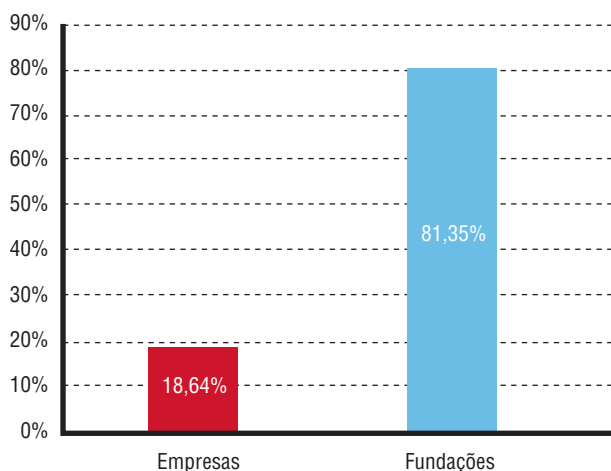
2.1. Componente Portuguesa: Alentejo Central

Para obter a informação essencial foi construído e aplicado um inquérito por questionário destinado a 150 Fundações, Empresas e Organizações do Distrito de Évora. A aplicação dos questionários decorreu entre os meses de Janeiro e Abril de 2007. Com base no instrumento de recolha de dados aplicado, e após a validação das respostas de 59 organizações do Distrito de Évora⁴³, foi realizada uma triagem dos principais resultados.

2.1.1. Caracterização das Organizações Inquiridas

Em termos globais constatou-se uma maior percentagem (81,35%) de respostas provenientes de Fundações, caracterizadas por instituições de solidariedade social, centros sociais e paroquiais entre outros, e Associações, designadas por instituições de natureza associativa de solidariedade social e de desenvolvimento local, os restantes respondentes são Empresas (18,64%).

Gráfico 11 - Organizações Inquiridas

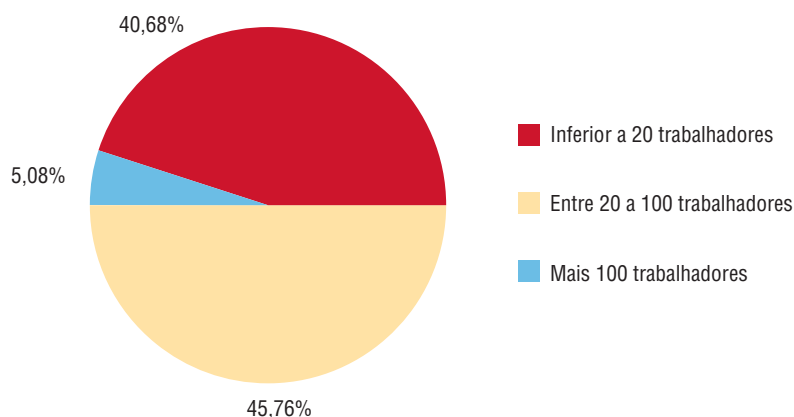


Nota: n = 59 casos válidos

Foi possível constatar que 45,76% das organizações inquiridas possuem entre 20 a 100 trabalhadores e 40,68% apresentam um número inferior a 20 trabalhadores, sendo apenas 5,08% as que possuem mais de 100 trabalhadores.

⁴³ A taxa de sucesso da recolha de informação foi de 39,3%.

Gráfico 12 - Número de trabalhadores das organizações inquiridas



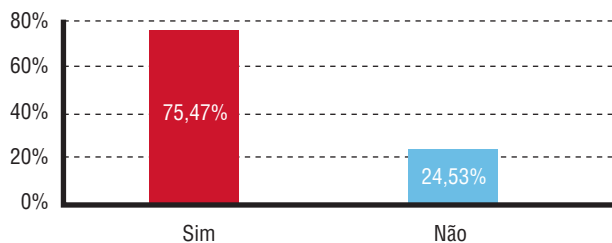
Nota: n= 54 casos válidos

2.1.2. Aspectos Sociais e Recursos Humanos

Tendo em consideração a importância da aquisição de boas políticas em matéria de diálogo social no local de trabalho objectivado ao sucesso das organizações, tornou-se possível perceber formas que contribuam para a valorização do trabalhador/colaborador enquanto pessoa e seu contributo para a organização. Neste sentido, foram tidas em conta, para além do cumprimento da legislação em matéria de emprego e de saúde e segurança no trabalho, as necessidades básicas dos trabalhadores, nomeadamente a satisfação profissional, evolução das suas carreiras e o apoio social.

De uma forma global, foi possível apurar que 75,47% responderam que incentivam os seus colaboradores para o desenvolvimento de uma carreira a longo prazo, contrariamente a 24,53% os quais responderam negativamente.

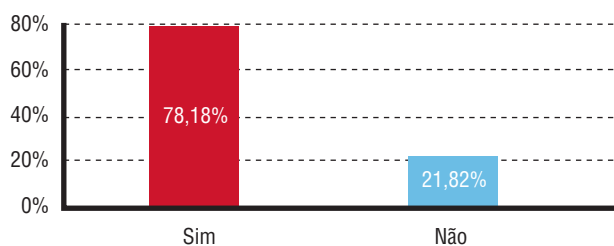
Gráfico 13 - Incentivo aos colaboradores para o desenvolvimento de uma carreira a longo prazo



Nota: n= 53 casos válidos

Quando questionadas as organizações sobre a existência da sua articulação com o colaborador, relativamente à análise e decisão de projectos/actividades/tarefas e programas de interesse comum, no intuito de uma viabilização para uma gestão participada, responderam afirmativamente 78,18%. Os restantes 21,82% afirmam não desenvolver este tipo de articulação, tendo em consideração um total de 55 casos válidos.

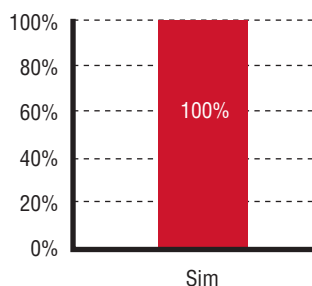
Gráfico 14 - Existência de articulação entre organização / colaborador possibilitando a viabilização de uma gestão participada



Nota: n= 55 casos válidos

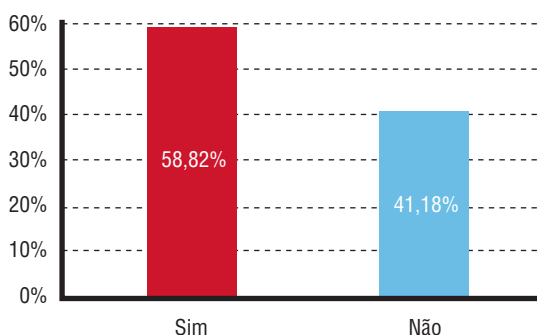
No que se refere aos Direitos dos Trabalhadores, a totalidade dos inquiridos respondeu que atende às normas legais e convencionais relativamente aos direitos de personalidade, maternidade e paternidade e práticas de não discriminação, sendo 58,82% os que afirmam desenvolver informação escrita quanto aos direitos anteriormente referidos num total de 51 casos válidos, relativamente ao recrutamento de trabalhadores, mais precisamente no que diz respeito ao desenvolvimento da carreira profissional, obteve-se 41,18% de respostas negativas.

Gráfico 15 - Normas legais e convencionais



Nota: n= 58 casos válidos

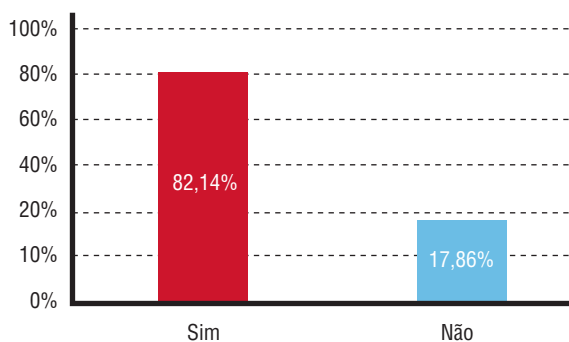
Gráfico 16 - Desenvolvimento de informação escrita quanto aos direitos dos trabalhadores



Nota: n= 51 casos válidos

Sobre a Formação Profissional dos Colaboradores, 82,14%, refere que promove estruturas formais e/ou informais dos objectivos das acções de formação profissional e seu desenvolvimento, tendo como principal objectivo, melhores níveis de produtividade, competitividade e aumento da empregabilidade dos colaboradores, através do desenvolvimento das competências individuais. 17,86% não promove qualquer tipo destas estruturas, considerando um total de 56 casos válidos.

Gráfico 17 - Promoção de estruturas formais e/ou informais dos objectivos das acções de formação profissional e seu desenvolvimento

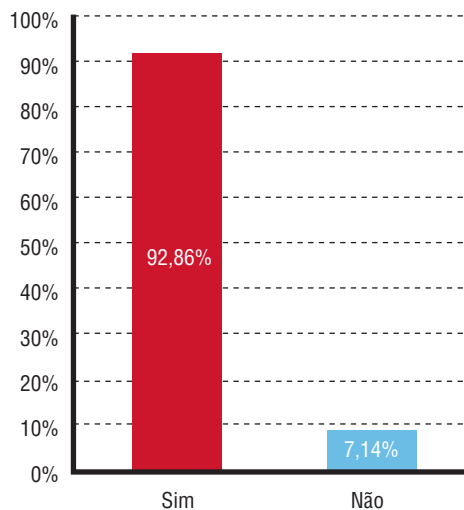


Nota: n= 56 casos válidos

No que concerne aos horários de trabalho, foi possível constatar um total de 92,86% relativamente à cedência de informação objectiva de decisões internas das organizações, sendo apenas 7,14% correspondente à não cedência deste tipo de informação.

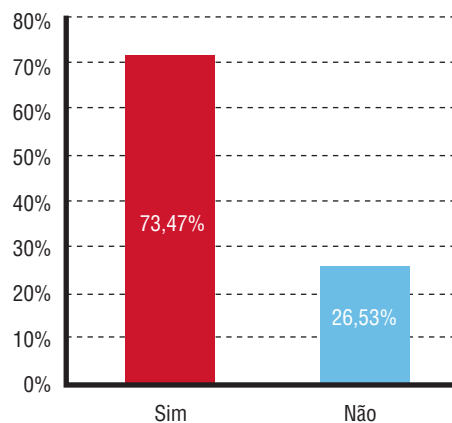
No que respeita ao recurso a horários de trabalho flexível e/ou permitindo o trabalho em casa, 73,47% das organizações inquiridas, considerando um total de 49 casos válidos, refere que contribui para a estabilidade entre Vida Familiar/Profissional dos seus colaboradores.

Gráfico 18 - Prestação de informação objectiva sobre as decisões internas da organização sobre os horários de trabalho



Nota: n= 56 casos válidos

Gráfico 19 - Recurso a horários de trabalho flexível

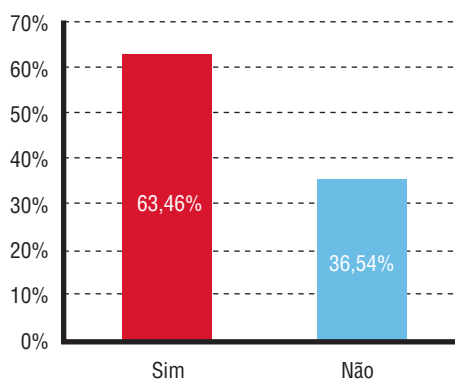


Nota: n= 49 casos válidos

Sobre aspectos relacionados com a avaliação do nível de satisfação dos trabalhadores, concretamente no que diz respeito à retribuição dirigida aos trabalhadores, 63,46% dos inquiridos procedem à atribuição de benefícios e promovem o desenvolvimento da carreira, dos quais 55,36% procedem à avaliação periódica do nível de satisfação dos colaboradores.

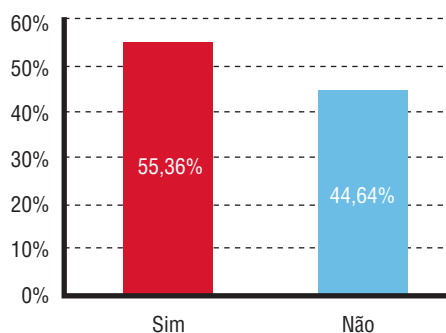
De salientar, num total de 56 casos validados, 36,54% dos inquiridos não promove este tipo de benefícios, sendo 44,64% dos inquiridos que não executa procedimentos de avaliação no que respeita à satisfação dos seus trabalhadores.

Gráfico 20 - Existência de critérios válidos sobre a progressão na carreira dos colaboradores



Nota: n= 52 casos válidos

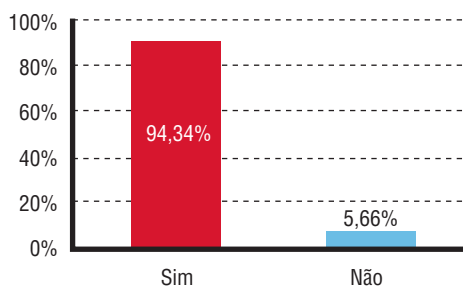
Gráfico 21 - Avaliação periódica do nível de satisfação dos colaboradores



Nota: n= 56 casos válidos

Face à Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho, 94,34% dos inquiridos procede à elaboração de uma análise actualizada face às SHST sobre os riscos e medidas de prevenção, bem como procede à divulgação de informação sobre essas matérias, sendo apenas 5,66% os que referem não proceder a este tipo de procedimentos.

Gráfico 22 - Análise actualizada face às Normas Legais de Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho (SHST)



Nota: n= 53 casos válidos

A dimensão Aspectos Sociais e Recursos Humanos, na sua globalidade, denota que as organizações respondentes têm verdadeira preocupação com a gestão do seu capital humano.

No entanto, é de estranhar que cerca de 95% das organizações inquiridas de pequena e média dimensão, apesar da obrigatoriedade legal, consigam ter níveis tão elevados de formalização dessas políticas.

2.1.3. Questões Ambientais

Considerando que todas as organizações, independentemente da sua dimensão ou sector de actividade, podem contribuir para um impacto positivo ou negativo sobre o ambiente, torna-se importante questionar sobre a aquisição de algumas práticas, resultantes do consumo directo ou indirecto de energia e recursos, da produção de resíduos e substâncias poluentes e da destruição dos *habitats* naturais.

No que se refere à dimensão *Questões Ambientais* há a destacar a sensibilização já manifestada no que concerne a comportamentos que contribuem para a melhoria dos impactos ambientais, onde 68,48% das organizações inquiridas respondem claramente que orientam a suas acções para a diminuição de custos (86,36%), como por exemplo a aderência à política dos 3'R (*Reutilizar, Reduzir, Reciclar*), para práticas de poupança de energia (85,71%) e na minimização e reciclagem de resíduos (84,78%).

É de realçar que em média 55% das organizações não manifestam qualquer tipo de opinião relativamente a acções que contribuam para a melhoria dos aspectos referidos.

Quadro 2 - Acções efectuadas pela organização sobre Impacto ambiental

	Casos Válidos			Casos Omissos
	Total	Sim	%	
Poupança de energia	49	42	85,71	10
Minimização e reciclagem de resíduos	46	39	84,78	13
Prevenção da poluição, ex: emissões para a atmosfera e para a água, descargas e efluentes, ruídos.	37	22	59,46	22
Opções de transporte sustentável	30	8	26,67	29
Diminuição de custos, ex: reutilizar, reduzir e reciclar	44	38	86,36	15
Existência de informação ambiental clara e precisa sobre serviços e actividades aos beneficiários, instituições que apoiam e comunidades locais	32	14	43,75	27

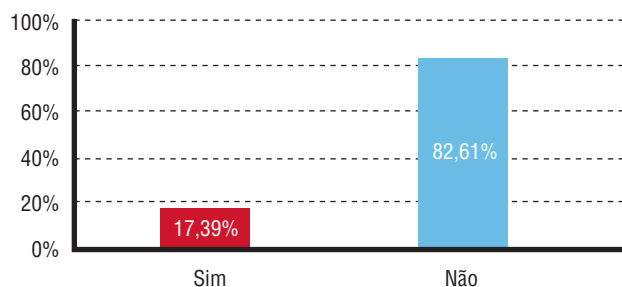
2.1.4. Responsabilidade Social no Alentejo Central

A importância da aquisição de ferramentas úteis, nomeadamente processos de certificação e qualificação dos serviços das organizações, tem vindo a assumir um papel importante no contributo de boas práticas, na partilha de valores da organização e na promoção de elevados padrões de ética no local de trabalho, bem como agir de forma positiva com os interesses e preocupações dos seus trabalhadores/colaboradores, clientes, fornecedores e da comunidade local.

Tendo em consideração estes aspectos, as organizações foram questionadas sobre a existência de processos de certificação e o nível de interesse sobre os mesmos nas suas organizações.

Relativamente a questões relacionadas com práticas de Gestão Responsável e Ética na organização, nomeadamente no que concerne à existência de processos de certificação da qualidade de produtos e serviços prestados, tendo em conta 23 casos válidos, foi possível constatar que a maioria das organizações inquiridas não possuem tais processos de certificação (82,61%). De relevar que 36 organizações inquiridas não manifestaram qualquer opinião.

Gráfico 23 - Certificação da qualidade produtos e serviços



Nota: n= 23 casos válidos

Após a constatação dos valores apresentados no Quadro 3, torna-se possível observar a existência de um número de casos omissos bastante elevado, situação que pode revelar o desconhecimento das organizações no que respeita aos processos de certificação questionados.

De salientar que, num total de 96 casos válidos, 80 das organizações inquiridas responderam que possuem processos de certificação em *Responsabilidade Social*, *Ética Empresarial*, *Governança Organizacional/Corporativa*, *Códigos de Conduta*, *Qualidade de Emprego* e *Ecoeficiência*. Contudo regista-se um elevado número de casos que não manifestaram qualquer tipo de referência a estes processos (258 casos). De referir que em 21 respostas validadas foi possível constatar que 19 das Organizações inquiridas (90,48%), afirmam possuir processos de certificação em *Responsabilidade Social*, e da mesma forma, a aquisição de certificação ao nível da *Governança Organizacional/Corporativa*, sendo 38 os casos omissos.

Sobre os processos de normalização, o número de casos omissos, em média regista-se um total de 58,56% de organizações que não registaram qualquer tipo de referência, o que poderá reflectir ainda um maior desconhecimento no que respeita à existência de normas ISO nas organizações inquiridas

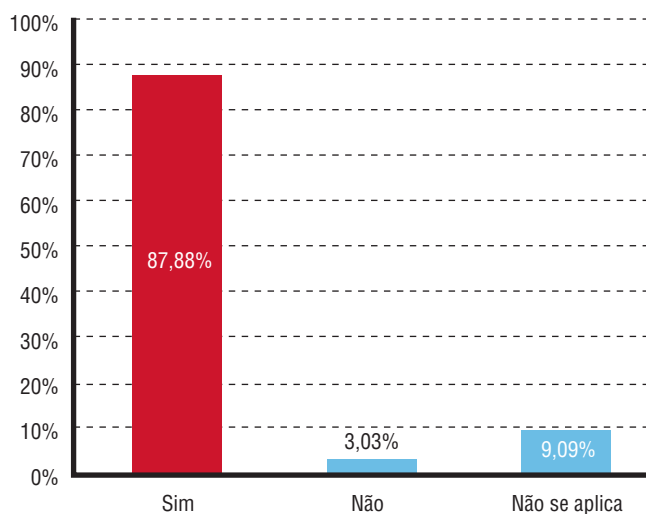
Quadro 3 - Existência de Processos de certificação na organização

	Casos Válidos			Casos Omissos
	Total	Sim	%	
Responsabilidade Social: Integração voluntária por parte da organização sobre preocupações sociais e ambientais no que respeita à comercialização e relação com interlocutores (stakeholders, fornecedores, clientes, comunidade em geral)	21	19	90,84	38
Ética empresarial: Comportamentos e normas éticas que a sociedade espera serem seguidos pela empresa	17	15	88,24	42
Governança Organizacional / Corporativa: Transparência, prestação de contas, equidade; formas de gestão estratégica, monitorização da direcção executiva	21	17	80,95	38
Códigos de Conduta: Declaração formal voluntária da organização através de divulgação de princípios básicos de acção e norma a seguir pela organização na relação com as partes interessadas	16	14	87,5	43
Qualidade de emprego: Declaração formal voluntária de valores e práticas da organização	14	12	85,71	45
Ecoeficiência: Relação entre competitividade e desenvolvimento sustentável	7	3	42,86	52
Normas ISO ISO/26000: Norma internacional que incorpora práticas socialmente responsáveis nos modelos de gestão das organizações dirigida a qualquer tipo de organização (Empresas, ONG's, Associações, IPSS, etc.)	7	4	57,14	52
ISO/SA8000: Implementação de uma gestão efectiva, concreta e conclusiva de queixas/recomendações cedidas pelos colaboradores	5	2	40	54
ISO/9000: Implementação de uma Gestão de Qualidade para melhoria da performance operacional e organizacional	7	3	42,86	52
ISO/14000: Implementação de um sistema de Gestão Ambiental	5	2	40	54

Foi possível constatar que 29 das organizações inquiridas (87,88%) revelam interesse em receber formação e informação de processos relacionados com Gestão Responsável e Ética na Organização, 3 inquiridos referem que não se aplica e um manifestou claramente que não tem interesse sobre o tema.

Constatou-se um total de 26 casos de inquiridos que não manifestaram qualquer opinião sobre o interesse em receber informação e formação sobre os processos referidos anteriormente.

Gráfico 24 - Interesse em receber formação e informação de processos relacionados com uma Gestão Responsável e Ética Organizacional



Nota: n= 33 casos válidos

Numa análise mais detalhada no que respeita à manifestação de interesse por parte das organizações inquiridas, tornou-se possível constatar que em 16,67% das organizações inquiridas, 11,36% dos casos afirmam ter interesse em receber informação sobre processos em *Responsabilidade Social, Ética Empresarial, Governação Organizacional/Corporativa, Códigos de Conduta, Qualidade de Emprego e Ecoeficiência*.

De destacar que o interesse incide no recebimento de informação e formação em *Responsabilidade Social e Ética Empresarial* (21 casos e 19 casos afirmativos, respectivamente), tendo em consideração 38 casos omissos.

Em menor número surgem os casos que afirmam ter interesse em receber informação e formação sobre normas ISO (12 casos em média), numa média de 16 casos válidos.

Quadro 4 - Interesse em receber formação e informação de processos relacionados com Gestão Ética e Responsabilidade Social

	Casos Válidos			Casos Omissos
	Total	Sim	%	
Responsabilidade Social: Integração voluntária por parte da organização sobre preocupações sociais e ambientais no que respeita à comercialização e relação com interlocutores (stakeholders, fornecedores, clientes, comunidade em geral)	23	21	91,30	36
Ética empresarial: Comportamentos e normas éticas que a sociedade espera serem seguidos pela empresa	21	19	90,48	38
Governança Organizacional / Corporativa: Transparência, prestação de contas, equidade; formas de gestão estratégica, monitorização da direcção executiva	18	16	88,89	41
Códigos de Conduta: Declaração formal voluntária da organização através de divulgação de princípios básicos de acção e norma a seguir pela organização na relação com as partes interessadas	19	17	89,47	40
Qualidade de emprego: Declaração formal voluntária de valores e práticas da organização	19	17	89,47	40
Ecoeficiência: Relação entre competitividade e desenvolvimento sustentável	18	15	83,33	41
Normas ISO ISO/26000: Norma internacional que incorpora práticas socialmente responsáveis nos modelos de gestão das organizações dirigida a qualquer tipo de organização (Empresas, ONG's, Associações, IPSS, etc.)	18	14	77,78	41
ISO/SA8000: Implementação de uma gestão efectiva, concreta e conclusiva de queixas/recomendações cedidas pelos colaboradores	16	12	75	43
ISO/9000: Implementação de uma Gestão de Qualidade para melhoria da performance operacional e organizacional	16	12	75	43
ISO/14000: Implementação de um sistema de Gestão Ambiental	15	11	44	44

De uma forma geral, constata-se que os resultados obtidos nesta dimensão sobre Gestão Responsável e Ética na organização são deveras preocupantes. As organizações inquiridas apenas manifestam com convicção a necessidade de receberem informação e formação sobre estas temáticas.

Há a registar o número reduzido de organizações que dizem ter processos de certificação de produtos e serviços.

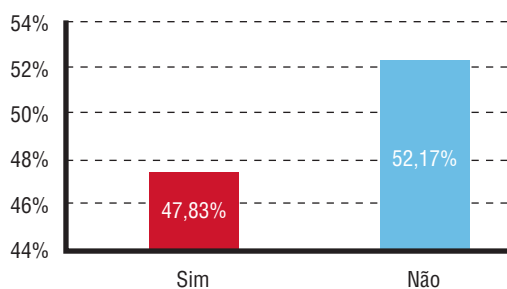
No que se refere à formalização dos processos de Responsabilidade Social 90,48% das organizações que responderam a esta questão (houve apenas 21 respostas e 38 dos inquiridos não manifestaram qualquer opinião, o que sugere que existe um significativo desconhecimento destas temáticas) afirmam possuir formalização nesta área. Estes resultados não reflectem a situação que se verifica no panorama nacional, o que leva a crer que houve uma inadequada interpretação da expressão “formalização” e as suas respectivas consequências.

2.1.5. Questões Comunitárias e Fundacionais

Tendo em consideração que a maioria das organizações constituem uma parte integrante da comunidade local, e poderão participar activamente nas aspirações e actividades locais, foram questionadas sobre o interesse do apoio à comunidade local.

Tendo por base os dados obtidos sobre questões Comunitárias e Fundacionais, tornou-se possível verificar 46 casos validados. Neste conjunto, constata-se 22 respostas afirmativas (47,83%) no que se refere à recolha de reacções e/ou diálogo com os beneficiários e outras instituições sobre actividades desenvolvidas pelas organizações inquiridas, contudo prevalece uma maior percentagem de respostas negativas (24 casos: 52,17%).

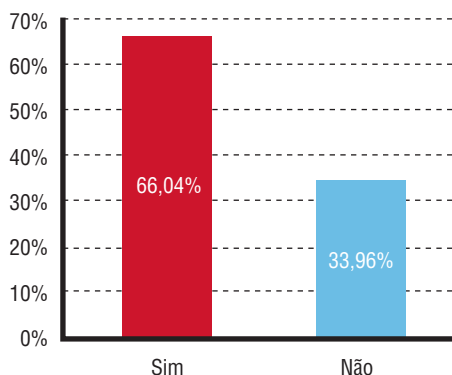
Gráfico 25 - Processo de garantia de eficácia na recolha de reacções sobre actividades/acções desenvolvidas na organização



Nota: n= 46 Casos Válidos

Quando questionadas sobre o desempenho de iniciativas para o incentivo dos seus colaboradores em actividades da comunidade local, como por exemplo acções de voluntariado, foi possível constatar, em 53 respostas válidas, que 35 casos constituem respostas afirmativas (66,04%), e que 18 de casos (33,96%) não efectuam este tipo de incentivo. Apenas 6 inquiridos não manifestaram qualquer opinião sobre a matéria.

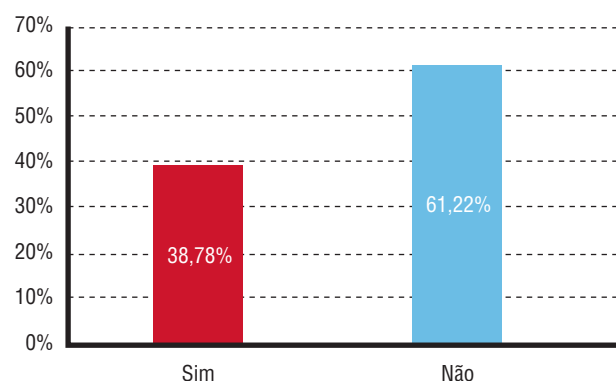
Gráfico 26 - Desempenho de iniciativas para o incentivo dos colaboradores em actividades da comunidade local



Nota: n= 53 casos válidos

No que concerne ao apoio financeiro a projectos comunitários por parte das organizações, nomeadamente cedência de donativos e/ou patrocínios a organizações de beneficência, os resultados obtidos num total de 49 casos válidos, reflectem um maior número de respostas negativas (30 casos: 61,22%) relativamente aos inquiridos que afirmam ceder estes tipos de donativos (19 casos: 38,78%).

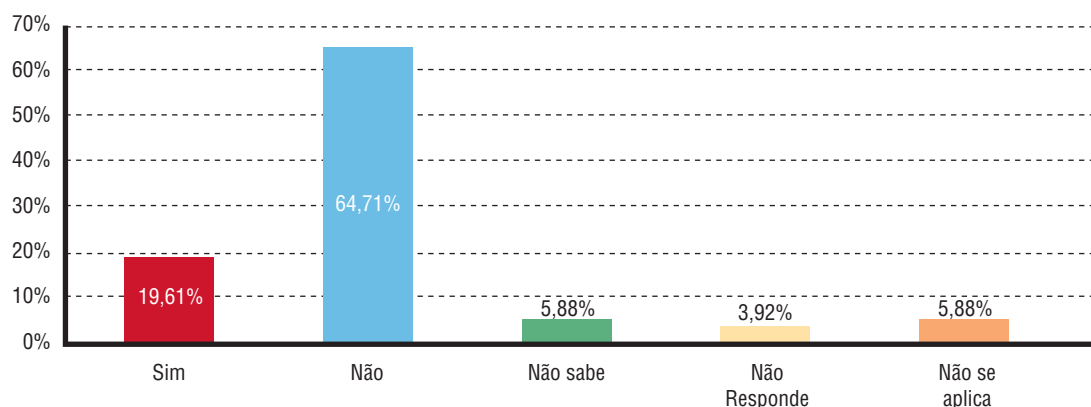
Gráfico 27 - Apoio financeiro às actividades e projectos provenientes da comunidade local/regional



Nota: n= 49 casos válidos

Regista-se uma fraca adesão no que diz respeito à colaboração com outras entidades empresariais e/ou organizacionais sobre questões suscitadas pela Responsabilidade Social, nomeadamente na região Alentejo/Extremadura. Num total de 51 casos válidos, registou-se um valor de 33 inquiridos que não procedem a este tipo de colaboração (64,71%) e 10 inquiridos afirmam cooperarem com outras organizações (19,61%). Constatou-se ainda que 3 inquiridos ignoram este tipo de colaboração (5,88%), sendo apenas 2 casos de não respostas (3,92%) e 3 casos não aplicáveis (5,88%), sendo 8 inquiridos os que não revelaram qualquer tipo de opinião sobre esta forma de colaboração.

Gráfico 28 - Colaboração com outras organizações na abordagem de questões suscitadas pela Responsabilidade Organizacional

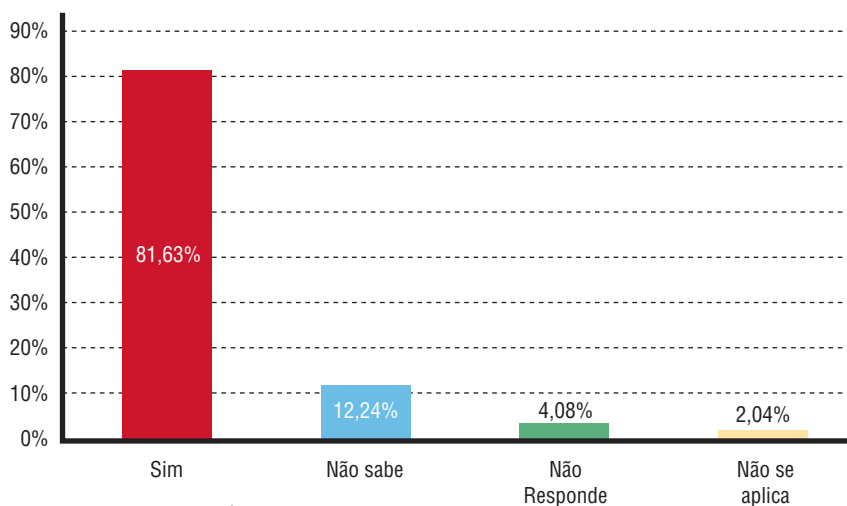


Nota: n= 51 casos válidos

De salientar que a grande maioria das organizações inquiridas (40 casos: 81,63%) referem que as Fundações podem contribuir para o envolvimento das empresas em projectos de cooperação com a comunidade onde se inserem.

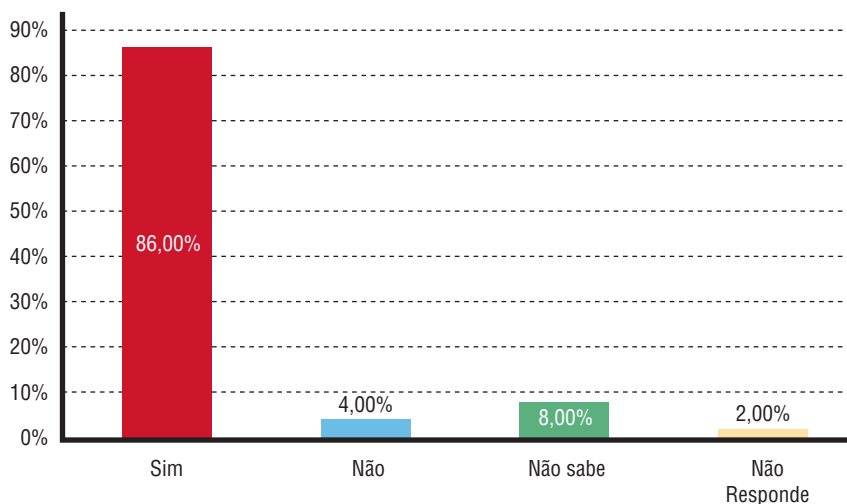
Por outro lado, 6 inquiridos (12,24%) desconhecem este tipo de contributo e colaboração por parte das Fundações na promoção do envolvimento das empresas. Pouco significativa é a percentagem de não respostas (2 casos: 4,08%) e de casos que não se aplicam (1 caso: 2,04%).

Gráfico 29 - Contributo das fundações para o envolvimento das empresas em projectos de iniciativa de apoio à comunidade



Quando questionados sobre a colaboração em projectos com outras instituições, públicas e/ou privadas, dos 50 casos considerados válidos, uma percentagem considerável de respostas afirmativas (43 casos: 86%) revela interesse nesta forma de colaboração, 4 casos (8%) revela não saber, 2 casos referem não possuir interesse e um caso não responde.

Gráfico 30 - Interesse na colaboração de projectos com outras instituições públicas e/ou privadas



O quadro que se segue permite visualizar o grau de preferência, quais os públicos-alvo, áreas de interesse, formas de participação e de envolvimento que constituem o interesse das organizações inquiridas na cooperação de projectos no campo da Responsabilidade Social.

O quadro 4 permite visualizar, a partir das respostas afirmativas, a preferência do interesse na colaboração de projectos no que se refere aos *Públicos-Alvo de Interesse, Áreas de Interesse, Formas de Participação e Formas de Desenvolvimento*.

Tendo em consideração as respostas das organizações inquiridas (24,54% casos válidos e 33 casos omisso em média), destacam-se com maior grau de preferência os Públicos-alvo referentes ao *Terceiro Sector* (80,56%), *Autoridades Públicas* e Organizações Patronais Locais (76% e 75% respectivamente).

Quadro 5 - Interesse dos Públicos/Agentes-alvo, Áreas de Interesse, Formas de Participação e Formas de envolvimento na colaboração em projectos no âmbito da Responsabilidade Social

		Casos Válidos			Casos Omissos
		Total	Prefrências	%	
Público/Agentes-Alvo	Autoridades Públicas	25	19	76	34
	ONG	25	18	72	34
	Organizações patronais locais	16	12	75	43
	Hospitais	25	17	68	34
	Escolas	30	22	73,33	29
Áreas de Interesse	Organizações da sociedade civil/ Terceiro Sector	36	29	80,56	23
	Integração social (tolerância étnica, coesão social)	23	15	65,22	36
	Cuidados de saúde	27	19	70,37	32
	Educação	28	21	75	31
	Qualidade vida em áreas como:	20	11	55	39
	- Desporto	18	11	61,11	41
	- Cultura	25	21	84	34
	- Conciliação Vida Familiar/Profissional	37	29	78,38	22
	- Apoio social à Infância	32	25	78,13	27
	- Apoio social à 3ª Idade	29	22	75,86	30
	- Apoio social à Deficiência	14	9	64,29	45
	Infraestruturas locais	15	10	66,67	44
Formas de participação	Donativos pecuniários	14	6	42,86	45
	Donativos em género	20	14	70	39
	Prestação gratuita de serviços	27	19	70,37	32
	Envolvimento/voluntariado do trabalhador	25	18	72	34
Formas envolvimento	Ações isoladas	20	14	70	39
	Parcerias	41	34	82,93	18
	Ações comerciais/patrocínios	17	10	58,82	42

As áreas de interesse reflectem um grau de preferência sobre questões relacionadas com a Conciliação entre a Vida Familiar e Profissional (84%), no Apoio à Infância (78,38%) e no Apoio à Terceira Idade (78,13%).

No que respeita às formas de participação, é de salientar o grau de preferência das organizações inquiridas em disponibilizarem os seus trabalhadores/colaboradores e os próprios empregadores para acções de voluntariado e a prestação gratuita de serviços (72% e 70% respectivamente).

Sobre as formas de envolvimento, as organizações inquiridas manifestam uma preferência para a cooperação em projectos no âmbito da Responsabilidade Social através de Parcerias (82,82%).

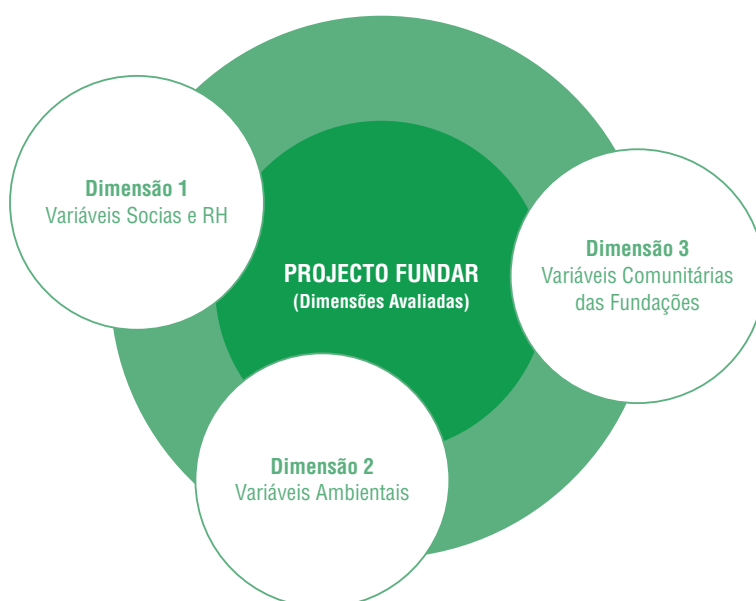
De um modo geral, a preferência pelo estabelecimento de parcerias com o Terceiro Sector pode demonstrar que as organizações inquiridas ainda encaram com cepticismo o papel decisivo que as empresas terão no desenvolvimento de uma cultura de gestão ética e socialmente responsável.

Há muito a fazer para que as fundações e empresas percebam a inevitabilidade de serem parceiros privilegiados deste novo paradigma da Gestão Sustentável.

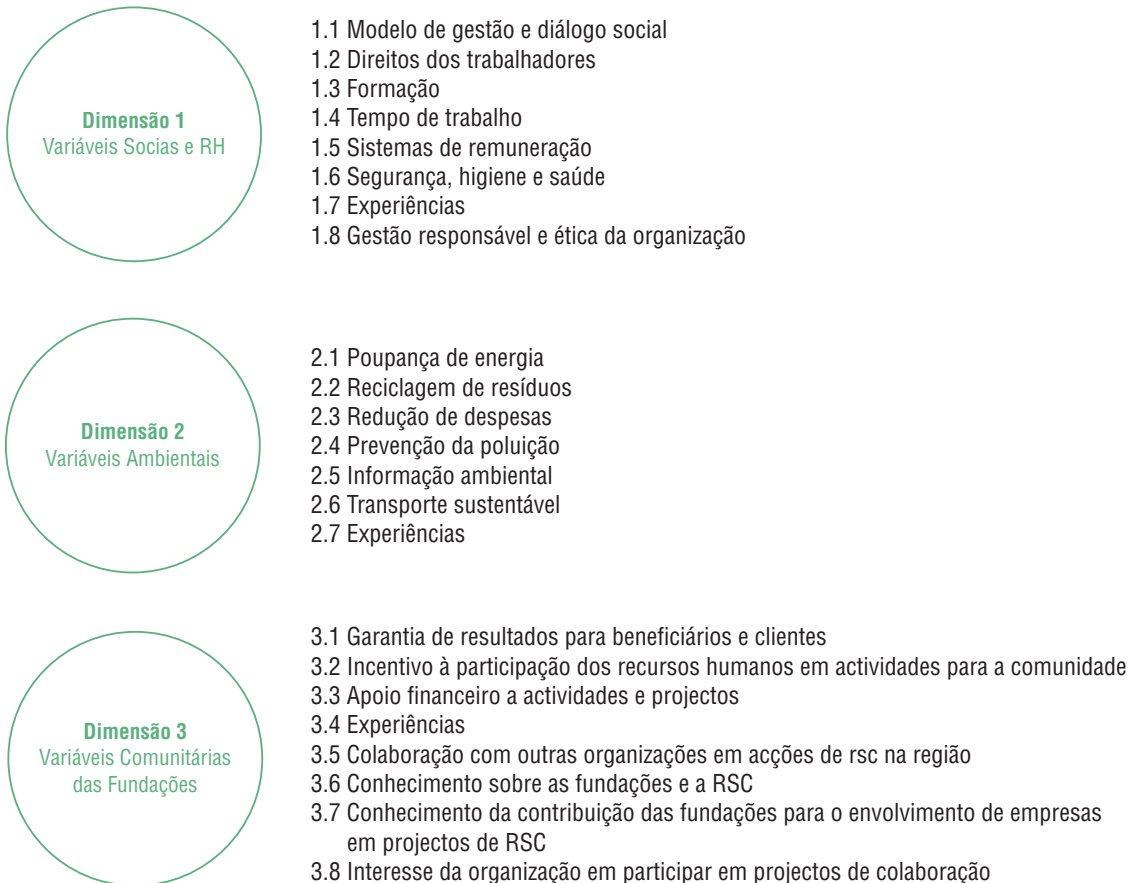
2.2. Componente Espanhola: Extremadura

Neste capítulo, faremos uma descrição do conteúdo do estudo, assim como dos aspectos que foram avaliados na determinação das práticas de RSC nas organizações incluídas no mesmo.

Apresenta-se seguidamente uma visão geral da estrutura do questionário utilizado para a determinação das variáveis objectivas:

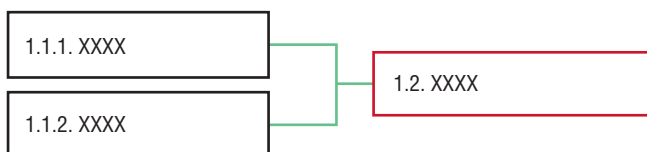


A partir das dimensões referidas, cada uma delas é desenvolvida com base num conjunto de ferramentas necessárias para precisar o nível de gestão e integração na dinâmica diária das organizações:

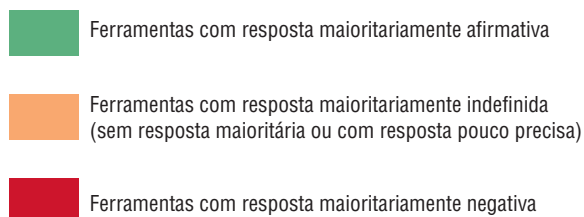


Deste modo, nos gráficos seguintes, apresentamos cada uma das rubricas das variáveis analisadas, de modo a fornecer uma visão de conjunto de cada uma das dimensões que compõem o estudo, a partir de uma simples interpretação geral:

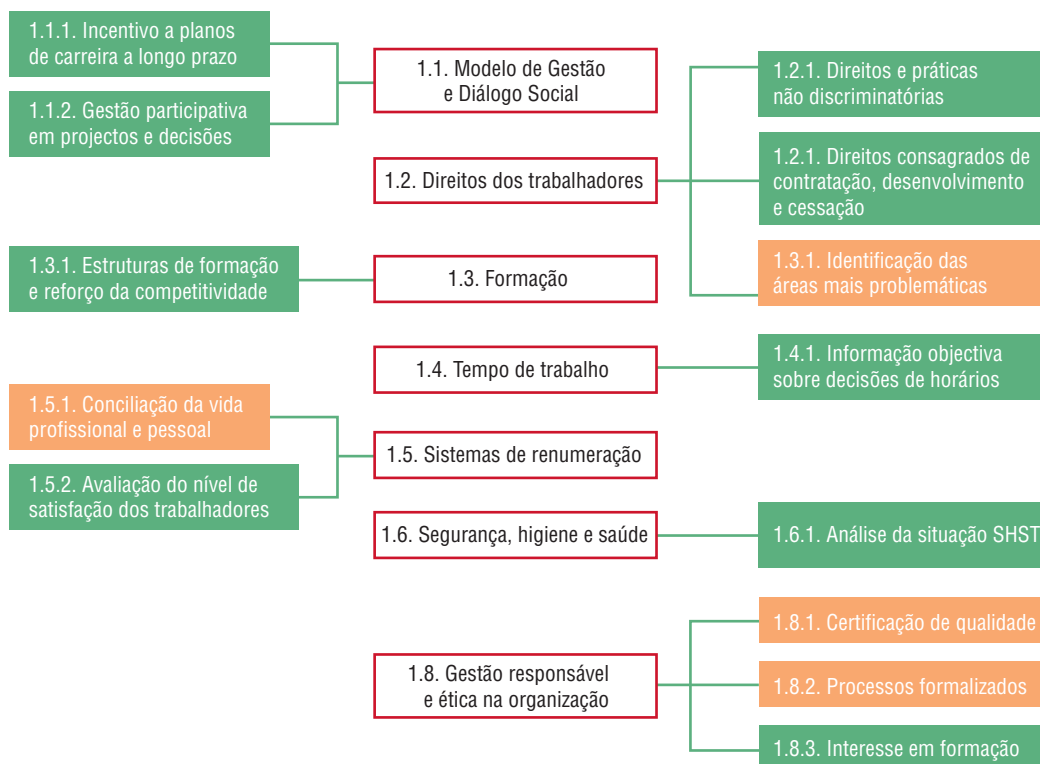
Sistemática de Interpretação Distribuição de Variáveis por Ferramentas



Sistemática de Interpretação Variáveis por Níveis de Resposta



Situação das variáveis e ferramentas da dimensão 1:



Ideias Principais

- Cumprimento e conhecimento da maioria dos aspectos impulsionados através de medidas legislativas;
- Falta de conhecimento/utilização de ferramentas que orientam a organização para um maior nível de compromisso sobre aspectos de RSC.

Situação das variáveis e ferramentas da dimensão 2:

2.1. Poupança de energia

2.2. Reciclagem de resíduos

2.3. Redução de despesas
(reutilizar, reduzir, reciclar)

2.4. Prevenção da poluição

2.5. Informação ambiental

2.6. Transporte sustentável

Ideias principais:

- Boa integração das variáveis com impacto económico sobre a conta de exploração;
- Falta de utilização de variáveis dirigidas à melhoria da actuação ambiental global de todos os agentes da organização.

Situação das variáveis e ferramentas da dimensão 3:

3.1. Garantia de resultados
em beneficiários e clientes

3.2. Incentivo à participação dos recursos humanos
em actividades para a comunidade

3.3. Apoio financeiro a actividades e projectos

3.4. Experiências

3.5. Colaboração com outras organizações em
acções de RSC na região

3.6. Conhecimento sobre as fundações e a RSC

3.7. Conhecimento da contribuição das
fundações para o envolvimento de empresas
em projectos de RSC

3.8. Interesse da organização em participar
em projectos de colaboração

Ideias principais:

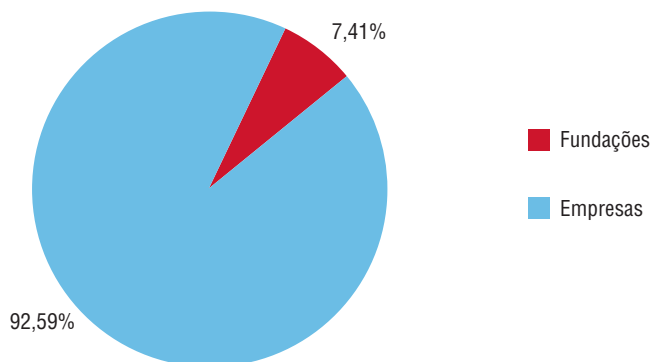
- Elevado desconhecimento, por falta de integração na estratégia, sobre as variáveis de RSC como geradoras de vantagens competitivas;
- Grande valorização da colaboração com agentes do sector das fundações;
- Afastamento do impulso de compromissos financeiros por parte da organização e dos elementos que a integram.

Procedemos seguidamente a uma análise pormenorizada do conjunto dos questionários, de acordo com as dimensões e as variáveis avaliadas, para finalizar com uma série de conclusões e linhas de trabalho em função dos resultados globais obtidos.

2.2.1. Caracterização das Organizações Inquiridas

A maioria das respostas a este questionário foi obtida junto de empresas (92,59%), seguidas de fundações (7,41%).

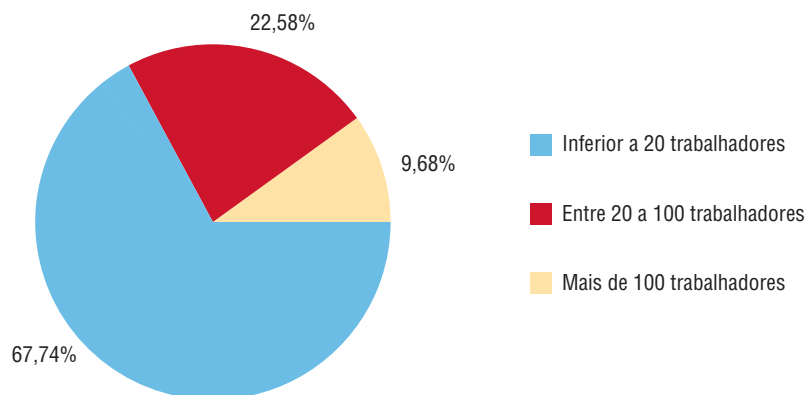
Gráfico 31 - Organizações Inquiridas



Nota: n= 54 casos válidos

No que se refere ao número de trabalhadores(as), verificou-se que 67,74% das organizações que responderam ao questionário são actualmente compostas por menos de 20 trabalhadores, 22,58% por 20 a 100 trabalhadores e apenas 9,68% por mais de 100 trabalhadores.

Gráfico 32 - Número de trabalhadores das organizações inquiridas

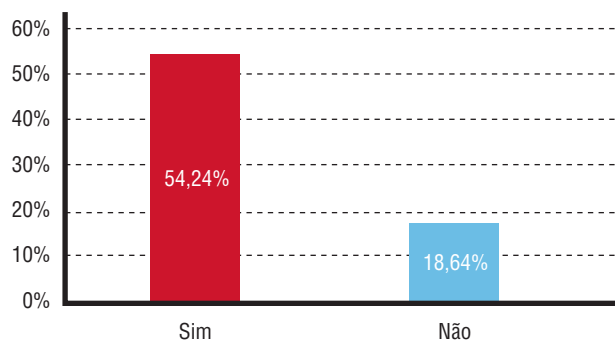


Nota: n= 54 casos válidos

2.2.2. Aspectos Sociais e Recursos Humanos

No que se refere às formas de gestão relacionadas com o diálogo social, em 43 questionários válidos, 54,24% responderam que incentivam os seus colaboradores a desenvolverem uma carreira a longo prazo, contra 18,64% que afirmaram não implementar qualquer tipo de incentivo.

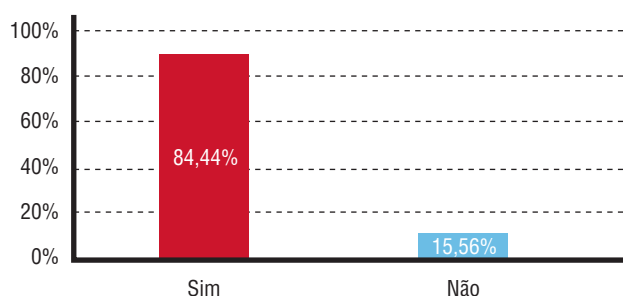
Gráfico 33 - Incentivo aos colaboradores para o desenvolvimento de uma carreira a longo prazo



Nota: n= 43 casos válidos

Nos 45 casos considerados válidos, a grande maioria das organizações confirma a existência de processos de decisão conjuntos (fixação de objectivos, tomada de decisões sobre projectos, actividades, fixação de preços e definição de programas de trabalho, etc.) entre a organização e os colaboradores (84,44%).

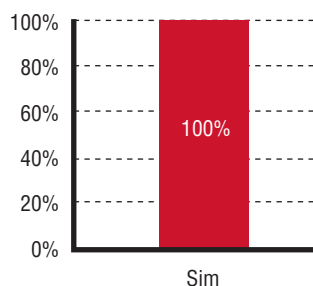
Gráfico 34 - Existência de articulação entre organização/colaborador possibilitando a viabilização de uma gestão participada



Nota: n= 45 casos válidos

Todas as 50 organizações que responderam afirmam atender às normas legais e convencionais relativamente aos direitos de personalidade, maternidade e paternidade e práticas de não-discriminação

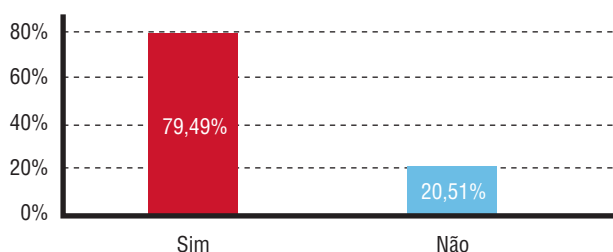
Gráfico 35 - Normas legais e convencionais



Nota: n= 50 casos válidos

Tendo em consideração um total de 39 casos, foram 79,49% as organizações que responderam afirmativamente sobre a existência de informação escrita no que respeita aos direitos dos colaboradores, sendo apenas 20,51% as que não desenvolvem este tipo de informação.

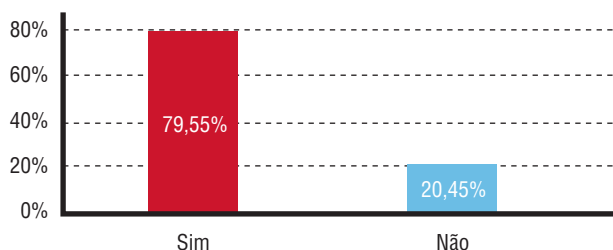
Gráfico 36 - Desenvolvimento de informação escrita quanto aos direitos dos trabalhadores.



Nota: n= 39 casos válidos

Uma elevada percentagem das organizações que responderam (79,55%) promove estruturas com o objectivo de melhorar os níveis de desempenho das pessoas através das qualificações individuais. De salientar a elevada percentagem de organizações que não promovem qualquer estrutura (20,45%), num total de 44 casos válidos.

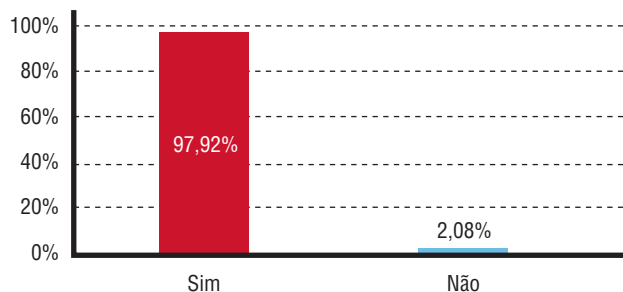
Gráfico 37 - Promoção de estruturas formais e/ou informais dos objectivos das acções de formação profissional e seu desenvolvimento



Nota: n= 44 casos válidos

Trata-se, sem dúvida, de um dos aspectos claramente mais promovido pelas organizações, com um total de 97,92% a responderem positivamente, as quais o fazem de modo preciso. Este é um exemplo patente de uma variável de baixa implicação, com respostas muito precisas por parte das organizações que compõem a amostra do estudo, fornecendo dados que nos permitem retirar conclusões nas variáveis com respostas mais baixas.

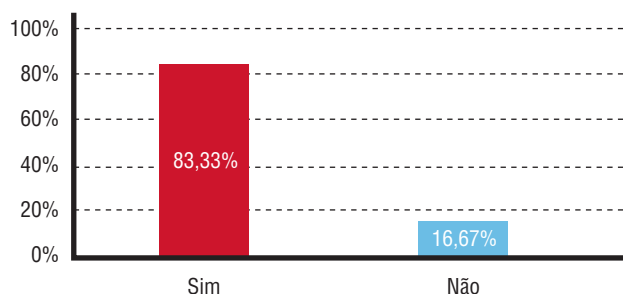
Gráfico 38 - Prestação de informação objectiva sobre as decisões internas da organização sobre os horários de trabalho



Nota: n= 48 casos válidos

Das organizações que responderam, 83,33% estão empenhadas em facilitar modelos de trabalho flexível que permitam conciliar a vida familiar e profissional, assim como disponibilizar os recursos necessários. Um total de 16,67% dos 42 casos válidos afirmam não poder implementar este tipo de modelos, sendo 12 os casos que não responderam.

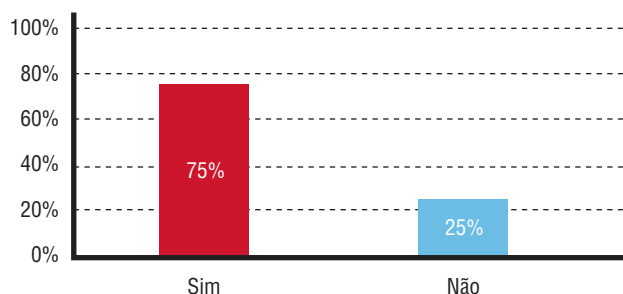
Gráfico 39 - Recurso a horários de trabalho flexível



Nota: n= 42 casos válidos

Apenas pouco mais de metade das organizações (75%) reconhecem a importância de atribuir incentivos à evolução das pessoas na organização, sendo relevante a percentagem de organizações (25%) que não identificaram a referida prática.

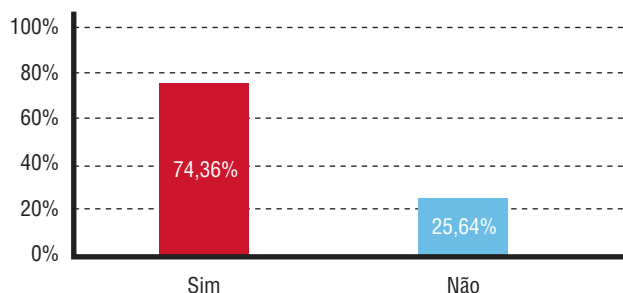
Gráfico 40 - Existência de critérios válidos sobre a progressão na carreira dos colaboradores



Nota: n= 40 casos válidos

Das organizações que responderam, 74,36% avaliam regularmente o nível de satisfação dos colaboradores, sendo que 25,64% não executam processos deste tipo. Esta percentagem decresce substancialmente quando se inclui o número de organizações que não responderam, 15 casos omissos, podendo reflectir uma despreocupação em obter informação sobre o nível de satisfação interno, com o consequente risco para a sustentabilidade da equipa humana.

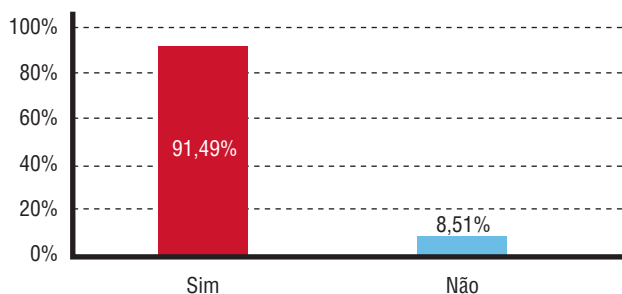
Gráfico 41 - Avaliação periódica do nível de satisfação dos colaboradores



Nota: n= 39 casos válidos

A grande maioria das organizações que responderam (91,49%) elabora uma análise de Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho (SHST), divulgando igualmente informação nesta matéria. Saliente-se que a obrigatoriedade de dispor de serviços de prevenção de riscos profissionais (externos ou internos) é um mecanismo que prevê toda a casuística relativa à presente questão, embora fosse interessante comparar o nível de entendimento e a aplicação efectiva da referida metodologia de SHST, assim como o seu impacto sobre o processo de produção da organização.

Gráfico 42 - Análise actualizada face às Normas Legais de Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho (SHST)



Nota: n= 47 casos válidos

2.2.3. Questões Ambientais

No que respeita a comportamentos que contribuem para a melhoria dos impactos ambientais, as organizações estão claramente orientadas para a redução de despesas como principal área de interesse, embora todos os aspectos atinjam valores elevados para as organizações, fruto da capacidade de associar todas as políticas anteriores ao reforço da eficácia organizativa. É, contudo, surpreendente uma percentagem média de cerca de 35% de organizações que não realizam qualquer acção dirigida à melhoria dos aspectos avaliados.

Deve salientar-se que, uma elevada percentagem das organizações que responderam, realizam acções de diminuição de custos (87,5%), minimização e reciclagem de resíduos (84,78%) e prevenção da poluição (58,06%), com um total de 34 casos válidos em média, e 19 casos em média que não responderem. As percentagens de organizações que responderam afirmativamente aos restantes aspectos são muito reduzidas, tratando-se de práticas pouco conhecidas e desenvolvidas internamente.

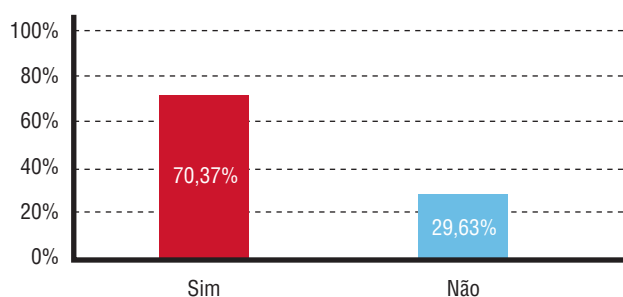
Quadro 6 - Acções efectuadas pela organização sobre impacto ambiental

	Casos Válidos			Casos Omissos
	Total	Sim	%	
Poupança de energia	42	33	78,57	12
Minimização e reciclagem de resíduos	46	39	84,78	8
Prevenção da poluição, ex: emissões para a atmosfera e para a água, descargas e efluentes, ruídos.	31	18	58,06	23
Opções de transporte sustentável	25	6	24	29
Diminuição de custos, ex: reutilizar, reduzir e reciclar	40	35	87,5	14
Existência de informação ambiental clara e precisa sobre serviços e actividades aos beneficiários, instituições que apoiam e comunidades locais	25	11	44	29

2.2.4. Responsabilidade Social na Extremadura

É possível verificar que, nesta pergunta, e à semelhança das restantes perguntas deste bloco, existiram cerca de 50% de organizações que não responderam, o que levanta importantes dúvidas quanto ao nível de compreensão dos aspectos relativos à Gestão Responsável e Ética por parte das organizações em causa.

Gráfico 43 - Certificação da qualidade produtos e serviços



Nota: n= 27 casos válidos

No que se refere à existência de processos de certificação de qualidade de produtos e serviços, 50% das organizações não responderam (27 casos) e 19 organizações afirmaram dispor de tais procedimentos, representando uma percentagem muito elevada das que responderam ao questionário, cerca de 70%. Neste sentido, é muito interessante poder saber que ferramentas foram colocadas em prática, se se trata de sistemas tradicionais (ISO 9000) ou se foram aprofundadas ferramentas específicas (SERVQUAL, etc.).

Quadro 7 - Existência de processos de certificação na organização

	Casos Válidos			Casos Omissos
	Total	Sim	%	
Responsabilidade Social: Integração voluntária por parte da organização sobre preocupações sociais e ambientais no que respeita à comercialização e relação com interlocutores (stakeholders, fornecedores, clientes, comunidade em geral)	25	17	68	29
Ética empresarial: Comportamentos e normas éticas que a sociedade espera serem seguidos pela empresa	23	16	69,57	31
Governança Organizacional / Corporativa: Transparência, prestação de contas, equidade; formas de gestão estratégica, monitorização da direcção executiva	26	20	76,92	28
Códigos de Conduta: Declaração formal voluntária da organização através de divulgação de princípios básicos de acção e norma a seguir pela organização na relação com as partes interessadas	22	13	59,09	32
Qualidade de emprego: Declaração formal voluntária de valores e práticas da organização	21	12	57,14	33
Ecoeficiência: Relação entre competitividade e desenvolvimento sustentável	17	8	47,06	37
Normas ISO ISO/26000: Norma internacional que incorpora práticas socialmente responsáveis nos modelos de gestão das organizações dirigida a qualquer tipo de organização (Empresas, ONG's, Associações, IPSS, etc.)	14	4	28,57	40
ISO/SA8000: Implementação de uma gestão efectiva, concreta e conclusiva de queixas/recomendações cedidas pelos colaboradores	11	1	1,85	43
ISO/9000: Implementação de uma Gestão de Qualidade para melhoria da performance operacional e organizacional	20	13	65	34
ISO/14000: Implementação de um sistema de Gestão Ambiental	13	5	38,46	41

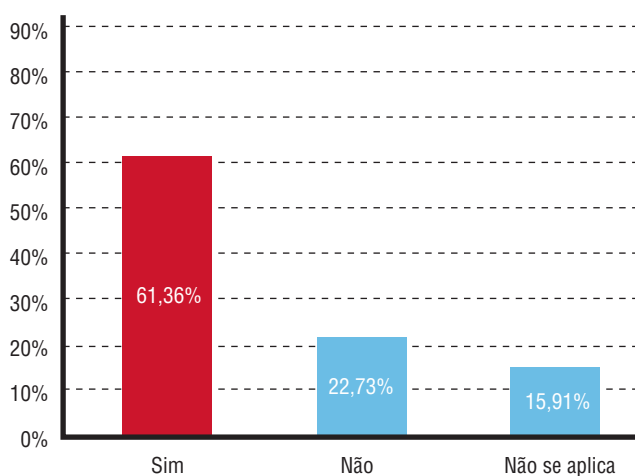
As conclusões são idênticas às apresentadas anteriormente com carácter geral, tratando-se claramente de um âmbito alheio às organizações, embora, entre aquelas que responderam, o número das que o fizeram positivamente seja elevado (68%), revelando um interesse claro nos aspectos relacionados com a RSC.

Repetem-se as mesmas tendências neste bloco de ferramentas concretas, sendo a Governança Organizacional/Corporativa (conceito que, por outro lado, é difícil de objectivar) o aspecto que atinge o valor mais positivo, apesar do número extraordinariamente elevado de casos de organizações que não responderam às questões colocadas sobre as ferramentas, manifestando um grande desconhecimento sobre as mesmas.

Relativamente a instrumentos específicos referidos em termos de ferramentas de certificação, verifica-se que os mais conhecidos são os sistemas de gestão de qualidade em conformidade com a norma ISO 9000, sendo menos conhecidos os sistemas SA 8000 e ISO 26000, pelo que a maioria das organizações não respondeu.

Comprovou-se que, entre o total das organizações que responderam, 61,36% das entrevistadas estão interessadas em receber informação sobre as áreas de Gestão Responsável e Ética. Não obstante, salienta-se a percentagem de 50% das organizações que não responderam, não estão interessadas ou não consideram que esta informação seja aplicável à sua estratégia geral de negócio.

Quadro 44 - Interesse em receber formação e informação de processos relacionados com uma Gestão Responsável e Ética Organizacional



Nota: n= 27 casos válidos

Foi possível observar que o maior interesse das organizações que responderam reside na formação relativa a processos de Governação Organizacional/Corporativa (71,88%), a que se segue a Responsabilidade Social e Ética Empresarial (64% para ambas), com um total médio de 27 casos válidos.

A informação e formação em Qualidade do Emprego também atrai um interesse muito elevado por parte das organizações que responderam (65,38%), seguindo-se o interesse em Códigos de Conduta (59,09%). Em relação aos processos associados à Ecoeficiência, existiram 44,44% de respostas afirmativas, tendo em conta uma média de 22 respostas válidas.

Em termos gerais, é possível verificar que a percentagem de respostas e de organizações que não responderam perfaz uma média de cerca de 70%, o que indica uma percentagem elevadíssima de falta de interesse sobre os aspectos de formação nesta matéria.

No que se refere ao interesse em receber formação e informação sobre normas ISO, o número médio de casos válidos é muito reduzido (14), sendo que a maioria das não respondeu, o que pode ser considerado negativo. Entre as respostas recebidas, verificam-se percentagens afirmativas muito reduzidas em todo o tipo de normas ISO/9000 (31,25%), ISO/26000 e ISO/SA8000 (23,08% para ambas).

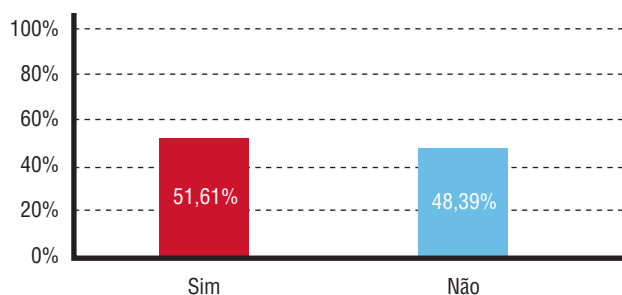
Quadro 8 - Interesse em receber formação e informação de processos de relacionados com Gestão Ética e Responsabilidade Social

	Casos Válidos			Casos Omissos
	Total	Sim	%	
Responsabilidade Social: Integração voluntária por parte da organização sobre preocupações sociais e ambientais no que respeita à comercialização e relação com interlocutores (stakeholders, fornecedores, clientes, comunidade em geral)	25	16	64	29
Ética empresarial: Comportamentos e normas éticas que a sociedade espera serem seguidos pela empresa	25	16	64	29
Governança Organizacional / Corporativa: Transparência, prestação de contas, equidade; formas de gestão estratégica, monitorização da direcção executiva	32	23	71,88	22
Códigos de Conduta: Declaração formal voluntária da organização através de divulgação de princípios básicos de acção e norma a seguir pela organização na relação com as partes interessadas	22	13	59,09	32
Qualidade de emprego: Declaração formal voluntária de valores e práticas da organização	26	17	65,38	28
Ecoeficiência: Relação entre competitividade e desenvolvimento sustentável	18	8	44,44	36
Normas ISO ISO/26000: Norma internacional que incorpora práticas socialmente responsáveis nos modelos de gestão das organizações dirigida a qualquer tipo de organização (Empresas, ONG's, Associações, IPSS, etc.)	13	3	23,08	41
ISO/SA8000: Implementação de uma gestão efectiva, concreta e conclusiva de queixas/recomendações cedidas pelos colaboradores	13	3	23,08	41
ISO/9000: Implementação de uma Gestão de Qualidade para melhoria da performance operacional e organizacional	16	5	31,25	38
ISO/14000: Implementação de um sistema de Gestão Ambiental	13	2	15,38	41

2.2.5. Questões Comunitárias e Fundacionais

Tendo em conta os dados obtidos sobre questões relacionadas com a Comunidade e as Fundações, com respostas de 31 organizações, verifica-se um grande equilíbrio entre as respostas afirmativas e negativas. Salienta-se, no entanto, o número elevado de organizações que não responderam (23 casos omissos), resultando num conjunto de organizações que não dispõem de canais para captação da informação proveniente dos beneficiários e instituições.

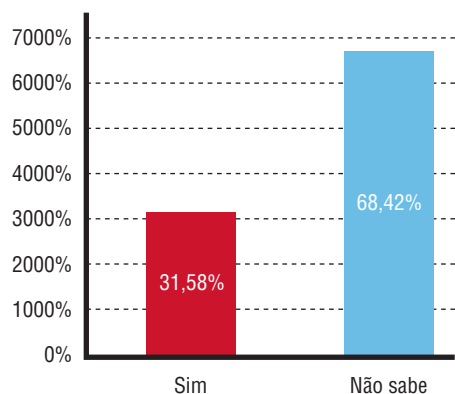
Gráfico 45 - Processo de garantia de eficácia na recolha de reacções sobre as actividades/acções desenvolvidas na organização



Nota: n= 31 casos válidos

Apenas 31,58% das organizações incentivam os colaboradores a realizarem actividades na comunidade, sendo 68,42% a percentagem de organizações que não realiza qualquer tipo de actividade. Verifica-se, assim, um enorme alheamento das organizações em relação a actividades de RSC de carácter externo.

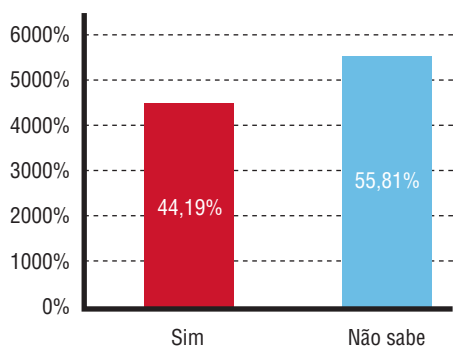
Gráfico 46 - Desempenho de iniciativas para o incentivo dos colaboradores em actividades da comunidade local



Nota: n= 38 casos válidos

Os apoios financeiros a projectos comunitários constituem uma prática pouco habitual, utilizada por apenas 44,19% das organizações. Este dado, com uma avaliação aparentemente muito baixa, indicia que uma percentagem significativa de organizações está positivamente sensibilizada para as acções comunitárias, embora através de acções de baixo nível de participação, meramente económico-financeiro, perdendo assim a oportunidade de gerar valores, o resultado mais importante destas acções.

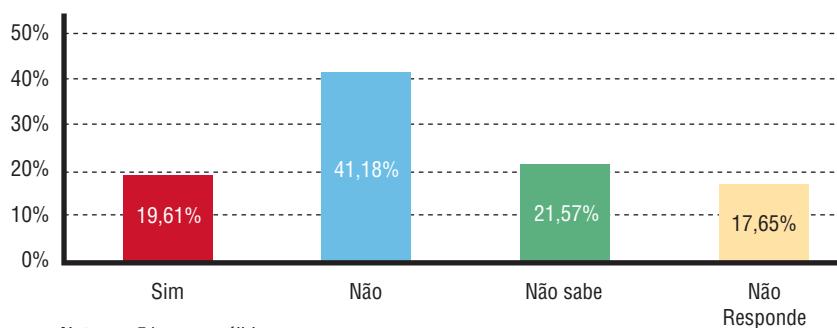
Gráfico 47 - Apoio financeiro às actividades e projectos provenientes da comunidade local/regional



Nota: n= 43 casos válidos

Verifica-se uma baixa adesão à colaboração entre organizações sobre aspectos de RSC, com apenas 19,61% de organizações a responderem afirmativamente à totalidade das opções apresentadas. Salienta-se a importância de promover acções nesta área, destinadas a integrar estratégias de colaboração.

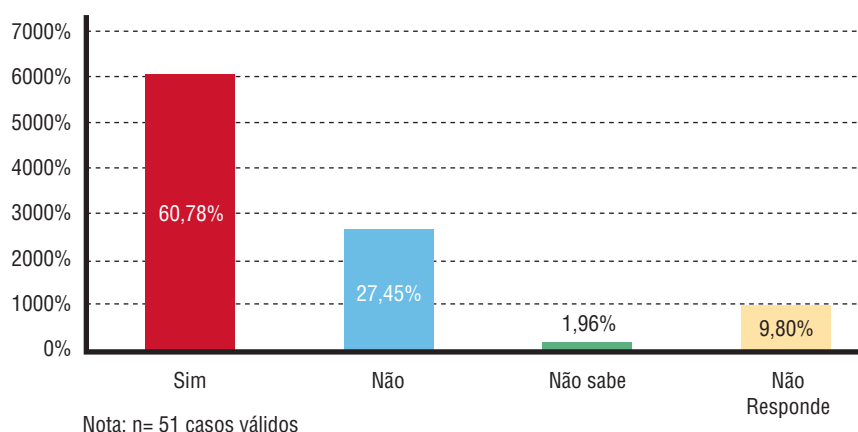
Gráfico 48 - Colaboração com outras organizações da abordagem de questões suscitadas pela Responsabilidade Organizacional



Nota: n= 51 casos válidos

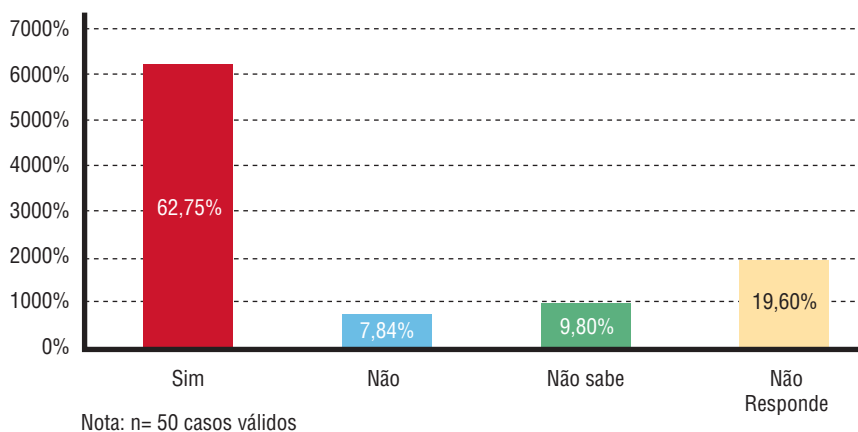
As respostas obtidas reflectem a grande importância atribuída às fundações no incentivo ao apoio a este tipo de projectos. No entanto, continua a verificar-se um elevado grupo de organizações que não responderam ou que responderam negativamente a um aspecto aparentemente de baixo envolvimento para as mesmas, o que indica um desconhecimento generalizado sobre o aspecto em questão.

Gráfico 49 - Contributo das fundações para o envolvimento das empresas em projectos de iniciativa de apoio à comunidade



Em relação ao interesse em colaborar com outras organizações, foram obtidos valores muito elevados (62,75%). Como tal, destaca-se neste aspecto a necessidade de organização de projectos partilhados entre organizações utilizando canais de gestão adequados.

Gráfico 50 - Interesse na colaboração de projectos com outras instituições públicas e/ou privadas



De acordo com as respostas das organizações, embora a percentagem tenha sido muito baixa, cerca de 50% das preferências apontam maioritariamente para a realização de projectos em colaboração com Organizações não-Governamentais (ONG), seguidas da colaboração com autoridades públicas e com o sector terciário.

A percentagem das organizações que responderam reflecte valores suficientemente significativos: (71,43%), (68%) e (65,22%), respectivamente. Por outro lado, foram as entidades patronais que receberam maior apoio por parte das organizações inquiridas.

No que se refere às áreas de interesse, considerando uma média de 18 respostas válidas, regista-se um maior interesse pela área de cuidados de saúde (66,67%), seguido da educação e da integração social (65,22% para ambas), embora o número de organizações que não responderam ou que responderam negativamente se aproxime de 70%. Verificam-se circunstâncias idênticas em relação aos restantes possíveis âmbitos de investimento, tendo, em todos os casos, sido obtidos valores muito baixos nas respostas dadas.

As organizações apresentam linhas de resposta «coerentes» com o resto do questionário, sendo muito reduzido o número de respostas dadas (19) em comparação com a média de 35 casos que não responderam. Entre as respostas dadas, é a prestação de serviços gratuitos que atinge avaliações mais positivas (60,87%), quer através de donativos em género, quer da prestação de trabalho voluntário por parte de colaboradores e empresários (52,94% para ambos).

Quadro 9 - Interesse dos Públicos/Agentes-alvo, Áreas de Interesse, Formas de Participação e Formas de envolvimento na colaboração em projectos no âmbito da Responsabilidade Social

		Casos Válidos			Casos Omissos
		Total	Preferências	%	
Público/Agentes-Alvo	Autoridades Públicas	25	17	68	29
	ONG	28	20	71,43	26
	Organizações patronais locais	21	13	61,90	33
	Hospitais	14	5	35,71	40
	Escolas	20	11	55	34
Áreas de Interesse	Organizações da sociedade civil/ Terceiro Sector	23	15	65,22	31
	Integração social (tolerância étnica, coesão social)	23	15	65,22	31
	Cuidados de saúde	24	16	66,67	41
	Educação	23	15	65,22	31
	Qualidade vida em áreas como:	18	9	50	36
	- Desporto				
	- Cultura	21	13	61,90	33
	- Conciliação Vida Familiar/Profissional	20	12	60	34
	- Apoio social à Infância	15	6	40	39
	- Apoio social à 3ª Idade	13	4	30,77	37
	- Apoio social à Deficiência	24	16	66,67	30
	Infraestruturas locais	15	6	40	39
Formas de participação	Segurança	14	5	35,71	40
	Donativos pecuniários	18	9	16,67	36
	Donativos em género	17	9	52,94	37
	Prestação gratuita de serviços	23	14	60,87	31
	Envolvimento/voluntariado do trabalhador	17	9	52,94	37

3. Práticas Bem Sucedidas de Responsabilidade Social e Ligações Aprendidas no Alentejo Central e na Extremadura

Com recurso ao instrumento de recolha de informação, o inquérito “Questionário de Identificação de práticas de Responsabilidade Social no Alentejo e Extremadura”, foram identificadas práticas bem sucedidas ao nível interno das organizações, nomeadamente nos aspectos sociais relacionados com os colaboradores/trabalhadores, e externos nomeadamente nas questões comunitárias e ambientais.

Neste sentido, apresentamos alguns exemplos ilustrativos de práticas bem sucedidas desenvolvidas pelas organizações inquiridas.

Exemplo 1. CERCIDIANA (Évora)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Reuniões periódicas de trabalhadores para motivação dos técnicos e reuniões de família”

Aspectos comunitários

“Acções de sensibilização a empresários, projectos de prevenção de abandono escolar e projectos de intervenção precoce na infância.”

Aspectos Ambientais

“Encontro de gerações no âmbito de um projecto ambiental; Comemorações do Dia da Árvore; realização de pedipaper e acções de sensibilização sobre resíduos com recurso a linguagem acessível.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“É positiva sempre que ajudem os que precisam, independentemente dos ganhos em termos de prestígio que lhes advém”.

“Consolidação da parte social das empresas desde que não as prejudique a nível comercial.”

Exemplo 2. Santa Casa Misericórdia de Veiros (Estremoz)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Formação interna, sistema de comunicação e envolvimento dos funcionários em acções de animação.”

Aspectos comunitários

“Parcerias em projectos de desenvolvimento local.”

Aspectos Ambientais

“Reciclagem e reutilização de resíduos de escritório.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“Sensibilização do meio empresarial privado para a colaboração com instituições, ou valências e serviços de instituições locais de solidariedade.”

“Apelo à RSO no apoio a projectos/iniciativas através da concessão através de donativos em géneros ou pecuniários e sensibilização /informação de funcionários e colaboradores.”

Exemplo 3. Associação Humanitária Bombeiros Voluntários de Évora (Évora)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Integração na Direcção de um representante dos trabalhadores, participação mensal em reuniões de trabalho na Federação Distrital de Bombeiros, Comissões de estudo sobre energia, consumíveis, combustíveis, vencimentos e seguros.”

Aspectos comunitários

“Acções junto das escolas, plano para as comemorações dos 125 anos de associação, excelente relacionamento institucional e empresarial do Alentejo.”

Aspectos Ambientais

“Existência de uma comissão ao nível da Federação Distrital a qual se encontra a estudar a eficiência e energia, trajectos e consumos e respeito pela natureza.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“[...] são fundamentais para a coordenação de acções de análise/resposta entre o meio empresarial e a sociedade onde se integram.”

“Através de acções de formação aos promotores e de coordenação administrativa/financeira, atendendo à credibilidade que as fundações assumem e que lhes é reconhecida, o seu envolvimento nestas acções deveria ser uma exigência.”

Exemplo 4. V.N. Automóveis S.A. (Vendas Novas)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Pagamento de subsídio de baixa a pessoas mais carenciadas, rastreio em diversas áreas da saúde orientadas por um médico SHS, compra de determinados acessórios a trabalhadores em serviços mais arriscados.”

Aspectos comunitários

Não se verifica

Aspectos Ambientais

“Em funcionamento a ETAR; Segregação de Resíduos.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“Desenvolvimento de projectos, iniciativas privadas canalizadas através das fundações.”

Exemplo 5. Terras Dentro-Associação para o Desenvolvimento Integrado de Micro-Regiões (Alcáçovas)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Horários específicos para colaboradores com necessidade de apoio à família (Conciliação Vida Familiar/ Profissional).”

Aspectos comunitários

“Criação de uma creche, desenvolvimento de projectos de luta contra a pobreza e promoção da integração de imigrantes.”

Aspectos Ambientais

“Promoção do processo de combustagem, criação de uma maleta ambiental, criação de jogos pedagógicos, por exemplo, “Os Resíduos e os 5 Sentidos.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“[...] devem participar, promover a ajuda a instituições com objectivos sociais.”

“[...] dispõem de meios e equipamentos que as empresas de menor dimensão não possuem.”

Exemplo 6. Associação de Desenvolvimento, Acção Social e Defesa do Ambiente - ADA (Portel)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Reuniões quinzenais com os colaboradores, introdução de fichas de avaliação para os colaboradores.”

Aspectos comunitários

“Dinamização do voluntariado junto de jovens com deficiência.”

Aspectos Ambientais

“Reciclagem de resíduos e recolha de resíduos informáticos.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“É um papel muito importante porque permite a divulgação da informação.”

“Promovendo acções e projectos”

Exemplo 7. KROTAIR CLIMA, S.A.L (Mérida)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Reuniões anuais de pessoal. Horário laboral e período de férias adaptado às necessidades dos trabalhadores e da empresa (jornada intensiva de Verão de 2006, livre escolha de todo o período de férias por parte do trabalhador), definição do posto de trabalho e avaliação do desempenho do mesmo.”

Aspectos comunitários

“(…) realizadas abordagens a distintas ONG de âmbito nacional e local.”

Aspectos Ambientais

“Encontro reciclagem de resíduos e uso de papel reciclado.”

Exemplo 8. Sierra Clara S.L (Badajoz)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Formação específica para cada trabalhador; Formação do sistema de qualidade e meio ambiente e gestão de projectos (...) Reuniões bimensais para esclarecimento de diversos temas; Reuniões semanais formais sobre o andamento do trabalho.”

Aspectos comunitários

“Colaboração com a Cáritas.”

Aspectos Ambientais

“Formação interna e externa dos trabalhadores intervenientes nas obras que dirigimos, posicionamento no sector de construção de campos de golf como empresa pioneira na execução de projectos sustentáveis respeitando o meio ambiente e minimizando o consumo de água.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“Deverão funcionar com um guia que fomenta e facilite o desenvolvimento na sociedade empresarial.”

“Fazendo ver às empresas a necessidade de investir no fomento da RS. Sensibilizar os trabalhadores das empresas para serem implicados nas actividades, pois a responsabilidade não depende só da empresa. Saber a disposição do trabalhador.”

Exemplo 9. Kit Cream Product Factory, S. L (Cáceres)

Aspectos Sociais e Recursos Humanos

“Acordo com associações de deficientes para contratos temporários de pessoas do seu colectivo; Contratação indefinida de pessoas com deficiência; contratos para homens e mulheres com idade superior a 45 anos.”

Aspectos comunitários

“Oferecemos produtos para centros de acolhimento, colégios, residências e entidades religiosas e câmaras Municipais.”

Aspectos Ambientais

“Utilização de matéria-prima proveniente da agricultura ecológica; Recuperação de água, sistema fechado para reutilização da água proporcionando uma poupança de consumo na ordem dos 90%; Normativa de poupança de energia eléctrica até um 30%.”

Opinião contributo das Fundações para o desenvolvimento da RSO e para o envolvimento das empresas em questões suscitadas pela RSO

“Transmitir conhecimento, aconselhar e orientar as empresas para uma maior compreensão da importância da Responsabilidade Social e seus benefícios para empresas e sociedade em geral.”

Com o intuito de uma melhor percepção da opinião das organizações inquiridas, no que respeita ao **contributo das fundações no desenvolvimento da Responsabilidade Social Organizacional**, para além das opiniões referidas nos exemplos anteriores, são ainda de salientar as seguintes afirmações:

- “Alertar para problemas sociais existentes. Levar as empresas a apoiar económica e logisticamente iniciativas que apoiem e ajudem a melhorar a comunidade e as pessoas”;
- “Apelando, junto das empresas para a Responsabilidade Social, fornecendo informação sobre iniciativas que podem promover”;
- “As empresas deveriam ser envolvidas em muitos projectos comunitários e as fundações deveriam apostar em pressionar os órgãos de soberania a atribuírem certas regalias às empresas que contribuem nestes projectos”;
- “Através da divulgação dos projectos e por comités à participação das empresas.”;
- “Convite a empresas públicas e privadas para partilha e apoio na sustentabilidade da instituição”;
- “Facilitando o conhecimento e estimulando a acção”;
- “O Terceiro Sector é tão rico de possibilidades que não há interesse em focar algum em particular, as fundações poderão ser a mola dinamizadora ou apoio de muitas iniciativas”;
- “Proporcionando que as empresas conheçam casos de sucesso levados a efeito pelas suas congéneres (nacionais e estrangeiras) ao nível do apoio à comunidade”;
- “Sensibilização das empresas para a importância dos projectos de apoio à comunidade, nomeadamente através de formação, seminários, encontros e debates”;
- “Sobretudo ao nível da consciência ambiental e da prática de voluntariado”; “Trabalhando directamente com as empresas/instituições no sentido de as sensibilizar para essas questões e sugerir projectos/acções a realizar”.

Conclusões e Recomendações

Consideramos que a realização de um estudo transfronteiriço sobre Práticas de Responsabilidade Social no Alentejo Central e Extremadura é uma iniciativa de relevante importância cuja análise dos resultados nos deve deixar pistas de reflexão.

O instrumento de recolha de dados concebido teve a preocupação de ser bastante abrangente em termos de conteúdo – diríamos mesmo exaustivo em algumas partes –pretendendo-se fazer um levantamento das práticas de Responsabilidade Social existentes, contemplando a dimensão interna e externa, conforme a tipificação do Livro Verde da Comissão Europeia. A escala utilizada “Sim, Não, Não Sabe, Não se Aplica”, dada a sua simplicidade e clareza parece-nos ser a mais adequada para proceder a um estudo exploratório. De referir a existência de várias questões abertas de forma a recolher as opiniões e percepções dos inquiridos, de forma livre, sobre as diversas temáticas abordadas no questionário.

Foram apresentados cinco temas no questionário: A) Caracterização das Organizações; B) Aspectos Sociais e Recursos Humanos; C) Gestão Responsável e Ética na Organização; D) Aspectos Ambientais; E) Questões Comunitárias e Fundacionais.

Alentejo Central⁴⁴

No que se refere ao tema A) **Caracterização das Organizações** é de evidenciar que das 59 organizações que participaram no estudo levado a cabo no Alentejo 81,35% pertencem a organizações do terceiro sector e apenas 18,64 % são empresas. Como estamos certos da persistência da equipa do projecto na obtenção do maior e mais diversificado número de respostas ao questionário, ousamos concluir, à semelhança do que já ocorreu com outros estudos realizados na região que os dirigentes máximos das empresas, na grande maioria pequenas e micro-empresas não encontram disponibilidade e motivação para participarem em estudos através da resposta a inquéritos. Haverá que experimentar novas formas de abordagem e auscultação em estudos futuros, questão que aliás, neste momento, se coloca a muitos investigadores.

Relativamente ao tema B) **Aspectos Sociais e Recursos Humanos** verifica-se que, na generalidade dos aspectos listados, a maioria das organizações afirma ter boas práticas de Gestão das Pessoas, desde a gestão das carreiras, à formação e desenvolvimento dos colaboradores, à saúde, higiene e segurança no trabalho num clima de gestão participativa. Dada a pequena e média dimensão das organizações inquiridas é de prever que o grau de formalização das políticas de recursos humanos seja baixo, esta é uma dimensão interna da Responsabilidade Social que deverá ser aprofundada num próximo estudo.

No que concerne ao tema C) **Gestão Responsável e Ética na Organização** os resultados obtidos colocam em evidência que as temáticas da certificação da qualidade e da formalização dos processos relativos à Responsabilidade Social e à ética empresarial não estão ainda incorporadas na gestão operacional ou estratégica das Instituições que participaram no estudo. É ainda bastante reduzido o número de Instituições/Organizações que investiu em processos de certificação da qualidade dos produtos ou serviços. Havendo uma percentagem de 81,35% de organizações que se enquadram no sector das Fundações compreende-se, de alguma forma, que declarem que os processos de Responsabilidade Social e de ética estejam formalizados, uma vez que estas dimensões são intrínsecas à própria missão da organização.

⁴⁴ As presentes conclusões são da autoria de Fátima Jorge, Profª Auxiliar do Departamento de Gestão da Universidade de Évora.

No entanto, percebe-se pelas respostas dadas aos diversos itens que não foi correctamente interpretado o vocábulo “formalizado”, uma vez que relativamente a aspectos concretos como a existência de códigos de conduta e outros documentos que demonstram o grau de formalização destas temáticas, as organizações inquiridas afirmam não ter tais documentos ou não respondem. Relativamente a este tema o que ficou claro é que existe uma real necessidade de fornecer formação e informação sobre os diversos aspectos que integram esta área da Responsabilidade Social.

O tema D) **Questões Ambientais** apresenta resultados que eram expectáveis para o tipo de organizações que participaram no estudo demonstrando-se que já existe preocupação sobre este tipo de questões, em termos de poupança de energia, reciclagem, diminuição dos custos e prevenção da poluição, não sendo considerado tão prioritárias a informação ambiental e a utilização de transportes sustentáveis. No que se refere a esta variável da dimensão interna da Responsabilidade Social poderemos concluir que face aos resultados obtidos o cenário que encontramos é bastante semelhante ao apresentado em estudos anteriores a nível nacional em médias e grandes empresas, o que é uma agradável constatação.

No que concerne às **Questões Comunitárias e Fundacionais** podemos constatar que globalmente existe uma opinião muito favorável ao desenvolvimento de projectos e acções no âmbito da Responsabilidade Social.

Relativamente à existência de processos sistemáticos de *feedback* com as partes interessadas sobre as actividades desenvolvidas a maioria das organizações afirma ainda não possuir estes mecanismos, aliás à semelhança do que se concluiu noutros estudos quer no âmbito das grandes organizações, quer principalmente nas organizações de pequena e média dimensão.

Há a registar a fraca adesão no que diz respeito à colaboração com outras entidades sobre questões suscitadas pela Responsabilidade Social, o que é, claramente, um aspecto a analisar, uma vez que o problema da fraca cooperação entre organizações é uma das causas identificadas para os níveis de competitividade baixos ou moderados demonstrados pela maioria das organizações portuguesas. O estímulo à colaboração e cooperação nas áreas da Responsabilidade Social é imprescindível através do estabelecimento de redes inter-institucionais e inter-sectoriais verdadeiramente eficazes.

Consideramos digno de evidência o incentivo dado pela maioria das organizações para que os colaboradores participem em actividades da comunidade local. A maioria das organizações inquiridas refere o papel decisivo que as Fundações deverão ter no desenvolvimento da Responsabilidade Social referindo o papel de “promotores”, “elos de ligação”, “prestadores de informação” e “intermediários entre empresas e Terceiro Sector na sensibilização do meio empresarial”.

Relativamente ao interesse na colaboração em projectos com instituições públicas ou privadas na área da Responsabilidade Social este é efectivo para a maioria das organizações inquiridas, sendo, no entanto, as organizações do Terceiro Sector o público-alvo. As áreas de interesse são o apoio à infância, à terceira idade e apoio à deficiência e muito menos significativo o apoio à cultura e actividades desportivas. É bastante provável que estas áreas de interesse sofressem alguma diferença de hierarquização se a constituição das organizações participantes no estudo fossem maioritariamente empresas. No que concerne às formas de participação privilegiadas as organizações inquiridas referem a prestação gratuita de serviços, o envolvimento dos trabalhadores e/ou da entidade empregadora em acções de voluntariado e a participação através de donativos em género. As formas de envolvimento que a grande maioria das organizações prefere são as parcerias.

Confere uma enorme responsabilidade à Instituição promotora deste projecto o facto de ter ficado bem patente, atendendo às respostas dadas pelas organizações objecto do estudo que aqui apresentámos, o papel decisivo que se reconhece às Fundações como promotoras e difusoras de projectos de Responsabilidade Social.

Extremadura⁴⁵

No que concerne aos resultados do estudo efectuado junto das organizações da Extremadura, salientamos as seguintes conclusões gerais:

1. Em termos de cumprimento legal, as organizações apresentam um alto nível de cumprimento em relação às questões colocadas e às ferramentas identificadas. Não obstante, o nível de resposta ao questionário foi muito reduzido em grande parte das rubricas;
2. O nível de conhecimento de processos formalizados de RSC é muito reduzido, tendo sido observado o desconhecimento de ferramentas específicas (SA 8000, ISO 26000, etc.);
3. A RSC ainda não é vista como uma orientação técnico-metodológica ou “ferramenta” geradora de vantagens competitivas sustentáveis a médio/longo prazo;
4. As “ferramentas” que impliquem «compromissos» organizativos para além do cumprimento legal não são integradas na gestão das organizações;
5. É necessária uma maior divulgação da RSC entre as organizações, assim como a determinação do modo como pode gerar vantagens competitivas para as mesmas.

Em termos de conclusões específicas, é ainda de relevar o seguinte:

1. Bons resultados em geral entre as organizações que responderam ao questionário, apesar dos elevados níveis de falta de resposta em todas as dimensões, reflectindo desconhecimento das “ferramentas” ou falta de interesse nas mesmas;
2. Grande “capacidade de melhoria” substituída por “potencial de desenvolvimento” na área de Recursos Humanos, especialmente no que se refere a aspectos dirigidos à melhoria da produtividade interna, aproveitando a RSC como vantagem competitiva. As “ferramentas” básicas de recursos humanos são tomadas em consideração: formação, selecção, horários, etc;
3. Desconhecimento generalizado de “ferramentas” de RSC, assim como dos sistemas associados às mesmas;
4. É manifestado interesse apenas em “ferramentas” orientadas para o negócio (direcção organizacional, sistemas de qualidade, etc.), mas não para a gestão responsável, ética, etc., que são consideradas alheias ao núcleo de negócios das organizações;

⁴⁵ As presentes conclusões são da autoria de Pedro Rivero Nieto, Professor do Departamento de Direcção de Empresas e Sociologia da Universidade da Extremadura.

5. Existência de compromissos ambientais ligados à redução de despesas e em aspectos muito concretos: resíduos, poluição, etc., mas sem grandes contributos em termos de incentivo a iniciativas de transporte sustentável ou outros;

6. Predominam as acções dirigidas à adopção de fórmulas de «baixa participação», pelo que, entre várias opções, os «donativos em numerário à comunidade» são seleccionados como forma mais rápida e de menor complexidade para a resolução das práticas de RSO. Não é incentivada a participação das pessoas da organização em projectos a médio/longo prazo;

7. Não é possível determinar claramente os domínios através dos quais deve ser implementada e/ou externalizada, uma estratégia de RSO (saúde, desporto, comunidade, etc.) nem as entidades através dos quais tal deve ser feito (ONG, hospitais, etc.). Não existem respostas claras neste sentido.

Face aos resultados do estudo no Alentejo Central e na Extremadura, salvaguardando a necessária distância quanto a efeitos de generalização tendo presente o número de casos estudados, é de relevar que a percepção da importância da filosofia da Responsabilidade Social para a criação de valor no contexto da actividade empresarial e das organizações do terceiro sector redunde no interesse para a criação e a sedimentação de valores para e na sociedade. Assim sendo, para as organizações estudadas, a Responsabilidade Social não parece poder ser delimitada num quadro restrito sócio-ambiental, ou seja, em meros investimentos das organizações na redução dos desperdícios ou circunscrever as suas práticas ditas sociais numa dimensão minimalista de benefícios laborais que não respeitam a qualidade de vida dos colaboradores e a sua segurança no trabalho. Por outras palavras, para as organizações estudadas, o enfoque minimalista fomenta apenas, em última instância, práticas discriminatórias na relação empregadores/empregados, tais como situações de desigualdade de oportunidades entre homens e mulheres no acesso e na manutenção dos postos de trabalho.

Importa igualmente destacar que a proximidade das filosofias fundacionais com as organizações estudadas, designadamente das empresas, assume na perspectiva dos inquiridos uma importância particular na estruturação de novas dimensões de empreendedorismo e de negócio com a dimensão da cidadania empresarial no sentido da potenciação de três novas dimensões de práticas de responsabilidade social em busca do sucesso organizacional: a) a dimensão sistémica e solidária de acção empresarial; b) a parceria e o partenariado territorial; c) a cultura de partilha de conhecimentos e experiências na dinâmica produtiva e ou na prestação de serviços.

Os resultados do estudo sugerem que a relação entre as fundações e as empresas é fundamental, não só para dinamizar novos contextos de Responsabilidade Social, mas também representam uma oportunidade para a criação de novos espaços para o diálogo social.

As fundações podem funcionar como um instrumento da mais-valia quando associadas às empresas para a ampliação da importância da Responsabilidade Social no compromisso das empresas para com os seus colaboradores e, em geral, para com todos os públicos afectados pela actividade desenvolvida pelas empresas. As fundações podem contribuir no desenvolvimento de acções no espaço socio-organizacional, funcionando como intermediários de empregabilidade, formação profissional e contínua, fomentar o acesso dos públicos desfavorecidos e na promoção de iniciativas para a conciliação da vida profissional e familiar.

Ao nível social, fomentar o voluntariado, a ajuda assistencial às famílias, na formação e educação, o apoio e acompanhamento de reformados e/ou doentes, ajuda nos serviços de cuidados com crianças, bolsas e ajudas económicas às famílias.

Falar da Responsabilidade Social no Alentejo e na Extremadura implica sobretudo colocar num plano distintivo a dimensão humana nas práticas fundacionais e empresariais em busca do bem-estar individual e colectivo. Assim sendo, falar em desenvolvimento socio-económico e ambiental, fomentar práticas consideradas benéficas para o crescimento e o desenvolvimento sustentável das organizações representa um novo factor de competitividade, bem como, uma nova lógica de diferenciação positiva e de cidadania organizacional responsável.

A Responsabilidade Social das organizações, quer do terceiro sector quer no domínio empresarial, não pode ser interpretada como uma moda, na medida em que ela não se dissocia da sua função enquanto factor estruturante e dinamizador do contexto social da sua envolvente. Releva-se, então aqui, a ideia que a realidade integrativa das práticas das organizações empresariais com as lógicas de acção das fundações na dinamização da Responsabilidade Social estrutura-se num quadro de complexidade de forças de interesses e de convicções que veiculam no tecido social do Alentejo e da Extremadura.

Em suma, as preocupações com o bem-estar das comunidades no Alentejo Central e Extremadura, passa indubitavelmente pelo compromisso de todas as organizações, sejam elas empresariais e/ou do terceiro sector, não só através do cumprimento das obrigações legais, mas também, para com o respeito pela dignidade humana e as necessidades da sociedade, numa perspectiva de compromisso para um desenvolvimento sustentável na criação e promoção de valores com menor impacto ambiental, bem como, nas relações mais próximas entre instituições e a sua envolvente social.

Por outras palavras, podemos concluir que entrosam-se e incorporam-se nas novas práticas socialmente responsáveis das organizações não só os valores éticos e de sustentabilidade nas relações sociais, económicas, ambientais e políticas, enquanto pilares fundamentais da estratégia e da acção das mesmas organizações, mas sobretudo o respeito por um desenvolvimento numa praxis organizacional cada vez mais centrada nas pessoas.

Para finalizar as nossas conclusões, apresentamos algumas recomendações e sugestões, a título de propostas, para que a estratégia de Responsabilidade Social Organizacional se possa tornar uma realidade no âmbito organizativo do Alentejo/Extremadura:

Proposta 1 - Formação de empresários e gestores (quadros dirigentes) das organizações

Para que uma organização aplique políticas que contribuam para a Responsabilidade Social, torna-se fulcral a sensibilização por parte dos empresários e gestores sobre práticas socialmente responsáveis. Neste sentido, é fundamental o desenvolvimento de acções de formação que permitam ver com clareza aos empresários e gestores, os benefícios que se podem obter na aplicação de medidas que contribuam para a prática de Responsabilidade Social.

- Acção 1: Desenvolvimento de conteúdos programáticos e manuais de formação (elaboração de materiais) específicos que permitam, de um modo estruturado, prático, útil e aplicado, informar, formar e dar a conhecer o valor acrescentado da RSO para a empresa e para as organizações em geral:

- Módulo: RSO e Recursos Humanos
- Módulo: RSO e Marketing (Produtos/Mercados/Segmentos/Clientes)
- Módulo: RSO e Inovação
- Módulo: RSO e Eficiência

Proposta 2 - Definir uma política organizacional em matéria de Responsabilidade Social nas empresas e instituições

Os gestores deverão estabelecer uma política organizacional clara, global e estratégica em matéria de Responsabilidade Social, ao aplicar estas medidas no local de trabalho contribuirão para a melhoria da produtividade e qualidade de vida dos colaboradores.

A implementação desta política deverá ser explicada a todos os colaboradores, para que estes obtenham conhecimento sobre a orientação da política de Responsabilidade Social a ser aplicada pela organização. Os colaboradores deverão ainda ser informados sobre os benefícios, e consequências, da aplicação de uma política de Responsabilidade Social Organizacional.

- **Acção 2:** Elaboração de um código de práticas (ou plano de acção em RSO)

Proposta 3 - Informar e Sensibilizar os colaboradores da política organizacional para a implementação de práticas em Responsabilidade Social

A organização deve dar a conhecer à comunidade, em geral, e aos seus colaboradores, em particular, a sua política organizacional das práticas em Responsabilidade Social, utilizando recursos comunicacionais de ordem diversa.

- **Acção 3.1:** Deverão ser realizadas acções de divulgação e informação, tais como seminários ou fóruns de discussão, com o objectivo de esclarecer e sensibilizar os colaboradores da organização sobre a existência e aplicação de uma política de Responsabilidade Social. Como consequências previsíveis, apontamos a melhoria das relações entre colaboradores, o aumento da produtividade e o fortalecimento de relações entre todos os stakeholders.

- **Acção 3.2:** Organização de um congresso de dimensão transnacional - Alentejo/Extremadura -, com periodicidade regular, no qual possam ser recolhidas e debatidas as diferentes experiências em aplicação de práticas de RSO, funcionando com um espaço de encontro para as diferentes entidades que possam vir a desempenhar um papel relevante no âmbito da divulgação da RSO.

Proposta 4 - Implementar Acções em RSO

As instituições devem realizar um diagnóstico, identificando e assinalando constrangimentos organizacionais - p.e. nos espaços de trabalho ou na vida quotidiana dos colaboradores - de forma a conciliar, individual e/ou colectivamente, o desempenho profissional e a vida familiar.

- **Acção 4:** Implementação de medidas correctivas e, simultaneamente, dum sistema de avaliação das mesmas, percepcionando se contribuíram para eliminar os constrangimentos verificados. A organização deverá

implementar um sistema de registo de informação de boas práticas levados a cabo em matéria de práticas socialmente responsáveis.

Proposta 5 - Desmultiplicação das acções em Responsabilidade Social

A organização deverá divulgar as práticas bem sucedidas de Responsabilidade Social tendo em vista a sua aplicação por parte de outras organizações em circunstâncias semelhantes. Para tal, poderá utilizar os meios informativos ao seu alcance (p.e, produção de brochuras, folhetos, sites e outros), bem como promover acções de divulgação destas mesmas práticas.

- **Acção 5:** Criação de uma rede temática sobre Responsabilidade Social, tendo como finalidade melhorar os processos de transferência e avaliação sobre boas práticas socialmente responsáveis. Em termos específicos, sugere-se a identificação de 3 a 5 projectos-chave que permitam potenciar a estratégia de RSO por parte das organizações interessadas: PLATAFORMA DE RSO ALENTEJO/EXTREMADURA, nos quais tenham sido determinados conteúdos específicos e programas de desenvolvimento.

Em síntese, perspectivamos que este conjunto de propostas de acção para promover, valorizar e dinamizar a Responsabilidade Social pode “funcionar” como uma “ferramenta” útil de trabalho dirigido a organizações (fundações, empresas e outras do terceiro sector) que integram nas suas actividades, para além da gestão eficaz e eficiente no uso dos recursos e quiçá do sucesso sócio-económico e financeiro da organização, preocupações sobre a motivação dos seus colaboradores, aspectos sociais e ambientais. Por outras palavras, potenciar as lógicas da Responsabilidade Social nas organizações tem como objectivo não só melhorar a qualidade de vida dos colaboradores destas organizações, mas também e fundamentalmente, contribuir para o bem-estar comunitário e da sociedade em geral.

Bibliografia

- BAEZ, Rita Maria Guerra. 1996. “La Ética Empresarial como teoria de la performance social de la empresa”, *ESIC MARKET*, Abril-Junho.
- BELL, Judith. 2002. *Como realizar um Projecto de Investigação*. Lisboa: Gradiva.
- BROWN, Marvin. 1993. *Ética nos Negócios*, São Paulo, Makron Books.
- CARMO, Hermano. 1998. *Metodologia de Investigação Guia para a Auto-Aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.
- CARROL, A. B. 1979. “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *Academy of Management Review*, vol. 4, nº 4.
- CARVALHO, João. 2005. *Organizações não lucrativas*. Lisboa: Edições Sílabo.
- CASTRO GUERRA. 2003. “A Responsabilidade Social das Empresas: Complemento ou Sucedâneo do Estado Social?”, *Seminário A Responsabilidade Social das Empresas*, Conselho Económico e Social, Lisboa.
- CATROGA, EDUARDO. 2003. “A Responsabilidade Social das Empresas: Complemento ou Sucedâneo do Estado Social? - Comentário”, *Seminário A Responsabilidade Social das Empresas*, Conselho Económico e Social, Lisboa.
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. 2001. *Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*, Bruxelas.
- CORTINA A., et all. 1994. *Ética de la Empresa: claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Ed.Trotta.
- CRANE, A, Matten, D. 2004. “Questioning the domain of the business ethics curriculum”, *Journal of Business Ethics*, Nº 54.
- DELOITTE. 2003. “O Desafio do Desenvolvimento Sustentável nas Empresas Portuguesas” *Management Solutions: Relatório*.
- DRUCKER, Peter. 2002. *O melhor de Peter Drucker*. Obra completa. S. Paulo: Câmara Brasileira do Livro.
- DRUCKER, Peter. 1998. *A Organização do Futuro*. Mem Martins: Publicações Europa – América.
- FREDERICK, W. C. 1987. “Theories of Corporate Social Performance”, in Sethi, S.P., y Falbe, C. M., *Business and Society: Dimensions of Conflict and Cooperation*, New York, Lexington Books.
- FRIEDMAN, Milton. 1970. “A Friedman doctrine: the social responsibility of business is to increase its profits”, *The New York Times Magazine*.
- HABERMAS, Jurgen. 2000. *Comentários à Ética do Discurso*, Lisboa, Instituto Piaget.

- HILL, Manuela Magalhães e HILL, Andrew. 2002. *Investigação por Questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- HOFFMAN, W.M. e Moore, J. M. 1990. *Business Ethics: readings and cases in corporate morality*, New York, McGraw-Hill, 2ª Ed.
- INTERNACIONAL THOMSON PUBL. 2005. “Administracion de la responsabilidad social corporativa”.
- JIMÉNEZ, Enrique M. Gómez. 1995. “Ética empresarial y códigos de conducta”, *Esic Market*, nº 88, Abr.
- JORGE, Fátima Nunes; SEABRA, Fernando Miguel; RODRIGUES, Jorge José M.; MATA, Carlos Severino. 2006. “A Responsabilidade Social nas PME Portuguesas – O papel do empresário e o desempenho das empresas: Um estudo exploratório.” Comunicação apresentada no XIV Congresso EBEN, Universidade Politécnica de Valência.
- JORGE, Fátima, 2002. *Impactos e Limites Éticos dos SI/TIC na Gestão de Recursos Humanos*, Tese de Doutoramento, Universidade de Évora.
- JORGE, Fátima, SILVÉRIO, Marta. 2004. “Delimitação dos Conceitos Marketing Social, Responsabilidade Social e Ética Empresarial”, Comunicação apresentada nas XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, Universidade dos Açores.
- LOZANO. 2005. “Los gobiernos y la Responsabilidad Social de las empresas”. Ed. Granica.
- OCU. 2006. “Estudio sobre el comportamiento de consumidores en España”.
- PARRA, Manuel G. 2006. *Ética en las Organizaciones, Construyendo confianza*, Madrid, Prentice Hall.
- PUNCH, K. F. 2003. *Survey Research: The Basics*. London: Sage Publications Ltd.
- REGO, Arménio, MOREIRA, José Manuel, SARRICO, Cláudia. 2003. *Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas- Um Estudo da Situação Portuguesa*, Cascais, Principia.
- Referencia al Estudio sobre el comportamiento del Consumidor. “Estudio de RSC empresas del IBEX. *La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35. Análisis Ejercicio 2005.*”
- RUBENSTEIN, S. M. 1994. *Surveying Public Opinion*. Belmont, CA: Wadsworth Publishers.
- SANTOS, Mª João Nicolau (Coord.). 2005. *Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial*, Oeiras, Celta Editora.
- SEABRA, Fernando Miguel. 2007. “A Responsabilidade Social em Portugal”, Comunicação apresentada no Curso de Verão subordinado ao tema “Radiografia da Responsabilidade Social Corporativa em Espanha e Portugal”, na Universidade da Extremadura- Badajoz, Espanha.
- SERRA, Catarina. 2005. “A Responsabilidade Social das Empresas – Sinais de um Instituto Jurídico Iminente?”, *Questões Laborais*, ano XII, n.º 25.

SILVA, Luís Gonçalves da. 2006. “Responsabilidade Social da Empresa (e do trabalhador)”, Documento de trabalho cedido.

SPINELLO, Richard A. 1997. *Case Studies in Information and Computers Ethics*, New Jersey, Prentice-Hall.

TEIXEIRA, Sebastião. 1998. *Gestão das Organizações*, Lisboa, Ed. McGraw-Hill.

URCELAY, J. 2007. “La Responsabilidad Social de la Empresa en la ostión de las PYMES”. Fundación EOI.

VELASCO, G., GONDRA, J.M.; MONEVA, Universitat Jaume I. J. 2005. “Responsabilidad Social Corporativa. Aspectos Jurídico-Económicos”. *Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa* 2007.

Sites Consultados:

Associação Portuguesa de Ética Empresarial. <http://www.apee.pt/> (consultado a 10/10/07)

BCSD Portugal – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável. <http://www.bcsdportugal.org/> (consultado a 10/10/07)

GRACE. <http://www.grace.pt/> (consultado a 10/10/07)

ASEPAM – El Pacto Mundial. <http://www.pactomundial.org> (consultado a 15/09/07)

RSEPORTUGAL. <http://www.rseportugal.eu/> (consultado a 10/10/07)

EUR-LEX. <http://eur-lex.europa.eu/>

Índice de Gráficos, Figuras e Quadros

GRÁFICOS

- Gráfico 1** - Prioridades da empresa (3 objectivos mais próximos das prioridades das empresas)
- Gráfico 2** - Desempenho económico e financeiro da empresa (3 questões da maior relevância ou prioritárias)
- Gráfico 3** - Desempenho Social das empresas (3 questões da maior relevância ou prioritárias)
- Gráfico 4** - Como desempenhar as acções da empresa em domínios de Responsabilidade Social no que respeita à sua integração na estratégia da empresa?
- Gráfico 5** - O comportamento das PME's sobre RSE em comparação com empresas de grande dimensão
- Gráfico 6** - Dispõe de informação sobre RSE para escolher uma marca?
- Gráfico 7** - Envolvimento do consumidor na procura de informação sobre RSC
- Gráfico 8** - Percepção RSE
- Gráfico 9** - N° de empresas do IBEX35 que apresentam informação relevante sobre aspectos da RSE
- Gráfico 10** - Resumo dos Resultados Globais 2003-2005
- Gráfico 11** - Organizações Inquiridas
- Gráfico 12** - Número de trabalhadores das organizações inquiridas
- Gráfico 13** - Incentivo aos colaboradores para o desenvolvimento de uma carreira a longo prazo
- Gráfico 14** - Existência de articulação entre organização/colaborador possibilitando a viabilização de uma gestão participada
- Gráfico 15** - Normas legais e convencionais
- Gráfico 16** - Desenvolvimento de informação escrita quanto aos direitos dos trabalhadores
- Gráfico 17** - Promoção de estruturas formais e/ou informais dos objectivos das acções de formação profissional e seu desenvolvimento
- Gráfico 18** - Prestação de informação objectiva sobre as decisões internas da organização sobre os horários de trabalho
- Gráfico 19** - Recurso a horários de trabalho flexível
- Gráfico 20** - Existência de critérios válidos sobre a progressão na carreira dos colaboradores
- Gráfico 21** - Avaliação periódica do nível de satisfação dos colaboradores
- Gráfico 22** - Análise actualizada face às Normas Legais de Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho (SHST)
- Gráfico 23** - Certificação da qualidade produtos e serviços
- Gráfico 24** - Interesse em receber formação e informação de processos relacionados com uma Gestão Responsável e Ética Organizacional
- Gráfico 25** - Processo de garantia de eficácia na recolha de reacções sobre as actividades/acções desenvolvidas na organização
- Gráfico 26** - Desempenho de iniciativas para o incentivo dos colaboradores em actividades da comunidade local
- Gráfico 27** - Apoio financeiro às actividades e projectos provenientes da comunidade local/regional
- Gráfico 28** - Colaboração com outras organizações da abordagem de questões suscitadas pela Responsabilidade Organizacional
- Gráfico 29** - Contributo das fundações para o envolvimento das empresas em projectos de iniciativa de apoio à comunidade
- Gráfico 30** - Interesse na colaboração de projectos com outras instituições públicas e/ou privadas
- Gráfico 31** - Organizações inquiridas
- Gráfico 32** - Número de trabalhadores das organizações inquiridas
- Gráfico 33** - Incentivo aos colaboradores para o desenvolvimento de uma carreira a longo prazo
- Gráfico 34** - Existência de articulação entre organização/colaborador possibilitando a viabilização de uma gestão participada

- Gráfico 35** - Normas legais e convencionais
- Gráfico 36** - Desenvolvimento de informação escrita quanto aos direitos dos trabalhadores
- Gráfico 37** - Promoção de estruturas formais e/ou informais dos objectivos das acções de formação profissional e seu desenvolvimento
- Gráfico 38** - Prestação de informação objectiva sobre as decisões internas da organização sobre os horários de trabalho
- Gráfico 39** - Recurso a horários de trabalho flexível
- Gráfico 40** - Existência de critérios válidos sobre a progressão na carreira dos colaboradores
- Gráfico 41** - Avaliação periódica do nível de satisfação dos colaboradores
- Gráfico 42** - Análise actualizada face às Normas Legais de Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho (SHST)
- Gráfico 43** - Certificação da qualidade produtos e serviços
- Gráfico 44** - Interesse em receber formação e informação de processos relacionados com uma Gestão Responsável e Ética Organizacional
- Gráfico 45** - Processo de garantia de eficácia na recolha de reacções sobre as actividades/acções desenvolvidas na organização
- Gráfico 46** - Desempenho de iniciativas para o incentivo dos colaboradores em actividades da comunidade local
- Gráfico 47** - Apoio financeiro às actividades e projectos provenientes da comunidade local/regional
- Gráfico 48** - Colaboração com outras organizações da abordagem de questões suscitadas pela Responsabilidade Organizacional
- Gráfico 49** - Contributo das fundações para o envolvimento das empresas em projectos de iniciativa de apoio à comunidade
- Gráfico 50** - Interesse na colaboração de projectos com outras instituições públicas e/ou privadas

FIGURAS

- Figura 1** - A evolução do conceito de desenvolvimento sustentável
- Figura 2** - Evolução do conceito de Responsabilidade Social
- Figura 3** - Círculos concêntricos de Responsabilidade Social
- Figura 4** - Diferenças de perspectivas sobre *business ethics* na Europa e nos EUA

QUADROS

- Quadro 1** - Resultados 2005 (Resultados por empresas para medir a RSO)
- Quadro 2** - Acções efectuadas pela organização sobre impacto ambiental
- Quadro 3** - Existência de processos de certificação na organização
- Quadro 4** - Interesse em receber formação e informação de processos relacionados com Gestão Ética e Responsabilidade Social
- Quadro 5** - Interesse dos Públicos/Agentes-alvo, Áreas de Interesse, Formas de Participação e Formas de envolvimento na colaboração em projectos no âmbito da Responsabilidade Social
- Quadro 6** - Acções efectuadas pela organização sobre impacto ambiental
- Quadro 7** - Existência de processos de certificação na organização
- Quadro 8** - Interesse em receber formação e informação de processos relacionados com Gestão Ética e Responsabilidade Social
- Quadro 9** - Interesse dos Públicos/Agentes-alvo, Áreas de Interesse, Formas de Participação e Formas de envolvimento na colaboração em projectos no âmbito da Responsabilidade Social

Anexo

Questionário de Identificação de práticas de Responsabilidade Social no Alentejo Central e Extremadura

A Responsabilidade Social assume-se como uma acção colectiva, distinguindo-se das acções de caridade, está para além das vontades individuais e caminha para uma soma de vontades que constitui um consenso de obrigação moral e económica, em conjunto com o comportamento de todos os que participam em sociedade. Baseia-se na consciência social e dever cívico, procurando estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e colectiva.

Com este inquérito, realizado no âmbito do projecto FUNDAR – Interreg III-A e coordenado pela Fundação Eugénio de Almeida, em parceria com a Fundación Academia Europea de Yuste e a Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología en Extremadura – Fundecyt, procura conhecer-se a posição das empresas/organizações em relação à importância que cada organização atribuiu às práticas de Responsabilidade Social. O presente questionário pretende ainda funcionar como uma ajuda na reflexão de esforços desenvolvidos pela sua empresa/organização no domínio da responsabilidade empresarial/organizacional (RSO). A estrutura do questionário é composta por perguntas sobre os aspectos sociais e os recursos humanos, e assenta num conjunto de indicadores relevantes no âmbito das dimensões, interna e externa, da RSO.

A confidencialidade das informações facultadas é garantida pela equipa de investigação.
Assim, agradecemos a vossa disponibilidade para responder a todas as questões apresentadas.

Em caso de dúvida, f.f. de contactar a equipa de investigação, através do telefone 00351 266748300 (Fundação Eugénio de Almeida – Observatório Social do Alentejo) ou de um dos seguintes endereços electrónicos: carlabranca@fea-evora.com.pt; tania.santos@fea-evora.com.pt

Agradecemos a devolução do documento até ao dia 30/04/2007, enviando por correio postal para o seguinte endereço:

Projecto FUNDAR, Interreg III-A
Fundação Eugénio de Almeida - Observatório Social do Alentejo
Páteo de S. Miguel, Apartado 2001, 7001-901 ÉVORA.

A - Informação geral da Fundação/Empresa/Instituição

A1 - Designação da Fundação/Empresa/Instituição _____

A2 - Morada _____

A3 - Código Postal _____

A4 - Telefone: _____ A5 - Fax: _____

A6 - E-mail: _____ A7 - Website: _____

A8 - Actividade (principal) da Instituição (CAE) _____

A8.1 - Outra(s) área(s) de actividade: _____

A9 - Número total de colaboradores (na actualidade): |_|_|_|_| (em 2005): |_|_|_|_|

A11 - Âmbito geográfico das acções ou da actividade da Fundação/Empresa/Instituição:

Local (especifique): _____

Regional (especifique): _____

Outra (especifique): _____

B - Aspectos Sociais e Recursos Humanos

B1 - Formas de gestão quanto ao diálogo social

B1.1 - Incentiva os seus colaboradores para o desenvolvimento de uma carreira a longo prazo, utilizando, por exemplo, um processo de avaliação do seu desempenho ou de um plano de formação?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B1.2 - Existe articulação organização/colaborador quanto à análise e decisão de projectos/actividades/tarefas e programas de interesse comum, por forma a viabilizar uma gestão participada, a todos os níveis (transparência de formas de gestão)?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B2 - Direitos do Trabalhadores

B2.1 - A sua Fundação/Empresa/Instituição atende às normas legais e convencionais relativamente aos direitos de personalidade, maternidade e paternidade e práticas de não-discriminação?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B2.2 - A sua Fundação/Empresa/Instituição desenvolve informação escrita quanto aos direitos anteriormente referidos, por exemplo no que se refere ao recrutamento e ao desenvolvimento da carreira profissional?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B2.3 - Identifica sectores internos mais problemáticos nas matérias referidas anteriormente sobre os Direitos dos Trabalhadores e administra formação inicial sobre tais questões?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B3 - Formação Profissional dos Colaboradores

B3.1 - Promove estruturas formais e/ou informais dos objectivos das acções de formação profissional e seu desenvolvimento, tendo como principal objectivo, melhores níveis de produtividade, competitividade e aumento da empregabilidade dos colaboradores, através do desenvolvimento das competências individuais?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B3.2 - Caso tenha realizado acções de formação na sua Fundação/Empresa/Instituição, indique pelo menos três das principais áreas de formação oferecidas nos últimos três anos:

B4 - Tempo de Trabalho

B4.1 - Presta informação objectiva sobre as decisões internas da Fundação/Empresa/Instituição, nomeadamente, no que se refere aos horários de trabalho?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B4.2 - A sua Fundação/Empresa/Instituição proporciona aos seus colaboradores estabilidade entre a vida profissional e a vida familiar, no recurso, por exemplo, a horários de trabalho flexível ou permitindo o trabalho em casa?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B5 - Retribuição - Atribuição de Benefícios e Desenvolvimento na Carreira.

B5.1 - A sua Fundação/Empresa/Instituição tem critérios claros sobre a progressão na carreira dos colaboradores, sendo esses divulgados e discutidos com os mesmos?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B5.2 - Procede à avaliação periódica do nível de satisfação dos colaboradores?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B6 - Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B6.1 - Faz uma análise actualizada face à SHST sobre riscos e medidas de prevenção, bem como a divulgação de informação sobre estas matérias?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B7 - Relato de Experiências

B7.1 - Indique até 3 experiências que considere das mais bem conseguidas pela sua Fundação/Empresa/Instituição na área dos Aspectos Sociais e Recursos Humanos

B8 - Gestão Responsável e Ética na Organização

B8.1 - A sua Fundação/Empresa/Instituição possui algum processo de certificação da qualidade dos produtos e serviços prestados?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B8.1.1 - Em caso afirmativo, especifique quais os processos de qualidade que se encontram certificados

B8.2 - Dos seguintes itens, assinale apenas aqueles em que já existe algum processo de formalização na sua Fundação/Empresa/Instituição:

Responsabilidade Social: Integração voluntária por parte da organização sobre preocupações sociais e ambientais no que respeitas à comercialização e relação com interlocutores (stakeholders, fornecedores, clientes, comunidade em geral)	
Ética empresarial: comportamentos e normas éticas que a sociedade espera serem seguidos pela empresa	
Governança Organizacional / Corporativa: transparência, prestação de contas, equidade; formas de gestão estratégica, monitorização da direcção executiva	
Códigos de Conduta: Declaração formal voluntária da organização através de divulgação de princípios básicos de acção e norma a seguir pela organização na relação com as partes interessadas	
Qualidade de emprego: declaração formal voluntária de valores e práticas da organização	
Outras:	

B8.3 - E ainda em relação aos seguintes itens, assinale apenas aqueles em que já existe algum processo de formalização na sua Fundação/Empresa/Instituição:

Ecoeficiência: relação entre competitividade e desenvolvimento sustentável	
Normas ISO¹ ISO/26000: Norma internacional que incorpora práticas socialmente responsáveis nos modelos de gestão das organizações dirigida a qualquer tipo de organização (Empresas, ONG's, Associações, IPSS, etc.)	
ISO/SA8000: Implementação de uma gestão efectiva, concreta e conclusiva de queixas/recomendações cedidas pelos colaboradores	
ISO/9000: Implementação de uma Gestão de Qualidade para a melhoria da performance operacional e organizacional	
ISO/14000: Implementação de um sistema de Gestão Ambiental	
Outras:	

B8.4 - Tem interesse em receber formação e informação sobre processos relacionados com a gestão responsável e com a ética na organização?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B8.3.1 - Em caso afirmativo, identifique:

Responsabilidade Social	
Ética empresarial	
Governança Organizacional / Corporativa	
Códigos de Conduta	
Qualidade de emprego	
Ecoeficiência	
Normas ISO: ISO/26000	
ISO/SA8000	
ISO/9000	
ISO/14000	
Outras:	

C - Questões Ambientais

C1 - Enuncie quais as acções que efectuou ou não na redução do impacto ambiental face aos seguintes aspectos:

	Sim	Não	Não Sabe	Não Responde	Não se Aplica
Poupança de energia	☐	☐	☐	☐	☐
Minimização e reciclagem de resíduos	☐	☐	☐	☐	☐
Prevenção da poluição, ex: emissões para a atmosfera e para a água, descargas e efluentes, ruídos.	☐	☐	☐	☐	☐
Opções de transporte sustentável	☐	☐	☐	☐	☐
Diminuição de custos, ex: reutilizar, reduzir e reciclar	☐	☐	☐	☐	☐
Existência de informação ambiental clara e precisa sobre serviços e actividades aos beneficiários, instituições que apoiam e comunidades locais	☐	☐	☐	☐	☐

C2 - Relato de Experiências

C2.1 - Indique até 3 experiências que considere das mais bem conseguidas pela sua Fundação/Empresa/Instituição na área do Ambiente

D - Questões Comunitárias e Fundacionais

D1 - Exerce algum processo que garanta a eficácia da recolha de reacções e nas consultas e/ou diálogo com os beneficiários e outras instituições sobre actividades que desenvolve na sua Fundação/Empresa/Instituição?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

D2 - Desempenha iniciativas para o incentivo dos seus colaboradores em actividades da comunidade local, como por exemplo, acções de voluntariado?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

D3 - A sua Fundação/Empresa/Instituição dedica apoio financeiro regular às actividades e projectos provenientes da comunidade local/regional, como por exemplo, donativos a organizações de beneficência ou de patrocínios?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

D3.1- Em caso afirmativo, exemplifique

D4 - Relato de Experiências

D4.1 - Indique até 3 experiências que considere das mais bem conseguidas pela sua Fundação/Empresa/Instituição na área das questões comunitárias.

D5 - A sua Fundação/Empresa/Instituição colabora com outras entidades empresarias ou organizacionais na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade organizacional, designadamente na região Alentejo/Extremadura?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

D5.1 - Em caso afirmativo, exemplifique

D6 - Qual a sua opinião quanto ao papel das Fundações no desenvolvimento da Responsabilidade Social?

D7 - Na sua opinião as Fundações podem contribuir para o envolvimento das empresas em projectos de iniciativas de apoio à comunidade?

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

D7.1 - Em caso afirmativo, exemplifique

D7.2 - Em caso negativo, justifique

D8 - A sua Fundação/Empresa/Instituição tem interesse na colaboração de projectos com outras instituições, públicas e/ou privadas)

☐ Sim	☐ Não	☐ Não Sabe	☐ Não Responde	☐ Não se Aplica
---------------------------	---------------------------	--------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

D8.1 - No caso de interesse na colaboração em projectos no domínio da Responsabilidade Social, indique os Público/Agentes-Alvo, Áreas de Interesse, Formas de Participação e Envolvimento de preferência:

	Comunidade	
Público / Agentes-Alvo	Autoridades Públicas	
	ONG	
	Organizações patronais locais	
	Hospitais	
	Escolas	
	Organizações da sociedade civil / Terceiro Sector	
	Outras, quais:	
Áreas de Interesse	Integração social (tolerância étnica, coesão social)	
	Cuidados de saúde	
	Educação	
	Qualidade vida em áreas como:	
	- Desporto	
	- Cultura	
	- Conciliação Vida Familiar / Profissional	
	- Apoio social à Infância	
	- Apoio social à 3ª Idade	
	- Apoio social à Deficiência	
	Infraestruturas locais	
	Segurança	
	Outras, quais:	
	Formas de participação	Donativos pecuniários
Donativos em género		
Prestação gratuita de serviços		
Envolvimento / voluntariado do trabalhador		
Outras, quais:		
Formas envolvimento	Acções isoladas	
	Parcerias	
	Acções comerciais / patrocínios	
	Outras, quais:	

Obrigado pela sua colaboração.

Practicas de Responsabilidad Social en el Alentejo Central y Extremadura

Índice General

Palabras Previas

Eduardo Pereira da Silva - Presidente del Consejo de Administración de la Fundación Eugenio de Almeida

Antonio Ventura Díaz Díaz - Director da Fundación Academia Europea de Yuste

Luis Millán Vázquez de Miguel - Presidente de la Fundación para el Desarrollo de la Ciencia e Tecnología en Extremadura - FUNDECYT

143

Introducción

151

Consideraciones Metodológicas

153

1. Definiciones y Abordajes sobre la Responsabilidad Social Organizacional

157

1.1. Responsabilidad Social bajo la Perspectiva Portuguesa – Prof^a Doctora Fátima Jorge

159

1.1.1. Abordaje Conceptual

159

1.1.1.1. Desarrollo Sostenible

159

1.1.1.2. Responsabilidad Social de las Organizaciones

162

1.1.1.3. Ética Empresarial

167

1.2. Responsabilidad Social bajo la Perspectiva Española – Prof. Doctor Pedro Rivero Nieto

184

1.2.1. Concepto

184

1.2.2. Perspectivas en España

197

2. Resultados del Cuestionario de Identificación de Prácticas en Responsabilidad Social Organizacional

207

2.1. Componente Portuguesa: Alentejo Central

209

2.1.1. Caracterización de las Organizaciones Encuestadas

209

2.1.2. Aspectos Sociales y Recursos Humanos

210

2.1.3. Cuestiones Medioambientales

214

2.1.4. Responsabilidad Social en el Alentejo Central

215

2.1.5. Cuestiones Comunitarias y Fundacionales

219

2.2. Componente Española: Extremadura

223

2.2.1. Caracterización de las Organizaciones Encuestadas

227

2.2.2. Aspectos Sociales y Recursos Humanos

228

2.2.3. Cuestiones Medioambientales

232

2.2.4. Responsabilidad Social en Extremadura

233

2.2.5. Cuestiones Comunitarias y Fundacionales

237

3. Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Organizacional y Lecciones Aprendidas en el Alentejo Central y Extremadura

243

Conclusiones y Recomendaciones

251

Bibliografía

260

Índice de Gráficos, Figuras y Cuadros

264

Anexo (Cuestionario)

267

Agradecimientos y Fichas Técnicas

277

Ficha Técnica del Proyecto FUNDAR

280

Ficha Técnica

282