



Workshop do grupo de stakeholders “Indústria”
Responsabilidade Social na diferenciação empresarial

Organização: APME

Relatores: Des. Jorge Alexandre e Des. David Camocho, INETI/CENDES



3. Workshop do grupo de stakeholders “Indústria”

Responsabilidade Social na diferenciação empresarial

3.1 Introdução

A APME, Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias, está ligada à Responsabilidade Social desde o início de 2005, tendo integrado desde logo as Comissões Técnicas de Ética Empresarial e Responsabilidade Social que em Portugal trabalham no domínio da normalização nacional, através da Associação Portuguesa de Ética Empresarial. Faz também parte da Delegação Portuguesa, responsável por participar no Working Group da ISO, dedicado à elaboração da norma ISO 26000, através do Instituto Português da Qualidade.

Este esforço e trabalho desenvolvido pela APME, radica na convicção plena da sua Direcção de que o desenvolvimento e futuro das empresas passa pela integração destes conceitos nas suas práticas de gestão. Acredita também, que em termos individuais e no âmbito do exercício de uma cidadania activa, só a prática destes valores poderá constituir uma base para um futuro sustentável.

A APME promoveu um *workshop* no âmbito da Semana da Responsabilidade Social organizada pela APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial. A APME representa o *stakeholder* Indústria, leia-se sector empresarial, pelo que se focou nos aspectos empresariais ligados à Responsabilidade Social e à Ética.

Este *workshop* destinou-se a empresários, quadros de empresas e responsáveis de projecto. As entidades participantes tiveram oportunidade de recolher dados e testemunhos que lhes permitiram através de debate, reflectir a dois níveis:

- 1) sobre o posicionamento da sua organização ao nível da missão, valores e organização interna.
- 2) sobre o impacte da Responsabilidade Social ao nível dos objectivos e das políticas internas da organização.

3.2 Objectivos do workshop

Os objectivos deste *workshop* foram, por um lado, criar um ambiente de reflexão e debate que permita compreender as implicações deste novo desafio e, por outro lado, motivar o arranque deste processo no seio das empresas, através dos benefícios que este pode proporcionar no aumento da sua competitividade e diferenciação a curto, médio e longo prazo.

3.3 Comunicações

Sessão de abertura

Dra. Ana Bela Pereira da Silva
Presidente da APME

É objectivo deste *workshop* demonstrar como podem as PME introduzir a Responsabilidade Social nas suas práticas uma vez que este é um tema relacionado com: o futuro, a competitividade e a diferenciação industrial para as empresas, não só para as grandes, mas sim todas, desde as multinacionais às micro empresas. Num futuro próximo a responsabilidade social funcionará como critério de escolha entre produtos.

Intervenção do Eng. Mário Parra da Silva
Presidente da APEE

Sendo a APME fundadora da APEE fez todo o sentido convidá-la para organizar este *workshop*. Inicialmente a Ética Empresarial e Responsabilidade Social eram abordadas separadamente, quando a APEE surgiu começou por relacionar as duas matérias, pois deve existir sempre uma relação directa entre Responsabilidade Social e Ética Empresarial.

Devemos pensar nas empresas como seres vivos que nascem, crescem ou tentam crescer, subsistem e por vezes morrem. Mas o que é também importante perceber é que quando elas morrem existem outros aspectos que também morrem com elas, nomeadamente na influência que têm no meio que as rodeia e onde se movimentam.

As empresas existem porque são úteis para alguém e desaparecem quando não interessam a alguém. As empresas têm de ter valor acrescentado, e, se não dão lucro fecham, e ao fecharem abrem possibilidades para a criação de novas empresas.

Uma empresa presta um serviço relevante à sociedade e portanto não é indiferente que feche ou que se altere. É uma entidade cibernética com as características dos seres vivos. As empresas têm de estar à altura das necessidades sustentáveis da sociedade. Se as empresas existem têm direitos, e se têm direitos têm responsabilidades.

Em toda a História tem-se verificado uma fase inicial de reclamação de direitos, que é normalmente ganha, e portanto quem ganha esses direitos mais tarde ou mais cedo tem de começar a assumir as suas responsabilidades.

Intervenção do Dr. Jorge Líbano Monteiro
Secretário-Geral da Associação Cristã de Empresários e Gestores

A Associação Cristã de Empresários e Gestores (ACEGE) encontra-se há três anos a trabalhar num código de ética. A ética é algo relacionado com a pessoa, seja ele empresário, gestor, funcionário, etc., e portanto é através da pessoa que ela vai ser implementada. A ética tem haver com o tipo de vida mais correcta. Este *workshop* acaba por ser um trabalho complementar ao que a ACEGE tem desenvolvido até agora sobre esta temática.

**Intervenção do Dr. Hélder Oliveira
Director-Geral da Empresa**

O Dr. Hélder Oliveira interveio em representação do Prof. Castro Guerra, Secretário de Estado Adjunto da Indústria e da Inovação.

As questões da Ética e Responsabilidade Social estão relacionadas com um cenário de médio longo prazo e inclusivamente devem estar enquadradas na Estratégia de Lisboa. A Responsabilidade Social tem de estar ligada a uma perspectiva de Conhecimento, Tecnologia e Inovação onde possamos criar riqueza no médio e no longo prazo. Para isso torna-se essencial consolidar estratégias de forma a atingir estes objectivos de Desenvolvimento, nomeadamente no envolvimento dos *stakeholders*.

O Dr. Hélder Oliveira congratulou-se com a realização da Semana da Responsabilidade Social e com a reunião da ISO que decorre pela primeira vez em Portugal. As sinergias entre os eventos desta semana gerarão dinâmicas importantes para a nossa sociedade, bem como uma maior colaboração entre as entidades presentes.

A preocupação da competitividade das empresas não pode ser esquecida, mas é importante adicionar o que de dinâmico e de oportunidades podem trazer estas temáticas, de modo a que as empresas sejam reconhecidas pelos seus destinatários e consumidores. A responsabilidade social melhora a dinâmica e a competitividade das empresas de uma forma duradoura, sendo essencial a preocupação voluntária com considerações sociais. Não esqueçamos que a empresa é reconhecida pela sua actuação social, através dos serviços que presta, dos produtos que vende, etc.

A responsabilidade social é a integração de critérios ambientais e sociais na gestão empresarial, onde se promovem comportamentos que vão para além do cumprimento das obrigações legais, o que faz com que as empresas sejam reconhecidas na sociedade pelos seus actos, num contexto de cidadania empresarial em que as empresas não estão separadas da sociedade.

A responsabilidade social nas empresas deve ser articulada com as políticas públicas de competitividade empresarial, como factores de oportunidade na promoção de novos padrões de produção e consumos sustentáveis.

Foi na indústria onde primeiro se sentiu a necessidade de compatibilizar a sua actividade com os impactes na sociedade. Existem no momento factores a explorar e oportunidades de cooperação entre as grandes empresas e as PME, de modo a criar sinergias empresariais.

A DGE tem promovido a discussão sobre estas matérias nos fóruns onde actua. Tornar a Europa uma referência a nível mundial é um objectivo presente, e para tal assenta na Responsabilidade Social das Empresas como um modo a criar mais e melhor emprego, estimulando a cooperação empresarial e acções nas empresas que integrem a responsabilidade social na sua estratégia,

1º Painel – Ética e Responsabilidade Social das Empresas

A Ética das Pessoas versus a Ética das Empresas

Prof. Doutor João Luís César das Neves

Universidade Católica Portuguesa

(texto integral)

1. A pergunta ética

A pergunta ética é muito simples: «qual é a coisa certa que eu devo fazer aqui e agora?» Esta é a única pergunta ética, respondida na primeira pessoa, envolvida na minha história e perante um problema real.

Normalmente nós preferimos fazer debates éticos em questões alheias ou questões abstractas. Esses são aspectos interessantes para a ética, mas passam ao lado da questão ética fundamental. É fácil discutir os problemas dos outros, a quem acusamos com muito mais facilidades que a nós; é fácil discutir questões jurídicas ou económicas que são teóricas e científicas e não nos envolvem tanto; é fácil discutir problemas genéricos e globais.

Essas questões são éticas, mas em sentido secundário. Trata-se de exercícios de observação e juízo sobre outros casos, que nos ajudam a decidir; trata-se de instrumentos de orientação, como a lei e o conhecimento da realidade; trata-se reflexão teórica sobre valores e critérios. Estes são elementos relevantes para a ética. Mas a verdadeira ética é na primeira pessoa, na responsabilidade pessoal, no quadro de uma história particular, única e irrepitível.

Se é assim haverá uma ética de empresa? Nessa linha Lord Thurlow, um famoso advogado inglês do século XVIII, dizia: «Como é que se pode esperar que uma empresa tenha consciência, se ela não tem alma para condenar ou corpo para pontapear» (citado em *The Economist* 15/Jun/2002, p.86). De facto, quem tem consciência são as pessoas. Assim, quando falamos da ética das empresas estamos a falar da ética dos seus trabalhadores, dos seus administradores, dos seus patrões, dos seus accionistas.

2. Individualismo ou comunitarismo

Quer isto dizer que só há ética individual? Claro que não. Cada pessoa vive a sua vida com os outros. As pessoas estão envolvidas em grupos, a família, a equipe, o emprego, o trânsito, e é aí que realizam a sua história ética.

É importante notar que hoje vivemos um excesso de individualismo. Antigamente, cada um definia-se pela pertença a uma comunidade, a uma família e sociedade, onde tinha um lugar e um papel social bem conhecidos. Cada pessoa era filha de alguém, era carpinteiro da aldeia, soldado do rei. Hoje a comunidade define-se pela soma dos indivíduos e até as relações mais fundamentais, como a família, são vistas como contratos. Temos de recuperar a visão orgânica da sociedade e da vida

Sabemos que uma empresa é mais do que simplesmente as pessoas que a compõem. Só lá estão essas pessoas, mas o todo ultrapassa a soma das partes. Isso vê-se no poder que têm. Uma empresa afecta a vida de muita gente, muito mais do que cada uma das pessoas que a compõem pode aspirar, por si mesma a afectar. Vê-se também pelo nível de problemas, que são muito diferentes dos individuais. Um gestor pode ver-se responsabilizado por coisas que ele nunca fez

Mas também podemos cair no extremo oposto. Hoje há excessos de comunitarismos, onde se assacam a pessoas inocentes responsabilidades que elas não têm. Por exemplo, há empresas alemãs, suíças, e outras que estão a ser obrigadas pelos tribunais a indemnizar as vítimas da acção dessas empresas durante o período nazi, décadas depois dos acontecimentos, quando morreram há muito os criminosos e as vítimas. Outro caso, quando as populações africanas ou de indígenas americanos tratam mal europeus, porque os consideram responsáveis pelos males que sofreram durante séculos antigos de colonização.

Trata-se de condenar pessoas que não fizeram nada de mal, para indemnizar pessoas que não sofreram nada de mal, por coisas que se passaram há 50 ou mais anos, em nome de uma continuidade empresarial que só juridicamente é real. Onde pára a responsabilização comum? Até que ponto é razoável penalizar pessoas individuais por erros que o conjunto em que ele se integra cometeu?

3. Pessoa e empresa

É bom ter consciência da opinião ética que a sociedade tem da empresa. Devemos começar por notar a enorme disparidade que existe nessa visão. Dentro das empresas, costuma achar-se que a empresa, em si, não é boa nem má. O que tem é de produzir e vender, e isso é bom. Mas fora, toda a gente acha que a empresa, os negócios, a economia em geral são vistos como coisa má. O lucro é, por definição, exploração e pecado.

As empresas, especialmente as multinacionais e líderes de mercado, são as «más da fita» na sociedade actual. Nos filmes de aventuras, o vilão é sempre das empresas e quer dominar o mundo. Recentemente, os escândalos sucedem-se (Enron, Worldcom, Tyco, Ahold, Parmalat, etc), trazem a Ética para o dia-a-dia das discussões económicas e para os cursos de Gestão.

Vivemos numa cultura que despreza aquele elemento que é mais nuclear na sua estrutura. As culturas antigas admiravam aqueles que detinham o seu núcleo (guerreiros, descobridores, sacerdotes, reis). Mas nós hoje repudiamos os empresários.

Este desprezo pela economia não é de hoje. Na Antiguidade a actividade económica era dos escravos, enquanto os cidadãos tratavam da política, das armas, da filosofia, da arte. O dinheiro sempre foi visto como coisa suja, terrestre, corruptora.

Mas mesmo nas empresas, as pessoas têm tendência a acreditar nisto, mas com uma relativização. Dizemos: «de facto as empresas são horríveis. Tirando a minha, são todas horríveis». O sistema é péssimo, do mercado intolerável, os concorrentes uns bandidos. «Eu sou o único tipo sério aqui à volta».

Se perguntarmos a razão porque se pensa que a ética é incompatível com os negócios, e perguntarmos a alguém que fez um grande disparate porque razão o fez, a resposta é normalmente a seguinte: «é que lá fora, aquilo é uma selva. Eu até sou boa pessoa, mas haviam de ver como é aquilo lá fora!».

Mas constatar que lá fora é uma selva não é, ainda, uma pergunta moral. A pergunta moral é, *dado que lá fora é uma selva, o que é que vou fazer acerca disso?* Afirmar que é uma selva é simplesmente observar o ambiente. Decidir a actuação no ambiente é que se torna ético.

A ética vem, exactamente da forma como alguém se comporta na selva. Na selva pode comportar-se como um predador, ou como uma pessoa civilizada: abre uma clareira,

acende uma fogueira, constrói uma cubata. Ao fim de algum tempo, podem mesmo transformar a selva num espaço civilizado.

4. Conclusão

O ponto essencial da ética das empresas é saber se a empresa é um local onde as pessoas se realizam. Não é a finalidade, mas um instrumento que permita a todos os que a ela estão ligados (dos clientes aos trabalhadores, passando por accionistas e fornecedores), uma vida plena e feliz.

Este interesse recente pela ética é excelente, mas preocupa-me. Porque se pretende ser ético por razões não éticas. As razões que indicam para ter responsabilidade social, ser honesto, etc., são as mesmas razões de sempre: dá lucro, é eficiente, é produtivo, diferencia e insere a empresa no mercado.

Isso é bom. Quando ser bom dá resultado, até os maus são bons. O problema é quando já não dá resultado. Aí é que se vê quem é mesmo bom. Porque a questão ética é sempre respondida na primeira pessoa: «qual é a coisa certa que eu devo fazer aqui e agora?». E antes disso, há que responder a uma pergunta que não é ética, mas fundamental: «qual o sentido da minha vida? De onde vim, para onde vou? que estou aqui a fazer?»

Empresas familiarmente responsáveis – EQUAL, Projecto Acção na Conciliação, Trabalho e Família

Dr. Isidro de Brito

Associação Nacional de Jovens para a Acção Familiar (ANJAF)

O projecto EQUAL apresentado pretende promover uma efectiva conciliação entre a vida familiar e a actividade profissional, com o decisivo apoio dos agentes económicos envolvidos – as empresas.

Tem como parceiros as seguintes entidades: Associação Nacional de Jovens para a Acção Familiar (ANJAF); Associação de Estudos Superiores de Empresa - Escola de Direcção e Negócios (AESE); Associação das Mulheres em Acção; Deloitte & Touche Quality Firm (Deloitte); HUF Portuguesa, Fábrica de Componentes para o Automóvel, Lda. (HUF); Instituto Técnico de Alimentação Humana, S.A. (ITAU); Sociedade Geral de Abastecimentos à Navegação e Industria Hoteleira, S.A. (Sogenave); Instituto Português da Qualidade (IPQ).

Este projecto visa tratar das questões da responsabilidade social do ponto de vista interno da empresa. Estando orientado para a Acção na conciliação família/trabalho ou seja conciliação da vida profissional e pessoal/carreira, sendo um aspecto que abrange homens e mulheres. Porque quando alguém que trabalha tem uma pessoa a seu cargo tem um problema acrescido.

O projecto pretende ser um contributo para as empresas identificarem em que estágio se encontram e para onde querem ir.

Pontos fortes:

- Os colaboradores sentem que estas questões são fundamentais para a sua realização pessoal;
- Os empresários têm aumentado a sua consciência de responsabilidade social interna nas questões de conciliação, o que também se traduz numa melhor

relação entre o trabalhador e a empresa, com vantagens competitivas e de produtividade para as empresas.

Foram definidos três objectivos:

- Estabelecer um Modelo de Maturidade de Empresa Familiarmente Responsável (EFR);
- Desenvolver medidas de promoção de reconhecimento público das EFR;
- Criar uma Rede de entidades empregadoras e peritos para a conciliação.

As vantagens do modelo de maturidade da empresa familiarmente responsável são:

- Permitir à empresa fazer uma auto-avaliação relativa à sua situação ao nível da conciliação entre a vida familiar e a actividade profissional;
- Ser um modelo evolutivo e ajustável que permite a cada empresa traçar o seu próprio caminho e objectivos, adaptados às suas necessidades e dos seus colaboradores.

O desenvolvimento de estratégias de reconhecimento público das EFR tem como objectivo distinguir as Empresas Familiarmente Responsáveis através da atribuição de um prémio e do desenvolvimento de uma norma e modelo de certificação.

As organizações começam a compreender que a conciliação entre a vida familiar e profissional é também um problema da organização.

O objectivo da certificação “EFR” é reconhecer as empresas portuguesas que têm implementado as melhores práticas no que concerne a políticas familiares. Com o objectivo de promover as empresas, está a ser equacionada a criação de uma marca certificada e uma bandeira. Está também prevista a criação de uma rede de entidades empregadoras e peritos para a Conciliação que no fundo é constituída através da criação de uma rede de entidades empregadoras, associações empresariais e sindicais, associações de família e de peritos “amigos da conciliação”, que no decorrer do projecto acompanharão e serão envolvidos no processo de criação do Modelo de Maturidade EFR, colaborando e validando as actividades desenvolvidas, sendo que no término do projecto farão parte do grupo de validação do produto. Esta rede irá constituir um mecanismo de sustentabilidade do processo de mudança iniciado com o projecto.

Boas Práticas

Dra. Isabel de Brito

Gestora de Comunicação da McDonald’s Portugal

“Temos a obrigação de retribuir à comunidade parte do que ela nos dá!”

Ray Kroc

Fundador da McDonald’s, 1955

A McDonald’s Portugal representa 51 empresários locais nacionais e 117 restaurantes, presentes há 15 anos em Portugal.

A Dra. Isabel Brito apresentou as campanhas desenvolvidas pelas empresas McDonald’s na área da responsabilidade social.

Participação em fóruns locais

- “Fazer parte da Comunidade através do apoio regular na estratégia e gestão de IPSS.” (Faro)
- “Condução de visitas ou formação complementar escolar.” (Coimbra)

Apoio na organização de eventos (patrocínio e actividades/eventos)

- Lojas como ponto de encontro ou recolha de fundos de apoio a várias causas, associações etc.
- “Já sabemos que podemos contar com os restaurantes McDonald’s.” (feedback obtido pela empresa junto dos seus *stakeholders*)

Interlocutores

- Equipas internas;
- Fornecedores;
- Serviços de Utilidade Pública;
- Grupos Desportivos e Culturais;
- Entidades Oficiais;
- Comunidade em geral de modo a dinamizar a promoção da Solidariedade, Ambiente, Segurança Rodoviária, Higiene e Qualidade Alimentar.

As vantagens competitivas residem no facto de terem 117 interlocutores, conhecedores da realidade local e um(a) Gestor(a) PME (equipa média: 50 empregados locais).

Factores Críticos de Sucesso

- Conceito genuíno, enraizado nos valores da Marca, que são assumidos pela Equipa de Direcção;
- Valores preconizados diariamente; Realizado nos mais pequenos actos;
- Fixado Código Ética mundial;
- Reporting anual.

Realiza-se em Setembro o Dia do Trabalho Voluntário, dia em que o salário dos colaboradores reverte para instituições de solidariedade social.

Ronald McDonald House Charities

A McDonalds faz parte da lista “As 100 instituições no Mundo com maior probabilidade de salvar o mundo!” (Revista Worth, Financial Intelligence)

Foi apresentado o projecto Casa Ronald Mcdonald “Uma casa longe de casa”. Existem 247 casas, a que correspondem 5000 quartos em todo o mundo. No ano transacto foram recolhidos nas lojas da cadeia McDonalds mais de 400 milhões de euros. A Casa Ronald McDonald em Lisboa situa-se no Hospital Dona Estefânia.

Uma Casa Ronald McDonald é um espaço destinado a tornar-se "uma casa longe de casa", oferecendo apoio aos familiares das crianças que se deslocam da sua residência habitual para receber tratamento hospitalar prolongado ou ambulatorio. As Casas Ronald McDonald constituem um refúgio do hospital, 24 horas por dia, 365 dias por ano, com um ambiente agradável, quartos individuais, cozinha, serviço de lavandaria e brinquedos para as crianças, respondendo à afirmação unânime da classe médica, que o melhor para a rápida recuperação de crianças com doenças graves e prolongadas é o acompanhamento dos pais ou familiares próximos durante os internamentos hospitalares.

Responsabilidades Pessoais versus Responsabilidades Sociais das Empresas

Dra. Elza Pais

Presidente da Comissão para a Igualdade e Direitos da Mulher (CIDM)

Não é fácil conciliar as situações de responsabilidade pessoal e profissional, no entanto este é o desafio que actualmente se coloca.

A União Europeia lançou em 2001 O Livro Verde sobre Responsabilidade Social – aí convida todos os poderes públicos, empresas, *stakeholders* a exprimir as suas ideias de modo a identificar de que forma a responsabilidade das empresas pode contribuir para um projecto enunciado na Estratégia de Lisboa, construir um mundo coeso, baseado no conhecimento e bem-estar.

A Dra. Elza Pais apelou especialmente ao sentido de responsabilidade social no que toca a melhores praticas, aprendizagem ao longo da vida e processo de conciliação entre a vida pessoal e profissional de forma sustentável.

A responsabilidade social é uma condição essencial para garantia da competitividade de todas as empresas, grandes e pequenas, que contribui para uma sociedade mais justa e um ambiente de mais qualidade. Constitui um instrumento que promove o novo modelo social europeu, que aponta para uma Europa mais justa e mais feliz.

Os exemplos têm vindo geralmente das grandes empresas pela sua visibilidade, mas existem também já aspectos salvaguardados ao nível das PME.

As empresas responsáveis têm de articular os factores externos e internos, fomentar a formação continua dos seus colaboradores e desenvolver lógicas de felicidade e bem-estar na empresa. Devem também promover a integração de pessoas desintegradas da população actual.

Foram referenciados algumas actividades neste âmbito, nomeadamente:

- Plano Nacional para a igualdade (PNI)
- Políticas de combate à discriminação
- Políticas que promovam a Igualdade nos vários campos
- Publicação “Bem me quer” (CIDM)
- “Conciliar é preciso” – Projecto EQUAL

É necessário desenvolver novas formas de organização do trabalho, de forma a encontrar um equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, sendo este um factor fundamental para o desenvolvimento saudável das empresas.

O crescimento demográfico em Portugal apresenta valores preocupantes, muito baixos em relação à média europeia, pois não existem incentivos para combater esta questão quer a nível do estado quer a nível das empresas privadas. É necessário encontrar novas formas de flexibilidade no trabalho de modo a facilitar as actividades pessoais das mulheres.

O papel dos parceiros sociais e da legislação é fundamental para garantir estas necessidades. Não é fácil mudar de paradigma, mas tem que se acreditar que se vai concretizar.

2º Painel – Responsabilidade Social como Estratégia de Diferenciação

Diferenciação pela Responsabilidade Social

Dra. Rita Almeida Dias

Triple Value | Sustentare

A Triple Value | Sustentare tem desenvolvido trabalho com empresas que fazem parte do DJSI – Down Jones Sustainable Index. Existem em Portugal já bons exemplos de práticas de Gestão Sustentável, nomeadamente:

- Millennium BCP: Relatório de Responsabilidade Social; GRI; Microcrédito; Global Compact.
- Brisa: Relatório de Ambiente e Sustentabilidade; FTSE4GOOD; Gestão de Risco e Impacte Ambiental; GRI.
- PT: Relatório de Sustentabilidade; Global Compact.
- EDP: Relatório de Sustentabilidade; Relatório sumário de Gestão; GRI; Global Compact; Princípios de Sustentabilidade;
- BES: Relatório de Governança e Responsabilidade Social; Princípios de Equador; Global Compact.

Dando o exemplo da EDP, a adopção do Desenvolvimento Sustentável tem permitido aumentos de eficiência e reduções de consumos a diversos níveis, de que se destacam os seguintes:

- Eficiência na utilização de recursos:
 - 37% da produção de electricidade da EDP provém de fontes de energia renováveis;
 - Diminuição de consumos internos;
 - Menos 20% de consumo de água;
 - Menos 16% de consumo de energia eléctrica;
 - Aumento de 180% de deslocações de colaboradores através da rede ferroviária;
 - Redução de 10% de viaturas na frota automóvel.
- Gestão de Recursos Naturais para a Produção de Electricidade
 - Fontes renováveis: Hídricas, eólicas, biomassa e energia solar;
 - Combustíveis: carvão, fuelóleo, gásóleo e gás natural.
- O sector eléctrico produz 21 482 202 toneladas de CO₂ por ano. Em Portugal a EDP diminuiu:
 - 74kg de CO₂/MWh produzido em centrais termoeléctricas;
 - As suas emissões atmosféricas de SO₂, NO_x e partículas por cada KWh produzido em Portugal, fruto de investimentos ambientais e de um aumento da eficiência da tecnologia existente.

Ainda relativamente ao caso da EDP, foi referido:

- Fundação EDP – cultura, desenvolvimento social e educação;
- Projecto EDP Solidária – apoio a instituições que trabalham para melhorar o bem-estar de cidadãos desprotegidos;
- Apoio aos PALOP – contributo em projectos de transferência de tecnologia e *know-how*;

- EDP Mecenaz da Casa de Serralves – assinou protocolo com a fundação para ser mecenaz exclusivo da grande exposição anual de Serralves.

O outro exemplo apresentado foi o do Millenium BCP, tendo sido focadas as seguintes actividades:

- Microcrédito – inclusão financeira;
- Projectos para minorias;
- Project Finance – inclusão de indicadores ambientais na decisão do investimento;
- Apoio à Comunidade;
- Relação com os *stakeholders*.

A gestão sustentável implica, simultaneamente, a procura de qualidade ambiental, progresso social e crescimento económico e lucrativo, de modo a criar valor para accionistas, clientes, colaboradores e outros *stakeholders* com interesse legítimo na empresa.

As empresas estão sujeitas a riscos comportamentais, que se reflectem em riscos para a empresa (exemplos da Nike, envolvida no escândalo de trabalho infantil e das acções movidas pela Greenpeace contra as grandes petrolíferas).

Foram propostos dez passos para uma abordagem sistemática da Sustentabilidade:

1. Conhecimento profundo sobre a agenda da sustentabilidade;
2. Criar uma visão partilhada ao nível da Direcção;
3. Realizar um *state of the art* em sustentabilidade/CSR;
4. Identificar variáveis que poderão ser *drivers* de sustentabilidade;
5. Determinar o nível de ambição a longo prazo;
6. Identificação de potenciais acções a serem desenvolvidas;
7. Enfoque nas opções geradoras de maior valor;
8. Incorporar sustentabilidade na organização;
9. Iniciar o diálogo como os *stakeholders* e envolver redes empresariais;
10. Publicação de um relatório de sustentabilidade.

Responsabilidade Social e PME

A Dra. Rita Almeida Dias referiu as iniciativas da União Europeia nesta área e a própria definição de Responsabilidade Social das Empresas (RSE) adoptada:

“A RSE é um conceito segundo o qual as empresas integram voluntariamente preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas.”

O *website* da UE disponibiliza os *links* para as diversas instituições dos vários estados membros que trabalham em prol da CSR, nomeadamente para as PME. Foi criado um Fórum Multistakeholder para a RSE, cujas principais actividades até à data foram promover a inovação, identificar soluções para implementação da RSE e a elaboração de um relatório (Junho 2004) contendo um conjunto de pistas sobre estas temáticas.

Foi referenciada ainda a *SME Key*, que reúne informação sobre como as PME podem tornar-se um caso de estudo em RSE. Contém ainda um guia que acompanha a RSE passo a passo nas diversas áreas da empresa.

A Global Report Initiative GRI: G3

A Triple Value|Sustentare tem aconselhado empresas de diferentes sectores na elaboração dos seus Relatórios de Sustentabilidade.

As directrizes da *Global Reporting Initiative* estão actualmente a ser revistas e melhoradas, preparando-se assim a publicação das directrizes G3. Vão fornecer mais detalhe sobre a forma específica de como as empresas podem usar os seus indicadores de performance social e ambiental nos seus relatórios. Algumas áreas que podiam gerar mais incerteza estão a ser clarificadas. Actualmente, cada indicador das *guidelines* é explicado, bem como a forma como as empresas o podem concretizar; na nova versão G3, cada indicador irá conter pelo menos 2 a 3 páginas a explicar os seus objectivos, âmbito, compilação, metodologia, referências úteis e indicadores relevantes dos *standards* internacionais. As G3 acrescentam ainda a exigência não só de as empresas reportarem as suas políticas em certas áreas, como também os sistemas de gestão para as implementarem. De facto, a nova edição ajuda as empresas a melhor interpretarem as *guidelines*.

Portugal está em segundo lugar a nível europeu dos países que têm seguido ou aplicado o GRI, tendo sido apresentados alguns gráficos sobre os dados do GRI.

Finalmente, e tendo ainda em atenção a perspectiva das PME em matéria de responsabilidade social, é de referir que a Dra. Rita Almeida Dias salientou que parte dos objectivos de uma grande empresa são transpostos para a respectiva cadeia de valor, onde se inserem as PME.

Responsabilidade Social e Competitividade nas PME's

Dr. João Mário Lourenço Filho

Director da Suzano Papel e Celulose SA, Brasil

Na indústria da celulose os aspectos ambientais são referidos desde Shakespeare:

Contrary to the king, his crown and dignity, thou hast built a paper mill
William Shakespeare (1564-1616)
Henry VI, parte 2, 4.7

O lucro é o aspecto sempre fundamental de uma actividade, mas os aspectos sociais e ambientais vão dar-lhe a perenidade.

O Dr. João Mário Lourenço Filho referiu alguns resultados relevantes da Suzano:

- Certificação **ISO 14001** (Set/1996);
- Prémio Excelência Ambiental - ***Millennium Business Award for Environmental Achievement*** (Mai/2000);
- Prémio Nacional da Qualidade (Out/2001);
- Certificação do **OHSAS 18001** (Dez/2001);
- Destaque Regional Nordeste no **Guia Exame Cidadania Corporativa** (Dez/2003);
- Classificação no **Guia Exame de Empreendedorismo** - 6º lugar (Jun/2003);
- Classificação entre as **150 Melhores Empresas Para Você Trabalhar** no Guia Exame Você S.A. (Set/2004);
- Classificação nas **10 Melhores Empresas Modelo de Responsabilidade Social** no Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa (Dez/2004 e 2005);
- **Certificação FSC** (Nov/2004).

Foram também apresentados os principais resultados da empresa a nível financeiro, social e ambiental, referindo-se que a Suzano tem um Comité Sócio-Ambiental que gere a parte ambiental e a social.

O Dr. João Mário Lourenço Filho referiu o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) que assenta em três elementos: Rendimento, Longevidade e Educação. Quanto maior o IDH, melhor está a região. O índice IDH das localizações das fábricas da Suzano está acima da média.

Finalmente, foi apresentado um estudo de caso: o papel Reciclato. A produção do papel Reciclato viabilizou a criação de cooperativas organizadas entre os catadores de papel e os produtores, eliminando os intermediários. Este projecto resultou em benefícios ambientais (redução dos resíduos urbanos em S. Paulo) e sociais (aumento dos rendimentos dos apanhadores de lixo).

Social Responsibility: An opportunity

Dr. Clifford Henry

Organização Mundial de Empregadores

Um tema importante a discutir é a responsabilidade social e a competitividade das pequenas e médias empresas. Ao abordarmos esta situação, uma das questões que se torna evidente é se as empresas podem ser socialmente responsáveis e competitivas? A resposta é sim, desde que seja criado valor para os seus clientes e colaboradores.

Na implementação de uma estratégia de responsabilidade social existem dois tipos de medidas a implementar, as “duras”, das quais se destacam a eco-eficiência, a saúde e segurança, a redução de custos e a redução de risco. Entre as medidas “suaves” de implementação, temos: a atracção e manutenção de bons colaboradores, o direito de laboração e a reputação empresarial.

Actualmente na procura de trabalho os candidatos já começam a procurar empresas que integrem a responsabilidade social na sua estratégia empresarial. O Dr. Clifford Henry apresentou alguns indicadores que mostram essa preocupação: por exemplo, na Grã-Bretanha, 35% das pessoas com formação superior não tem interesse em trabalhar numa empresa que não tenha preocupações ambientais.

Outras questões prendem-se com a igualdade de género e orientação sexual, progressão na carreira, compatibilização família/trabalho, ambiente inovador e uma cultura de trabalho inclusiva.

Historicamente tem-se assistido a uma situação em que o foco da responsabilidade social tem sido minimizar os impactes negativos da laboração. Destes salientam-se:

- Práticas de trabalho (trabalho infantil, salários, etc.);
- Poluição e consumo de recursos;
- Expectativas da cadeia de fornecedores;
- Interface com os *stakeholders*;
- Transparência e reporting;
- Direitos humanos e subornos.

As empresas têm usado nas suas estratégias de marketing argumentos de vendas com os quais têm a intenção de se mostrar socialmente responsáveis, como podemos ver nos exemplos seguintes:

- *A minha empresa não polui tanto como os meus concorrentes;*
- *A minha empresa já não usa trabalho infantil;*
- *Começámos a inspeccionar todas as nossas fábricas;*
- *As nossas instalações agora estão de acordo com a legislação em vigor;*
- *Editámos o nosso primeiro relatório de Responsabilidade Social;*
- *A nossa empresa foi galardoada pela nossa associação empresarial como tendo o melhor desempenho de responsabilidade social no sector.*

Foram apresentados diversos casos de estudo com base na teoria da Base da Pirâmide, ou seja, orientados para desenvolver produtos para comunidades carenciadas:

- “P&G’s In-Home Water Purification” – Produto purificador de água, distribuído em saquetas, com um custo muito baixo. Este produto foi apresentado e testado pelo orador ao longo da sua comunicação
- “Reducing Water Use with Tide 1 Banlaw” com o objectivo de poupar água e o tempo de lavagem manual de roupa;
- “Masisa” – Mobiliário modular de baixo custo;
- “Amanco” – Sistema de rega gota-a-gota para produtores com áreas inferiores a 5 hectares;
- Micro Crédito.

3.4 Considerações finais

A Dra. Ana Bela Pereira da Silva salientou que não há responsabilidade social sem que a empresa primeiro faça o que tem de fazer internamente, no mínimo o cumprimento da legislação referente aos colaboradores. A responsabilidade social começa no seio da própria empresa.

O Eng. Mário Parra da Silva referiu que programa apresentado neste *workshop* teve como objectivo abordar variados pontos de vista, tanto a nível nacional como internacional. Portugal encontra-se actualmente muito atrasado nas questões de responsabilidade social. Inicialmente, e por falta de compreensão, a RS ficou adstrita à área da comunicação das empresas, o que se provou estar errado, tendo atrasado significativamente o seu avanço e desenvolvimento.

Responsabilidade social é fazer com que o negócio da empresa tenha considerações sociais e ambientais. Quem deverá falar de responsabilidade social de uma empresa são os seus *stakeholders*, (colaboradores, fornecedores, o Estado etc.), e não a gerência da empresa, o que se tem visto acontecer frequentemente. Há que ter em consideração que os cenários podem ser pagos, ou seja, os relatórios de responsabilidade social podem ser meros aspectos cosméticos.

3.5 Encerramento

Dr. Jorge Lacão

Secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros

O Dr. Jorge Lacão congratulou a iniciativa e a importância da ética social, e incentivou a sua melhoria de forma a contribuir para que as empresas consigam exercer a todos os níveis. Este evento foi um grande contributo para vários aspectos de reflexão.

Ambiente social – importância de cada um cumprir as suas obrigações - empresas em particular a nível interno e externo, na transparência das relações económicas, na relação como os *stakeholders*, e no domínio intra-social das pessoas.

Nenhuma das nossas apostas e iniciativas terá sucesso se não se reconhecer a importância e valorizar as pessoas. Uma questão fulcral para competir no espaço europeu assenta na importância e valorização das pessoas.

Foram definidos pelo governo objectivos estratégicos de modo a aproveitar os incentivos comunitários, visando resolver:

- Problemas de crescimento económico;
- Problemas de desenvolvimento económico;
- Problemas de competitividade.

Que estratégias adoptar para tirar partido desses incentivos?

Inovação e competitividade: novas tecnologias de informação, novas metodologias e procedimentos para alcançar mais competitividade

Valorização dos recursos humanos e qualificação desses recursos:

- Dar qualidade ao nosso sistema de ensino
- Redefinição dos programas de ensino (processo de Bolonha), com maior facilidade de acesso ao mercado de trabalho
- Proporcionar novas competências às camadas da população com graus com mais necessidades (certificação de competências)
- Promover a igualdade de oportunidades
- Compatibilização do trabalho pessoal/social e profissional

Equidade e coesão no território nacional

Estas linhas enquadram-se na Estratégia de Lisboa e na Estratégia de Crescimento Económico.

A importância das mulheres no mercado de trabalho é, actualmente, mais significativa, com uma taxa de emprego na ordem dos 63%, no entanto com o objectivo de aumentar para 64 a 65% no final do ciclo de 4 anos. Promover a igualdade entre homens e mulheres, em direitos de participação a nível de remuneração (qualificando a mão de obra, em especial das mulheres) e evitar qualquer forma de discriminação, são da maior importância.

Outras dificuldades prendem-se com a dificuldade de compatibilização entre a vida familiar e profissional, tendo as mulheres de “arcar” com uma dupla forma de trabalho. A responsabilidade social é também um sentido de partilha e solidariedade na maneira como assumimos e desempenhamos as nossas actividades e responsabilidades.

São essenciais as parcerias entre entidades públicas e privadas para a definição de códigos de boas práticas e guias de responsabilidade social. Estas associações são o berço destas questões e dão origem a iniciativas com uma grande relevância.

O Governo está sensibilizado e alerta para actuar a este nível. Neste sentido é de referir a reforma da administração pública, onde se prevê uma comissão de cidadania e igualdade de género, onde a igualdade de género é encarada como um problema de cidadania e onde deverão ser aperfeiçoados os direitos e deveres de cada um.

Os processos de igualdade de género devem ser alargados, com a participação no Conselho Económico e Social; O Conselho Nacional de Formação Profissional também é uma actor importante, já que os programas de formação profissional carecem de uma lógica de responsabilidade social.

A nível da inclusão social (factores de inclusão e solidariedade), são de destacar as redes sociais, com a integração de um conselheiro com o objectivo de promover a igualdade de género.

Tudo isto é cidadania, mas para que seja real tem que ser vivida por todos, se queremos que a responsabilidade social esteja presente a todos os níveis. Terá de fazer parte da nossa atitude educativa.

O Dr. Jorge Lacão terminou referindo que o Ministério da Educação vai lançar um fórum nacional com a preocupação da cidadania a todos os níveis, na nossa sociedade.



Anexos



ANEXO 3 – Workshop do grupo de stakeholders “Indústria”

Responsabilidade Social na diferenciação empresarial

Programa

- 09:00 ABERTURA**
Dra. Ana Bela Pereira da Silva – Presidente da Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias (APME)
Eng. Mário Parra da Silva – Presidente da Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE)
Dr. Jorge Líbano Monteiro – Secretário-geral da Associação Cristã de Empresários e Gestores (ACEGE)
Dr. Hélder Oliveira – Director-Geral da Empresa (DGE), em representação do Prof. Castro Guerra – Secretário de Estado Adjunto da Indústria e da Inovação
- 09:30 ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS**
A Ética das Pessoas versus a Ética das empresas – Prof. Dr. João Luís César das Neves – Universidade Católica Portuguesa
Empresas familiarmente responsáveis – EQUAL, Projecto Acção na Conciliação, Trabalho e Família – Dr. Isidro de Brito – Associação Nacional de Jovens para a Acção Familiar (ANJAF)
Boas Práticas – Dra. Isabel de Brito – Gestora de Comunicação da McDonald’s Portugal
Responsabilidades Pessoais versus Responsabilidades Sociais das Empresas – Dra. Elza Pais – Presidente da Comissão para a Igualdade e Direitos da Mulher
Moderador: Dra. Maria Duarte Bello – Empresária – Direcção da APME
- 10:30 Coffee Break**
- 11:00 RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO**
Diferenciação pela Responsabilidade Social – Dra. Rita Almeida Dias – Triple Value | Sustentare
Responsabilidade Social e Competitividade nas PME’s – Dr. João Mário Lourenço Filho – Director da Suzano Papel e Celulose SA, Brasil
Social Responsibility: An opportunity – Dr. Clifford Henry – Representante da Organização Mundial de Empregadores (OME)
Moderador: Dra. Alexandra von Bohm-Amolly – Empresária – Direcção da APME
- 12:00 DEBATE**
Moderador: Dra. Gabriela Paiva – Empresária – Direcção da APME
- 12:45 ENCERRAMENTO**
Dr. Jorge Lacão – Secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros

Slides das comunicações





**"ACÇÃO NA CONCILIAÇÃO FAMÍLIA –
TRABALHO"**

Iniciativa Comunitária EQUAL

Lisboa, 17 Maio 2008

PARCERIA DE DESENVOLVIMENTO 

 Associação Nacional de Jovens para a Acção Familiar

 Associação de Estudos Superiores de Empresa -
Escola de Direcção e Negócios

 Associação Mulheres em Acção

 Deloitte & Touche Quality Firm

Lisboa, 17 Maio 2008

PARCERIA DE DESENVOLVIMENTO 


 Huf Portuguesa, Fábrica de componentes para o Automóvel, Lda.

 ITAU - Instituto Técnico de Alimentação Humana S.A

 SOGENAVE - Sociedade Geral de Abastecimentos à
Navegação e Indústria Hoteleira, S.A.


 Instituto Português da Qualidade IPQ

Lisboa, 17 Maio 2008

OBJECTIVO GERAL 


Este projecto pretende promover uma efectiva conciliação entre a vida familiar e a actividade profissional, com o decisivo apoio dos agentes económicos envolvidos - as empresas.

Lisboa, 17 Maio 2008

FORÇAS DO PROJECTO 

- ✓ A conciliação entre a vida familiar, profissional e pessoal é **reconhecida** pelos colaboradores como **fundamental** para a sua realização
- ✓ As organizações **valorizam favoravelmente** o estabelecimento de políticas e medidas que definam a empresa como familiarmente responsável
- ✓ As organizações começam a perceber que ser uma EFR é uma **vantagem competitiva**

Lisboa, 17 Maio 2008

OBJECTIVOS ESPECÍFICOS 

- Estabelecer um Modelo de Maturidade de Empresa Familiarmente Responsável (EFR)
- Desenvolver medidas de promoção de reconhecimento público das EFR
- Criação de uma Rede de entidades empregadoras e peritos para a Conciliação

Lisboa, 17 Maio 2008



Conceptualização e experimentação do Modelo de Maturidade de EFR

Descrição:

Criação de um modelo de avaliação e diagnóstico sistemático às práticas aplicadas e responsabilidade corporativa da organização em termos de conciliação. Tendo o diagnóstico como ponto de partida, propõe-se a identificação de um *road-map*, com um conjunto de medidas e iniciativas a adoptar pela organização, com o objectivo de possibilitar à organização amadurecer o conceito e tornar-se, ela própria, uma EFR.

Lisboa, 17 Maio 2008

Conceptualização e experimentação do Modelo de Maturidade de EFR

Vantagens:

- Permite à empresa fazer uma auto-avaliação relativa à sua situação ao nível da conciliação entre a vida familiar e a actividade profissional.
- É um modelo evolutivo e ajustável que permite a cada empresa traçar o seu próprio caminho e objectivos, adaptados às suas necessidades e dos seus colaboradores.

Lisboa, 17 Maio 2008

Desenvolvimento de Estratégias de Reconhecimento Público das EFR

Com o objectivo de distinguir as Empresas Familiarmente Responsáveis

- Prémio
- Desenvolvimento de Norma / Modelo de Certificação

Lisboa, 17 Maio 2008

Desenvolvimento de Estratégias de Reconhecimento Público das EFR

As organizações começam a compreender que a conciliação entre a vida familiar e profissional é também um **problema da organização**.

O objectivo da **certificação "EFR"** é reconhecer as empresas portuguesas que tem implementadas as melhores práticas no que concerne a políticas familiares

Lisboa, 17 Maio 2008


Desenvolvimento de Estratégias de Reconhecimento Público das EFR

Com o objectivo de **promover** as Empresas Familiarmente Responsáveis Certificadas

MARCA Certificação


BANDEIRA

Lisboa, 17 Maio 2008

Criação de uma Rede de entidades empregadoras e peritos para a Conciliação 

Descrição:

Criação de uma rede de entidades empregadoras, associações empresariais e sindicais, associações de família e de peritos “amigos da conciliação”, que no decorrer do projecto acompanharão e serão envolvidos no processo de criação do Modelo de Maturidade EFR, colaborando e validando as actividades desenvolvidas, sendo que no término do projecto farão parte do grupo de validação do produto. Esta Rede irá constituir um mecanismo de sustentabilidade do processo de mudança iniciado com o projecto.

Lisboa, 17 Maio 2008 

Projecto

“ACÇÃO NA CONCILIAÇÃO FAMÍLIA – TRABALHO”



OBRIGADA

Lisboa, 17 Maio 2008



A Visão

“Temos a obrigação de retribuir à comunidade parte do que ela nos dá!”

Ray Kroc
Fundador McDonald's, 1955

15 Anos em Portugal

Das ideias simples às mais complexas

- Participação Fóruns Locais
 - “Fazer parte da Comunidade através do apoio regular na estratégia e gestão de IPSS.” (Faro)
 - “Condução de visitas ou formação complementar escolar.” (Coimbra)
- Apoio Organização de eventos
 - “Já sabemos que podemos contar com os restaurantes McDonald's.” (Seixal)
- Ponto de Encontro ou Recolha Fundos
 - “Já sabemos que podemos contar com os restaurantes McDonald's.” (Santarém)

Interlocutores

- Equipas internas
- Fornecedores
- Serviços de Utilidade Pública
- Grupos Desportivos e Culturais
- Entidades Oficiais
- Comunidade em Geral

- Promoção Solidariedade, Ambiente, Segurança Rodoviária, Higiene e Qualidade Alimentar

Vantagens competitivas

- 117 interlocutores
- Conhecedores realidade local
- Gestor(a) PME (equipa média: 50 empregados locais)

Factores Críticos de Sucesso

- Conceito genuíno
- Enraizado nos valores da Marca
- Assumidos pela Equipa de Direcção
- Preconizados diariamente
- Realizado nos mais pequenos actos
- Fixado Código Ética mundial
- Reportado anualmente



Casa Ronald McDonald™
 "Uma casa, longe de casa"

Fundação Infantil Ronald McDonald

A Fundação Infantil Ronald McDonald é uma Instituição Particular de Solidariedade Social, sem fins lucrativos e com reconhecida Utilidade Pública

Ronald McDonald House Charities

O Valor da RMHC
 "As 100 instituições no Mundo com maior probabilidade de salvar o mundo!"



Casa Ronald McDonald

Ala de Apoio às Famílias

Unidade Móvel de Apoio à Criança

Casas Ronald McDonald

247 Casas

Barcelona, Espanha

Casas Ronald McDonald



5 000
Quartos em todo o
Mundo



Fundos Recolhidos



+ 400
Milhões Euros



Restaurantes McDonald's



Orgulho no que fazemos



Campanha McSorriso



Casa Ronald McDonald

Para apoiar as famílias
das crianças internadas no
**HOSPITAL DONA
ESTEFÂNIA**



Casa Ronald McDonald

Localização do terreno
com 326,8 m²
cedido pela CML



Largo Conde
Pombeiro, n.º12 –
LISBOA



Casa Ronald McDonald

10 Quartos que irão
permitir a privacidade
destas famílias a
acompanhar as crianças
no Hospital



Casa Ronald McDonald

Salas Comuns para
que possam partilhar as
suas experiências



Casa Ronald McDonald

E uma área especial de
brincadeiras,
destinada ao convívio de
crianças e adultos



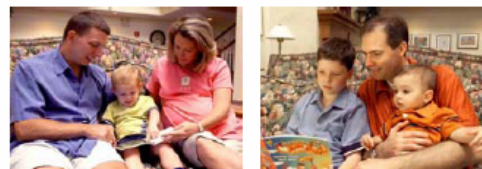
Casa Ronald McDonald

E a área técnica

- lavandaria
- arrecadação
- garagem



Casas Ronald McDonald



TRIPLE VALUE | SUSTENTARE

O Desafio da Sustentabilidade:
Competitividade e Novas tendências de mercado

Diferenciação pela Responsabilidade Social

17 Maio 2006, Lisboa

www.triple-value.com

A Triple Value | Sustentare tem desenvolvido trabalho com alguns dos líderes no DJSI

www.triple-value.com

Agenda

State of the Art

Mudanças na matriz competitividade

Como integrar sustentabilidade na estratégia de negócio

Novas tendências da sustentabilidade

A Sustentabilidade nas PME's

Relatórios de Sustentabilidade

www.triple-value.com

Existem já bons exemplos de práticas de gestão sustentável em Portugal

- Millennium bcp – Relatório de Responsabilidade Social; GRI; Microcrédito; Global Compact
- Brisa – Relatório de Ambiente e Sustentabilidade; FTSE4GOOD; Gestão de Risco e Impacte Ambiental; GRI
- PT – Relatório de Sustentabilidade; Global Compact
- EDP – Relatório de Sustentabilidade; Relatório sumário de Gestão; GRI; Global Compact; Princípios de Sustentabilidade;
- BES – Relatório de Governação e Responsabilidade Social; Princípios de Equador; Global Compact

Entre outros ...

www.triple-value.com

edp

desenvolvimento sustentável

Princípios de Desenvolvimento Sustentável

www.triple-value.com

edp Exemplos de ações da EDP Ambiental

Eficiência na utilização de recursos:

- 37% da produção de electricidade da EDP provém de fontes de energia renováveis
- Diminuição de consumos internos
- Menos 20% de consumo de água
- Menos 16% de energia eléctrica
- Aumento de 180% de deslocações de colaboradores através da rede ferroviária
- Redução de 10% de viaturas na frota automóvel

Gestão de Recursos Naturais para a Produção de Electricidade

- Renováveis – Hídricas, eólicas, biomassa e energia solar
- Combustíveis – carvão, fuelóleo, gasóleo e gás natural

www.triple-value.com

edp Exemplos de acções da EDP Ambiental

Sector eléctrico: 21 482 202 toneladas de CO2 por ano
Em Portugal a EDP diminuiu:

- 74kg de CO2 MWh produzido em centrais termo electricas
- as suas emissões atmosféricas de SO2, NOx e partículas por cada kWh produzido em Portugal, fruto de investimentos de ambientais e a um aumento da eficiência da tecnologia existente.

Combate às alterações climáticas

Bolsas – para transacções em bolsa referentes a toneladas de CO2

Contabilização – a compra de combustíveis passou a integrar o custo de licenças de CO2

Análise de risco – o modelo de análise passou a integrar o risco associado à variação do preço de mercado das licenças de CO2

© 2005 Topo Verde | Sustentável Lda. Todos os direitos reservados

edp Exemplos de acções da EDP Social

Fundação EDP – cultura, desenvolvimento social e educação

Projecto EDP Solidária – apoio a instituições que trabalham para melhorar o bem-estar junto de cidadãos desprotegidos.

Apio aos PALOPs – contribuiu em projectos de transferência de tecnologia e know-how

EDP Mecenaz da Casa de Serralves – assinou protocolo com a fundação para ser a mecenaz exclusivo da grande exposição anual de Serralves.

© 2005 Topo Verde | Sustentável Lda. Todos os direitos reservados

Millennium DGI

Relatório de Responsabilidade Social - Ano 2004

Verdade Integral
Relatório de Responsabilidade Social 2004

Verdade para Partilha
Como se realizou

Índice
Mensagem do Presidente
A empresa e a sua responsabilidade
O meio envolvente
A empresa, sociedade
Três casos acerca de resultados
Ajuda e apoio à Comunidade
Sustentabilidade e Contacto

Prefácio
A EDP, uma empresa comprometida
A sustentabilidade de longo prazo
A sustentabilidade ambiental
A sustentabilidade social
A sustentabilidade económica
A sustentabilidade financeira
A sustentabilidade dos stakeholders

© 2005 Topo Verde | Sustentável Lda. Todos os direitos reservados

BETTER AND BETTER
LIFE INSPIRES VS

Microcrédito / inclusão financeira

Projectos para minorias

Project Finance – inclusão de indicadores ambientais na decisão do investimento

Apoio Comunidade

Relação com os stakeholders

© 2005 Topo Verde | Sustentável Lda. Todos os direitos reservados

No entanto esse esforço ainda não é reconhecido pelos mercados financeiros internacionais – O mercado de Valores Portugues vs. Holandes

Portugal
DJSI – nenhuma empresa
FTSE4GOOD – PT (17% do PSI 20) e
Brisa (8% do PSI 20)

Holanda
87% do Mercado Financeiro Holandes está
inserido no DJSI

Portugal
0% DJSI
8% FTSE4GOOD

Holanda
87% DJSI
17% FTSE4GOOD

Sustentabilidade pode ser vista como um conjunto de informação não financeira, i.e., intangível

© 2005 Topo Verde | Sustentável Lda. Todos os direitos reservados

Agenda

State of the Art

Mudanças na matriz competitividade

Como integrar sustentabilidade na estratégia de negócio

Novas tendências da sustentabilidade

A Sustentabilidade nas PME's

Relatórios de Sustentabilidade

© 2005 Topo Verde | Sustentável Lda. Todos os direitos reservados

A perspectiva empresarial da sustentabilidade: *the triple bottom line*

A gestão sustentável implica, simultaneamente, a procura de:

De modo a criar valor para accionistas, clientes, colaboradores

E outros *stakeholders* com interesse legítimo na empresa

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

As pressões sociais e ambientais por parte dos *stakeholders* estão a crescer

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Nike have been using a factory in Cambodia which breaks their own strict codes of conduct and anti-sweatshop rules.

Paul Kenyon spoke to two girls who work in the factory used by both Gap and Nike. They are both under fifteen, the legal working age in Cambodia.

Twelve year-old Sun Thyda lied about her age to get the job. She says "I didn't want to come here. But we're very poor so I had to come."

Gap and Nike: No Sweat?
Sunday October 15 2000
BBC Reporter Paul Kenyon

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Activist hangs from a bridge spanning oil pipes from the Safford oil facility operated by Shell and BP. The activists deployed small banners demanding clean energy on the last day of the Earth Summit meeting in Johannesburg.

Greenpeace take action against the climate-changing policies of the international oil companies.

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Agenda

State of the Art

- Mudanças na matriz competitividade
- Como integrar sustentabilidade na estratégia de negócio
- Novas tendências da sustentabilidade
- A Sustentabilidade nas PME's
- Relatórios de Sustentabilidade

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

O benchmark capacita as empresas na definição da sua ambição a longo prazo

Posição da Empresa face aos seus concorrentes - Objectivos em 2008

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Dez passos para uma abordagem sistemática da sustentabilidade

Visão	1	Conhecimento profundo sobre a agenda sustentabilidade
	2	Criar uma visão partilhada ao nível do Board
	3	Realizar um <i>state of the art</i> em sustentabilidade/CSR
Acção	4	Identificar variáveis que poderão ser drivers de sustentabilidade
	5	Determinar o nível de ambição a longo prazo
	6	Identificação de potenciais acções a serem desenvolvidas
	7	Focus nas opções geradoras de maior valor
Comunicação	8	Incorporar sustentabilidade na organização
	9	Iniciar o stakeholder dialogue e envolver business networks
	10	Publicação de um relatório de sustentabilidade

Source: Tipla Value | Sustentare

Agenda

State of the Art

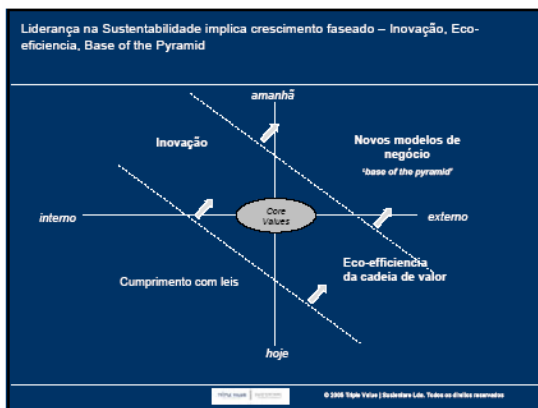
Mudanças na matriz competitividade

Como integrar sustentabilidade na estratégia de negócio

Novas tendências da sustentabilidade

A Sustentabilidade nas PME's

Relatórios de Sustentabilidade



Estratégias BoP - Base of the Pyramid – são desenvolvidas por grandes multinacionais nos países em desenvolvimento

	➔ Nutrilat, Nutrilight (bebida nutricional, água purificada)
	➔ Hindustan Lever (detergente para população pobre na Índia e Brasil), Annapurna (iodized-Salt for the poor)
	➔ Energia Solar acessível (Índia)
	➔ Banco Real, microcredit no Brasil
	➔ Promove acesso a cuidados de saúde na Índia
	➔ Serviços n comunidade na África do Sul, Joint venture entre Vodafone e Telkom SA
	➔ Camaras digitais a energia solar na Índia, e sistemas de informação comunitários
	➔ Programa para o desenvolvimento do empreendedorismo na África do Sul, de forma a ajudar os empresários a entrarem no ciclo de vida do produto da empresa
	➔ Água acessível nas áreas urbanas e sub urbanas do Brasil

Agenda

State of the Art

Mudanças na matriz competitividade

Como integrar sustentabilidade na estratégia de negócio

Novas tendências da sustentabilidade

A Sustentabilidade nas PME's

Relatórios de Sustentabilidade

Diferenciação pela Responsabilidade Social

União Europeia

Responsabilidade Social das Empresas (ou RSE) é:

"A RSE é um conceito segundo o qual as empresas integram voluntariamente preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas"

- A RSE trata de oportunidades, não de obrigações ou de novas regras.
- Confere um **valor acrescentado** à empresa.
- Presta mais atenção a **aspectos sociais e ambientais** da sua actividade.
- **Muitas PME já implementam políticas neste domínio sem estarem familiarizadas com o conceito oficial de RSE** ou divulgarem as suas acções.
- Através da divulgação de exemplos de acções eficazes desenvolvidas por outras empresas, poderá obter importantes vantagens comerciais pelo facto de agir como empresário responsável.

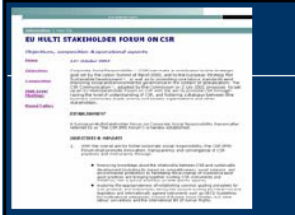
Diferenciação pela Responsabilidade Social



O website da UE disponibiliza os links para as diversas instituições dos vários estados membros que trabalham em prol da CSR, nomeadamente para as PME's

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Diferenciação pela Responsabilidade Social




EU MULTI STAKEHOLDER FORUM ON CSR

Forum multi stakeholder

Promove inovação e identifica soluções para implementação CSR

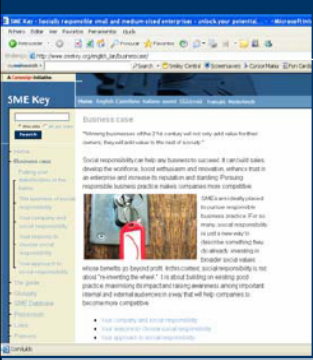
Relatório de Junho 2004 contém conjunto de pistas



Final report

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Diferenciação pela Responsabilidade Social



SME Key

Reúne informação sobre como as PME's podem tornar-se um business case em CSR.

Contém ainda, um guia que acompanha a CSR passo a passo nas diversas áreas da empresa

Disponibiliza uma Base de Dados de diferentes casos, de diferentes sectores, em diferentes países.

Entre outras informações úteis.

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Diferenciação pela Responsabilidade Social



O website da UE disponibiliza os links para as diversas instituições dos vários estados membros que trabalham em prol da CSR, nomeadamente para as PME's

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

Agenda

State of the Art

Mudanças na matriz competitividade

Como integrar sustentabilidade na estratégia de negócio

Novas tendências da sustentabilidade

A Sustentabilidade nas PME's

Relatórios de Sustentabilidade

© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

A Triple Value|Sustentare tem aconselhado empresas de diferentes sectores a elaborarem os seus Relatórios de Sustentabilidade



© 2005 Top Vision | Stakeholders Ltd. Todos os direitos reservados

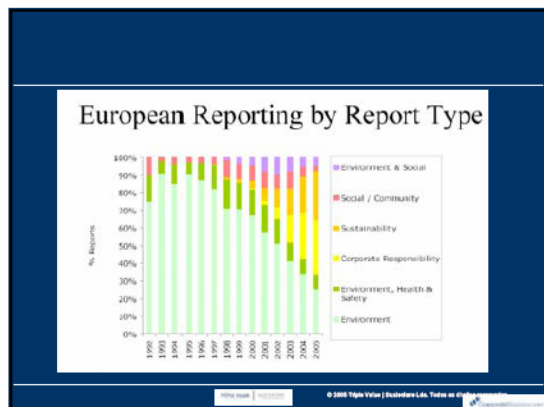
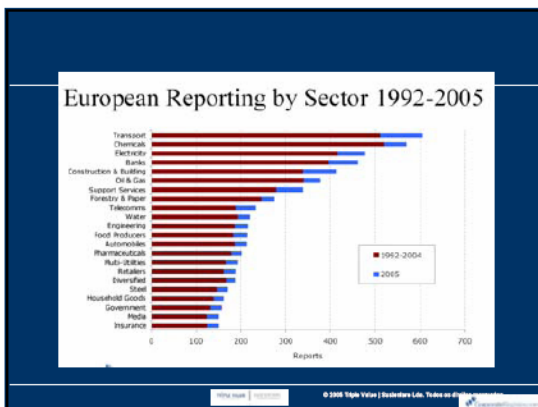
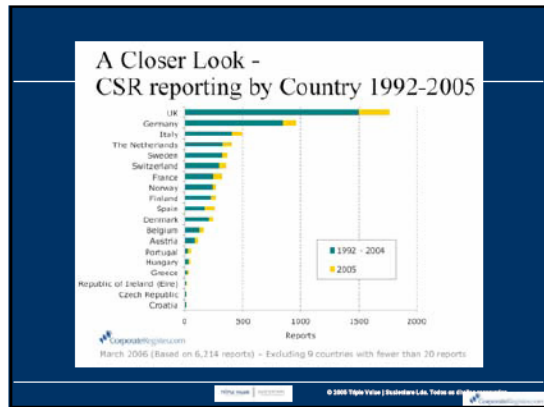
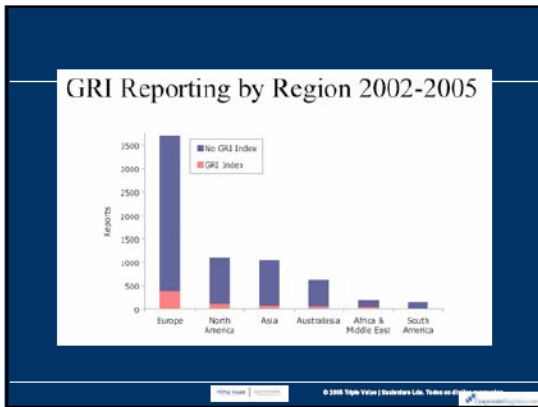


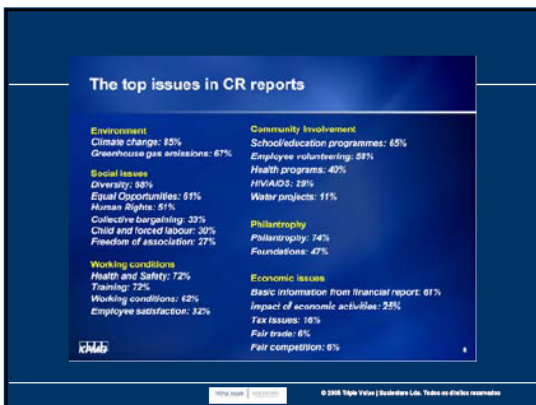
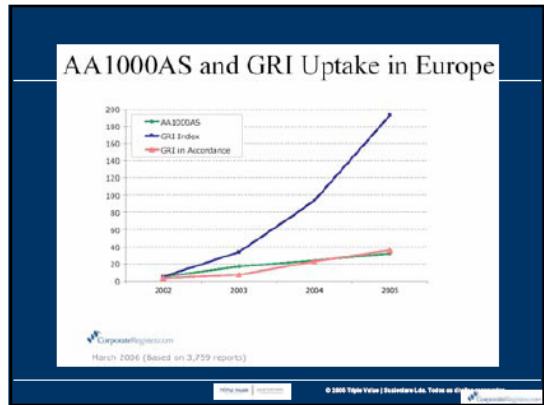
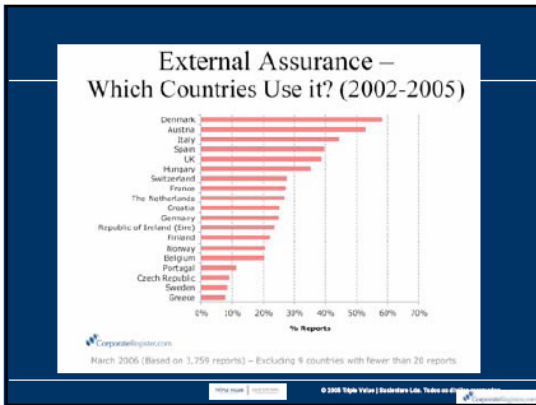
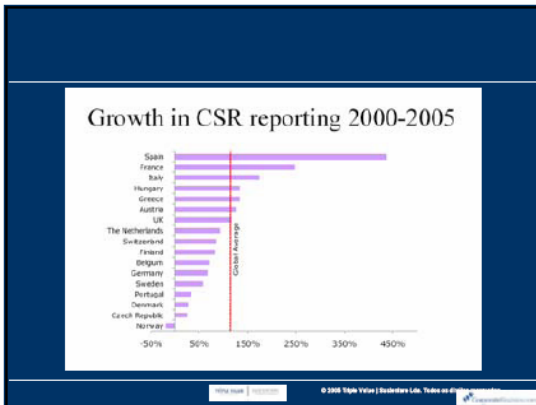
Global Reporting Initiative

GRI : G3

- As diretrizes do Global Reporting Initiative estão atualmente a ser revistas e melhoradas
- Mais detalhe sobre a forma específica de como as empresas podem usar os seus indicadores de performance social e ambiental nos seus relatórios
- Algumas áreas que podiam gerar mais incerteza estão a ser clarificadas
- Atualmente, cada indicador das guidelines é explicado, bem como a forma como as empresas o podem concretizar. Na nova versão G3, em revisão, cada indicador irá conter pelo menos 2 a 3 páginas a explicar os seus objetivos, âmbito, compilação, metodologia, referências (léis e indicadores relevantes dos standards internacionais)
- Acreditamos ainda a exigência não só de as empresas mostrarem as suas políticas em certas áreas, como também os sistemas de gestão para as implementarem.
- Ajutam as empresas a melhor interpretarem as guidelines
- Incluem nova secção relativa à materialidade dos relatórios, i.e. facilita o processo de decisão sobre a forma como as empresas devem reportar a sua performance.

Próxima publicação: Volume 7, Fevereiro 2008
Mais informações em: www.gri.org







Commendation for SME Sustainability Reporting

memo AG
(Germany)

- is very comprehensive
- is a pleasure to read
- describes objectives & responsibilities
- good balance between products & internal performance
- allows for comparison & explains differences in time
- has an innovative lay out

ESRA

© 2005 Triple Value | Sustentare Lda. Todos os direitos reservados

TRIPLE VALUE | SUSTENTARE

O Desafio da Sustentabilidade:
Competitividade e Novas tendências de mercado

Diferenciação pela Responsabilidade Social

17 Maio 2006, Lisboa


www.triple-value.com

© 2005 Triple Value | Sustentare Lda. Todos os direitos reservados




Competitividade estratégica: da produtividade à sustentabilidade.

João Mário Lourenço



1

Setor de papel e celulose: percepção da sociedade






Temos muitos amigos, mas alguns nem tanto ...

...contrary to the King,
his crown and dignity,
thou hast built a paper mill.


1600 → 2005

William Shakespeare, 1564 – 1616
Henry VI, Part 2, Act 4

2

A Suzano Papel e Celulose S.A.



Nossa História

Expansão: investimento de US 1,3 bilhão.

1920: Lacer Paper adquire 50% da papel na transição de indústria para empresa pública.

Anos 50: Criação de subsidiárias e fusões para importância do DNA da inovação.

1974: Investimento no setor petroquímico e criação para diversificar.

1986: Criação Papel Fibração.

1999: Criação da CBQ (Comunidade Responsável e Sustentável).

2001: Lançamento do 1º papel off set brasileiro 100% reciclado produzido em escala industrial.

2004: Aquisição de Kipasa Ousadia.

2005: Primeira Nacional de Qualidade (Paper & Cellulose) Desenvolvimento Sustentável.

2009: ISC (Integridade Social e Ambiental) e ISO 26000.

Expansão Mucuri





Suzano Papel e Celulose: dados gerais (2005)

Capacidade de produção: 1,08 milhões de toneladas

172 milhões de árvores plantadas

10,5% sustentável





Algumas realizações



- Certificação **ISO 14001** (Set/1996)
- Prêmio Excelência Ambiental - **Millennium Business Award for Environmental Achievement** (Mai/2000)
- **Prêmio Nacional da Qualidade** (Out/2001)
- Certificação do **QHSAS 18001** (Dez/2001)
- Destaque Regional Nordeste no **Guia Exame Cidadania Corporativa** (Dez/2003)
- Classificação no **Guia Exame de Empreendedorismo** - 6º lugar (Jun/2003)
- Classificação entre as **150 Melhores Empresas Para Você Trabalhar** no Guia Exame - Você S.A. (Set/2004)
- Classificação em as **10 Melhores Empresas Modelo de Responsabilidade Social** no Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa (Dez/2004 e 2005)
- **Certificação FSC** (Nov/2004)

3 Estratégia sustentável



Colocando a estratégia em ação


Como a execução de uma estratégia de negócios, que incorpora a criação de valor com o equilíbrio entre pessoas.

Para isso os três eixos, cada qual com objetivos e estratégias de trabalho são monitorados:

- CONCRETO E REALIZADOR**: Fazer o que é planejado e alcançá-lo.
- COMPETITIVO**: Ter competitividade por meio de Qualidade, Custos Baixos, Clientes Felizes.
- ESTABILIZADOR**: Despertar e desenvolver o potencial de cada colaborador, com as competências, valores, conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias.

Balanced Scorecard

Gestão Operacional



4 Resultados




Linhas estratégicas – resultados financeiros




Dados Financeiros	2001	2002	2003	2004	2005
Receita Bruta de vendas	1.700.027	2.040.415	2.477.262	2.430.024	2.532.724
Lucro Líquido	274.073	906.288	1.136.629	1.108.932	902.089
Divida	676.177	440.400	3.040.212	1.470.943	789.997
Lucro Líquido	230.225	35.813	580.510	208.287	679.043
Margem Lucra	48,4%	46,1%	40,8%	45,1%	47,5%
Margem Líquida	39,4%	40,1%	40,8%	39,4%	39,2%
Ativo total	4.910.084	6.212.449	6.990.842	6.900.391	7.093.576
Passivo Líquido	1.280.382	1.704.459	2.014.803	2.740.305	3.194.807
Investimentos	240.079	423.933	540.084	437.196	521.667
Divida Líquida	1.072.523	2.344.909	1.644.364	1.475.356	2.304.672
Divida Líquida/Total	2,17	3,03	1,54	1,56	1,15

Linhas estratégicas – resultados sociais



Comunidades Rurais (êxodo rural; uso múltiplo da florestas)	Comunidades Urbanas do Entorno das Unidades Industriais (desenvolvimento regional)	Formadores de Opinião (imagem)
1. Geração de Emprego e Renda 2. Alfabetização de Adultos	1. Capacitação Profissional de Jovens 2. Programa de Responsabilidade Social 3. Estudos de Desenvolvimento Regional	1. Diálogo com Formadores de Opinião 2. Relacionamento com a Mídia Regional

GESTÃO: Comitê Socioambiental

Total investimentos socioambientais em 2004: R\$ 34 milhões (4,17 milhões USD)
Total investimentos socioambientais em 2005: R\$ 36 milhões (4,18 milhões USD)

Linhas estratégicas – resultados ambientais

100% das áreas florestais certificadas pela ISO 14001; FSC para 100% dos planos comerciais; 5 milhões de toneladas de CO2 listadas no Chicago Climate Exchange cuja cotação atingiu US\$ 1,7/t.

a política ambiental da Suzano Paper & Alumínio. Cabeças corretas, inovação de preservação por aquecimento solar e luz de LED, com betão para a área florestal.

Conceito de Ciclo de Vida para controle de aspectos ambientais:

5 Impactos socioambientais

Impacto no IDH tem mostrado evolução ...

Crescimento do IDH em três cidades brasileiras:

- 15,0%
- 11,2%
- 6,7%
- 6,1%

• Até 50 mil habitantes
• De 50 mil a 500 mil habitantes
• De 500 mil a 1 milhão de habitantes
• Mais de 1 milhão de habitantes

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

Evolução do IDH

	Índice	Região Leste	Crescimento Bahia	Crescimento Região Leste
IDH 1991	0,58	0,53		
IDH 2000	0,65	0,67	21,6%	25,3%
IDH-Média 1991	0,60	0,59		
IDH-Média 2000	0,53	0,67	11,31%	10,35%
IDH-Reciclato (1991)	0,58	0,59		
IDH-Reciclato (2000)	0,65	0,67	12,41%	10,11%
IDH-Reciclato 1991	0,58	0,59		
IDH-Reciclato 2000	0,70	0,71	33,33%	30,81%

Impacto no IDH tem mostrado evolução ...

Crescimento IDH Estado da Bahia

Diagrama de Dispersão Municípios do Estado da Bahia

Resultados: Indicadores Ethos

Avaliação dos 7 temas do Instituto Ethos em relação ao benchmark e à média nacional. Alinhamento aos indicadores Global Reporting Initiatives GRI.

Temas	Suzano	Benchmark	Média Brasil
Valores, Transparência e Governança	9	9	5
Política Ambiental	10	10	4
Relações com a Comunidade e Clientes	9	9	4
Práticas de Trabalho	9	9	4
Práticas Comerciais e Clientes	10	10	6
Práticas de Trabalho e Clientes	10	10	4
Sustentabilidade e Clientes	9	9	4

6 Estudo de caso: o papel Reciclato

O conceito do "Reciclato"

A produção do papel Reciclato viabilizou a criação de Cooperativas organizadas entre os catadores, evitando o uso dos aparistas (broker).

Indústria
Aparista
Cooperado
Aparar

O problema do resíduo sólido – São Paulo

ATUAL (2006)	
Volume de lixo domiciliar gerado	204.000 t/mês
Volume de lixo reciclado	60.000 t/mês
Volume Reciclado	1.800 t/mês (1%)
Contribuição Suzano	400 t/mês (22%)

Produção Bruta	50.000 t
Produção Acabada	42.000 t
% Unidade Rio Verde	80%
% Faturamento Suzano	4%

O efeito ambiental do "Reciclato"

Redução do Lixo Coletado em São Paulo/SP

Lançamento Reciclato

Ano	Lançamento Reciclado (ton)
2001	12.000
2004	8.500

Efeito social do Reciclato

Volume de Aparas Vendidas pelas Cooperativas

Indústria
Aparista
Cooperado
Aparar

Renda Média por Catador (Mensal)

Assim, quem sabe, conseguiremos mais alguns amigos ...

"Paper is unique in that it is a natural product, fully biodegradable, recyclable, and made of a potentially renewable resource and the pulp and paper industry has the unique potential to develop sustainable technologies."

Renate Kroesa, Greenpeace International
Sustainable Paper Production-Specific Actions for Environmental Compatibility,
FAO Advisory Committee on Pulp and Paper, 20/22 May 1991

Grato pela atenção!

joomario@suzano.com.br



SR and Competitiveness

Question:
Can SME utilize SR and be competitive?

Answer:
Yes - but only if you create value for your customers and your employees

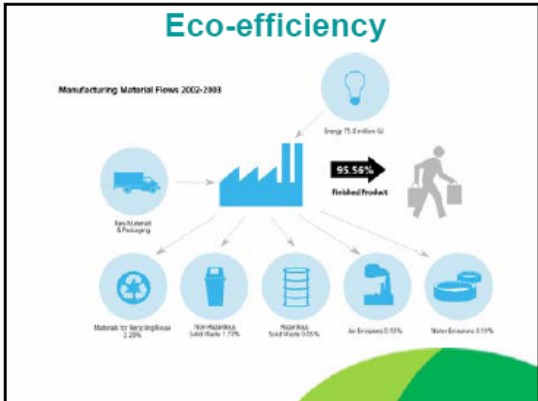
SR-Business Case

Hard Measures

- Eco-Efficiency & Health/Safety
- Cost Savings
- Reduced Risk

Soft Measures

- Attract and retain good employees
- Right to Operate
- Corporate Reputation



Job Seekers - Deciding factors

- KPMG
 - 80 - 90 % (vs. 20 - 30% in 2005) of interviewees asking about a company's charitable donations
- BT
 - 30% say that company's CSR programs affected the companies they applied to or accepted
- Fujitsu Siemens Computers
 - 35% UK graduates would not work for a "Non-Green" Company

Job Seekers - Deciding factors

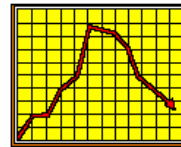
- ManPower
 - Employee benefits (51%),
 - Flexible working (47%)
 - Career progression (44%)
 - Company's ethics

The Business Case

Other Work Place Opportunities

- Gender Equality & Sexual Orientation
- Career Progression
- Work – Family Balance
- Innovative environment
- Inclusive work culture

SR Business Case



Hard Measures

- Eco-Efficiency & Health/Safety
 - Cost Savings
 - Reduced Risk
- Market Share
- Sales Growth
- New Markets & Businesses

Soft Measures

- Right to Operate
- Corporate Reputation
- Attract and retain good employees

“Historically, the focus of social responsibility has been on minimizing the negative impacts of doing business”

Negative Impacts

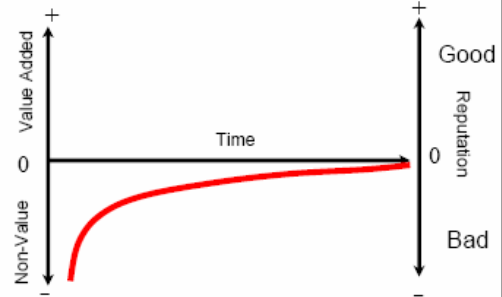
- Labor Practices (e.g. Child Labor & Wages)
- Environmental pollution and resource mgt.
- Supply Chain Expectation
- Stakeholder Interface (e.g. NGO's)
- Transparency in Reporting
- Human Rights & Bribery

Sales questions

Buy my product or services because:

- I don't pollute as much as my competitors
- I no longer use child labor
- I've started to inspect all my factories
- My facilities are now complying with the law
- I've issued my first SR report
- I've gotten an award from my trade association for the best SR performance in my sector

Elimination of Non-Value



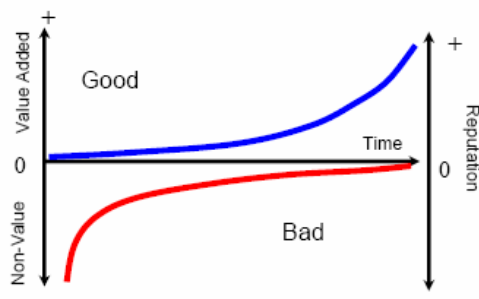
“Great companies have been built on the creation of new value that improves the quality of people’s lives and the societies we live in.”

New Value?

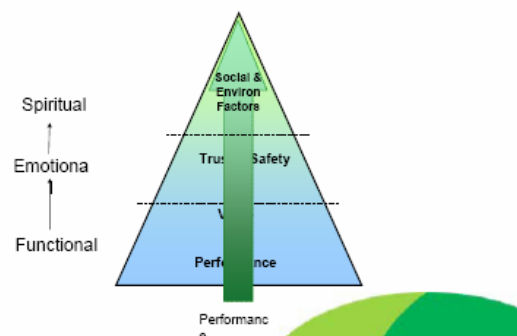
Attempting to solve some of societal problems by:

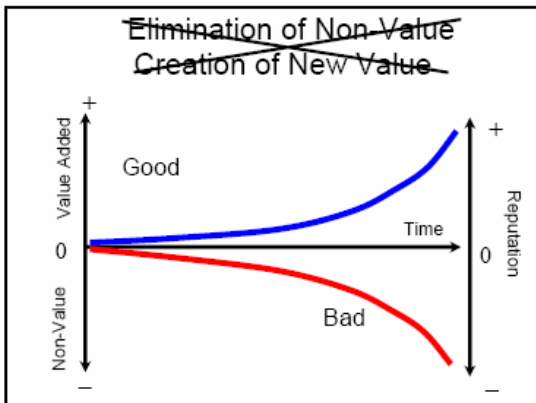
- New Products
- New Markets
- New Business Opportunities
- Improve the Quality of Life for Consumers

Elimination of Non-Value Creation of New Value



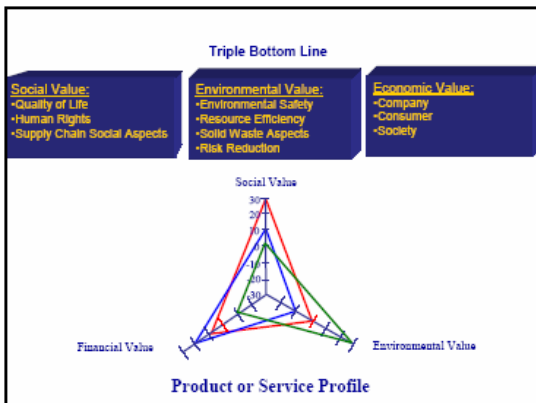
What do customers really want?



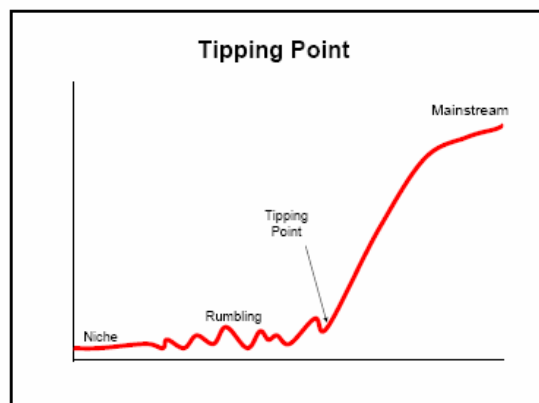


Question

Tell me about the triple bottom line
and how can I achieve it?



- How will I know if I have a great product or service?
- Am I in a nice market or mainstream?



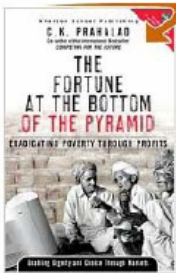
OK Where do I start?



UN Millennium Development Goals

- Eradicate extreme hunger and poverty
- Achieve universal primary education
- Promote gender equality and empower women
- Reduce child mortality
- Improve maternal health
- Combat HIV/AIDS and other diseases
- Ensure environmental sustainability
- Establish global partnership for development

Bottom of the Pyramid Theory



"This was not about philanthropy and notions of corporate social responsibility. ..."

Poverty reduction can result from co-creating a market around the needs of the poor..."

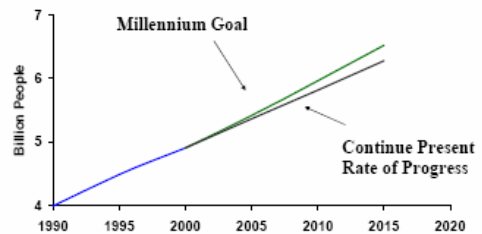
Case Studies

Safe Drinking Water

- UN Millennium Goal is to halve the number of people without access to safe drinking water by 2015 (400,000 new people every day)
- At our current rate we will not achieve this goal unless we do something different



Access To Safe Drinking Water



P&G's In-Home Water Purification

- Together with the US CDC we developed a purification product
- Reverse engineered water treatment – in a sachet
- Costs - 10 cents per sachet or 1 cent per liter of water



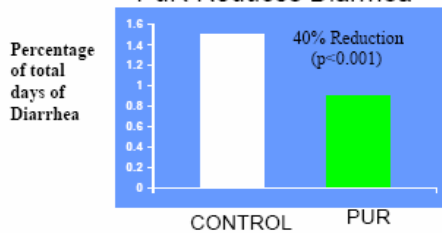
Results of Laboratory and Field Testing

- Very effective in visually cleaning dirty water
- Effective removal of: bacteria (>99.99999%), viruses (>99.99%), and parasites (>99.9%)
- Effective reduction in some heavy metals (e.g. arsenic and lead), organics, and pesticides



CDC Guatemala Health Outcome Study

PuR Reduces Diarrhea



Kenyan Drinking Water Samples

Dam Spring Lake Treated



Turbidity (NTU)

1850 55 37 1

Reducing Water Use

- Water can literally control a woman's life from the time she gets up in the morning to when she goes to bed at night.
- If we could cut water usage for hand-washing laundry in half, it would give women one to two hours per day for families, job or school.



Reducing Water Use With Tide 1 Banlaw

An innovative new Tide product in the Philippines is saving water in households that rinse laundry manually.



Masisa

Basic furniture
-Ministry of Housing,

1



Potential Market: US\$40MM

Additional furniture - value added
(Microentrepreneurs)


2



Amanco

- Irrigation systems by dripping
 - Farmers with less than 5 Ha

Potential Market: US\$72MM



Micro Credit or Micro Finance



Micro Credit or Micro Finance




Micro Credit or Micro Finance




Do you view the poor based on their needs...?

- Crime rate and drug abuse
- Illiteracy
- Percent unemployment
- Population very young or old
- Child mortality rate
- Other needs: malnutrition, waterborne diseases, infectious diseases



...or a land of opportunities?

Low income consumers
can contribute
disproportionably to
your business
profitability



Thank You

Contactos e links

APME – Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias
Rua Rodrigues Sampaio, n.º 19, 5.º A
1150-278 Lisboa
Tel. 213 150 323
Fax 213 150 311
geral@apme.pt
www.apme.pt

IMPACTUS
Av. Eng. Duarte Pacheco – Amoreiras – Torre 2, 7.06
1070-102 LISBOA
Tel. 213 849 390
Fax 213 849 399
www.impactus.org

APEE
www.apee.pt

Associação Cristã de Empresários e Gestores
www.acege.org

Direcção-Geral da Empresa
www.dge.pt

Universidade Católica Portuguesa
www.ucp.pt

EQUAL
www.equal.pt

Associação Nacional de Jovens para a Acção Familiar (ANJAF)
www.anjaf.pt

McDonald's Portugal
www.mcdonalds.pt

Comissão para a Igualdade dos Direitos das Mulheres
www.cidm.pt

Triple Value
www.triple-value.com

SUZANO - www.suzano.com.br/suzano/home/

Associação de Estudos Superiores de Empresa - Escola de Direcção e Negócios (AESE)
www.aese.pt

Associação das Mulheres em Acção
<http://www.mulheresemaccao.org/>

Deloitte & Touche Quality Firm (Deloitte)
www.deloitte.com

HUF Portuguesa, Fábrica de componentes para o automóvel, Lda (HUF)
www.huf.pt

Instituto Técnico de Alimentação Humana, S.A. (ITAU)
www.itau.pt

Sociedade Geral de Abastecimentos à Navegação e Industria Hoteleira, S.A. (Sogenave)
www.sogenave.pt

Instituto Português da Qualidade (IPQ)
www.ipq.pt

Millennium bcp
www.millenniumbcp.pt

Global Compact
www.unglobalcompact.org

Brisa
www.brisa.pt

FTSE4GOOD
www.ftse.com

PT
www.telecom.pt

EDP – Relatório de Sustentabilidade
www.edp.pt/EDPI/Internet/PT/Group/Sustainability/Reports

GRI
www.globalreporting.org/

BES
www.bes.pt

Unilever
www.unilever.com

Shell
www.shell.com

ABN-AMRO
<http://www.abnamro.com/com/homepage.jsp>

Philips
www.philips.com

Vodafone
www.vodafone.com

HP
www.hp.com

Coca-Cola
www.coca-cola.com

SUEZ
www.suez.com

SME Key
www.smekey.org/english_lan/businesscase/

EU – CSR Campaign

http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/links/index_pt.htm

EU MULTI STAKEHOLDER FORUM ON CSR -

http://forum.europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/csr%20ems%20forum.htm

SME Key

www.smekey.org/english_lan/businesscase/

União Europeia – Corporate Social Responsibility

http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/links/index_pt.htm

Livro Verde sobre Responsabilidade Social -

http://ec.europa.eu/employment_social/publications/2001/ke3701590_pt.html

DJSI- Down Jones Sustainable Index

<http://www.sustainability-index.com>