



Workshop do grupo de stakeholders “Serviço, suporte, investigação e outros”

Responsabilidade Social – Porquê Certificar?

Organização: BVQi – Bureau Veritas Quality International

Relatores: Doutora Justina Catarino e Eng. Anabela Maia, INETI/CENDES



5. *Workshop* do grupo de *stakeholders* “Serviço, suporte, investigação e outros”

Responsabilidade Social – Porquê Certificar?

5.1 Introdução

No meio envolvente competitivo e exigente de hoje, é cada vez maior o número de empresas, a nível mundial, que adoptam práticas de responsabilidade social como resposta às pressões de carácter económico, social e ambiental. Uma empresa socialmente responsável é aquela que atinge os objectivos definidos através da integração de uma política de responsabilidade social na sua gestão estratégica.

A responsabilidade social integrada no tecido empresarial é crucial na criação de melhores condições sociais e ambientais, na melhoria da qualidade de vida e das condições de trabalho, para além de impulsionar a competitividade.

O BVQi Portugal, organismo de certificação independente do Grupo Bureau Veritas, organizou o *Workshop* no âmbito da categoria de *stakeholders* “Serviço, suporte, investigação e outros” definida pela ISO.

Neste evento integrado na semana dedicada à “Responsabilidade Social”, o BVQi assumiu o papel de líder na certificação, segundo o referencial SA8000, e apresentou uma estrutura composta por três painéis centrados no tema – Porquê Certificar?”.

A SA 8000 é única em diversos aspectos. É um referencial global que pode ser implementado em qualquer país e aplicado a todos os sectores, ao contrário de muitos referenciais desenvolvidos especificamente para um sector de actividade. Quanto à taxa de crescimento tem aumentado gradualmente nos últimos anos.

Para a exposição desta temática o BVQi convidou ilustres representantes de diferentes organizações, desde empresas certificadas e não certificadas, organizações que interferem directamente no desenvolvimento de normas, até às entidades que regulam e promovem boas práticas para o desenvolvimento sustentável. Pretendia-se, assim, apresentar as diferentes visões existentes no mercado, e perceber até onde convergiam os objectivos, perspectivas, tendências e acções prioritárias a desenvolver.

O BVQi Portugal espera com este *workshop* criar mais valias a todos os participantes e, mais importante contribuir de uma forma positiva para a divulgação e consciencialização da Responsabilidade Social integrada no conceito do Desenvolvimento Sustentável.

Eng. Ana Paula Pereira
BVQi Portugal

5.2 Objectivos do workshop

O BVQi Portugal pretende com este *workshop*:

- Promover a consciencialização no domínio da Responsabilidade Social
- Divulgar ferramentas que, integradas na gestão estratégica das empresas, proporcionem a utilização de boas práticas de gestão de responsabilidade social e ética empresarial
- Criar e apresentar instrumentos que possibilitem acções direccionadas para a mudança de uma cultura de responsabilidade social nas relações empresas-sociedade
- Demonstrar as vantagens da certificação SA 8000 na estratégia empresarial
- Apresentar metodologias existentes para analisar, pôr em prática e comunicar a responsabilidade social
- Analisar experiências concretas de implementação de práticas de Responsabilidade Social por parte de algumas empresas nacionais
- Reunir as diferentes perspectivas que entidades de desenvolvimento de referenciais, reguladoras, académicas e empresariais possuem da Responsabilidade Social
- Promover a reflexão e debate sobre questões de Responsabilidade Social, Ética empresarial e Desenvolvimento Sustentável

5.3 Comunicações

Boas Vindas

Eng. Ana Paula Pereira
Directora Geral do BVQI

Fez uma breve apresentação do programa do *workshop* referindo os três painéis que o constituíam e os objectivos do *workshop*. Referiu o interesse do BVQI em participar neste evento, face à sua actividade no âmbito da certificação de sistemas, produtos e serviços, em particular na acreditação SA8000. O facto da primeira certificação SA8000 ter sido feita pelo BVQI, demonstra o seu empenho e interesse nesta matéria. Neste sentido participa também na CT164 de Responsabilidade Social.

1º Painel

Criação de Valor e a Ética Empresarial

Dr. Jaime Henriques

Vice-presidente da APEE (Associação Portuguesa de Ética Empresarial)

Apresentou a APEE, que teve início em 2002 e o seu interesse pela certificação da Responsabilidade Social e da Ética Empresarial, o qual culminou na criação das respectivas Comissões Técnicas (CT164 de Responsabilidade Social e CT165 de Ética Empresarial), sob a égide da ISO, as quais se têm encarregado de alargar o seu âmbito aos demais *stakeholders* relevantes (empresas, sindicatos, etc.).

Apresentou o Conselho Superior de Ética e Responsabilidade Social, órgão independente da APEE, presidido pelo Prof. Veiga Simão, cujo objectivo é apoiar o desenvolvimento de políticas de ética empresarial, fazendo recomendações e pareceres. Referiu ainda o Fórum de Ética e Responsabilidade Social.

Foram referidos os princípios pelos quais a APEE se rege nomeadamente a credibilidade, a independência e a criação de consensos, razões pelas quais se liga de forma estreita à normalização, procurando reunir as opiniões, necessidades e expectativas de todas as partes interessadas. A APEE pretende desta forma contribuir para uma sociedade mais justa e fraterna. No âmbito deste *Workshop* a APEE deseja que este constitua um contributo para a melhoria das práticas de Responsabilidade Social em Portugal.

Intervenção do Dr. Jaime Andrez

Presidente do IAPMEI

Foi apresentada a noção de ética empresarial, como surgiu e se consubstanciou ao longo dos anos. Foi referido o papel crucial da comunicação social, denunciando os procedimentos a que muitas empresas recorrem e que têm sido altamente reprovados pela Sociedade em geral, tais como tráfico de influências, corrupção, falsificação e recurso a mão-de-obra infantil, entre outros. A noção de ética empresarial surge assim com o objectivo de repor a dignidade empresarial. Em 1996 realizou-se o primeiro Congresso de Ética Empresarial.

Ética Empresarial

Cada vez mais as organizações têm que ir além dos requisitos legais, procurando o lucro e a promoção da Responsabilidade Social. O comportamento ético das organizações assume uma importância crescente na sua avaliação de mercado. De facto, o respeito pelos interesses das partes interessadas (clientes, trabalhadores, comunidade local, sociedade em geral, etc) permite às organizações benefícios variados, associados nomeadamente à melhoria da sua imagem.

Surge assim, uma nova dimensão de relacionamento com a Sociedade que viabiliza o sucesso das empresas. A Viabilidade não é apenas uma noção económica, mas também social e ambiental. O valor económico tem actualmente métricas não quantificáveis. A forma como as empresas conseguem valorizar estas dimensões, proporciona-lhes um reconhecimento acrescido por parte da Sociedade.

Os valores de cidadania devem interagir com os interesses económicos das empresas. Um procedimento eticamente correcto, traduzir-se-á entre outros na rentabilidade da

empresa e na motivação dos trabalhadores, ou seja, a vivência ética por parte das empresas representa eficácia económica. Pelo contrário comportamentos não éticos são percebidos pela Sociedade e pelos clientes, levando-os a reflectir na sua co-responsabilidade enquanto consumidores e a discriminar os produtos e/ou serviços proporcionados por essas empresas.

As questões éticas deixaram de ser vistas pelas empresas, como assunto melindroso e incompatível com o desenvolvimento das suas actividades e do seu crescimento económico, reconhecendo que podem pelo contrário contribuir para o seu crescimento e sucesso. Muitas empresas adoptaram e seguem actualmente Princípios Universais e códigos de conduta existentes.

Conclusão

A título conclusivo, referiu a importância da formação em Ética Empresarial nos cursos superiores, assim como o trabalho das Comissões Técnicas e do Estado. Relativamente às empresas, salientou a importância destas passarem a valorizar a sua dimensão social e não meramente a económica, devendo divulgar os seus valores à sociedade, nomeadamente através da Certificação Social.

Seguiu-se uma breve sessão de perguntas e respostas:

Questão 1 – O Estado prevê que as relações de mercado sejam sujeitas a regras de ética empresarial?

- **Dr. Jaime Andrez:** No relacionamento com instituições públicas já se verifica o cumprimento de certas normas, ainda que sem carácter sistémico, evitando contudo perturbar o normal funcionamento da economia de mercado. O IAPMEI tem uma comissão para avaliar estas questões.
- **Dr. Jaime Henriques:** O Estado (na qualidade de cliente) deve promover o desenvolvimento económico, através da qualificação dos seus fornecedores. Deve ser exigente de forma a estimular as empresas portuguesas a adoptarem práticas mais correctas, obviamente sem que isso perturbe o funcionamento da economia de mercado. A Administração Central, sendo um dos maiores clientes de bens e serviços do País, deveria ter um papel importante na promoção de boas práticas nas nossas empresas.
- **Dr. Jaime Andrez:** A viabilidade económica das empresas não é aceitável sem a prática de responsabilidade social e o Estado pode ter um papel crucial nesta matéria, impondo regras de funcionamento nomeadamente na sua política de compras públicas. O Estado foi cúmplice na situação de muitas empresas (nomeadamente a nível ambiental), por isso tem que ser cúmplice também na melhoria da sua Responsabilidade Social. O Estado é co-responsável pela situação das empresas relativamente a estas questões, devendo promover práticas de ética empresarial sem que isso perturbe o funcionamento do mercado, prevendo nomeadamente a implementação de forma faseada de regras.

Questão 2 – Porque não encarar e promover as práticas de responsabilidade social como critério diferenciador na selecção de fornecedores e não como um efeito perturbador do funcionamento do mercado?

- **Dr. Jaime Andrez:** Quem já pratica dever ser premiado de facto. Parece ser uma boa proposta.

- **Eng. Ana Paula Pereira:** Se a certificação for um factor preferencial na escolha de fornecedores, isso motivará certamente as empresas a assumirem os seus compromissos de responsabilidade social. Já foi assim que aconteceu com a certificação ambiental. Parece que este poderá ser o caminho.
- **Dr. Jaime Henriques:** Os mecanismos para promover a certificação são positivos, mas não é só no âmbito da selecção de fornecedores que este aspecto deve ser visto. Devem ser divulgados os reais benefícios e melhorias que as empresas alcançam com práticas ética e socialmente correctas. Não é só pelos ‘prémios’ que o devem fazer, mas também e principalmente pelos benefícios que de facto resultam para as empresas.

Questão 3 – Isso não irá acrescentar custos no fornecimento dos serviços, à semelhança do que se passou com os produtos ecológicos? Quanto pode custar uma certificação SA8000?

- **Eng. Ana Paula Pereira:** o custo da certificação SA8000 depende da realidade em que se encontra cada empresa, mais ou menos longe do que são os requisitos da norma. Acresce o custo da certificação propriamente dita, que também depende da dimensão da empresa. No entanto, os custos associados deverão ser vistos como um investimento.
- **Dr. Jaime Henriques:** A norma ISO em princípio não vai ser certificável. Será um guia para as empresas.

2º Painel

Sustentabilidade e Responsabilidade Social no Tecido Empresarial Português

Engº Ricardo Ferro

Director de Business Development do Grupo Bureau Veritas Portugal

Referiu um estudo da *EnviroNics* baseado num inquérito a um número alargado de consumidores de vários países, a revelar o crescente reconhecimento das práticas de Responsabilidade Social das empresas por parte dos consumidores, sendo esse um critério relevante na sua opção de compra. A Responsabilidade Social é um movimento que já começou e existem já muitos intervenientes que o fazem ‘andar’.

Responsabilidade Social – Porquê Certificar?

Eng.ª Teresa Manso

Departamento da Qualidade e da Responsabilidade Social da DHL

Apresentou a experiência da empresa com a certificação pela norma SA8000. Começou por apresentar a empresa DHL na sua totalidade. Relativamente à DHL Portugal referiu como principal objectivo da sua gestão, conseguir a excelência em relação às suas partes interessadas dando especial ênfase à importância dos Membros DHL que considera serem a ‘chave do processo’. Importa que todos partilhem os valores da empresa, pois só dessa forma podem atender e satisfazer com excelência os seus clientes. Aposta por isso na preparação de todos os Membros, não descurando a relação com os clientes, parceiros de negócio, sociedade e accionistas.

Apresentou o modelo EFQM como modelo adoptado, ao qual acrescentaram um critério de ética organizacional. Explicitou as razões que levaram a empresa à Certificação SA8000 e os passos que tiveram que dar para o conseguir. A DHL foi a primeira empresa

de serviços a obter a certificação SA8000 em Portugal e a segunda empresa, logo a seguir à DELTA. Referiu os benefícios alcançados e os resultados da avaliação efectuada pela empresa a vários níveis. Terminou com a apresentação do Relatório de Responsabilidade Social da empresa, publicado no presente ano de 2006.

A maneira da Delta: O Diálogo como Estratégia para o Desenvolvimento Sustentado

Dr. Miguel Ribeirinho

Coordenador da SA 8000 da Nova Delta

Apresentou a experiência da empresa com a certificação pela norma SA8000 e o lema da empresa: “O diálogo como estratégia para o desenvolvimento sustentado”. Explicitou como surgiu a ideia da Responsabilidade Social na empresa e referiu a importância de factores de diferenciação das empresas, num contexto de globalização. Para a DELTA a sua cultura organizacional, a sua marca e os seus valores marcam a diferença.

Explicitou a forma como a empresa encara a Responsabilidade Social, que na sua perspectiva não deve ser obrigatória. Trata-se de uma ‘forma de fazer as coisas’ não de um sistema de gestão. Deve ser uma opção voluntarista encarada numa óptica de permanência no mercado, resultando numa diferenciação estratégica permanente.

Reconhece a importância das grandes empresas e do Estado, na promoção de boas práticas de Responsabilidade Social junto das PME. Ao exigir-se a qualificação progressiva dos fornecedores, estes vão conseguir crescer sem se sentirem ameaçados, pois não deixarão de ser fornecedores da empresa.

Considera que se devem diferenciar empresas que têm preocupações sociais e empresas que têm uma estratégia de gestão de Responsabilidade Social implementada.

Salientou a grande proximidade e bom relacionamento com clientes e fornecedores a que a empresa se viu obrigada desde a sua criação, cultura que desde sempre privilegiou e que considera ser o “ADN” da Responsabilidade Social da empresa. Sem esta cultura organizacional, a certificação pode ser de facto um grande desafio para uma empresa.

A criação de valor partilhado e o diálogo com todas as partes interessadas são o principal *input* na definição de objectivos estratégicos, que tenham em conta as suas necessidades, no âmbito do modelo EFQM que a empresa adoptou.

Referiu o Conselho de Desenvolvimento Sustentado da empresa, o qual trabalha com todas as partes interessadas, produzindo recomendações e princípios de actuação para todas as unidades de negócio (22 empresas e 180 profissões). Apresentou o grupo, as empresas e a sua localização geográfica.

Para a DELTA a Responsabilidade Social não é um custo, é um investimento permanente na melhoria e é esta que possibilita a diferenciação – aposta no diálogo e numa abordagem relacional com as partes interessadas. Uma empresa forte do ponto de vista económico e que faça gestão de clientes, tem que se preocupar obrigatoriamente com estas questões.

A experiência da empresa, de aproximação às partes interessadas que designa por ‘Gestão de Rosto Humano’, tem-se traduzido em números muito interessantes. Pretende avançar este ano, com a certificação ambiental.

Foram referidas as várias iniciativas da empresa com os seus colaboradores: regalias e benefícios sociais, acções de solidariedade, campanhas várias, museu, prática futebolística e Projecto Timor.

Como conclusão, foi referido que as práticas de Responsabilidade Social contribuem fortemente para a integração do desenvolvimento da cidadania na cadeia de valor da Organização.

Responsabilidade Social – Porquê Certificar?

Eng.º Agostinho Pereira

Responsável de Sistemas da Bento Pedroso Construções

Apresentou a experiência da empresa no âmbito da certificação do seu sistema de gestão integrado Ambiente, Qualidade e Segurança e em particular da sua certificação pela norma SA8000. Esta certificação surgiu na sequência da certificação nas três áreas referidas. A primeira dificuldade da empresa surgiu quanto ao conceito de Responsabilidade Social, que acabou por assumir na empresa a designação de Responsabilidade Empresarial. Nele passou a incluir a actividade da empresa nas suas várias vertentes: ambiental, social, qualidade e segurança.

Apresentou o historial da formação da empresa, referindo a necessidade de um pacto social com todas as partes interessadas, para conseguir tirar a empresa das dificuldades em que se encontrava, envolvendo bancos, fornecedores, trabalhadores, etc. Apresentou as principais obras executadas e a sua participação como investidores nas obras de outras empresas.

As práticas da empresa, seguem os princípios desenvolvidos ao longo de mais de 60 anos pelo Eng. Norbert Odebrecht, compilados num livro “Tecnologia Empresarial Odebrecht” o qual define o rumo e orientação da empresa e que traduz as preocupações sociais que desde sempre acompanharam o crescimento da empresa. A base deste livro é o ser humano, surgindo o desenvolvimento das pessoas como ‘chave’ para o sucesso das empresas. Neste sentido, existe na empresa o conceito de “integrante”. Raramente são contratadas pessoas com muita experiência, a empresa aposta e promove a formação das pessoas novas e a sucessão de gerações. Possui mais de 20.000 integrantes por todo o mundo.

A empresa funciona segundo o Princípio de Descentralização e Delegação – cada integrante é responsável pelo ‘seu negócio’. Tem uma organização horizontal, cada obra tem uma equipa que assegura o desempenho de todas as funções necessárias. Esta forma de organização, pretende evitar que a empresa se veja em dificuldades no caso de algum gestor de topo se tiver de ausentar.

Outro aspecto importante na empresa é a “Educação pelo Trabalho”, outro livro desenvolvido pelo Eng. Odebrecht, no âmbito do qual se desenvolvem iniciativas em cada País. Em Portugal desenvolveu-se o Programa ‘Rotas do Conhecimento’, onde se incluem as iniciativas: ‘Aprendendo a ensinar’, cujo objectivo é passar o conhecimento aos mais novos e a realização de vários convénios e intercâmbios com as Universidades de Porto, Coimbra e Lisboa.

No Brasil existe a Fundação Odebrecht, que desenvolve projectos para apoiar as comunidades a promover o seu desenvolvimento, nomeadamente no que respeita à educação das pessoas.

Depois de descrever de forma sumária, a forma de actuação da empresa e algumas das suas iniciativas mais relevantes em termos de Responsabilidade Social, abordou/retomou a questão de Porquê Certificar, a qual de certa forma estava já respondida. A empresa tem já práticas e procedimentos internos com forte dimensão social.

Tem por isso motivações internas para assumir compromissos e avaliar de forma sistemática o seu cumprimento e as suas práticas, reconhecendo grande utilidade na realização de auditorias, que permitem manter as empresas activas. E motivações externas, associadas à melhoria de imagem, à possibilidade de influenciar parceiros de negócio para as práticas de Responsabilidade Social e a possibilidade de demonstrar à Sociedade o seu compromisso com a Responsabilidade Empresarial.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social no Tecido Empresarial Português

Dr. Miguel Namorado Rosa

Chefe Gabinete da Presidência do Millennium BCP

Apresentou uma comunicação estruturada em quatro tópicos:

1. Conceitos e tendências – Responsabilidade Social e Sustentabilidade
2. Valores e relevância da Sustentabilidade
3. Na actividade operacional - como o BCP incorpora os Valores e a Sustentabilidade na sua Estratégia
4. Interação com a Sociedade e o meio envolvente – compromisso com as gerações futuras.

1. Conceitos e tendências – Responsabilidade Social e Sustentabilidade

O objectivo das empresas é criar valor económico, ambiental e social de forma responsável. O plano de actividades da empresa não se esgota no seu negócio basilar, pode ter um efeito na melhoria da envolvente e deve assentar na criação de riqueza de forma sustentável.

Aos Bancos em particular, a integração nos mercados financeiros mundiais coloca-lhes exigências e desafios enormes. Uma estratégia de Responsabilidade Social deve ter em conta as vantagens e inconvenientes, na perspectiva de todos os *stakeholders* e não se pode reduzir à avaliação das suas implicações financeiras.

O conceito de Sustentabilidade no BCP, significa continuidade da empresa a longo prazo promovendo o equilíbrio entre os três pilares: ambiental, económico e social. Existe o reconhecimento que nomeadamente do ponto de vista ambiental, os bancos podem influenciar positivamente o comportamento ambiental de terceiros, nomeadamente de muitas empresas que precisam de financiamentos para o desenvolvimento da sua actividade.

2. Valores e relevância da Sustentabilidade

O BCP definiu uma estratégia para operacionalizar o conceito de Sustentabilidade, o qual foi incorporado na sua visão, missão e valores fundamentais.

Nesse sentido divulgaram a todos os funcionários o “*Business Principles*” e desenvolveram no ano de 2005 uma série de iniciativas, tais como: a elaboração de um Levantamento Ambiental; a adesão a iniciativas internacionais, de que é exemplo o *Global Reporting Initiative* (GRI); a abertura de rede de microcrédito e o desenvolvimento do Projecto “Aprender a empreender”. Para 2006, têm como ambições, nomeadamente, a certificação da Qualidade e a certificação SA8000.

3. Na actividade operacional – como o BCP incorpora os Valores e a Sustentabilidade na sua Estratégia

Foi constituída uma subcomissão de Sustentabilidade, que tem por objectivo supervisionar a área da Sustentabilidade do banco. Foi criada uma comissão específica para tratar das preocupações dos *stakeholders* – estabelecendo o ‘Diálogo com os *stakeholders*’. Foi implementada a prática do diálogo social, nomeadamente com os trabalhadores no sentido de os envolver na procura de ideias que permitam obter benefícios e reduzir custos. Já foram obtidos resultados bastante positivos. Pretende-se o rigor e a transparência, assegurando processos de gestão de excelência.

4. Interação com a Sociedade e o meio envolvente – compromisso com as gerações futuras.

Ao nível dos produtos e serviços, pretende-se entre outros que a oferta se caracterize pela sua universalidade e que sejam criados produtos que permitam dar resposta a necessidades específicas dos clientes.

Foram apresentados alguns exemplos de produtos e serviços orientados para a Sustentabilidade, dirigidos aos colaboradores e clientes, nos quais o principal objectivo não é ganhar dinheiro, mas sim apoiar as iniciativas das pessoas sem perder dinheiro, como é o caso da iniciativa “Millenium BCP Microcrédito”, destinado a clientes excluídos das linhas tradicionais de crédito.

Foi expresso o compromisso do BCP com as gerações futuras, salientando algumas das suas iniciativas nomeadamente o apoio à cultura.

O quadro de iniciativas apresentado e aqui brevemente sintetizado, estabelece o compromisso do BCP com a Responsabilidade Social.

Como conclusão, o BCP assume a Sustentabilidade não como mera exigência de terceiros (pressão da Sociedade), mas como vantagem competitiva e factor de diferenciação e acredita que a Sustentabilidade é de facto um factor estratégico para a continuidade da empresa a longo prazo.

3º Painel

Visão Normativa sobre Responsabilidade Social

Certificação SA 8000:2001

Dra. Clara Cunha

Auditora SA 8000 do BVQI Portugal

Apresentou a estrutura da norma SA8000 e explicou os passos necessários para a sua aplicação pelas empresas. Foram apresentados os números relacionados com a certificação SA8000: existem em todo o mundo 881 empresas certificadas, abrangendo 57 sectores de actividade e 50 Países, dos quais se salienta a Itália com 36,8% das certificações. Em Portugal, existem actualmente 5 empresas certificadas.

Responsabilidade Social – Porquê Certificar?

Dra. Helena Gonçalves

Docente da Universidade Católica do Porto

Começou por questionar o “Porquê de certificar a Responsabilidade Social?” e “O que certificar?”. Esclareceu que são de facto questões complexas, uma vez que a própria noção de Responsabilidade Social é muito polémica. Trata-se de uma filosofia de actuação e portanto a resposta não é fácil.

Questionou também porque razão se fala tanto de Responsabilidade Social. O crescimento astronómico da demografia é provavelmente a razão mais forte, pela qual tem que se falar em Responsabilidade Social. Todos os anos a população aumenta em 90 milhões.

Esta imensa população “carrega” exageradamente o planeta, daí ter que se considerar além da dimensão social também a dimensão ambiental. A situação agrava-se, ao pensar-se que o maior número de pessoas vive nos países sub-desenvolvidos e que se todos adoptarem o mesmo estilo de vida, serão necessários 8 planetas para satisfazer as suas necessidades. A Sustentabilidade é portanto uma questão de sobrevivência.

Este enquadramento permite perceber a sensibilidade da Sociedade para este assunto. Foi apresentada de uma forma cronológica a “resposta” da Sociedade a estas questões, começando com “*The Limits to Growth, 1972*”. Foi salientado o ano 2000, em que surge o Livro Verde sobre Responsabilidade Social Empresarial, da Comissão Europeia cujos conceitos e princípios têm sido seguidos por Portugal. Apesar de na Europa existir um consenso quanto ao conceito, a nível mundial a abordagem da Tripla Linha de Base não é ainda consensual.

Referiu ainda a importância da comunicação social e das ONG, na sensibilização da Sociedade para as questões da Responsabilidade Social, numa primeira fase denunciando as situações escandalosas e numa segunda fase actuando já como parceiros na promoção do Desenvolvimento Sustentável.

As respostas crescentes da Sociedade a estas questões, tem originado uma série de iniciativas e documentos de grande valor. Surgem códigos de conduta. Com o WBCSD as empresas deixam de ser vistas como a causa dos males do mundo para passarem a ser parte da solução, promovendo a operacionalização do Desenvolvimento Sustentável a nível empresarial.

A *Global Reporting Initiative* (GRI) proporciona um formato normalizado para a demonstração da sustentabilidade das empresas. O mercado financeiro com o índice *Dow Jones* para a Sustentabilidade, reconhece a importância dos indicadores de Sustentabilidade na avaliação das empresas. Associado aos índices *Footsie*, surge mais recentemente o Índice *FTSE4Good* que avalia também o desempenho ético e social das empresas. Estas iniciativas do sector financeiro, têm promovido o grande crescimento dos “Investimentos Socialmente Responsáveis”. Associado a este sector, salientam-se ainda os Princípios do Equador que sugerem que o financiamento de projectos acima de determinada dimensão só deve ser concedido, se forem respeitados princípios de Sustentabilidade.

Surgem princípios globais de cidadania empresarial, como o *Global Compact* e no seio de instituições internacionais como a ISO, começa a reflectir-se a necessidade de normalização da Responsabilidade Social, no âmbito da qual se insere este *workshop*.

Com estas respostas das organizações a nível mundial, importa referir que também em Portugal a temática tem suscitado o aparecimento de muitas iniciativas e organizações, salientando-se o trabalho pioneiro da ACEGE, que definiu um quadro de ética para as Organizações, a Quercus, a Oikos e mais recentemente a Sair da Casca, o Grace, a RSE Portugal e a APEE, revelando que o tema está de facto a ser debatido em Portugal.

Em resposta aos desafios do Livro Verde, da Comissão Europeia, é feito um estudo pelas Universidades Portuguesas sobre as práticas de Responsabilidade Social Empresarial em Portugal. Surge o “*Corporate Governance*”, na sequência do Livro Branco sobre *Corporate Governance*, no sentido de apoiar as empresas cotadas em bolsa. Surge a 1ª revista sobre temas de Sustentabilidade, a Impactus. O tema começa actualmente a ser incluído nos *curricula* dos cursos superiores (licenciatura e pós-graduação), designadamente na Universidade Católica do Porto.

Tudo indica que a Década da Educação para o Desenvolvimento Sustentável, vai surtir efeito e a Semana da Responsabilidade Social é também prova disso mesmo.

Foram referidas diferentes abordagens que têm sido adoptadas pelas empresas e demais organizações, para a prática da Responsabilidade Social: abordagens instrumentais, políticas, integrativas e éticas. Verifica-se que as empresas não têm usado apenas uma abordagem, mas tendem a começar por abordagens instrumentais.

Coloca-se então a questão “Porquê Certificar?” e principalmente “Certificar o Quê?”, se existe uma multiplicidade enorme de documentos e instrumentos nesta matéria, com diferentes âmbitos e exigências. A título ilustrativo, apresentou o “ABC dos instrumentos de RS”, que reúne os vários instrumentos existentes e os classifica de acordo com o seu tipo e contexto de aplicação.

De facto, a Responsabilidade Social não é a norma SA8000. Trata-se apenas, de um dos instrumentos existentes que não abarca a amplitude do conceito. Apesar de no seio da ISO se estar a tentar criar uma norma, está ainda em plena discussão se a Responsabilidade Social é certificável ou não. A resposta não é fácil, tanto mais se pensarmos que o que há a normalizar é a actividade de empresas de todo o mundo, onde a diversidade cultural e política é uma realidade. Em princípio, a norma servirá de Guia para os países, que em função da sua realidade desenvolverão os mecanismos mais adequados à sua implementação.

A Norma que está a ser desenvolvida pela ISO é uma norma *multistakeholder*, organizada em seis classes de *stakeholders*, onde se assegura entre outros a equidade entre países desenvolvidos e sub-desenvolvidos, o que por si só justifica a dificuldade na obtenção de consensos, resultante da confrontação de realidades tão diferentes.

Em termos conclusivos, foi feita uma reflexão sobre a evolução dos padrões e estilos de vida das pessoas posicionando-nos relativamente aos actuais valores, que têm originado de forma crescente o surgimento de uma nova geração de “*Lohas*” (“*Lifestyles of health and sustainability*”). O objectivo foi o de salientar as imensas oportunidades que as práticas de Responsabilidade Social representam para as empresas, pois de facto as necessidades e expectativas da sociedade em geral tendem a valorizá-las crescentemente, constituindo um potencial de novas áreas de negócio a aproveitar.

Intervenção do Prof. Fernando Ribeiro Mendes Presidente da RSE Portugal

Cada vez mais as empresas se preocupam não só com os seus riscos financeiros, mas também com os riscos societários, porque os *stakeholders* afirmaram a sua existência exigindo que as suas necessidades e expectativas sejam satisfeitas.

Estes riscos societários manifestam-se por um lado pelo consumo, pelas cadeias de fornecedores, dificultando a vivência das empresas e por outro também pelo mercado de capitais, que tem levado a este esforço de normalização das actividades.

A Responsabilidade Social surge como estratégia de resposta e gestão destes riscos, com particular importância para as empresas, sendo neste ponto de vista, que nos devemos colocar.

Algumas empresas portuguesas gerem estes riscos societários na defensiva (atitude defensiva), mas há que fomentar atitudes pró-activas porque existem oportunidades a aproveitar e há que tirar vantagem competitiva disso. Existem já alguns sinais, em Portugal, nesse sentido. O *Reporting* está a crescer significativamente e as auditorias a nível social, começam também a tomar expressão.

Falta no entanto, dar um salto tão importante como o que se deu até aqui. Faltam políticas de terceira geração de Responsabilidade Social das empresas, apostando na competitividade sustentável e Portugal está em condições de as iniciar. É necessário o envolvimento do *stakeholder* “Estado”.

A competitividade responsável vai passar a ser exigida pelo Estado e as empresas vão ter que acompanhar, pois os investidores vão valorizar também cada vez mais os Investimentos Responsáveis.

Em conclusão, salientou a oportunidade de negócio que existe para as variadas entidades (consultores, instituições financeiras, etc.) acreditando que Portugal vai acompanhar sem dúvida esta tendência e vai tirar partido de todas as oportunidades.

5.4 Debate

Questão 1 – Num contexto de globalização, no qual para as empresas, principalmente multinacionais, os funcionários são vistos cada vez mais como “números”, pode a Responsabilidade Social traduzir-se num travão à Globalização?

- **Eng. Ricardo Ferro**

A Responsabilidade Social é precisamente a resposta à Globalização.

- **Dra. Helena Gonçalves**

A Globalização é uma inevitabilidade. Deve-se a ela o facto de muitas pessoas terem deixado de morrer em todo o mundo, tendo proporcionado uma enorme melhoria das condições de vida em geral. Mas, a realidade é só uma, os ritmos de melhoria da qualidade de vida têm que se ajustar ao aumento natural da população e à capacidade do Planeta. Por isso a Responsabilidade Social não é um travão à Globalização, é antes um “refazer”. É necessário um novo modelo de sociedade e as empresas têm que melhorar o seu desempenho físico terrestre, têm que adoptar um novo modelo de organização mais responsável.

- **Prof. Fernando Ribeiro Mendes**

A Globalização permitiu que muitas empresas crescessem e tenham hoje uma dimensão mundial. Mas, para fazer crescer as empresas, é o mercado de capitais que actua e assume importância particular.

A Responsabilidade Social é uma forma de controlar e submeter à apreciação pública e democrática das sociedades, o desempenho das empresas. Não se pode confiar que as grandes empresas vão sempre fazer o melhor pela Sociedade.

As empresas são um assunto da esfera pública e já não da esfera privada – têm que prestar contas à Sociedade, sem que contudo isso afecte o seu sucesso económico.



Anexos



ANEXO 5 – Workshop do grupo de stakeholders “Serviço, suporte, investigação e outros”

Responsabilidade Social – Porquê Certificar?

Programa

- 09h30 **Boas Vindas**
Eng^a Ana Paula Pereira – Directora Geral do BVQi Portugal
- 09h40 **Criação de Valor e a Ética Empresarial**
Dr. Jaime Henriques – Vice-Presidente da APEE (Associação Portuguesa de Ética Empresarial)
Dr. Jaime Andrez – Presidente do IAPMEI
Moderadora: Eng^a Ana Paula Pereira – Directora Geral do BVQi Portugal
- 10h15 **Sustentabilidade e Responsabilidade Social no Tecido Empresarial Português**
Eng^a Teresa Manso – Departamento da Qualidade e da Responsabilidade Social da DHL
Dr. Miguel Ribeirinho – Coordenador da SA 8000 da Nova Delta
Eng^o Agostinho Pereira – Responsável de Sistemas da Bento Pedroso Construções
Dr. Miguel Namorado Rosa – Chefe Gabinete da Presidência do Millennium BCP
Moderador: Eng^o Ricardo Ferro – Director de Business Development do Grupo Bureau Veritas Portugal
- 11h15 *Coffee Break*
- 11h30 **Visão Normativa sobre Responsabilidade Social**
Dr^a Clara Cunha – Auditora SA 8000 do BVQi Portugal
Prof^a Helena Gonçalves – Docente da Universidade Católica do Porto
Prof. Fernando Ribeiro Mendes – Presidente da RSE Portugal
Moderador: Eng^o Ricardo Ferro – Director de Business Development do Grupo Bureau Veritas Portugal
- 12h30 **Debate**
- 13h00 **Encerramento**

Slides das comunicações

Os slides das apresentações do *workshop* encontram-se neste CD Rom, numa pasta separada.

Contactos e links

BVQI Portugal

Rua H, 4-4^a
Pólo Tecnológico de Lisboa
1600-485 Lisboa
T. 217 100 917
F. 217 100 918
bvqi@pt.bureauveritas.com
www.bvqi.pt

IAPMEI

Rua Rodrigo da Fonseca 73
1269-158 Lisboa
Tel. 213 836 000
Fax 213 836 283
www.iapmei.pt

DHL Portugal

Rua Cidade Liverpool, 16 2º Esq
1199-009 Lisboa
Portugal
Tel. 218 100 080
Fax 218 154 213
www.dhl.pt

NOVA DELTA

www.delta-cafes.pt

BENTO PEDROSO CONSTRUÇÕES, S.A.

Quinta da Fonte – Rua Quinta da Quintã – Edif. D. João I, Piso 1
2770-203 PAÇO DE ARCOS
Tel. 21 440 74 00
Fax 21 440 74 52

MILLENNIUM BCP

www.millenniumbcp.pt

Faculdade de Economia e Gestão Universidade Católica Portuguesa

Centro Regional do Porto
Rua Diogo Botelho, 1327
4169 – 005 Porto
Tel. 226 196 200
Fax 226 196 291
www.porto.ucp.pt

RSE Portugal - Associação Portuguesa para a Responsabilidades Social das Empresas

Tel. 213529101
Fax. 213529112
<http://www.rseportugal.org/>