

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA



ISCAL

A RESPONSABILIDADE SOCIAL E
ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

Estudo de Caso na Indústria Farmacêutica

Sónia Cristina Marques Gonçalves Abreu

Lisboa, 16 de Dezembro de 2010

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E
ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA

A RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

Estudo de Caso na Indústria Farmacêutica

Sónia Cristina Marques Gonçalves Abreu

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade, realizada sob a orientação científica da Doutora Ana Maria da Silva Barbosa de Sotomayor, Professora Coordenadora da Área Científica de Organização e Gestão.

Constituição do Júri:

Presidente - Doutora Maria do Céu dos Reis Roseiro Pinto Almeida

Arguente - Doutora Maria Manuela Rebelo Duarte

Vogal - Doutora Ana Maria da Silva Barbosa de Sotomayor

Lisboa, 16 de Dezembro de 2010

AGRADECIMENTOS:

- Doutora Ana Maria Sotomayor (orientadora da dissertação).
- Ao Pedro e Rodrigo (marido e filho), por todo o apoio e compreensão demonstrada em todos estes meses pela falta de atenção que não lhes pude dedicar.
- Ao Eduardo (irmão) por todo o apoio, ajuda e acima de tudo amizade.
- A todos os colegas desta turma do 1.º Mestrado em Contabilidade, pelo companheirismo e pelos bons momentos que passámos juntos, querendo agradecer especificamente a duas pessoas muito especiais à Susana Rodrigues e à Tânia Saraiva, por toda a amizade, apoio e entreajuda.

RESUMO ANALÍTICO

Este trabalho visa fornecer uma visão clara e sucinta de aspectos inerentes aos diversos factores que compõem as temáticas da ética e responsabilidade social das empresas e o modo como os mesmos condicionam ou impulsionam o desempenho económico-financeiro das organizações.

Actualmente o papel da ética e da responsabilidade social nos negócios tem sido tema de significativos estudos e debates, quer nos meios académicos quer nos meios empresariais. No meio académico, com maior incidência para as duas últimas décadas, onde foram realizados inúmeros estudos sobre a influência de uma postura ética e socialmente responsável das empresas no comportamento dos seus diferentes *stakeholders*. Ao nível empresarial essa influência é mais antiga, como se poderá verificar no decorrer deste trabalho.

Para a execução deste trabalho, foi efectuada uma análise de diversos tipos de bibliografia, tais como livros, artigos, teses de mestrado e doutoramento e relatórios de sustentabilidade de empresas. Foi analisado todo o tipo de informação que, de um modo ou de outro, pudesse dar um contributo ao esclarecimento dos dois temas em estudo.

Para aferir da aplicabilidade deste tema teórico, foi realizado um inquérito numa empresa da indústria farmacêutica com o objectivo de determinar qual o seu comportamento em questões de ética e responsabilidade social e os resultados deste são aqui analisados em pormenor, numa análise descritiva do mesmo.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social, Ética, Organizações, *Stakeholders*, Indústria Farmacêutica.

ABSTRACT

This paper aims to provide a clear and succinct aspects inherent to the various factors that make up the themes of ethics and corporate social responsibility and how these two factors constrain or boost the economic and the financial performance of the organizations.

Today the role of ethics and social responsibility in business has been a topic of significant study and debate, whether in academia or in business. In academia, with a higher incidence for the last two decades, which were conducted numerous studies on the influence of an ethical and sociable responsible business conduct in its various stakeholders. At the corporate level this influence is much older, as can be seen in this paper.

For the execution of this work was undertaken an analysis of various types of literature such as books, articles, masters theses and doctoral and sustainability reporting of companies. It was analyzed all types of information that, one way or another, could make a contribution to the clarification of two issues here under consideration.

To ascertain the applicability of this theoretical issue, a survey was conducted in a pharmaceutical company in order to determine what their behavior on issues of ethics and social responsibility and the results thereof are discussed in detail here, a descriptive analysis of the same.

Keywords: Social Responsibility, Ethics, Organizations, Stakeholders, Pharmaceutical Industry.

ÍNDICE GERAL

INDÍCE DE FIGURAS	viii
INDÍCE DE QUADROS	ix
INDÍCE DE GRÁFICOS	x
LISTA DE SIGLAS	xii
1. INTRODUÇÃO	1
2. NOÇÃO DE MORAL, ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL	4
2.1 Abordagem Histórica	7
2.2 A Aplicabilidade da Responsabilidade Social nas Empresas	11
2.3 O Enquadramento Legal da RSE	23
2.4 A Gestão Ambiental em parceria com a RSE e a ética	28
3. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	36
3.2 Organizações de Regulamentação e Apoio	48
3.3 Normas ISO, definição e objectivo	50
4. ESTUDO EMPÍRICO	52
4.1 Metodologia	52
4.2 Análise estatística e tratamento de dados	53
4.3 Interpretação dos resultados	57
4.4 Considerações futuras	73
4.5 Conclusões	74
4.6 Limitações do estudo de caso	74
5. CONCLUSÕES	75
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
<i>A N E X O</i>	83

INDÍCE DE FIGURAS

N.º	Designação	Página
I	Modelo Piramidal Tridimensional de Carroll	12
II	<i>Triple Bottom Line</i> (Teoria dos três P's)	21
III	Modelo de negócio proposto pelo WBSCD para cada um dos temas, Pobreza, Ambiente, População e Globalização	42

INDÍCE DE QUADROS

N.º	Designação	Página
I	Função ocupada na empresa (actualmente)	55
II	Quadro II – Práticas antiéticas praticadas na empresa	63
III	H1: Relação entre o código de ética e as actividades que representam o modo como a empresa se relaciona com a sociedade	65
IV	H1: Relação da empresa com a sociedade	65
V	Aplicação do Teste do Qui-Quadrado às variáveis em estudo na H1: Código de ética e actividades desenvolvidas pela empresa na sociedade	66
VI	H2: Relação entre o código de ética e as actividades ambientais que pratica	67
VII	H2: Relação da empresa com o ambiente	67
VIII	Aplicação do Teste do Qui-Quadrado às variáveis em estudo na H2: Código de ética e actividades desenvolvidas pela empresa na área ambiental	68
IX	H3: Resumo das respostas à questão 12	70
X	H3: Relação entre a posição que o colaborador ocupa e as práticas antiéticas da empresa	70
XI	H3: Relação entre a posição que o colaborador ocupa e a identificação das práticas antiéticas da empresa	71
XII	Aplicação do Teste do Qui-Quadrado às variáveis em estudo na H3: Relação entre a posição que o colaborador ocupa e a identificação das práticas antiéticas da empresa	72

INDÍCE DE GRÁFICOS

N.º	Designação	Página
I	Género do inquirido	54
II	Idade do inquirido	54
III	Função ocupada na empresa (actualmente)	55
IV	Estado Civil dos Inquiridos	56
V	Rendimento Líquido Mensal dos Inquiridos	56
VI	Modelo estratégico que integre simultaneamente ética e lucro é uma necessidade do mundo empresarial actual	57
VII	Existência de Código de Ética	58
VIII	Comportamento da empresa perante a sociedade onde está inserida	58
IX	Desenvolve esforços na protecção do ambiente	59
X	Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Elaboração de um Código de Ética Escrito	60
XI	Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Criação de sanções para comportamentos não éticos	60
XII	Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Incentivar a avaliação crítica do posicionamento ético dos superiores	61
XIII	Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) –	61

	Incentivar a transparência da estrutura interna e comunicação com o mercado	
XIV	Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Reuniões profissionais periódicas para discussão de questões éticas	62
XV	Análise das Práticas Antiéticas praticadas pela empresa	63
XVI	H3.1: Posição que o colaborador ocupa na empresa	69
XVII	H3.2: Práticas antiéticas presentes na empresa	69

LISTA DE SIGLAS

- APCER** – Associação Portuguesa de Certificação
- APEE** – Associação Portuguesa de Ética Empresarial
- CE** – Comissão Europeia
- CEPAA** – China Energy & Environmental Policy Analysis Model
- CERES** - Coalition for Environmentally Responsible Economies
- CRP** – Constituição da República Portuguesa
- CSR** - Corporate Social Responsibility
- CT** – Código do Trabalho
- EUA** - Estados Unidos da América
- GRACE** – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial
- GRI** – Global Reporting Initiative
- ICEP** - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal
- IPQ** – Instituto Português de Qualidade
- ISCAL** – Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa
- ISO** – International Organization for Standardization
- MEA** – Millennium Ecosystem Assessment
- MORI** - Marketing & Opinion Research Institute
- NCP** - National Contact Point
- OCDE** - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
- OIT** – Organização Internacional do Trabalho
- ONG** – Organizações não governamentais
- ONU** – Organização das Nações Unidas
- PME** – Pequenas e Médias Empresas
- RSE** – Responsabilidade Social das Empresas
- RSO** – Responsabilidade Social das Organizações
- SIDA** – Síndrome da Imunodeficiência Adquirida
- TI** – Tecnologia e Informática
- UE** – União Europeia
- UNICEF** – United Nations International Children's Emergency Fund
- WBCSD** - World Business Council for Sustainable Development

1. INTRODUÇÃO

A tradição das questões sociais em Portugal remonta ao século XV, quando foram fundadas as Misericórdias, entidades muito ligadas à igreja católica. Durante o Estado novo, período de 1926 a 1974, o modelo corporativo favoreceu o domínio das principais empresas por um número restritivo de famílias, tendo florescido algumas iniciativas a favor dos empregados, consideradas socialmente avançadas para a época, embora em alguns casos tivessem um carácter paternalista. O equilíbrio que existiu nesta época foi quebrado temporariamente com a Revolução de 1974, com os fenómenos que daí derivaram como foi o caso das nacionalizações e da instalação de uma economia social. Mas rapidamente recomeçaram as preocupações sociais, pois os mercados nacional e internacional assim o exigiam, para tal houve necessidade de adoptar um comportamento que permitisse dar resposta às questões sociais e ambientais que surgiam em grande número e que denotavam que algo havia a mudar.

Em Portugal as questões ambientais não se fizeram sentir de forma muito intensa durante muitos anos, talvez pelo facto de o nível de industrialização não ser muito elevado; os níveis de poluição eram relativamente baixos, comparativamente com outros países europeus. Nos últimos anos, no entanto, houve mudanças substanciais e alguns indicadores ao nível da poluição atmosférica e das águas, construção selvagem e destruição do património ambiental levaram à introdução de legislação ambiental exigente, sobretudo impulsionada por pressões e financiamentos por parte da União Europeia (UE).

Este tema tinha vindo a ser tratado de modo informal por uma elevada percentagem de empresas incluindo as pequenas e médias empresas (PME's) mas, em Março de 2000, com a Cimeira Europeia de Lisboa, as questões sociais e ambientais vieram emergir como uma disciplina autónoma de gestão.

Em Março de 2000, o Conselho Europeu aprovou a “Agenda de Lisboa 2010”, tratando-se esta de uma estratégia para a renovação económica, social e ambiental da UE. Com os objectivos aí traçados verificou-se que o conceito de responsabilidade social era

ainda pouco conhecido da sociedade portuguesa (Pinto, 2004). Por esse motivo desde então surgiram em Portugal novas organizações dedicadas à responsabilidade social das empresas (RSE), o que provocou sem dúvida, um aumento significativo do interesse pelo tema. E este trabalho visa demonstrar na sua parte teórica essa evolução até à data, elucidando algumas questões ainda pouco conhecidas e evidenciar quais as tendências actuais.

Foi feita uma revisão da literatura sobre o tema onde foram focados aspectos como, a ética nos negócios e a evolução da aplicação da ética e da responsabilidade social nas organizações, salientando quais os meios existentes para a prossecução destes dois aspectos empresariais e sociais, assim como as entidades reguladoras existentes e o enquadramento legal que existe nestas áreas e a sua aplicabilidade. É dada ainda uma imagem da dimensão nacional e internacional da aplicabilidade da ética e da RSE.

Com toda esta análise efectuada verifica-se que existem diversas motivações para a aplicação na prática do conceito de RSE e que de facto ainda existe uma mentalidade a mudar, pois existem muitos gestores com valores contraditórios e que só avançam com esta vertente se os benefícios para a entidade forem evidentes.

Após todo este enquadramento, apresenta-se de seguida de forma sintética, o conteúdo deste trabalho que será desenvolvido nos capítulos seguintes. No capítulo 2, pretende-se elucidar os temas, moral, ética e RSE, dado que se tratam de conceitos facilmente confundíveis, assim como apresentar uma evolução histórica sobre os temas em análise, onde são demonstrados factos que ocorreram, que foram relevantes e que demonstram a evolução e o crescente interesse pelos temas, ética e RSE. Demonstram-se igualmente quais os meios existentes em Portugal que facilitam e controlam a aplicabilidade da ética e da RSE pelas organizações. Uma outra análise ainda efectuada neste capítulo refere-se ao enquadramento legal existente na área da RSE em Portugal. Uma outra vertente de RSE é a ambiental e neste capítulo é elucidado o tema e o modo como este está a ser aplicado em Portugal. Sendo realizada uma análise sobre a gestão e o ambiente e o modo como ambas se relacionam entre si.

O capítulo 3, refere-se ao tema desenvolvimento sustentável, tema este intimamente relacionado com o desenvolvimento ambiental e que revela as preocupações existentes a

nível mundial pelo tema ambiente *versus* organizações. No ponto 3.1 deste capítulo, pretende-se esclarecer o tema investimento socialmente responsável (ISR), dada a sua relação directa à ética e à responsabilidade social e a importância que tem no desenvolvimento das organizações. São ainda, reveladas as orientações da UE para um desenvolvimento sustentável empresarial. Dado que em Portugal já existem diversas organizações de regulamentação e apoio às empresas, no que diz respeito à área de RSE, logo um outro objectivo deste capítulo (no ponto 3.2) é dar a conhecer algumas delas e revelar quais os seus propósitos. Enunciam-se ainda as normas ISO (ponto 3.3) directamente relacionadas com esta área de estudo, explicando do que se tratam e os seus objectivos.

No capítulo 4, é elaborado um estudo empírico, com a análise de uma pequena empresa na área da indústria farmacêutica, com o intuito de verificar qual o comportamento desta em relação à ética e RSE.

Por fim, no capítulo 5, realizam-se as conclusões a este trabalho dando uma análise sucinta de todos os pontos desenvolvidos ao longo deste.

2. NOÇÃO DE MORAL, ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para melhor compreensão do tema deste trabalho, é importante definir e elucidar as noções de moral, ética e responsabilidade social, dada a confusão que muitas vezes ocorre sobre os respectivos conceitos. Segundo Cabral, (2000:76-78):

“Moral é o conjunto de normas de conduta, quer em geral, quer aquelas que são reconhecidas por um determinado grupo humano”. “A realidade moral propriamente dita é o agir livre do homem, confrontando com a norma que o rege, por outras palavras, é a decisão livre perante o bem e o mal próprios do homem enquanto tal, enquanto racional e livre.”

A moral está intimamente ligada ao indivíduo em si, à sua forma de estar, aos seus hábitos, costumes e valores. É transmitida pela educação que se recebe no seio da família, amigos, professores e de todo o relacionamento que se tem ao longo da vida. Daí a confusão existente entre ética e moral.

Nunes (2004:22), considera que:

“A moral indica, assim, as grandes linhas gerais do comportamento do cidadão, reguladas pela sua consciência e pela tendência para a concretização dos objectivos individuais. A ética por seu turno, indica as razões filosóficas das decisões de acção, ou seja, é a ciência que estuda as regras de comportamento e a sua fundamentação.”

Quanto à ética, segundo Lama (2003:31): “o que determina se um acto é ético ou não, é o efeito que ele produz sobre a experiência ou a expectativa de felicidade que os outros têm.”

Outra definição é dada por Nunes (2004:18):

“O comportamento ético de uma empresa deve reportar-se à avaliação concreta da acção empreendida. Isto é, a caracterização de uma acção no mundo empresarial, tal como noutras circunstâncias, deve ter em conta: 1) a motivação e a intenção do agente com poder de decisão (sendo geralmente uma decisão do grupo e não individual) e 2) as consequências previsíveis a curto, médio e longo prazo.”

A ética é hoje considerada e aceita como uma disciplina ou campo de conhecimento. Refere-se à teoria ou aos estudos sistemáticos sobre a prática moral. Dessa forma analisa e critica os fundamentos e princípios que orientam ou justificam determinados sistemas e conjuntos de valores morais. É, em outras palavras, a ciência da conduta, a teoria do comportamento moral dos homens em sociedade; não é mais do que a aplicabilidade dos conceitos morais e individuais a uma sociedade ou a uma entidade.

Segundo Donnelly *et al* (2000) a finalidade da ética ou de um código de ética é de preparar os indivíduos para a escolha entre comportamentos alternativos. A importância da ética aumenta na proporção das consequências dos resultados do comportamento adoptado. A ética de uma pessoa é tanto mais importante quanto das suas acções decorram consequências para os outros.

A ética nos negócios tem vindo a registar, em primeiro lugar, um interesse crescente entre os gestores e o público. Pelo facto de um grande número de escândalos relativos a actividades contrárias à ética envolvendo grandes empresas terem sido amplamente publicitados. O segundo factor a ter em conta é a tomada de consciência de que a má conduta ética por parte da gestão pode ter custos muito elevados para a empresa e para a sociedade no seu conjunto. Por fim, tanto os gestores como o público compreenderam que a dinâmica da ética nas decisões a tomar pela gestão é muitas vezes um fenómeno complexo e estimulante. Determinar o que é ou não ético é por vezes muito difícil, mesmo que se trate de uma tarefa simples. Sabe-se, por exemplo, que aceitar um suborno de um fornecedor é claramente contrário à ética, assim como falsificar registos ou utilizar publicidade enganosa na promoção de um produto. Contudo a ética nos negócios é, muitas vezes, mais complexa. Todos os dias os gestores enfrentam questões éticas cujas respostas não são fáceis. Como, por exemplo, o que é “um lucro justo?”, “qual é o preço “certo” para um produto?”, “até que ponto uma empresa deve ser honesta para com os seus clientes?”.

Precisamente porque a ética em situações de negócio é frequentemente complexa, os pontos de vista dos gestores acerca das acções éticas divergem muitas vezes. As questões éticas vêm sendo debatidas no mundo dos negócios como, por exemplo, em situações que os gestores estão a debater quanto à ética da vigilância dos empregados, pois existem gestores que estão a querer fiscalizá-los ao nível da utilização dos

computadores e telefones para medir a sua produtividade e noutros casos estão mesmo a fazer o teste de despistagem de drogas e SIDA (Gonçalves, 2007).

Devido a essa complexidade e porque os gestores frequentemente discordam daquilo que constitui uma decisão ética, duas questões assumem particular relevância: as bases que o gestor pode utilizar para determinar qual a alternativa possível numa situação de tomada de decisão; e o que as organizações podem fazer para assegurar que os gestores se regem por padrões éticos nas suas tomadas de decisão. A determinação dos benefícios e dos beneficiários raramente é uma tarefa simples. No entanto, seria uma vantagem para os gestores na tomada de decisão ética, ao tentar agir correctamente, possuírem uma base orientadora para o fazer. Hoje em dia e dadas as crescentes preocupações com a ética das organizações, um número cada vez maior de empresas está a tentar fornecer esta orientação aos seus gestores. No centro dos esforços de muitas empresas está o desenvolvimento de um código de ética, frequentemente também designado por código de conduta. É habitualmente estabelecido pelos gestores de topo, consistindo numa declaração escrita de valores, crenças e normas de comportamento ético da empresa e tem como finalidade a orientação dos colaboradores da organização no âmbito da execução das suas tarefas.

E, por fim, o último conceito aqui em análise, a responsabilidade social, que não é um conceito recente, mas está na ordem do dia, não como mais uma tendência passageira, mas sim como uma exigência de cidadania.

Segundo o Livro Verde da UE (2001:4): “a responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.”

A RSE é um conceito a promover. As empresas devem assumir, em todas as suas acções, comportamentos socialmente responsáveis, não pondo em risco o desenvolvimento sustentado, os direitos do Homem, nomeadamente o trabalho, o ambiente e os recursos naturais, reconhecendo a responsabilidade que lhes cabe nesse mesmo desenvolvimento, na qualidade de vida dos seus colaboradores e das comunidades em que se inserem. Respondendo aos apelos e à consciencialização da comunidade internacional ao nível mundial, a RSE tem vindo a tornar-se, também em

Portugal, um movimento voluntário de empresários e de outros actores: parceiros sociais, cidadãos, Organizações não Governamentais (ONG's) e organizações de administração central e local, todos eles solidários em compromissos de mudança sustentável, partilhando uma vontade comum focada no desenvolvimento das pessoas, para um mundo melhor e mais solidário. O desenvolvimento de melhores práticas de responsabilidade social deverá ter tradução na melhoria das condições de trabalho, nomeadamente de saúde, segurança e bem-estar, não apenas pelo simples cumprimento da lei, mas por acções voluntárias de criação de ambientes mais saudáveis e gratificantes para quem neles trabalha e que, deste modo, possam ser potenciadores de desenvolvimento profissional e pessoal.

Boas condições de trabalho pressupõem custos. Porém as más condições de trabalho, incluindo o mau clima de trabalho, têm consequências muito graves ao nível pessoal e também ao nível económico. A empresa socialmente responsável deve reflectir o seu posicionamento no seu funcionamento global, nas dimensões interna e externa à empresa, na promoção dos direitos, interesses e expectativas dos trabalhadores, na gestão dos processos de mudança/inação, protecção dos recursos naturais e ambientais, na interacção com a comunidade, contribuindo para o seu desenvolvimento económico e social e para o combate à exclusão social (GRACE, 2004). A RSE interna exige, pois, uma filosofia de gestão integrada e centrada na pessoa, promovendo a saúde e segurança no trabalho, sabendo que os colaboradores são o recurso estratégico por excelência e que o ambiente da empresa se reflecte na qualidade do seu desempenho e na credibilidade externa, com reflexos na fidelidade dos clientes.

2.1 Abordagem Histórica

Para um melhor entendimento do tema é efectuada uma breve análise histórica, com alguns acontecimentos marcantes desde o momento respeitante ao seu aparecimento e a sua conseqüente evolução ao longo do último século, sendo enunciados factos relevantes ao nível nacional e internacional.

O período aqui em análise situa-se entre 1820 e 2010. Foi realizada uma divulgação de diversos factos com base no estudo de vários autores, como Karkotli e Aragão (2004),

Freeman (1984), Guimarães (2005), Monteiro (2004) e ainda informações divulgadas pelas diferentes entidades aqui referidas.

Em 1828, o grupo *Bureau Veritas*, importante grupo francês em áreas como a gestão de qualidade, higiene, saúde, segurança ocupacionais e meio ambiente, salientou-se com uma experiência largamente reconhecida no campo de apoio aos seus clientes.

Foi em 1899 que surgiu a primeira grande abordagem ao tema responsabilidade social ao nível das grandes empresas americanas. Foi nesta data que, por exemplo, a *Republic Iron and Steel Company* aderiu a práticas de responsabilidade social através de acções de caridade e de custódia. O princípio da caridade consistia no facto de que os mais abastados tinham de contribuir financeiramente para os menos favorecidos, tais como os idosos, os desempregados e os inválidos. Por outro lado, o princípio da custódia tinha como pressupostos que as empresas e os particulares ricos tinham a obrigação moral de multiplicar essa riqueza pela sociedade.

Em 1919/20, Henry Ford destacava-se no mundo empresarial por defender que as empresas deviam participar no bem-estar colectivo e, como tal, levou a cabo acções de mecenato e de apoio social. A sua dedicação a este tema foi tal que, em 1920, dois accionistas da empresa interpuseram uma acção em tribunal no sentido de que Henry Ford fosse condenado pelo abuso dos seus poderes de presidente e de accionista maioritário, pois havia tomado decisões contrárias aos interesses dos restantes accionistas.

É na década de 50 do século passado, após todos os reflexos que se haviam feito sentir com a grande depressão que surgiu com o *crash* da Bolsa de Nova Iorque em 1929 e após a Guerra do Vietname, que o conceito de responsabilidade social voltou a emergir, pois a sociedade americana repudiou a produção de armamentos bélicos, dado que estes eram prejudiciais ao Homem e ao ambiente. Surgiram movimentos populares que se manifestaram relativamente a questões éticas e de RSE. Emergiu no início dos anos 50 a problemática relativa às relações entre ética, empresas e sociedade, pois os Estados Unidos da América (EUA) ocupavam já na sociedade mundial uma posição capitalista de relevo, o que gerava no mercado empresarial grandes conflitos entre empresas e sociedade, questão que viria a ser o foco de estudo na disciplina da ética empresarial.

Como resposta a todos estes factores existiu a necessidade das empresas melhorarem a sua imagem e foi na década de 50 que tais repercussões se começaram a fazer sentir. Foi nesta década que se julga terem aparecido os primeiros estudos nesta área, com trabalhos como o de Bowen (1953).

Entre 1970 e 1985 surgiram a nível mundial fenómenos sociais, tais como a luta entre a igualdade de direitos entre os homens e as mulheres, assim como entre raças. Surgiram novos valores e atitudes, tais como a análise do comportamento das empresas com o meio ambiente. Em França deu-se o aparecimento de vários relatórios, sendo o de maior relevo o Balanço Social, obrigatório (à data) para empresas com mais de 750 trabalhadores. Nesta época ocorreu uma extraordinária mobilização cívica e revolucionária, tal como um extraordinário desenvolvimento científico e tecnológico. Tratou-se de uma época de grandes mudanças, o exterior à empresa passou a ter maior importância e um significativo peso no seu desenvolvimento, inúmeros movimentos da sociedade civil passaram a exercer pressão sobre as empresas em questões relacionadas com a poluição, consumo, emprego, discriminações raciais e de género ou até mesmo respeitante à natureza do produto produzido.

No início dos anos 80 e ao longo da década de 90 do século passado, consolida-se definitivamente a ideia de que a empresa e a sociedade são uma só rede de interesses e que não podem subsistir em separado. Surge nesta época a teoria dos *stakeholders* (todas as entidades que se relacionam com a empresa, têm um papel muito importante no desempenho da mesma). A problemática ambiental é tema de diversas conferências internacionais e surge o conceito do desenvolvimento sustentável, que pretende conciliar o desenvolvimento económico com a protecção do ambiente.

No que concerne ao nosso país, a realização do primeiro congresso de ética empresarial data de 1996 e resultou de uma organização conjunta da Faculdade de Economia da Universidade do Porto, da Fundação Gomes Teixeira e da Associação Portuguesa de *Management*. Desde essa data até ao momento actual, a noção de ética empresarial tem evoluído significativamente, sendo hoje universalmente aceite. Qualquer organização para ter sucesso não só tem de mobilizar empenho, criatividade, energia e motivação de todos os seus membros, como também tem de o fazer com carácter, ética e responsabilidade social.

Em 2000 foi criada em Portugal por um grupo de empresas maioritariamente multinacionais, uma entidade denominada por Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (GRACE), cujo objectivo era o de aprofundar o desenvolvimento social em simultâneo com o desenvolvimento empresarial. Realizou-se em Portugal a Cimeira de Lisboa, apresentada pela UE, com o objectivo de apresentar um conjunto de medidas para diferentes áreas como a tecnológica, científica, económica e social no sentido do seu desenvolvimento e consequente combate à exclusão social.

Em 2001 foi publicado pela UE o Livro Verde sobre a responsabilidade social das empresas, com grande enfoque para a questão ambiental. Sendo salientado no mesmo, o carácter voluntário dos compromissos assumidos pelas organizações empresariais.

Em 2006, em Portugal, a Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE) organizou pela primeira vez a semana da responsabilidade social, tratando-se de um encontro realizado entre os diferentes *stakeholders* com o objectivo de discussão de temas inerentes a esta temática e respectiva troca de conhecimentos. Encontrava-se igualmente em discussão a norma internacional de responsabilidade social - ISO 26000, sendo esta aprovada no final de 2010.

Entre muitos outros eventos que ocorreram em 2009, destacam-se as comemorações do “250º Aniversário da Aula do Comércio” no Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL), semana onde se realizaram conferências sobre diferentes temas salientando, por exemplo, “Ética, Responsabilidade Social das Organizações e Competências nos Negócios” proferida pelo Doutor Jorge Rodrigues ou "Da Responsabilidade Social das Organizações (RSO) à Gestão pela Cultura Ética" proferida pela Doutora Fátima Jorge. Um acontecimento relevante ocorrido em Abril de 2010 foi a convenção anual da rede nacional de responsabilidade social, com o propósito de promover a responsabilidade social em Portugal, na qual se propôs fazer um balanço da actividade do ano transacto, assim como uma reflexão sobre o contributo da rede para a estratégia europeia 2020 e a apresentação do plano de actividades para 2010. Realizou-se, igualmente em 2010, a 5.ª Semana da Responsabilidade Social da APEE. Todos estes factos aqui referidos são alguns dos muitos que ocorreram no último século relacionados com este tema, a nível nacional e mundial e que pela sua

importância conduziram ao desenvolvimento das temáticas da ética e RSE, de grande relevância nos dias de hoje.

2.2 A Aplicabilidade da Responsabilidade Social nas Empresas

A responsabilidade social das empresas é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua interacção com todas as partes interessadas. Assim, as empresas contribuem para a satisfação das necessidades dos seus clientes, gerindo simultaneamente as expectativas dos trabalhadores, dos fornecedores e da comunidade local. Florencio *et al* (2009) consideram que se trata de contribuir, de forma positiva, para a sociedade e de gerir os impactos ambientais da empresa, o que poderá proporcionar vantagens directas para o negócio e assegurar a competitividade a longo prazo. Segundo Mogollón e Romero (2004) as empresas devem considerar a responsabilidade social um investimento, através do qual podem adoptar uma abordagem correcta do ponto de vista financeiro, comercial e social, conducente a uma estratégia a longo prazo que minimize os riscos decorrentes de incógnitas. A motivação dos trabalhadores e o seu consequente aumento de produtividade podem ser alcançados adoptando medidas, como:

- a formação (onde recentemente surgiu o *e-learning*);
- a igualdade em termos de remuneração e de perspectivas de carreira para ambos os sexos; para tal terá de existir transparência na avaliação de desempenho, assim como incentivos e reconhecimento;
- uma preocupação relativamente à empregabilidade e à segurança dos postos de trabalho, apoio ao nível dos serviços sociais, como cuidados de saúde, centros de cultura, desporto e ocupação de tempos livres, medicina no trabalho e prevenção da exclusão e isolamento social após a reforma, são tudo acções que as empresas podem praticar com o objectivo de melhorar a vida dos seus colaboradores.

Uma redução na exploração dos recursos, nas emissões poluentes ou na produção de resíduos, pode contribuir, entre outros aspectos, para a redução das despesas energéticas, para a eliminação de resíduos e para a redução dos custos de matéria-prima e despoluição.

Para que uma empresa se consolide à frente de outras empresas suas concorrentes deve publicar as suas acções socio-ambientais, comunicando a sua política de RSE, sendo que com este factor pode melhorar a reputação da empresa, o que gera maior valorização para os clientes, o que leva por sua vez a uma maior vantagem competitiva (Godfrey *et al.*, 2009).

Já em 1979 e posteriormente em 1991, Carroll defendia a aplicabilidade de um modelo tridimensional de responsabilidade social corporativa, onde eram defendidas as diferentes categorias em que se pode manifestar um comportamento socialmente responsável numa empresa. Essas responsabilidades eram de quatro tipos: económicas, legais, éticas e discricionárias. Com este modelo piramidal tridimensional pretendia-se dar aos profissionais um modo de entendimento e aplicabilidade do conceito de responsabilidade social no seu negócio.

Figura I – Modelo Piramidal Tridimensional de Carroll



Fonte: Adaptação de Carroll (1979, 1991)

Segundo Carroll (1991) existe um primeiro estágio, o obrigatório, que indica as responsabilidades que afectam directamente a organização; o segundo nível corresponde a questões que lhe são exigíveis; e o terceiro e último nível é a actuação, a realização de acções sociais que se consideram desejáveis. Em suma, ter um espírito empresarial

responsável significa saber gerir uma empresa de um modo a reforçar o seu contributo positivo para a sociedade e ao mesmo tempo minimizar o impacto negativo sobre as populações e o ambiente. Este espírito traduz-se na forma como os empresários interagem quotidianamente com as várias partes interessadas, clientes e parceiros comerciais no mercado, trabalhadores no local de trabalho, comunidade local e ambiente.

Os empresários responsáveis:

- tratam os clientes, os parceiros comerciais e os concorrentes em equidade e honestidade;
- preocupam-se com a saúde, a segurança e o bem-estar geral de trabalhadores e consumidores;
- motivam os seus trabalhadores, proporcionando-lhes formação e oportunidades de desenvolvimento;
- agem como “bons cidadãos” na comunidade local; e
- respeitam os recursos naturais e o ambiente.

Segundo Santos *et al.* (2006), embora promovida habitualmente por grandes empresas ou multinacionais, a RSE deverá fazer parte da estratégia de qualquer empresa e de qualquer sector de actividade, incluindo as PME's. É importante salientar que o que se entende por RSE não se limita ao que é exigido por lei relativamente às condições de trabalho e protecção do ambiente, devendo ir para além disso e abranger acções voluntárias que contribuam para o desenvolvimento da sociedade através da educação, cultura e melhoria das condições de vida.

Uma empresa socialmente responsável respeita os direitos dos seus trabalhadores, não recorre à exploração de mão-de-obra infantil, não exerce práticas discriminatórias e no caso de recorrer a mão-de-obra localizada noutros países, nomeadamente, de países em desenvolvimento, tem preocupação pelas condições de vida destes trabalhadores. O conceito de comércio justo consiste precisamente em proporcionar aos produtores de países em desenvolvimento, um rendimento justo pelo seu trabalho e condições para o seu desenvolvimento.

Santos *et al.* (2006) salientam que, uma empresa socialmente responsável tem um papel importante no desenvolvimento das comunidades locais e pode fazê-lo através de patrocínios, doações, mecenato e voluntariado em áreas como a educação, cultura e desporto, por exemplo. O número de actividades que se pode desenvolver é enorme e a nível nacional existem exemplos de empresas a apoiar a construção de escolas e hospitais, fornecimento de material para escolas, conservação de edifícios ou monumentos. Há casos de empresas em que os empregados participam voluntariamente em acções de educação e apoio a pessoas idosas ou doentes, durante o horário de trabalho.

A ideia que vigorou durante muitos anos era a de que a gestão limitar-se-ia a assumir o mínimo de responsabilidades para com os empregados, repetindo apenas as obrigações legais relativas à relação empresa – colaborador. Estas leis abordavam questões relativas a condições físicas de trabalho (particularmente, as questões de segurança e saúde), fixação de salários e tempos de trabalho, sindicatos e sindicalização. Com estas leis o objectivo era o de induzir a gestão a criar locais de trabalho seguros e produtivos, nos quais os direitos cívicos básicos eram respeitados. Mas modernamente esta visão foi alterada e para além destas responsabilidades, as empresas passaram a dar aos seus colaboradores benefícios suplementares, como fundos de reforma e seguros de saúde. Cada vez mais empresas estão a aperceber-se de que os empregados enfrentam grandes dificuldades em conjugar as responsabilidades profissionais e familiares. O crescente número de casais com um filho, em que ambos trabalham e a maior esperança de vida dos idosos, implicam cada vez mais que os empregados necessitem de apoio para cuidar dos seus filhos e familiares idosos.

As empresas estão a responder a estas questões de diversas formas; um dos instrumentos que estão a utilizar é o horário flexível. Este envolve diversas combinações flexíveis, incluindo horas extraordinárias, trabalho repartido, licenças por ausência e trabalho em casa. Do ponto de vista das empresas, permitir aos empregados trabalhar menos ou com maior flexibilidade de horário laboral, constitui uma excelente forma de atrair e manter pessoas de alto nível.

Segundo Donnelly *et al.* (2000), um número crescente de empresas apoia de alguma forma a assistência a crianças e idosos. Por exemplo a IBM depois de se ter apercebido

que 30% dos seus colaboradores tinham a cargo familiares idosos, criou, em 1987, para os empregados o primeiro serviço de assistência a idosos de âmbito nacional; o que se verificou foi que logo no primeiro mês de funcionamento cerca de 4.000 empregados e de 33.000 reformados da IBM recorreram a esse serviço.

Os esforços desenvolvidos têm uma natureza reactiva, pois constituem uma resposta a pressões de empregados ou mesmo de entidades externas. As empresas são socialmente sensíveis, se iniciam pró-activamente estas actividades na ausência de qualquer pressão. No entanto, este tipo de acções desenvolvidas no interesse dos seus empregados também beneficia a organização, pois as empresas que criaram, por exemplo, centros de dia, registaram melhorias substanciais na assiduidade e na produtividade dos empregados envolvidos.

Existem, ainda, outras acções tendo em vista o relacionamento, as regalias e a satisfação dos empregados face ao trabalho que podem incluir a concessão de regalias visando necessidades muito significativas dos seus colaboradores como, por exemplo, a criação de creches nas suas instalações. Na área do emprego e apoio às minorias e às mulheres, o negócio pode ser socialmente responsável orientando-se para a contratação de minorias e incentivando o seu desenvolvimento profissional. Medidas no sentido de proporcionar um ambiente de trabalho limpo, seguro e confortável são actividades socialmente responsáveis no domínio da segurança e saúde dos empregados. Existe ainda outra área onde as empresas são socialmente responsáveis, situação que ocorre quando são efectuados donativos a universidades, a fundações artísticas e culturais, aos hospitais e instituições humanitárias.

As empresas têm desenvolvido igualmente esforços para resolver ou prevenir problemas ambientais ou ecológicos, tais como a poluição da água, do ar e sonora, ou a destruição de lixo e resíduos radioactivos. As acções desenvolvidas por várias empresas são exemplos de actividades nesta área. Um desses exemplos foi o caso da empresa japonesa Hitachi Corporation¹ que foi pioneira na tecnologia da remoção de óxidos de azoto de centrais geradoras encerradas, tendo também lançado sistemas de remoção de enxofre e de recuperação de calor, que comercializa em todo o mundo. A Scania em

¹ Fonte: Sítio da Hitachi na *internet*.

2007 apresentou o autocarro do futuro, um autocarro urbano híbrido a etanol com piso rebaixado de tamanho completo que reduz as emissões fósseis de dióxido de carbono em 90 por cento se alimentado a etanol.² A Hewlett-Packard Company produziu equipamento de análise para identificar os químicos tóxicos existentes em amostras de lixo³. O que se verificou nos últimos anos é que a nível mundial as empresas estão a desenvolver uma abordagem mais pro-activa na gestão e acompanhamento das suas operações ambientais.

Especificando um pouco a situação das PME's de acordo com Santos *et al.* (2006), estas são essenciais para alcançar o objectivo estratégico definido em Lisboa para a UE no horizonte de 2010, assente em três pilares de desenvolvimento sustentável: crescimento económico, coesão social e defesa do ambiente.

Entre outros benefícios de ordem comercial, podem referir-se uma maior satisfação e fidelização do cliente, colaboradores mais motivados, melhoria das relações com a comunidade local e as autoridades públicas, redução dos custos e melhor imagem. Para muitos proprietários e gestores, mais do que benefícios comerciais previsíveis, são os valores pessoais a força principal que os motiva para o empenhamento social, em especial no que se refere às actividades em prol da comunidade local. Apesar de essas actividades serem muitas vezes realizadas pontualmente e não estarem associadas a uma estratégia comercial, elas demonstram o carácter verdadeiramente “voluntário” do empenho das PME's. Noutros domínios, como a saúde e a segurança ou o ambiente, a regulamentação ou a pressão da cadeia de produção desempenham um papel mais importante. As actividades de muitas PME's, em especial no tocante ao envolvimento com a comunidade, são ainda na sua maioria espontâneas e sem ligação a uma estratégia comercial. Muitas empresas, porém, já admitiram que as actividades sociais relacionadas com a actividade principal da empresa têm mais possibilidades de serem bem sucedidas a longo prazo e de virem a trazer benefícios comerciais no futuro. Ao contrário das empresas de grandes dimensões, que têm departamentos especializados em RSE, numa pequena empresa é(são) muitas vezes a(s) mesma(s) pessoa(s) a tratar de todas as questões, em conjunto com as operações quotidianas e a sobrevivência da empresa.

² Fonte: Sítio da Scania na *internet*.

³ Fonte: Sítio da HP na *internet*.

Assim, as PME's devem ser encorajadas a adoptar uma abordagem de gestão mais integrada que inclua preocupações sociais e ambientais. Uma participação mais activa dos trabalhadores e da administração em actividades sociais como, por exemplo, através do voluntariado pode contribuir para reforçar as competências e o moral dos colaboradores, mais do que a entrega anual de um cheque pelo proprietário a uma obra de caridade.

Segundo Gonçalves (2007), no estudo “Atitudes dos Consumidores Europeus face à Responsabilidade Social das Empresas”, elaborado pela *Marketing & Opinion Research Institute* (MORI) e pela CSR Europe, apresentando em Novembro de 2000 e que abrangeu cerca de 12.000 pessoas e 12 países da UE, foram apresentadas as seguintes conclusões:

- 70% dos consumidores europeus afirmaram que o empenho das empresas para a sua responsabilidade social é importante aquando da decisão de adquirir um produto ou um serviço;
- 44% destes consumidores estão dispostos a pagar mais por um produto que seja social e ambientalmente responsável.

Sendo estas as principais conclusões relativamente ao público europeu, importa analisar mais atentamente o nosso país. A qualidade dos produtos, o serviço de apoio ao cliente, o empenho nas suas responsabilidades sociais, o respeito pelos direitos humanos e a existência de um ambiente de trabalho seguro e saudável, são em regra os factores considerados mais importantes pelos portugueses quando fazem um juízo de valores sobre uma empresa (Gonçalves, 2007).

Historicamente, algumas grandes empresas disponibilizam aos seus colaboradores serviços de natureza social, tais como cantinas, apoio para os estudos e mesmo creches e infantários. Também são frequentes os grupos desportivos e as associações de empregados apoiadas pelas empresas. Mas existem infelizmente factores de grande importância e que ainda não mudaram em Portugal, pois continua a ser o país da UE com a maior taxa de abandono escolar, apesar dos valores terem vindo a descer desde 1999. Em 2009 a taxa de abandono escolar precoce foi de 31,2%, representando uma descida de 4,2% em relação a 2008. Os dados do *Eurostat* (Centro Estatístico da UE),

divulgados em Julho de 2010, indicam que Portugal tem a mesma taxa que a Espanha e somente Malta tem uma taxa superior (36,8%). A média de abandono escolar dos 27 países da UE situou-se nos 14,4%. O nível de escolaridade em Portugal é muito baixo, o abandono escolar tem ainda uma elevada taxa e, infelizmente, a formação ao longo da vida também apresenta índices preocupantes. Deste modo, toda esta conjugação de factores ajuda a explicar, em grande parte, o baixo nível de produtividade existente em Portugal, pois nesta área não há de facto um investimento real. No entanto, é sabido que Portugal é um dos países da Europa onde se trabalha até mais tarde, sobretudo os quadros e os trabalhadores por conta própria, sem que tal se traduza, necessariamente em acréscimo de produtividade. Muitos portugueses têm por hábito fazer pausas prolongadas ao longo do dia e mesmo trabalhando mais horas, estas acabam por ser insuficientes para compensar os tempos perdidos. Outra situação que também ocorre muito no nosso país é que algumas pessoas, sobretudo as que auferem menores rendimentos, mantêm situações de duplo emprego para ajudar a equilibrar o orçamento familiar.

Ao se analisar estas conclusões é de fácil entendimento a importância cada vez maior da RSE como factor determinante para a imagem das empresas. As empresas devem, então, repensar e redefinir as suas estratégias de aproximação a um mercado que é cada vez mais exigente relativamente ao papel das várias instituições. Para tal, é fundamental que as empresas, que desenvolvem boas práticas, partilhem as suas experiências com o intuito de aumentar o número de empresas com práticas socialmente responsáveis, contribuindo desta forma para uma sociedade mais justa. Quanto ao ambiente interno das empresas, Melo e Froes (2001) argumentam que as acções socialmente responsáveis das empresas aumentam a produtividade no trabalho, criam maior motivação, auto-estima e orgulho entre os funcionários.

Para Drucker (1984) e Porter e Kramer (2002) este enfoque pressupõe a integração dos aspectos sociais e económicos, uma vez que ajudam a melhorar a competitividade da empresa, preconizando as relações positivas entre a responsabilidade social e os resultados empresariais (Alén *et al.*, 2006).

Segundo Donnelly *et al.* (2000) existem dois instrumentos de gestão socialmente responsável cujo objectivo é orientar as acções das organizações no sentido do cumprimento de acções éticas e de responsabilidade social. São eles:

- *Código de conduta* – tende a designar as condutas e as práticas relacionadas com resultados e com virtudes como a pontualidade e o rigor; contempla linhas de orientação práticas que capacitam a implementação de uma conduta ética;
- *Código de ética* – é uma expressão mais associada a documentos focalizados em princípios como a justiça e o carácter; enuncia os valores filosóficos de uma organização.

Estes documentos podem ser muito úteis, pois vão ajudar as organizações a formalizar um conjunto de valores que poderão já estar ou não interiorizados na sua cultura ou ainda poderão ajudá-las a partilhar algumas linhas de orientação, não só com todos os colaboradores, mas também com outras partes interessadas, como fornecedores ou clientes. O código de ética/conduta está inserido num amplo processo ético que, para ser eficaz, deve conter várias fases primordiais, tais como, informar, explicar, aderir, agir e medir.

Em cada uma destas fases podemos encontrar actividades muito diferentes que podem ter como alvo, quer as pessoas individualmente, quer a organização como um todo. Por exemplo, na fase de informar está a criação do código ético/conduta, a inserção do mesmo no manual de acolhimento para novos colaboradores ou a divulgação propriamente dita, que poderá ser efectuada através de diversos processos de comunicação interna ou externa.

Na fase de explicar pode-se encontrar acções de sensibilização ou mesmo formação jurídica sobre o tema, enquanto que na fase de adesão pode-se ter, por exemplo, acções de formação ética. As fases de agir e medir são cruciais para manter o processo vivo, incorporando, por exemplo, no processo de recrutamento critérios éticos ou criando um sistema eficaz de sanções e prémios relativos a desempenho ético que deverá ser auditado e medido periodicamente. Verifica-se que são tão importantes quanto o conteúdo ou o processo de criação do código, as fases posteriores de implementação e monitorização do mesmo. Estas fases são muitas vezes “esquecidas” ou descuradas pelas organizações. É igualmente importante para que o documento se mantenha actual, que seja frequentemente revisto.

Já existem também várias entidades cujo objectivo é orientar e fiscalizar as empresas em diferentes formas de RSE e ética. Uma delas é, por exemplo, a GRACE, que criou um guia denominado de “Primeiros Passos – Guia para a Responsabilidade Social das Empresas”. Este guia (disponível *on-line* em: www.grace.pt) pretende ser uma ferramenta para as “empresas que procuram formas de integrar a responsabilidade social na cultura das suas actividades”. De igual modo, “deve ser entendido como uma fonte de ideias e não como um recurso definitivo para a empresa que se considera socialmente responsável ou pretende evoluir nesse sentido.” Na sua simplicidade, este guia procura ser uma ferramenta inicial para ajudar as empresas a reflectirem quanto às suas práticas sociais, no seu papel enquanto cidadãs responsáveis e na adopção desses valores nas suas estratégias de gestão.

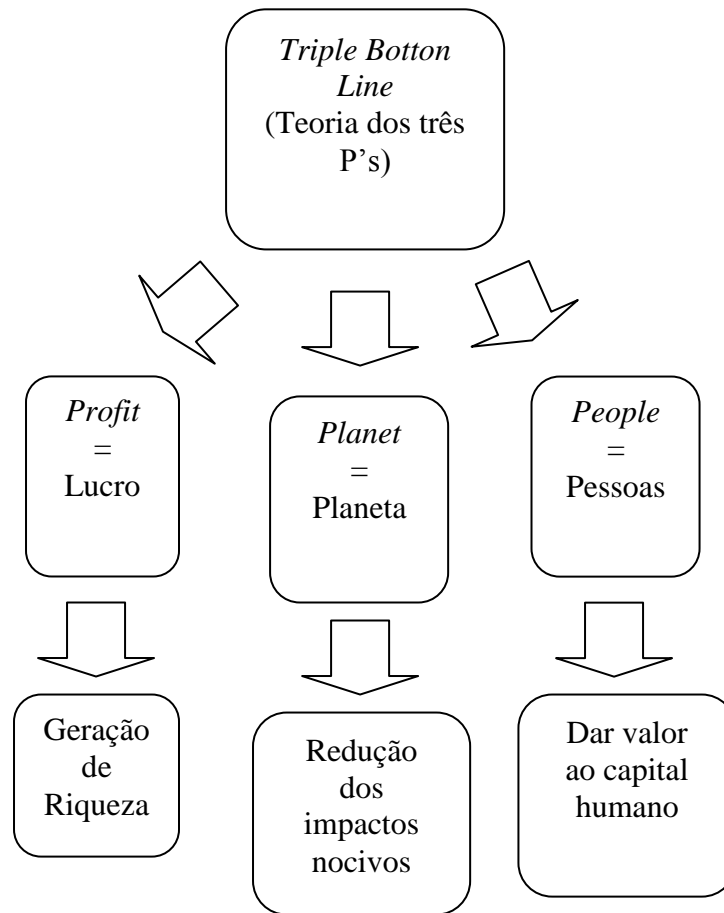
A RSE PORTUGAL trata-se de uma outra entidade portuguesa criada com o objectivo de promover a responsabilidade social das empresas, contribuindo para o desenvolvimento e competitividade sustentável através da concepção, execução e apoio a programas e projectos nas áreas educacional, formativa, social, cultural, científica, ambiental, cívica e económica, no âmbito nacional e internacional.

Segundo o Livro Verde para a Responsabilidade Social das Empresas (2001), publicado pela Comissão Europeia (CE), a RSE é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais, por parte das empresas, nas suas operações e na sua interacção com as outras partes interessadas. Daqui salientamos as duas dimensões da RSE:

- interna – adopção de políticas de recrutamento não discriminatórias; acesso a formação; equilíbrio família/trabalho; higiene e segurança, entre outras;
- externa – cooperação com, por exemplo, a comunidade, responsabilidade ambiental e mecenato.

Incentivando as empresas a uma participação mais activa na sociedade, a RSE Portugal considera que as empresas devem assumir três tipos de preocupações que se designam mais comumente por “*Triple Bottom Line*”: preocupações financeiras (geração de riqueza), preocupações sociais (capital humano) e preocupações ambientais (redução dos impactos nocivos).

Figura II – Triple Bottom Line (Teoria dos três P's)



Fonte: Adaptado do Livro Verde 2001 e de McIntosh *et al.* (1998)

Em suma, as empresas podem ser socialmente responsáveis adoptando medidas como, por exemplo,

- informando o consumidor;
- reportando o impacto social da empresa;
- trabalhando em parceria;
- investindo responsavelmente;
- integrando os desfavorecidos e marginalizados; e
- atraindo e retendo os melhores talentos.

Outros instrumentos de implementação da RSE são a obtenção de certificações de qualidade e de adequação ambiental, como as normas ISO e a comunicação dos seus

desempenhos ambientais através da realização de relatórios. Estes são indicadores claros dos avanços que têm sido conseguidos em alguns aspectos importantes da RSE.

Há no entanto, um amplo trabalho a desenvolver, que passa pela implicação, nesta temática, não só das empresas, mas de outros agentes sócio-económicos, parceiros sociais, institucionais e comunitários, autarquias e comunidade técnico-científica, aos quais não são alheias as responsabilidades sociais. Ao nível empresarial, os princípios e actuações de responsabilidade social passam por uma multiplicidade de acções tomadas pela empresa na gestão do seu negócio. O comportamento baseado em princípios éticos e na prioridade da qualidade nas relações são manifestações de RSE. É uma exigência cada vez mais presente a adopção de padrões de conduta ética que valorizem o ser humano, a sociedade e o meio ambiente. Relações de qualidade constroem-se a partir de valores e condutas capazes de satisfazer necessidades e interesses dos parceiros, gerando valor para todos. As empresas da sua rede social compartilham valores respeitantes à RSE, destacando-se a confiança, o compromisso, a igualdade, o respeito, a participação, a justiça e a sustentabilidade. Sendo a sustentabilidade o objectivo mais ambicioso de todo o processo de consulta entre todos os *multistakeholder* e constitui a referência da RSE (Archel e Husillo, 2009).

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, de pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores e comporta-se desse modo por acreditar que assim estará a contribuir para a construção de uma sociedade mais justa. A prática da RSE revela-se também internamente, na constituição de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização profissional das pessoas. A empresa, com isso, aumenta a sua capacidade de recrutar e manter quadros eficientes, factor chave para o seu sucesso numa época em que criatividade e inteligência são recursos cada vez mais valiosos. A prática da RSE passa também pela avaliação e monitorização do impacto durante todo o ciclo de vida do seu produto ou serviço. A competição torna vital a fidelização dos consumidores e clientes, que têm cada vez mais acesso à informação e à educação. A adopção de um comportamento ético que ultrapassa as exigências legais agrega valor à imagem da empresa, aumentando o vínculo que os seus consumidores e clientes estabelecem com ela.

A empresa demonstra a sua RSE ao comprometer-se com programas sociais vocacionados para o futuro da comunidade e da sociedade. O investimento em processos produtivos comparáveis com a conservação ambiental e a preocupação com o uso racional dos recursos naturais são essenciais, por serem do interesse da empresa e da colectividade. É igualmente crucial que a empresa se rodeie de parceiros que partilhem os seus valores, sobre os quais pode exercer influência no sentido de orientar as suas performances de RSE.

2.3 O Enquadramento Legal da RSE

Actualmente ao nível dos encargos com a protecção social voluntária (Segurança Social), uma das obrigações legais das empresas é a contribuição para a Segurança Social de 23,25% da massa salarial, enquanto os trabalhadores contribuem com 11%. Os trabalhadores por conta própria têm ao seu dispor duas hipóteses de contribuição: pagam 25% ou 32%, estes últimos se pretenderem ter direito a subsídio de doença (normas a alterar a partir de 2011 com a entrada em vigor do Código Contributivo da Segurança Social).

Algumas empresas, sobretudo as grandes empresas, contribuem para fundos de pensões, quer para cumprir obrigações assumidas em convenções colectivas de trabalho, quer por sua livre iniciativa. No entanto, este tipo de contribuições abrange uma pequena parte da população.

Em Portugal, quanto ao nível da saúde e segurança no trabalho não existe uma verdadeira cultura de RSE, pois ainda não se investe muito em políticas e práticas de prevenção de acidentes de trabalho, resiste-se ao cumprimento de regras e tende-se a ser descuidado, confiando que “os acidentes só acontecem aos outros!”. Por vezes os equipamentos de segurança até existem, mas os trabalhadores optam por não os utilizar, por comodidade, por ignorância ou teimosia. Só que infelizmente no que respeita à segurança, esta mentalidade acaba por resultar em custos elevados quer para o indivíduo, quer para a sociedade.

A segurança no trabalho é um factor que tem vindo a assumir uma importância crescente. O número de empresas certificadas OHSAS 18001, certificação que permite à empresa atingir, controlar sistematicamente e melhorar o nível do desempenho da saúde e segurança do trabalho por ela mesma estabelecido, nomeadamente em questões como a prevenção e controle de riscos de acidentes e doenças ocupacionais, era, em 2003, muito baixo (havia apenas 54 empresas certificadas), mas esta tendência tem sido de crescimento, o que já se traduziu uma diminuição significativa do número de acidentes mortais (Pinto, 2004).

No Código do Trabalho (CT) estão estabelecidas as obrigações do empregador e do trabalhador. O processo de informação e consulta aos trabalhadores e a formação mínima exigida nesta área, são actualmente responsabilidades exigidas ao empregador.

O balanço social é um instrumento de gestão que disponibiliza informação diversa sobre os recursos humanos de uma organização, demonstrando como a sua gestão eficiente contribui decisivamente para atingir os objectivos da entidade. No âmbito da inovação, modernização e promoção da qualidade dos serviços o balanço social permitirá ainda demonstrar, objectivamente, as necessidades e até os riscos associados à gestão de recursos humanos da organização. Na elaboração do presente balanço social são observadas as disposições constantes do Decreto-Lei nº 190/96, de 9 de Outubro, onde os pontos de incidência e análise da organização são emprego, custos com o pessoal, higiene e segurança, formação profissional, protecção social complementar, relações profissionais e disciplina.

As orientações da CE no âmbito da estratégia de desenvolvimento sustentável indicam que as empresas cotadas na bolsa e com mais de 500 trabalhadores deverão publicar relatórios anuais relativos ao desempenho ambiental, económico e social. O *Global Reporting Initiative* (GRI) é a referência mundial para a elaboração destes relatórios. Trata-se de uma iniciativa da *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) em conjunto com organizações, como as Nações Unidas. Além da importância que terão para os accionistas e investidores, os relatórios de desempenho social, deverão ser lidos pela comunidade em geral funcionando como um meio de dar a conhecer o esforço das empresas no âmbito da sua responsabilidade social e permitir aos consumidores estarem mais informados na sua escolha de produtos e serviços.

Ao nível da formação profissional o CT estabelece os princípios e as normas sobre a sua aplicabilidade. Quanto aos objectivos e princípios, o CT estipula do art.º 162º ao art.º 170º, a garantia de uma qualificação inicial de jovens; a promoção da formação contínua dos trabalhadores; a garantia do direito individual à formação ou a promoção da reabilitação profissional das pessoas com deficiência. Relativamente aos deveres gerais do empregador, destacam-se dar formação aos seus trabalhadores, proporcionar-lhes acções de formação profissional, assim como, ao próprio trabalhador incumbe o dever de participar diligentemente nas acções de formação profissional que lhe sejam proporcionadas.

Quanto aos trabalhadores efectivos é estipulado o direito a formação contínua certificada, que deve ser cumprido anualmente e que corresponde a 35 horas/trabalhador, obrigação prevista a partir de 1 de Janeiro de 2006. Em contraponto ao dever do empregador de dar formação, o trabalhador tem o direito de recebê-la, direito esse que se vence no dia 1 de Janeiro de cada ano civil. Já para os trabalhadores contratados a termo, o dever do empregador de dar formação só é exigível para contratos cuja duração total exceda os seis meses.

No que concerne à protecção das mulheres, minorias e portadores de deficiências foram previstos tipos de protecção social que determinam direitos de personalidade, igualdade e não discriminação em geral ou em particular, protecção da maternidade e paternidade, trabalho de menores, trabalhadores com capacidades reduzidas, com deficiência ou doença crónica, trabalhadores-estudantes e trabalhadores estrangeiros, temas vinculados no CT.

Tal como o CT a Constituição da República Portuguesa (CRP) de 1976 consagrou os seguintes princípios e direitos: o princípio da igualdade entre mulheres e homens; o direito de todas as pessoas à liberdade e à segurança; ao trabalho; à livre escolha da profissão ou do género de trabalho; à igualdade de participação na vida pública de todos os cidadãos e cidadãs; e à igualdade de direitos e deveres dos conjuges quando à capacidade civil e política e à manutenção dos filhos. Desde Setembro de 1979, com a publicação do Decreto-Lei n.º 392/79, de 20 de Setembro, que Portugal concretiza a

proibição de discriminação e a promoção da igualdade entre mulheres e homens no trabalho, no emprego e na formação profissional, tanto no sector público como privado.

Ao nível da CE, apesar dos esforços realizados desde a década de 70 do século passado, foi na década de 90 que surgiu o consenso no que diz respeito à necessidade da Comunidade Europeia promover a igualdade de tratamento e combate à discriminação com base no sexo, origem racial ou étnica, religião ou crença, idade, deficiência ou orientação sexual (Carta dos direitos fundamentais da CE, título II – Libertades e título III – Igualdade e título IV – Solidariedade - conferem poderes à Comunidade Europeia para adoptar acções de combate à discriminação).

Estes factos são reforçados pelo Livro Verde da CE sobre a responsabilidade social das empresas (2001), no ponto 29:

“As práticas de recrutamento responsáveis, designadamente não discriminatórias, poderão facilitar a contratação de pessoas provenientes de minorias étnicas, trabalhadores mais idosos, mulheres, desempregados de longa duração e pessoas em desvantagem no mercado de trabalho. Estas acções são fundamentais para a consecução dos objectivos fixados pela Estratégia Europeia de Emprego – a redução do desemprego, o aumento da taxa de emprego e a luta contra a exclusão social.”

A certificação social é hoje um factor de grande importância na vida das empresas e o número de empresas certificadas socialmente tem vindo a aumentar significativamente. Uma empresa certificada socialmente demonstra ter um papel activo na promoção das condições de trabalho ao longo da cadeia produtiva. A norma *Social Accountability 8000* (SA8000) (semelhante à ISO 9000) foi criada pelo *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA) com base nas normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT), na Declaração Universal dos Direitos Humanos e na Declaração Universal dos Direitos das Crianças da ONU, dizendo respeito às condições de trabalho, mão-de-obra infantil, discriminação, salários e benefícios, saúde e segurança, liberdade de associação, horário de trabalho, entre outros aspectos. A nível mundial existiam, em 2004, 218 empresas certificadas pela SA8000. A China era o país com maior número de certificações (39), a Itália tinha 34 e o Brasil 28. Em Portugal, a Delta Cafés era a única empresa certificada pela SA8000, tendo projectos de apoio às comunidades onde recorreram à mão-de-obra local, tais como em Timor e Angola,

sendo que esse número a partir de 2005 tenha começado a crescer, com a adesão da TNT e DHL⁴ (empresas de distribuição), existindo actualmente muitas mais empresas certificadas, o que é de facto um sinal significativo da importância dada a este factor.

Quanto ao mercado de valores sociais a integração da RSE neste mercado de valores, reveste de valor económico o esforço das empresas no desenvolvimento da sociedade. Hoje em dia os investidores preocupam-se não só com o desempenho económico das empresas em que investem, mas também com o desempenho em termos ambientais e sociais. Uma empresa com actividades sociais e ambientais fortes demonstra uma estrutura sólida e consciente, atraindo, desta forma, os investidores. Nos EUA e em alguns mercados europeus, os fundos de investimento em empresas socialmente responsáveis têm vindo a aumentar de importância, representando 600 biliões de dólares, só nos EUA. Além disso, algumas Bolsas desenvolveram índices que agregam empresas socialmente responsáveis como, por exemplo, o *Dow Jones Sustainability Index* (índice americano) e *FTSE4Good* (índice inglês). Elucidando em que consistem, por exemplo em relação ao *FTSE4Good* e segundo Molina *et al.* (2009), este é um índice de RSE, dentro de um outro já existente, o índice *FTSE*. Foi criado para enunciar empresas que estabelecessem medidas classificadas como socialmente responsáveis. No seu modo de funcionamento elucidada quem deseja investir em tais empresas. Os critérios que estão em análise incluem o meio ambiente, os direitos humanos e as relações das partes interessadas. Estão automaticamente excluídas deste índice as empresas produtoras de tabaco, as fabricantes de armas e os proprietários ou os operadores de centrais nucleares, minas de urânio ou de transformação. Sendo outro factor relevante o facto de parte de as receitas daí obtidas serem entregues a entidades de solidariedade social, como é o caso da UNICEF, pois foi criado com a sua colaboração. Existem empresas portuguesas que fazem parte deste índice como o BES, Brisa e PT, sendo que a última já marca presença no índice Mundial de Sustentabilidade *Dow Jones* e é actualmente a única empresa portuguesa a constar nos dois índices, o que demonstra a clara preocupação da empresa nesta área.

⁴ Fonte: Dados da APCER em 2005, *workshop* realizado por Tiago Braga.

2.4 A Gestão Ambiental em parceria com a RSE e a ética

A RSE é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas operações quotidianas das organizações e na interacção com todas as partes interessadas. Neste sentido, trata-se de um conceito globalizante, pois parte do indivíduo para o todo e vice-versa, entendendo-se o indivíduo como podendo ser individual ou colectivo. Ao nível interno das organizações a RSE ao nível ambiental trata-se normalmente, de reciclagem do lixo doméstico e industrial, da reciclagem dos *toners*, dos plásticos, do papel, mas por vezes é esquecido o facto de que se trata também do respeito pelas pessoas com que se convive diariamente, seja no trabalho, na rua ou em casa e ainda do apoio que se presta à sociedade.

Uma empresa quando socialmente responsável tem em consideração, nas decisões que toma, a comunidade onde se encontra inserida e o ambiente onde se movimenta ou opera. Hoje em dia já está intrinsecamente instituído que as organizações como motor de desenvolvimento económico, tecnológico e humano, só se realizam plenamente quando consideram na sua actividade o respeito pelos direitos humanos, o investimento na valorização pessoal, a protecção do ambiente, o combate à corrupção, o cumprimento das normas sociais e o respeito pelos valores e pelos princípios éticos da sociedade em que estão inseridas.

Segundo o Livro Verde da CE de 2001 - Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social: “[...] ser socialmente responsável significa não somente satisfazer plenamente as obrigações jurídicas aplicáveis, mas também ir além disso e, com vantagem, investir no capital humano, no ambiente e nas relações com todas as partes envolvidas” (ponto 2.20). Noutra passagem do Livro Verde pode ler-se “[...] a maior parte das definições da responsabilidade social das empresas descrevem este conceito como a integração voluntária de preocupações sociais e ecológicas nas suas actividades comerciais e nas suas relações com as partes envolvidas” (ponto 1.8).

Ao nível da UE e de outras instâncias internacionais é constante a ideia de complementaridade na assumpção voluntária pelas empresas de um conjunto de responsabilidades sociais, que tradicionalmente relevam fundamentalmente as funções

do Estado, pelas vias incitadoras ou coercivas. A natureza voluntária/legalmente não coerciva da responsabilidade social acrescida das empresas levanta duas questões da maior importância:

- num quadro de valores dominados pelo império do cálculo económico, qual é a motivação e interesse das empresas em serem socialmente responsáveis?
- na ausência dos elementos de coercibilidade ou incitadores ao cumprimento (do Estado), que factores podem acelerar a estruturação de uma cultura de maior responsabilidade social por parte das empresas?

Numa perspectiva de longo prazo, as empresas têm interesse em serem mais responsáveis: a produtividade e a competitividade podem resultar acrescidas de um maior empenhamento na responsabilidade social interna, consumindo menos recursos naturais e bens ambientais por unidade de produto, entrosando-se melhor com as comunidades em que operam, assim como com clientes e fornecedores. Ao nível interno, quando a empresa consegue fazer com que a ética anime o espírito de todos aqueles que integram o seu quadro de pessoal, quando incute nos seus recursos humanos princípios e regras éticas que os conduzem na sua actividade dentro da empresa, uma organização que partilha valores comuns e assume regras de funcionamento éticas é mais eficiente economicamente e sobreviverá melhor no mercado. Quando um trabalhador vive as suas tarefas na empresa como um meio para a sua realização, a taxa de produtividade aumenta, porque é menos absentista, cumpre rigorosamente os horários, dedica-se totalmente às suas obrigações, verificando-se um aumento do ritmo com que as diversas tarefas são feitas, derivado do facto do colaborador se sentir também responsável pela empresa. A vivência ética nas empresas implica necessariamente maior eficácia económica, já que estamos face a instituições mais justas.

Embora promovida habitualmente por grandes empresas ou multinacionais, tal como a ética, também a RSE deverá fazer parte da estratégia de qualquer empresa e de qualquer sector de actividade, incluindo as PME's. É importante reforçar que o que se entende por RSE não se limita ao que é exigido por lei relativamente às condições de trabalho e protecção do ambiente, devendo ir para além disso e abranger acções voluntárias que contribuam, por exemplo, para o desenvolvimento da sociedade através da educação, cultura e melhoria das condições de vida (Pinto, 2004).

Em relação à gestão com preocupações ambientais, podemos referir que nos anos 50 do século passado dá-se início à “era moderna da RSE”, mas só a partir de 1960 começaram a surgir tentativas mais profundas para explicar o que ela significa. Nos anos 70 proliferam as definições e as abordagens de RSE. É também nesta época que mais menções começaram a ser feitas ao “desempenho social das empresas” e o termo *Corporate Social Responsibility* (CSR) adquire maior projecção. São propostas quatro grandes responsabilidades inerentes ao desempenho social da empresa: económicas, legais, éticas e discricionárias (Carroll, 1991).

Em suma, uma empresa socialmente responsável produz lucros, cumpre a lei, é ética e comporta-se como uma boa cidadã corporativa mediante as actividades filantrópicas. Serem lucrativas e cumprirem a lei é algo que é requerido às empresas, sob pena de nem sequer conseguirem operar, cumprindo assim as suas responsabilidades económicas e legais, sendo a RSE um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável, assente em três pilares: crescimento económico, coesão social e defesa do ambiente.

O *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) segundo a BCSD Portugal, refere que a “Responsabilidade Social das Empresas... (consiste no)... compromisso das empresas de contribuir para o Desenvolvimento Sustentável, trabalhando com os seus colaboradores, os seus fornecedores, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar a sua qualidade de vida.”

Isto leva a que a RSE já não se refira só às relações entre empresa e sociedade, mas que se coloque como uma maneira de repensar o papel da empresa na sociedade, também no âmbito da governação e da sustentabilidade. Outro factor importante a salientar é a importância das práticas de RSE nas próprias empresas. Segundo Rego *et al. apud* Instituto Ethos (2006:24):

“A ética é a base da responsabilidade social, expressa nos princípios e valores adoptados pela organização. Não há responsabilidade social sem ética nos negócios. Não adianta uma empresa pagar mal aos seus funcionários, corromper a área de compras dos seus clientes, pagar multas a fiscais do governo e, ao mesmo tempo, desenvolver programas voltados para entidades sociais da comunidade. Essa postura não condiz com uma empresa que quer trilhar um caminho de responsabilidade social. É importante haver coerência entre acção e discurso”.

Ter um espírito empresarial responsável significa saber gerir uma empresa de modo a reforçar o seu contributo positivo para com a sociedade e ao mesmo tempo minimizar o impacto negativo sobre as populações e o ambiente. Este espírito traduz-se na forma como os empresários interagem quotidianamente com as várias partes interessadas: clientes e parceiros. É de salientar a importância de todas as entidades, nomeadamente as PME, pois estas são essenciais para alcançar o objectivo estratégico definido em Lisboa pela UE para o horizonte de 2010, uma vez que constituem grande parte do tecido empresarial nacional e internacional.

Ao nível ambiental e a todos os níveis de todas as organizações, a inovação em termos de desenvolvimento sustentável tem de ocorrer a três níveis: primeiro, na relação que temos com a biosfera, ou seja, na mudança das premissas científicas que utilizamos de não responsabilidade perante os recursos; segundo, nível social, permitindo activar a governação sistemática e a nova relação ética com a natureza e os outros; e, por último, na produção e nos produtos, desmaterializando para níveis em que o conceito “deitar fora deixa de existir”, porque já não há o “deitar fora”, mas sim a opção e mais ainda a obrigação “do reciclável” (Sardinha, s.d.).

Segundo Duarte (2006:70):

“Em termos económicos o ambiente é considerado um bem público, isto é, de livre consumo por todos. Esta classificação de bens ambientais tem contribuído para dificultar a valorização dos mesmos em termos económicos, o que tem ocasionado dificuldades na sua preservação e controlo. Assim, só com o verdadeiro empenhamento dos governos será possível reverter a actual situação.

Neste contexto apareceram as pressões chamadas da sociedade civil, ou seja, de grupos de defensores ambientais, que com a sua actuação e intervenção pressionantes, tiveram influência não só no despertar de consciências e de governos, mas também de organizações internacionais, como a ONU e a UE que, através de conferências, encontros, legislação e subsídios, tudo têm feito na tentativa de melhorar o ambiente, salvaguardar as reservas de alguns recursos naturais, como por exemplo algumas espécies animais, vegetais e minerais, para que o desenvolvimento sustentável exista de facto.”

A responsabilidade social, que, em sentido lato, engloba a responsabilidade ambiental, é a contribuição voluntária das empresas para o desenvolvimento sustentável. Corresponde, na prática, à integração de actividades sociais e ambientais nas operações

empresariais, assim como na sua interacção com todas as partes interessadas, contribuindo para a produtividade, a competitividade e a rentabilidade das empresas. O desafio de grande parte das empresas consiste no facto de um novo segmento da vida empresarial, o ambiente, estar pela primeira vez a dar resultados. Infelizmente muitos gestores não vêem as vantagens económicas da gestão ecológica. Vêem-na como prejudicial aos seus objectivos de rendibilidade, quota de mercado e eficiência da empresa. Outros, no entanto, reconhecem a sua necessidade, por razões reais sabem que vários países têm regulamentações rígidas em vigor e existem muitas oportunidades de lucro para estratégias ambientalmente correctas, como subsídios do governo.

As expressões, responsabilidade social, ética de negócios e ética de gestão aparecem frequentemente na literatura corrente e técnica. Diariamente, os diversos órgãos de comunicação social noticiam incidentes envolvendo negócios que algumas pessoas classificariam como socialmente irresponsáveis e contrários à ética. No entanto, outras pessoas e grupos poderiam considerar essas acções bastante correctas, tanto do ponto de vista social, como ético. O objectivo deste ponto é o de fornecer uma base para a compreensão dos significados e das implicações da responsabilidade social e da ética na área ambiental. Para atingir este objectivo devem rever-se as expectativas da sociedade face ao comportamento empresarial e de gestão e a posição sobre a ética do negócio. O contexto social em que as decisões e as acções empresariais e de gestão ocorrem é dinâmico e complexo. Assim, para compreender o significado da responsabilidade social e da ética de negócio há que reconhecer que mudam com o tempo e as circunstâncias.

A responsabilidade social pode ser considerada como uma obrigação social. Uma empresa pode ter comportamentos socialmente responsáveis quando procura o lucro dentro das restrições legais impostas pela sociedade. Dado que a sociedade apoia o negócio ao permitir-lhe que exista, este deve compensar a sociedade por esse direito, gerando lucros. Assim, o comportamento de busca do lucro nos termos legais é socialmente responsável, mas pode ser ainda considerado como uma reacção social, na medida em que a sociedade tem expectativas face aos comportamentos dos negócios e as empresas vão para além do simples fornecimento de bens e serviços. No mínimo, os negócios devem ser responsáveis pelos custos ecológicos, ambientais e sociais que decorram das suas acções; no máximo, os negócios devem reagir e contribuir para a

resolução dos problemas da sociedade quer estes sejam directamente ou não, imputáveis ao seu negócio (Gonçalves, 2007).

Segundo Donnelly (2000), a ligação responsabilidade social – reacção social implica, apenas, a execução de acções voluntárias. Com este conceito tenta-se separar as acções empresariais exigidas por imperativos económicos ou legais, das que são empreendidas por motivos altruístas e voluntários. Assim, esta perspectiva mais restritiva implica que as empresas que prossigam apenas o comportamento socialmente exigido não sejam socialmente responsáveis, visto que esse comportamento é exigido e não voluntário. Aqui implícito está o conceito de as acções irem para além do legalmente exigido, independentemente de para a empresa estarem a ser acções voluntárias ou involuntárias. Muitas vezes as acções que a empresa empreende constituem reacções a determinadas expectativas de determinados grupos como, por exemplo, sindicatos, accionistas, activistas sociais e consumidores, dado que as expectativas destes grupos vão para além do que é exigido legalmente, nestes casos concretos a empresa não é obrigada a reagir. No entanto, se o fizer estas acções podem ser consideradas como um comportamento socialmente responsável.

Tal ideia é reforçada por Nicolau e Simaens (2008:71):

“A empresa é, assim, chamada a contribuir para a resolução de problemas do seu meio envolvente, quer tenha contribuído ou não directamente para o seu aparecimento. As questões de direitos humanos, preservação dos recursos naturais e solidariedade social, entre outros, são aspectos a que as empresas, cada vez mais, vão deixando de estar alheias. A sua legitimidade, reputação e boa imagem junto das comunidades depende, em larga medida, do seu empenho nas causas sociais.”

A responsabilidade pode igualmente ser considerada como um factor de sensibilidade social por parte das organizações. Isto é, uma empresa socialmente sensível procura formas de resolver problemas sociais, procura dentro dos seus recursos a resolução de qualquer problema com que se possa deparar como, por exemplo, recuperação de uma habitação degradada para crianças órfãs, criação de mais postos de trabalho, acções de voluntariado em hospitais, entre muitas outras acções possíveis. O que se denota é que os accionistas raramente contestam os apoios das suas empresas em causas sociais, sendo muito provável que os esforços das empresas conquistem apoio por parte dos consumidores, da imprensa e do público em geral. As organizações com os seus

recursos e talentos podem contribuir para atenuar muitos dos problemas sociais existentes. No prosseguimento das políticas ambientais, as empresas nacionais têm vindo a desenvolver certas actividades de responsabilidade social, havendo actualmente um manifesto interesse na prática. No entanto, têm ainda revelado dificuldades em actuar nesse sentido, pois receiam que daí possam advir perdas de competitividade perante outras empresas que não adoptem o mesmo tipo de comportamento. Referem que existem muitas limitações na concretização de actividades de responsabilidade social e solicitam o apoio e orientação para a execução das mesmas.

No entanto, segundo Molina (2009), as teorias tradicionais de gestão e os respectivos instrumentos utilizados, têm vindo lentamente a ser modificados para dar uma importância crescente a aspectos intangíveis, como o ambiente e o social no desempenho das empresas, ou seja, tem-se vindo a evoluir para a integração destas dimensões na estratégia do negócio. Estas condições têm até permitido colocar, embora ainda em pequena escala, a responsabilidade social como disciplina autónoma na formação de gestores. O conceito de desenvolvimento sustentável tem vindo a provocar mudanças no mundo dos negócios, como exemplos, podem-se citar os critérios de exclusão que alguns índices financeiros de responsabilidade social aplicam na selecção de empresas, excluindo das suas listas sectores como o tabaco e as armas, como é o caso do *FTSE4Good* já referido anteriormente. Por outras palavras, o mercado começou a integrar o valor intrínseco dos aspectos social e/ou ambiental a par do valor do negócio, a ponto de a rentabilidade de um negócio *per se* não ser considerada suficiente. Estamos assim, perante um sinal real de mudança do modelo de valores, onde os valores sociais, ambientais e financeiros passam a pertencer ao mesmo patamar, deixando de existir meramente compromissos.

Reconhecendo a sinergia entre inovação, responsabilidade social e desenvolvimento sustentável, sugere-se pensar num sistema sócio-tecnológico nacional de responsabilidade social e de inovação, sistémico e com o envolvimento de todos os actores. Este teria em conta adaptações no que diz respeito, por exemplo, aos regulamentos, às tecnologias e, sobretudo, ao mercado e à mudança nos valores. Não se sugere uma revolução a curto prazo, mas tal é possível no médio/longo prazo pelo poder do diálogo e da reflexão. É possível definir um sistema que possa gerar políticas e programas horizontais, que estimule nos empresários e no sector público a

responsabilidade pelas actividades e a transparência. Tais políticas podem promover a formação específica de gestores e engenheiros e a troca de experiências entre as empresas e entre estas e os centros de informação na área. Podem gerar acções que demonstrem os benefícios das actividades ambientais e sócio-económicas das empresas em todos os países onde operam. É igualmente possível criar meios para a melhoria do *marketing* social e ambiental; meios que favoreçam a prospecção e o desenvolvimento de mercados, onde a responsabilidade social contribua para a melhoria dos activos; meios que suportem o *benchmarking*⁵ sistemático da responsabilidade social. Estão aqui em jogo projectos que promovam a segurança das comunidades e investidores, que estimulem a investigação e o desenvolvimento em inovação sustentável e responsável, segundo grandes áreas de intervenção nacionais prioritárias, tais como energia, transportes, ecologia industrial e o mar. E que criem incentivos para as empresas que desenvolvam sinergias e formem redes de cooperação e aprendizagem, possam melhorar a responsabilidade social (Vázquez *et al.*, 2009).

⁵ *Benchmarking*: é a busca das melhores práticas na indústria que conduzem ao desempenho superior. É visto como um processo positivo e pró-ativo por meio do qual uma empresa examina como outra realiza uma função específica a fim de melhorar o modo como realizar a mesma ou uma função semelhante. O processo de comparação do desempenho entre dois ou mais sistemas é chamado de *benchmarking* e as cargas usadas são chamadas de *benchmark* (Vázquez *et al.*, 2009).

3. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Podemos considerar que existe também uma RSE perniciososa, que é a que aumenta os lucros, mas diminui o bem-estar social. Ocorre, por exemplo, quando as empresas abandonam investimentos em países pobres, deixando-se pressionar por grupos “politicamente correctos” ou por consumidores mal informados que criticam as práticas laborais nesses países. O boicote à importação de bens desses países também não é socialmente responsável, pois o que de facto se está a fazer é a prejudicar os trabalhadores que se alega proteger. Mesmo quando os salários e outras condições oferecidas aos trabalhadores locais são muito menos generosas do que os facultados nos países mais desenvolvidos, são muito melhores do que os proporcionados pela economia local. Por essa razão, os empregos nas multinacionais instaladas nestes países são tão procurados. De facto, essas práticas podem aumentar a reputação das empresas e os lucros, mas prejudicam o bem-estar social dos países mais pobres.

Segundo Nunes (2004), as actividades empresariais devem-se submeter a dois testes: (1) se contribuem ou não para beneficiar a organização a longo prazo?; (2) se promovem ou não o bem comum? As que satisfazem ambos devem ser denominadas de “boa gestão”, mais do que RSE. A RSE ilusória é a que reduz os lucros e o bem social. Casos típicos são as acções ao sabor das “marés”, ou que não facultam quaisquer novos recursos a causas meritórias. O entusiasmo actual com a reciclagem insere-se nesse domínio. Há casos em que gera mais benefícios sociais e mais lucros. Mas noutras situações não é isso que ocorre: a reciclagem também requer esforços e o dispêndio de outros recursos, os resíduos necessitam de ser recolhidos, transportados e processados antes de entrarem no processo produtivo. Por conseguinte, é importante permitir o funcionamento dos mercados (comércio justo), que se encarregarão de seleccionar as acções ambientalmente saudáveis e removerão as perniciosas. Se alguns recursos naturais forem de tal modo “dilapidados” que a sua escassez torna os preços proibitivos, então deverão as próprias empresas a optar pela reciclagem e pelo uso mais eficiente desses recursos.

A reputação de uma empresa com uma gestão ambientalista e socialmente responsável, aumenta à medida que se elevam os níveis de consciência dos cidadãos e se alteram as

preferências dos consumidores pelos bens e serviços das empresas “socialmente bem comportadas”.

Como acelerar o ritmo de adesão voluntária das empresas a práticas reconhecidas como socialmente mais responsáveis? A produção espontânea de relatórios e de auditorias de responsabilidade social, a criação e valorização de rótulos sociais e de rótulos ecológicos, a definição e reconhecimento internacional de tais factores, bem como a discriminação positiva do sistema financeiro, do mercado de capitais e dos fundos de investimento, relativamente às empresas que investem de forma socialmente responsável, podem ajudar a acelerar o ritmo de evolução das empresas para uma nova prática e cultura empresariais (Gonçalves, 2007).

A emergência de movimentos de opinião e a alteração dos padrões de preferência dos consumidores, a favor dos bens e serviços produzidos pelas empresas socialmente bem comportadas, podem também ser altamente instrumentais das mudanças empresariais. Se a via coerciva tem limites evidentes, a discriminação positiva, pela via incitadora, como quadros fiscais, financeiros e regulamentares mais favoráveis, atribuição de prémios, por exemplo, às empresas que fazem o *benchmarking* da responsabilidade social, pode ser uma via a seguir.

Os governos nacionais, regionais e locais ao aprofundarem nos respectivos países a responsabilidade social das empresas, aumentam a sua legitimidade com a invocação das melhores práticas à escala internacional, sobretudo se promovidas e validadas por instituições supranacionais de natureza pública e/ou privada. É neste contexto que se devem situar as preocupações da CE e de outras instâncias internacionais (Nações Unidas, OCDE, OIT), bem como iniciativas nacionais com forte envolvimento de organizações não governamentais e de empresas privadas.

Apresentaram-se anteriormente exemplos de empresas, fazendo a prova de que, numa perspectiva de longo prazo, ser socialmente responsável está positivamente correlacionado com a rentabilidade. Nesta situação em particular, ganham relevância as formas de concertação social e as manifestações de entrosamento com as comunidades locais nos domínios da educação/formação, cultura, desporto, assistência, entre outras. Em suma, pode-se afirmar que as organizações para se manterem num mercado

extremamente concorrencial, têm de melhorar continuamente a sua competitividade, redefinindo as suas estratégias, reduzindo os seus custos, otimizando os seus recursos, reorientando a sua gestão para o cliente, estimulando a melhoria contínua (Nunes, 2004).

Contudo, devem também valorizar a sua dimensão social, respeitando a comunidade que a constitui e a integridade de cada um, promovendo valores sociais e não apenas económicos. Parte-se do princípio que o papel fundamental das empresas é o de melhorar continuamente bens e serviços, para um número cada vez maior de pessoas, a preços que estas os possam adquirir. Este é o objectivo a relacionar com os desafios de hoje. Por exemplo, num mundo que está sujeito à poluição, às ameaças do aumento da temperatura, à falta de água e às más colheitas, poderemos nós melhorar os nossos bens de forma a ultrapassar estas questões ambientais?

A resposta pode encontrar-se na procura pelo fornecimento de bens e serviços para um número cada vez maior de pessoas, pois prevê-se que poderemos estar a alcançar os três mil milhões de pessoas que vivem no limiar da pobreza mais os três mil milhões de pessoas que se espera serem acrescentados à população mundial em 2050. Estes seis mil milhões de pessoas são potenciais clientes, colaboradores e fornecedores, não devendo ver estes sinais como um problema das outras pessoas, mas como riscos para os nossos próprios negócios, com os quais temos o dever de nos preocupar, em conjunto com os governos e as organizações internacionais (Gonçalves, 2007).

Considera-se que lidar com estas questões faz sentido para as empresas e que é do seu interesse evitar operar num planeta poluído em que milhões de pessoas são tão pobres, que não podem adquirir os produtos que se criam. Salienta-se, ainda, que questões como a pobreza, o ambiente e a globalização, também levantam desafios a curto prazo. Nos últimos anos o planeta Terra tem sido violentamente atingido por diversas catástrofes naturais, como, por exemplo, tsunamis, tufões e terremotos que ocorrem por todo o mundo, e que provocaram milhares de mortes e milhões de dólares de prejuízos. Considera-se que estes factores intensificam a consciência pública relativamente à pobreza e à preocupação para com o ambiente, sendo que esta já era elevada após a

Conferência do G8 que se centrou nestas questões, alertando o mundo para os perigos que corria.⁶

Considera-se que a confiança nas empresas está em descrédito, com apenas quatro em cada dez pessoas a afirmarem a sua confiança nas empresas. Constatou-se que em pouco tempo a combinação do descrédito das empresas e a preocupação com o futuro do planeta, levam a um desagrado generalizado. Deste modo a altura é a certa para as empresas demonstrarem não apenas que entendem e partilham as preocupações sociais, mas também que estão cada vez mais empenhadas em resolvê-las. Segundo Guerra *et al.* (2008), a escola de criação de valor para os accionistas (teoria dos *stakeholders*) argumenta que o único objectivo legítimo das empresas é a criação do bem-estar dos accionistas. A não tão bem definida escola de RSE exige uma forma de operar responsável, por vezes através da filantropia ou do voluntariado, passando além das exigências da legislação, por exemplo, na saúde, segurança ou normas ambientais.

Segundo alguns gestores, nomeadamente o testemunho de Ian Davis (*Worldwide Managing Director of Mckinsey & Company*) citado por Gonçalves (2007:43):

“ As empresas criam valor, simplesmente por fazerem negócio. Qualquer empresa de sucesso cria valor para os accionistas e ao mesmo tempo age com responsabilidade. Na realidade, estes factores contribuem para o mesmo fim. A grande maioria das empresas beneficia a sociedade pelo simples facto de criar negócios. Vamos de encontro às necessidades de criar bens e serviços para os clientes. Criamos postos de trabalho. Pagamos salários. Damos aos funcionários e às suas famílias, planos de saúde e pensões. Inovamos para criar produtos que contribuam para o progresso humano. Pagamos impostos que são fontes de recursos para os serviços públicos e infra-estruturas. Criamos trabalho para milhões de fornecedores, muitos deles de pequenas e médias empresas. A nossa busca por vantagens competitivas leva à eficiência e conseqüentemente à redução do consumo de recursos, a menos poluição e a produtos de maior qualidade.”

O objectivo de qualquer empresa que procura ser sustentável tem de ser mais do que gerar valor para os accionistas a curto prazo. Pelo simples facto de se adicionar as palavras “a longo prazo” ao valor para os accionistas, abrange-se tudo o que é necessário para a sobrevivência e o sucesso da empresa. Isto inclui o ganho de

⁶ Grupo de países, França, Alemanha, Itália, Japão, Reino Unido, EUA, Canadá e Rússia (criado em 1975 pela França, mas atingiu esta estrutura em 1977), que se reuniram com o objectivo de analisar a questão da energia global e a conseqüente eficiência na sua utilização.

credibilidade entre as comunidades e a manutenção de um ambiente saudável no seio da sua actividade, sendo que todos estes benefícios são criados no seu decurso normal e em resposta aos sinais do mercado. Para Garralda (2008), empresas inteligentes estão atentas e detectam os sinais da sociedade. As empresas progressivas estão agora a alargar os seus horizontes procurando oportunidades e ganhando vantagens competitivas respondendo, assim, aos sinais da sociedade e dos mercados. Por exemplo, uma empresa que promove o bem-estar humano está a ajudar a construir o seu futuro mercado e força de trabalho; uma empresa que protege o ambiente ajuda a preservar o capital natural do qual a sua laboração depende, ganhando vantagens antecipadas em mercados que serão altamente regulados no futuro. Estas empresas têm consciência que se ignorarem estas questões, na melhor das hipóteses, perdem indicadores de lucros futuros e na pior das hipóteses, comprometem a avaliação da empresa pelo mercado e consequentemente a sua reputação.

Os produtos são o objectivo, os lucros são o prémio. Em resposta aos sinais sociais, as empresas estão agora a considerar de forma mais imaginativa e abrangente, a obtenção do seu lucro, sendo que o objectivo fundamental é fornecer bens e serviços inovadores, a um número crescente de clientes a preços competitivos. As empresas estão a melhorar os seus produtos de forma a servir as expectativas da sociedade, aumentando o número de clientes através da exploração de novos mercados em economias emergentes e em desenvolvimento. Temos aqui presente alguns exemplos de como as empresas estão a responder a quatro sinais específicos da sociedade: a pobreza, o ambiente, as alterações demográficas e a globalização. Após a inventariação de um conjunto de dados globais acerca da pobreza pode-se referir que para todas as empresas, as regiões mais pobres do mundo representam uma oportunidade e um desafio. Um grande número de pessoas que vive hoje na pobreza serão no futuro potenciais consumidores, trabalhadores e fornecedores. Ainda assim, existem grandes desafios para a criação de negócios em países pobres. Estes muitas vezes sofrem de enquadramentos inadequados, tais como os sistemas legais de regulamentação e de propriedade intelectual. As infra-estruturas e serviços são frequentemente muito limitados ou inexistentes, tais como redes de comunicações, energia, água e saneamento, subdesenvolvidas. É considerado difícil às empresas operarem nestas condições, mas se este não for o motor para o desenvolvimento, é improvável que venham a surgir condições de trabalho, infra-estruturas e os serviços necessários, no futuro. O desafio das empresas é perceber qual a

causa e natureza e identificar os caminhos para a criação de negócios efectivos em comunidades de baixo rendimento.

Segundo Gonçalves (2007), as empresas tomam por vezes estratégias em relação aos produtos que criam ou comercializam. Por exemplo, muitas empresas desenvolvem produtos simples e baratos, como é o caso dos telemóveis de baixo custo criados pela Motorola e computadores portáteis de baixo valor desenvolvidos na Índia por técnicos de TI. Outras empresas fornecem os seus produtos em comunidades pobres para promover o empreendedorismo e a criação de riqueza. Um exemplo dessas acções é o caso do programa da Delta Cafés, o líder do mercado de cafés em Portugal, que para ressuscitar a indústria de café em Timor Leste após 20 anos de abandono, efectuou formação aos agricultores e criou a marca Delta Timor, que atingiu o estatuto de produto de comércio justo entre consumidores socialmente responsáveis em Portugal. Para Seabra e Rodrigues (2008:135):

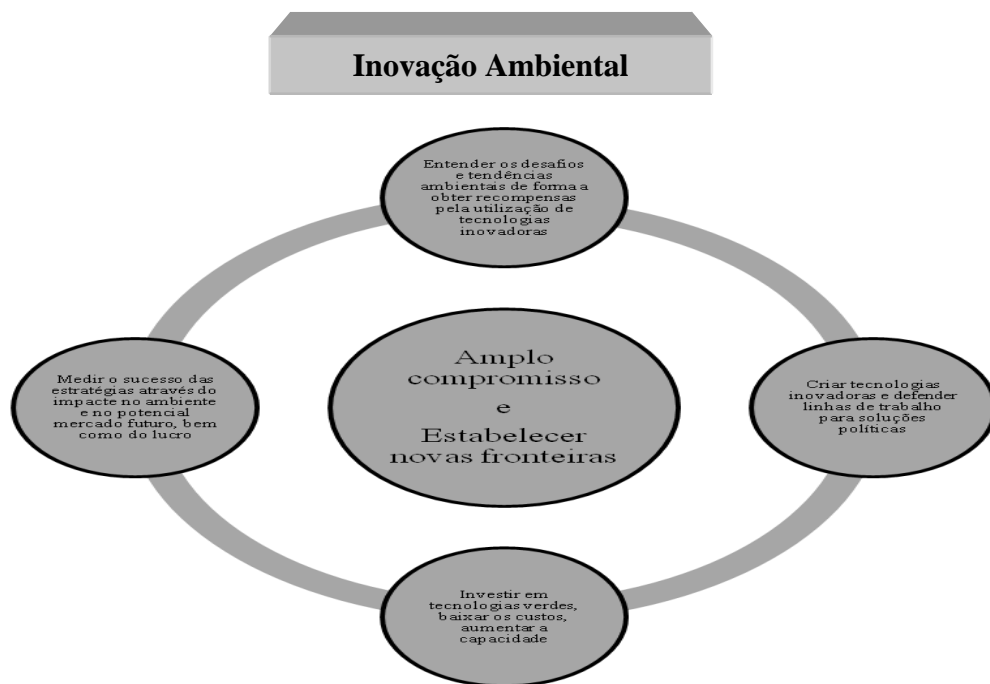
“[...], um projecto socialmente responsável contribui para o reforço da competitividade da empresa e sua consolidação no mercado. Verificou-se uma solução “win-win”, ou seja, um benefício para ambas as partes em causa: a Sociedade (sobretudo a Timorese) e a empresa.”

Relativamente ao ambiente verifica-se que nos últimos 50 anos a actividade humana alterou o ambiente mundial com mais intensidade do que em qualquer outro momento, para ir de encontro às exigências cada vez maiores de alimentos, combustível, água, madeira e fibras. A utilização dos recursos naturais fez de facto avançar a humanidade, mas com custos ambientais muitíssimo elevados. O preocupante é que segundo as Nações Unidas, numa análise que efectuou no seu Programa para o Desenvolvimento em 2000, onde estabeleceu metas a atingir até 2015, estimou que se a população de todo o mundo tivesse um estilo de vida similar ao praticado à data pelos países industrializados, seriam necessários recursos de 5,5 planetas Terra. Assim como o relatório efectuado em 2005 pelo grupo internacional do *Millennium Ecosystem Assessment* (MEA), que envolveu 1.360 peritos de todo o mundo, revelou também uma deterioração dramática dos ecossistemas. Estes incluem a provisão de recursos, tais como os combustíveis e os alimentos, processos como a regulamentação do clima, e os valores estéticos e recreativos da natureza. O MEA revelou que dois terços destes serviços estavam a ser degradados ou utilizados de forma insustentável e descreve o

aquecimento global como a alteração com maior potencial para alterar as infra-estruturas naturais da Terra. Grande parte dos recursos naturais não são propriedade de uma entidade ou pessoa, nem lhes é atribuído qualquer valor, eles representam bens comuns e está errado proceder à sua deterioração. É imperativo inverter esta tendência e viver com as capacidades terrestres existentes; é esta a tomada de consciência que finalmente está a surgir a nível mundial (Gonçalves, 2007).

Gonçalves (2007) indica que numa das acções tomadas por parte do WBCSD⁷ surgiu um conceito, o de eco-eficiência, ou seja, “fazer mais com menos”. Mas além deste conceito novas soluções são apresentadas em determinadas áreas específicas, no consumo sustentável, nas cadeias de abastecimento sustentáveis, na inovação, na contabilização dos recursos e no compromisso político.

Figura III - Modelo de negócio proposto pelo WBCSD para cada um dos temas, Pobreza, Ambiente, População e Globalização.



Fonte: Adaptado de Gonçalves (2007)

Contudo, se os empresários forem ambiciosos na aplicação das suas estratégias para criação de valor a longo prazo pode ser esta a razão pela qual eles estão ligados à

⁷ World Business Council for Sustainable Development criou conceitos como o da eco-eficiência em parceria com a UE.

condução do progresso social e ambiental e os investidores irão valorizar cada vez mais estes factores nas suas decisões de investimento.

“[...]Hoje bem sabemos que os problemas mais importantes da empresa não são tecnológicos, mas antropológicos e éticos. Os *managers* do mundo empresarial actual não podem ser simples especialistas ou estratégias de produtos; têm de ser sobretudo peritos em humanidade, gente capaz de conhecer com profundidade e rigor os homens e mulheres e o seu ambiente social.” (Moreira, 1999: 29)

Segundo Gonçalves (2007) existem actualmente instrumentos de regulação das actividades das empresas, sendo estas auditorias ambientais, sociais ou éticas, que avaliam nomeadamente os fundos éticos, os relatórios de sustentabilidade e as decisões de investimento das chamadas “empresas éticas”. Esses instrumentos são:

- **Gestão Socialmente Responsável:** inclui instrumentos que normalizem e melhorem o desempenho e aspectos de gestão utilizados pelas empresas para integrar os valores da RSE na sua estratégia e nas suas operações; são estes os códigos de conduta, os sistemas de gestão e os relatórios de sustentabilidade;

- **Consumo Socialmente Responsável:** encontram-se aqui instrumentos baseados no mercado (rótulos), dirigidos aos consumidores, garantindo que a produção e a comercialização de determinados produtos respeitaram determinados critérios;

- **Investimento Socialmente Responsável:** esta categoria ilustra as várias abordagens, produtos e instrumentos oferecidos aos investidores responsáveis, tais como, fundos sociais, verdes e éticos, fundos de pensões e índices de sustentabilidade.

Um instrumento que se pode obter com base nestes elementos é a definição de um código de ética, com os seguintes pontos de incidência:

- as boas práticas comerciais relativas a concorrentes e fornecedores, tanto na dimensão competitiva como nos seus valores partilhados;

- o desenvolvimento pessoal dos colaboradores;

- a salvaguarda do meio ambiente;

- a solidariedade entre as empresas e as comunidades onde desenvolvem o seu negócio;

- a relação com o Estado.

3.1 Investimento Socialmente Responsável (ISR) e Orientações da UE para o Desenvolvimento Sustentável

Se é certo que qualquer investimento tem como objectivo primário a obtenção de lucro, também é certo que face ao desgaste do planeta e aos abusos laborais que chegam ao nosso conhecimento diariamente, torna-se premente a necessidade de encontrar valores que orientem os negócios no sentido da sustentabilidade e do respeito pela dignidade humana. É necessário assumir a responsabilidade das nossas acções, transformando as nossas obrigações legais e morais em mais-valias para os negócios e para a sociedade.

De acordo com o Livro Verde da CE sobre a Responsabilidade Social das empresas (2001) no ponto 1:

“É cada vez maior o número de empresas europeias que promovem estratégias de responsabilidade social como reacção a diversas pressões de natureza social, ambiental e económica. Pretendem, assim, dar um sinal às diversas partes interessadas com as quais interagem: trabalhadores, accionistas, consumidores, poderes políticos e ONG. Ao protegerem desta forma, as empresas estão a investir no seu futuro e esperam que este compromisso voluntário contribua para um aumento da sua rentabilidade.”

Sendo este um compromisso voluntário, pois os níveis de exigência são muito superiores aos dos requisitos legais, cabe à empresa a responsabilidade de tomar a iniciativa de avançar com este tipo de exigências de forma integrada, coordenada e ambiciosa. As organizações incorporam nas suas decisões, estratégias e acções, diversos critérios que ultrapassam os requisitos económicos, consideram haver lugar para a assumpção de responsabilidades, seja porque “é isso que deve ser feito”, ou porque se trata de algo que é estratégico e comercialmente vantajoso.

Num estudo efectuado em Portugal pela Fundação Eugénio de Almeida em 2006 com o objectivo de se entender qual a principal prática que permite às empresas assumir e gerir a sua responsabilidade social, verifica-se que 32% dos inquiridos optam pelos sistemas de gestão (ambientais e/ou prevenção de riscos), 22% pelos códigos de conduta ou declaração de valores e eventualmente fruto do desconhecimento das organizações e somente 20% dos inquiridos referem o investimento socialmente responsável (ISR) como principal prática que permite às empresas assumir e gerir a sua RSE.

Ora, para que possa existir ISR, os investidores têm de atender a indicadores de desenvolvimento sustentável para aferir na avaliação das suas demonstrações financeiras. Para tal é necessário que as empresas o reportem e o relatório de sustentabilidade é um dos instrumentos mais utilizados para esse efeito. A esse desconhecimento não deverá estar alheio o facto de existirem poucas empresas portuguesas cotadas em bolsa e de não existir em Portugal um mercado de capitais forte.

Para colmatar algumas destas lacunas foram criadas, já no séc. XXI, em Portugal, algumas organizações ou associações cujo principal objectivo é divulgar o conceito e ajudar as organizações a implementar estratégias, instrumentos e práticas de RSE. A referir temos:

- GRACE – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial;
- BCSD Portugal – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável;
- RSE Portugal – Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas;
- APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial;

Nomeadamente quanto às orientações da UE para um desenvolvimento sustentável, a CE considera que a RSE representa um aspecto do modelo social europeu e constitui um meio de defender a solidariedade, a coesão e a igualdade de oportunidades no contexto de uma concorrência mundial cada vez maior.

De acordo com a CE no Livro Verde de 2001, a RSE é a “integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas”.

Como tal, segundo a CE, temos os seguintes pontos orientadores:

- *Quadro de Acção Europeu*

A principal função de uma empresa consiste em criar valor, gerando assim lucros para os seus proprietários e accionistas e bem-estar para a sociedade. Existe hoje na esfera empresarial a percepção de que o sucesso das empresas já não depende apenas das estratégias de optimização dos lucros a curto prazo, mas também da tomada em

consideração da protecção do ambiente e da promoção da sua responsabilidade social, incluindo os interesses dos consumidores.

Actualmente verifica-se a existência de um largo consenso no que respeita à importância da RSE nas actividades das empresas, pois estas últimas aperceberam-se do seguinte:

- a globalização dificultou a organização das empresas, porque a expansão das suas actividades no estrangeiro induziu ao aparecimento de novas responsabilidades à escala global, em especial nos países em desenvolvimento;
- a imagem, a reputação e, conseqüentemente, o sucesso das empresas depende do seu empenho a favor dos consumidores;
- a fim de melhor identificar os factores de risco e de sucesso de uma empresa, as instituições financeiras exigem informações que transcendem os habituais relatórios financeiros;
- as empresas têm todo o interesse em contribuir para o desenvolvimento do conhecimento e da inovação, se querem manter uma mão-de-obra competente;
- o desenvolvimento de práticas que tenham em conta considerações ambientais e sociais contribui para a modernização das actividades das empresas e, por conseguinte, para a sua competitividade a longo prazo.

- Obstáculos

Os obstáculos ao desenvolvimento da RSE são numerosos. As razões principais são as seguintes:

- conhecimentos insuficientes sobre a relação entre a RSE e o desempenho económico das empresas;
- conhecimentos insuficientes por parte dos consumidores e dos investidores sobre o conceito de RSE;
- ausência de consenso quanto a um conceito global de RSE, dadas as diferenças entre Estados-Membros;
- insuficiente informação sobre o conceito de RSE na formação universitária;
- falta de recursos para acções de promoção da RSE nas PME's;
- ausência de instrumentos para descrever e gerir as actividades de RSE;
- ausência de estratégia coerente dos poderes públicos neste domínio.

- Acções concretas

A CE tenciona pôr em prática as acções seguintes:

- Conhecer as vantagens que as empresas e os países podem tirar da RSE

A Comissão prevê lançar estudos quanto às consequências positivas das acções no âmbito da RSE sobre a competitividade das empresas, apoiar as actividades de sensibilização para a RSE e analisar e divulgar informação sobre as práticas socialmente responsáveis.

- Incrementar a troca de boas práticas entre empresas e entre Estados-Membros

As próprias empresas salientaram a importância da troca de experiências e de boas práticas em matéria de RSE. Devem por conseguinte, melhorar os fóruns existentes graças a uma maior coordenação. Isto é igualmente válido para os Estados-Membros que elaboraram diferentes políticas de RSE, onde se reflectem as suas tradições divergentes.

- Apoiar as capacidades de gestão da RSE

Há que integrar os princípios da RSE no ensino geral e nas acções de formação em gestão de empresas.

- Incitar as PME's a adoptar estratégias de RSE

Visto que o conceito foi sobretudo concebido para as grandes empresas, é ainda mais importante pôr termo ao hábito de não tomar em consideração as PME's. Os principais problemas a esse respeito são a insuficiente sensibilização e a falta de recursos. Como tal, há que estudar as especificidades da estratégia de RSE das PME's, promover a troca e a divulgação de boas práticas, introduzir o conceito de RSE nas associações de PME's e nas organizações de apoio às PME's, facilitar a cooperação entre grandes e pequenas empresas e sensibilizar as PME's para o impacto das suas actividades nos países em vias de desenvolvimento.

- Reforçar a transparência das práticas e os instrumentos de RSE

A transparência é essencial, em primeiro lugar porque facilita a troca de melhores práticas e, conseqüentemente, a melhoria de todas as práticas e, em segundo lugar,

porque ajuda as empresas a medir os resultados obtidos. É assim desejável o aumento da transparência nos seguintes domínios:

- códigos de conduta (direitos dos trabalhadores, direitos humanos, protecção do ambiente, entre outros);
- normas de gestão (integração dos aspectos sociais e ambientais nas actividades quotidianas das empresas);
- aferição dos desempenhos, elaboração de relatórios e validação (redacção pelas empresas de relatórios internos sobre as suas actividades no domínio da RSE);
- rótulos (direito dos consumidores à informação sobre os produtos através da rotulagem);
- ISR (investimento socialmente responsável, especialmente para os fundos de pensões, ou seja, há que investir nas empresas que obtêm os melhores resultados em termos de RSE).

○ Integrar a RSE nas outras políticas comunitárias

Os princípios da RSE são particularmente importantes para as seguintes políticas comunitárias:

- política do emprego e de assuntos sociais;
- política empresarial;
- política do ambiente;
- política dos consumidores;
- política dos contratos públicos – adquirentes públicos;
- política externa, política de desenvolvimento, política comercial;
- administrações públicas.

3.2 Organizações de Regulamentação e Apoio

Empenhadas em exercer uma cidadania responsável, as empresas têm procurado de forma crescente assumir uma postura social, ética e ambientalmente consciente. Deste modo, procuram interagir com as comunidades envolventes, retribuindo-lhes parte do que elas recebem. Para melhor servir estes propósitos as empresas têm-se associado a diversas organizações que desenvolvem projectos neste âmbito, desde acções de sensibilização para a prática da responsabilidade social, à contribuição no

desenvolvimento de manuais informativos e formativos sobre o tema, à divulgação de boas práticas individuais e associativas, a acções de voluntariado, entre outras iniciativas. Através da conjugação de esforços entre empresas e organizações que têm em comum práticas socialmente responsáveis, é assim possível contribuir para uma maior consciencialização sobre as vantagens desta prática.

Actualmente já existem em Portugal algumas organizações que trabalham nesta área, a salientar:

- GRACE (Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial)
O seu principal objectivo é fomentar a participação das empresas no contexto social em que se inserem, procurando disseminar práticas de gestão empresarial socialmente responsáveis.

- Mão-na-Mão (Movimento Empresarial para o Voluntariado)
Organização constituída por diversas entidades que apostam em levar solidariedade e apoio a segmentos mais desfavorecidos da população. Este projecto estabelece as condições necessárias para que os colaboradores das empresas signatárias participem nas várias iniciativas promovidas pelo Mão-na-Mão, durante o horário normal de trabalho, sem qualquer perda de benefício inerente à retribuição e assiduidade, assumindo cada empresa a logística necessária à concretização das acções desenvolvidas.

- RSE Portugal (Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas)
Tem como objectivo social a concepção, a execução e o apoio a programas e projectos nas áreas do emprego e formação profissional, tendo um cariz educacional, social, cultural, científico, ambiental, cívico e económico. Desenvolve fundamentalmente actividades nos âmbitos da cooperação para o desenvolvimento, protecção e promoção dos direitos humanos e da coesão social.

- BCSD Portugal (Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável)
É uma associação sem fins lucrativos, cuja sua missão é fazer com que a liderança empresarial seja catalisadora de uma mudança rumo ao

desenvolvimento sustentável e promover nas empresas a eco-eficiência, a inovação e a responsabilidade social.

A nível europeu, a OCDE é uma das várias organizações que com as suas directrizes pretende ser um instrumento que potencie um comportamento mais ético por parte das empresas multinacionais. Estas directrizes são orientadoras e o seu cumprimento por parte das empresas é voluntário. Ao comprometer-se com a sua promoção, o Estado assume um papel regulamentador e de mediação. Cada país possui um NCP (*National Contact Point*, instituído pela OCDE), sendo que no caso português essa função foi atribuída ao ICEP (Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal). A este compete promover as directrizes junto dos vários sectores da sociedade, entidades patronais, sindicatos, ONG's, entre outros, assim como responder às denúncias que possam surgir por parte da sociedade. As directrizes têm a mais-valia de se aplicarem não só às acções da empresa no âmbito nacional, mas também abrangerem as suas acções noutras mercados, assim como as acções das suas filiais. Face à apresentação de uma queixa, cabe ao NCP do país da empresa em questão, avaliar a sua viabilidade e zelar pelo bom desenrolar do processo.

3.3 Normas ISO, definição e objectivo

A ISO (*Internacional Organization for Standardization*) trata-se de uma entidade que foi criada em 23 de Fevereiro de 1947, em Genebra, com o objectivo de facilitar a unificação dos padrões industriais e respectiva coordenação internacional e que funciona como uma rede de padronização e normalização internacional.

As normas ISO têm como principais funções ajudar os produtores (fabricantes) a solucionar os seus problemas com a fabricação do seu produto, enquanto para os consumidores têm como função garantir-lhes a qualidade do produto ou serviço que estão a adquirir. Existem actualmente diversas normas ISO, sendo as de maior importância nesta área de estudo, a ISO 9000 na área da qualidade, a ISO 14000 na área do ambiente e a ISO 26000 a norma internacional de responsabilidade social. Em Portugal, o órgão que representa o ISO é o Instituto Português da Qualidade (IPQ) e que

nesta área tem como funções a regulamentação da sua aplicação, da adesão e do respectivo cumprimento.

Em relação às normas da série ISO 14000 e segundo Duarte (2006:184) estas são:

“[...] as primeiras com carácter verdadeiramente internacional. São um conjunto de normas ambientais, cuja implementação conduz a um sistema de gestão ambiental visando a satisfação das necessidades do conjunto dos actores ambientais, incluindo o interesse social pela protecção do ambiente. Este conjunto de normas não diz à empresa qual o desempenho ambiental que ela deve ter; descrevem o sistema que ajudará uma empresa a atingir os seus próprios objectivos e metas, partindo do pressuposto que uma melhor gestão ambiental conduzirá, indirectamente, a um melhor desempenho ambiental.”

As empresas terão todo o interesse em aderir as estas normas, pois estas trarão vantagens internas e externas, nomeadamente em relação à redução de incidentes, de despesa, ao aumento da eficiência e desempenho. A nível interno e a nível externo existe um aumento do seu reconhecimento nesta área, assim como uma melhoria da sua imagem e das relações com o mercado.

A norma ISO 26000 (norma internacional de responsabilidade social), aprovada no final de 2010, pretende criar um guia internacionalmente aceite, baseado em boas práticas e consistente com as declarações e convenções emanadas das Nações Unidas e seus membros, nomeadamente a OIT.

4. ESTUDO EMPÍRICO

Ao contrário do que já acontece noutros países da UE ou até do mundo, em Portugal os conceitos de ética e responsabilidade social estão ainda a ser aplicados num número pouco significativo de empresas.

O estudo realizado incidiu sobre uma pequena empresa da industria farmacêutica e o objectivo era verificar qual o comportamento actual da empresa nesta área e qual a tendência para o futuro próximo.

De salientar que outras empresas de maior dimensão, pela informação que disponibilizam nas suas páginas da *internet*, demonstram já investir largamente nesta área social, como é o caso da BIAL que já faz parte do BCSD Portugal e que desenvolve inúmeras actividades de responsabilidade social interna e externa, destacando-se largamente de todas as outras empresas analisadas. Algumas outras que demonstram igualmente já algum investimento em responsabilidade social e fazem questão de o divulgar são, por exemplo, a NOVARTIS, a ROCHE, a DAICHI SANKIO e a SOLVAY.

A leitura do artigo publicado pela revista DECO/PROTESTE em Abril/Maio de 2006 (http://www.deco.proteste.pt/20000101/item-not-found-in-range-Attachs_413691.pdf) permite obter uma ideia mais abrangente do comportamento das empresas neste sector de actividade, pois integra um estudo realizado em algumas das maiores empresas existentes no mercado português, no âmbito das temáticas da responsabilidade social e da ética, ilustrando claramente o comportamento adoptado por essas mesmas empresas.

4.1 Metodologia

Considerando o objectivo proposto e a natureza do estudo, foi realizado um inquérito aos 31 colaboradores da empresa (inquérito em anexo), com o objectivo de retirar toda a informação que permitisse definir o comportamento que a empresa tem vindo a adoptar ao nível da ética e responsabilidade social e daí retirar ilações quanto ao comportamento

a praticar no futuro se o actual não fosse já o óptimo. O estudo foi realizado com base numa análise descritiva aos dados estatísticos obtidos.

Este trabalho teve por base os inquéritos efectuados pela Dr.^a Cristina Brandão Nunes no seu trabalho intitulado “Ética Empresarial e os Fundos Socialmente Responsáveis” de 2004. Estes inquéritos sofreram as devidas adaptações e deram origem a um novo inquérito adaptado ao estudo de caso em análise.

4.2 Análise estatística e tratamento de dados

Dos 31 inquéritos distribuídos obtiveram-se 29 respostas, o que representa 94% do universo seleccionado.

O inquérito consta de duas partes:

- na primeira parte é realizada uma identificação do inquirido, descrevendo algumas das suas características, tais como género, idade, estado civil, função actual na empresa e remuneração;

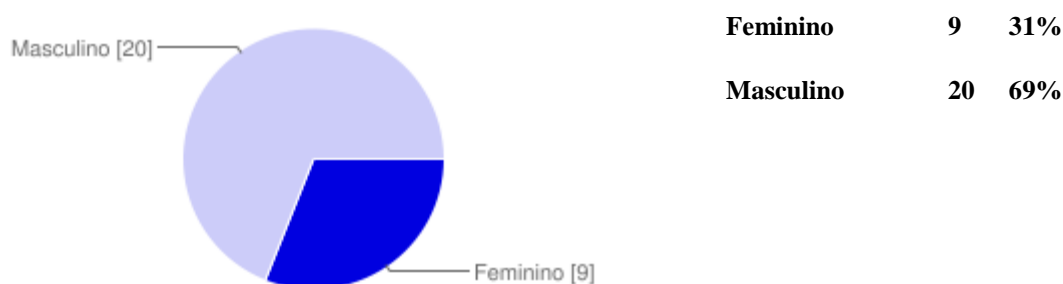
- a segunda parte é composta por questões no âmbito do tema em análise, ou seja, a análise dos comportamentos éticos e de responsabilidade social que a organização coloca em prática, sendo os pontos aqui em análise os seguintes:

- se um modelo estratégico que integre simultaneamente ética e lucro é uma necessidade do mundo empresarial actual;
- se a empresa possui um código de ética;
- se a empresa tem desenvolvido algum tipo de esforços no sentido de conseguir incorporar comportamentos éticos na sua actividade;
- se alguma das actividades éticas apresentadas fazem parte do modo como a empresa se relaciona com a sociedade;
- se a empresa desenvolve algum tipo de esforço no sentido da protecção do ambiente, para além do cumprimento das normas legais;
- os métodos que segundo os colaboradores da empresa parecem ser os mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos;
- quais as práticas antiéticas presentes na empresa, das referidas como exemplo.

A empresa em análise trata-se de uma sociedade por quotas, com o volume de negócios de mais de 1 milhão de euros em 2009, cuja actividade é a comercialização de produtos farmacêuticos. Importa referir que se trata da filial de uma empresa espanhola de grande dimensão (cotada em bolsa). A empresa-mãe entidade investiga, produz e comercializa os medicamentos em Espanha e para todos os países onde possui filiais. O número de filiais é significativo, encontram-se estas espalhadas pelo mundo inteiro. A empresa portuguesa em análise emprega actualmente 31 trabalhadores, 20 do género masculino e 11 do feminino (ver Gráfico I).

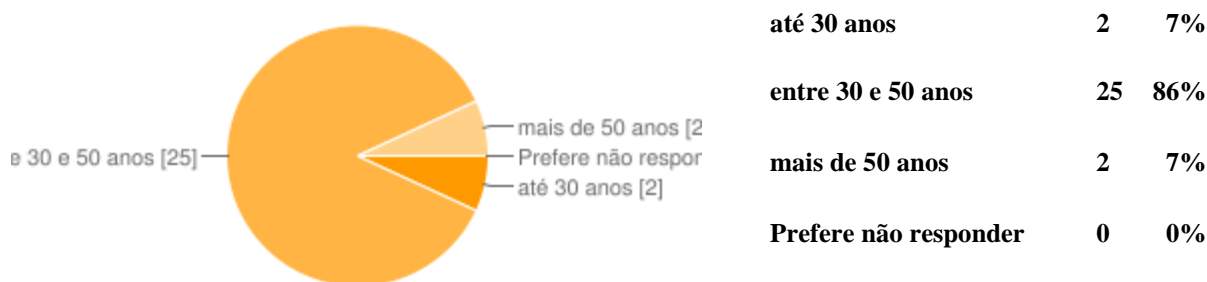
Outra variável em estudo é a faixa etária, observando-se que os colaboradores da empresa apresentam, predominantemente, idades compreendidas entre os 30 e 50 anos (86%) (ver Gráfico II).

Gráfico I - Género do inquirido



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico II - Idade do inquirido



Fonte: Elaboração própria.

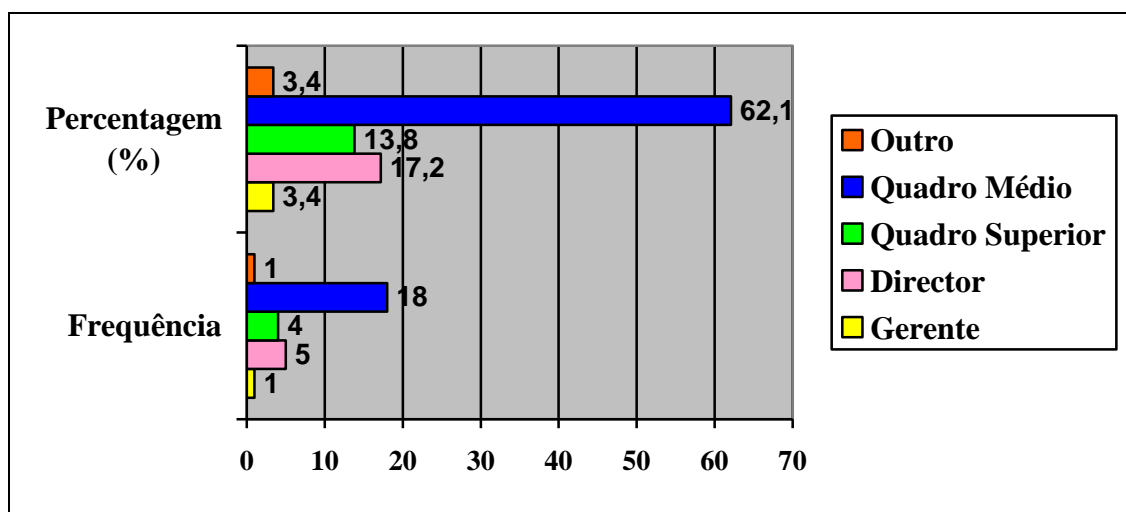
A função ocupada pelos colaboradores da empresa é outra das variáveis em estudo, verificando-se (ver Quadro I e Gráfico III) que o maior número de colaboradores da empresa são quadros médios, ocupando 62,1% do total de inquiridos.

Quadro I – Função ocupada na empresa (actualmente)

	FUNÇÃO			
	Frequência	%	% Válida	% Acumulada
GERENTE	1	3,40	3,40	3,40
DIRECTOR	5	17,20	17,20	20,70
QUADRO SUPERIOR	4	13,80	13,80	34,50
QUADRO MÉDIO	18	62,10	62,10	96,60
OUTRO	1	3,40	3,40	100,00
Total	29	100,00	100,00	

Fonte: Elaboração própria.

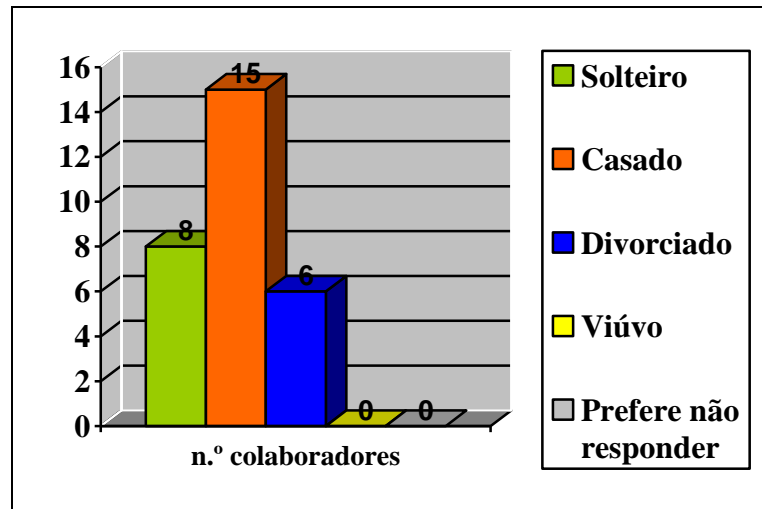
Gráfico III - Função ocupada na empresa (actualmente)



Fonte: Elaboração própria.

Quanto ao estado civil (ver Gráfico IV), outro dos pontos em análise no questionário, a maior parte dos colaboradores são casados (52%), seguindo-se o estado civil de solteiro (28%) e de divorciado (21%) .

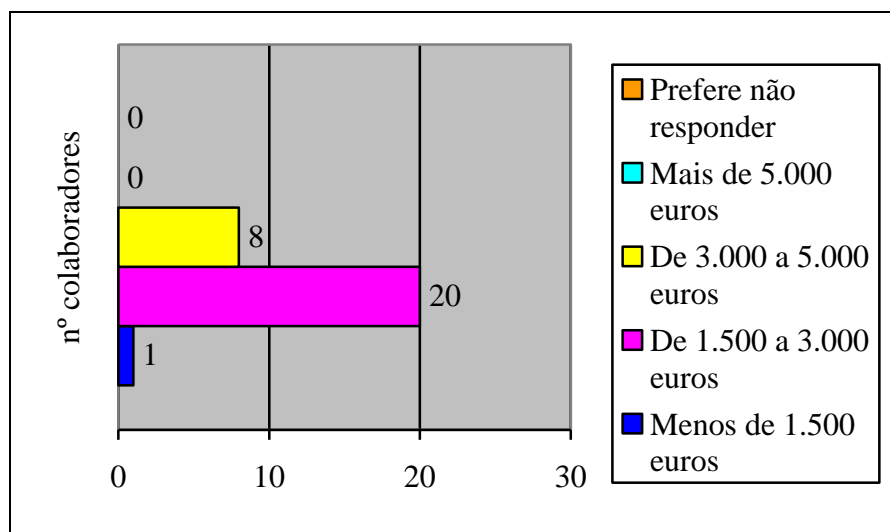
Gráfico IV – Estado Civil dos Inquiridos



Fonte: Elaboração própria.

Pode-se concluir pela análise do ponto que se segue, que a grande maioria dos colaboradores detém um rendimento líquido mensal entre 1.500 e 3.000 euros, existindo uma larga margem para que dentro deste parâmetro possam existir diferenças significativas. No entanto, o desvio-padrão das remunerações não foi analisado no âmbito deste estudo. O que é importante reter é que em termos de classificação, os colaboradores estão na sua maioria na mesma categoria (ver Gráfico V).

Gráfico V – Rendimento Líquido Mensal dos Inquiridos



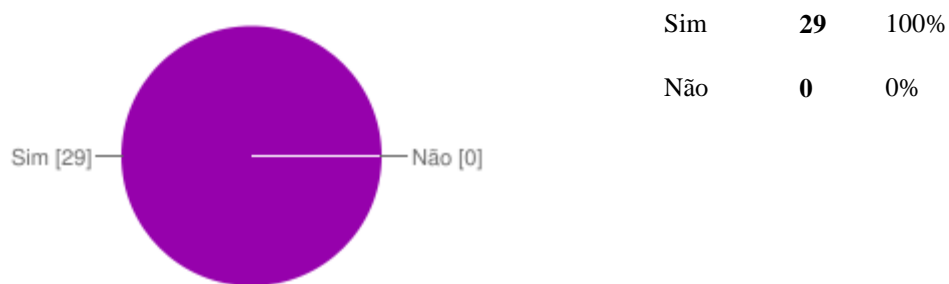
Fonte: Elaboração própria.

4.3 Interpretação dos resultados

Após a análise das questões de maior relevância em estudo e da caracterização da empresa pretende-se avaliar se a empresa possui um comportamento ético e socialmente responsável.

Começando por analisar os resultados obtidos, verifica-se que a totalidade dos inquiridos concorda que é necessário existir um modelo estratégico que integre, simultaneamente, ética e lucro, como uma necessidade do mundo empresarial actual (ver Gráfico VI).

Gráfico VI – Modelo estratégico que integre simultaneamente ética e lucro é uma necessidade do mundo empresarial actual

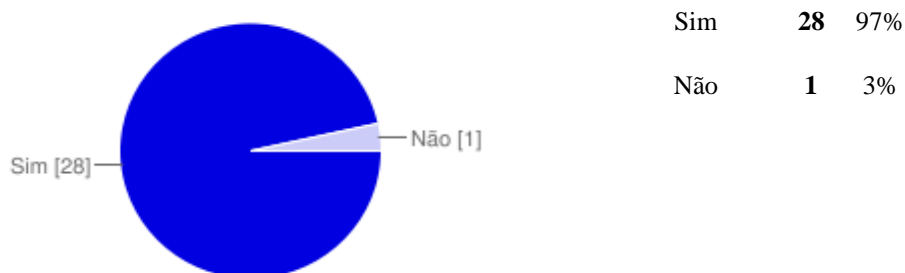


Fonte: Elaboração própria.

No que respeita à questão referente ao conhecimento sobre a existência de um código de ética, apenas 3% dos inquiridos considera (ou não tem conhecimento) que a empresa não possui um código de ética. Assim sendo, é possível retirar a conclusão de que o mesmo existe e de que é do conhecimento da maioria dos seus colaboradores (ver Gráfico VII).

Em relação à questão 8, onde se analisa se a empresa tem desenvolvido algum tipo de esforços no sentido de conseguir incorporar comportamentos éticos na sua actividade empresarial, a mesma não é consensual, pois cerca de metade dos respondentes considera que se desenvolveram “muitos” ou “alguns” esforços, enquanto a outra parte dos inquiridos considera que os esforços realizados foram “poucos” ou “ nenhuns”. Este ponto será analisado com maior detalhe, mais à frente.

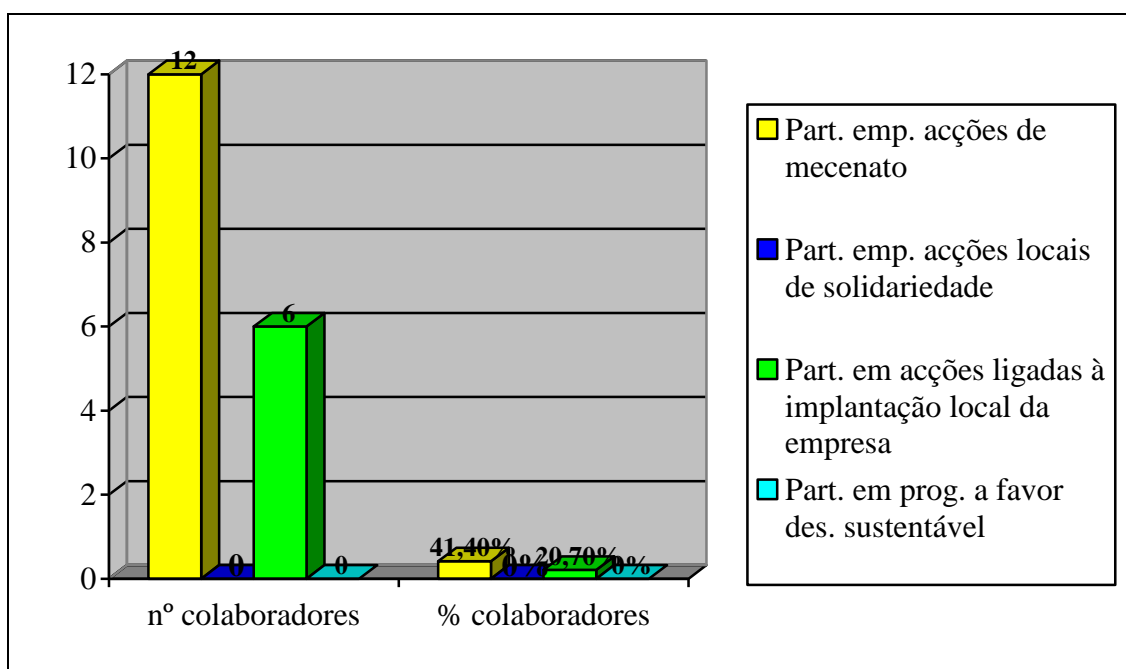
Gráfico VII – Existência de Código de Ética



Fonte: Elaboração própria.

Tendo em análise a questão 9, onde são colocadas questões de responsabilidade social, verificou-se pelos resultados obtidos que este é de facto um ponto fraco da empresa e um ponto a melhorar, pois apenas participa em acções de implantação local da empresa ou em acções de mecenato (humanitário, cultural ou científico), sendo que as outras duas questões, “participação da empresa em acções locais de solidariedade” e “participação em programas a favor de um desenvolvimento sustentável”, não obtiveram qualquer resposta (ver Gráfico VIII).

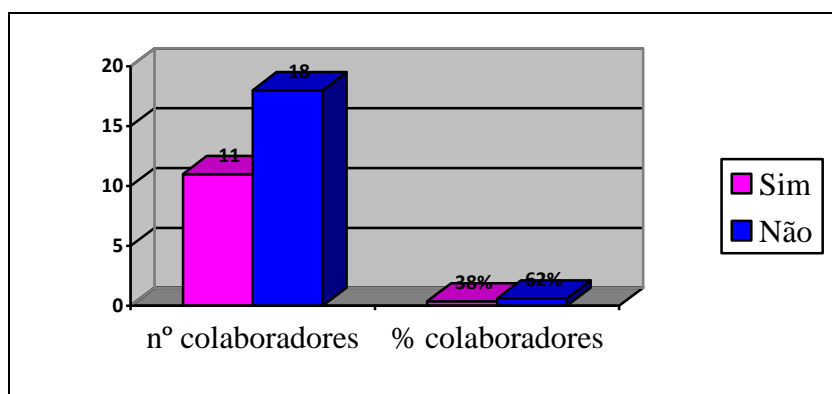
Gráfico VIII – Comportamento da empresa perante a sociedade onde está inserida



Fonte: Elaboração própria.

Quanto à questão 10, onde se analisa se a empresa desenvolve algum tipo de esforço no sentido de protecção do ambiente, para além do cumprimento das normas legais, 35% dos inquiridos respondem afirmativamente, enquanto os restantes 65% optam pelo “não”, considerando que esta apenas se limita a cumprir o legalmente instituído, não tendo grandes iniciativas próprias de melhoramento na área ambiental (ver Gráfico IX).

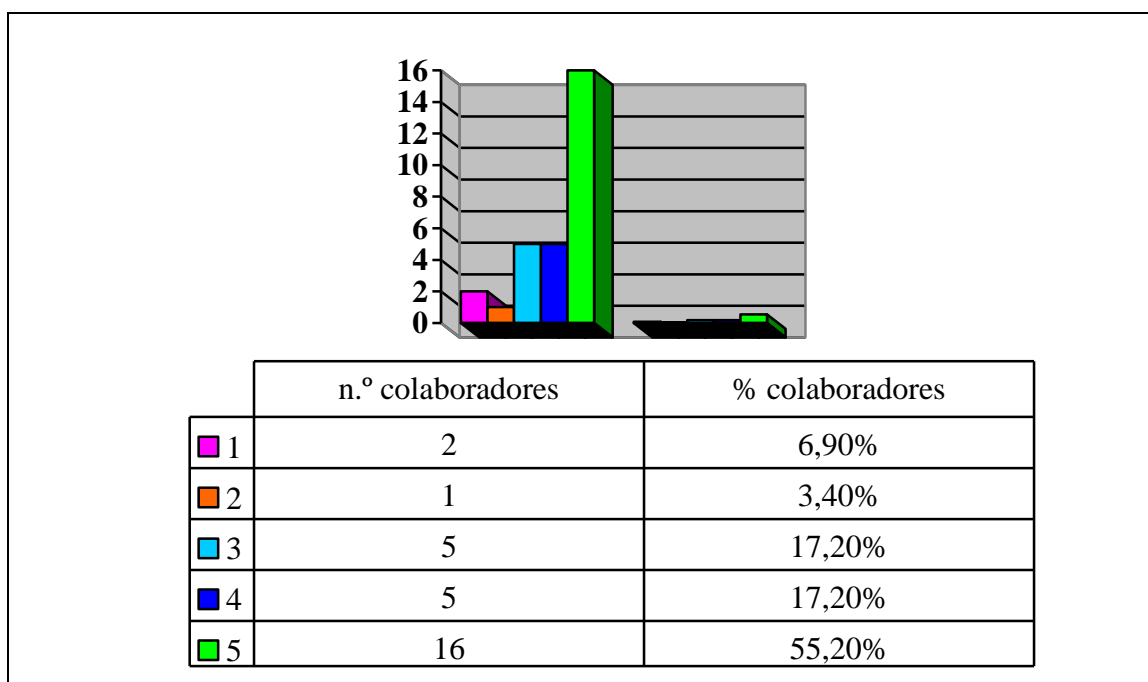
Gráfico IX – Desenvolve esforços na protecção do ambiente



Fonte: Elaboração própria.

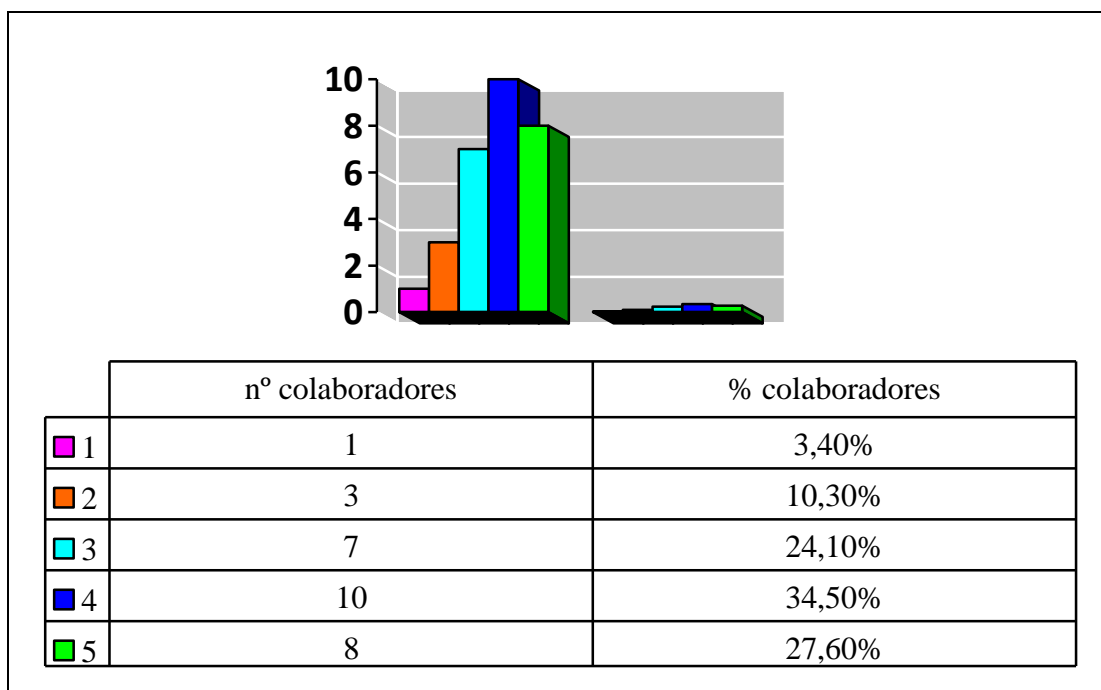
Na questão 11 é pedido aos inquiridos para efectuarem uma escala das acções enunciadas, de forma a se conseguir definir quais dos comportamentos em análise têm maior ou menor relevância para a actividade da empresa. Fica claro pela análise dos resultados obtidos que as respostas “elaboração de um código de ética escrito”, “criação de sanções para comportamentos não éticos” e “incentivar a avaliação crítica do posicionamento ético dos superiores”, são as que para estes respondentes revelam ter maior importância, sendo que a maior ênfase é dada à primeira e terceira alternativas. Quanto às restantes duas respostas, “incentivar a transparência da estrutura interna e comunicação com o mercado” e “reuniões periódicas para discussão de questões éticas”, foi-lhes dada menor importância, principalmente à realização de “reuniões periódicas”, deixando transparecer que se não forem realizados os outros pontos anteriores este não é realizável por si só, conforme se verifica nos cinco gráficos seguintes (ver Gráficos X a XIV).

Gráfico X – Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Elaboração de um Código de Ética Escrito



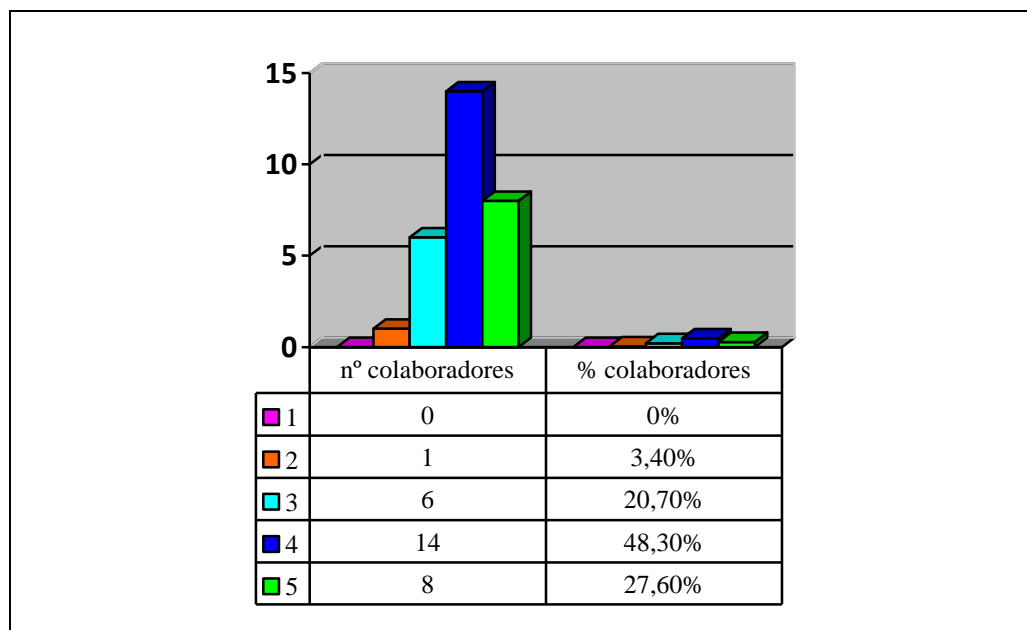
Fonte: Elaboração própria.

Gráfico XI – Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Criação de sanções para comportamentos não éticos



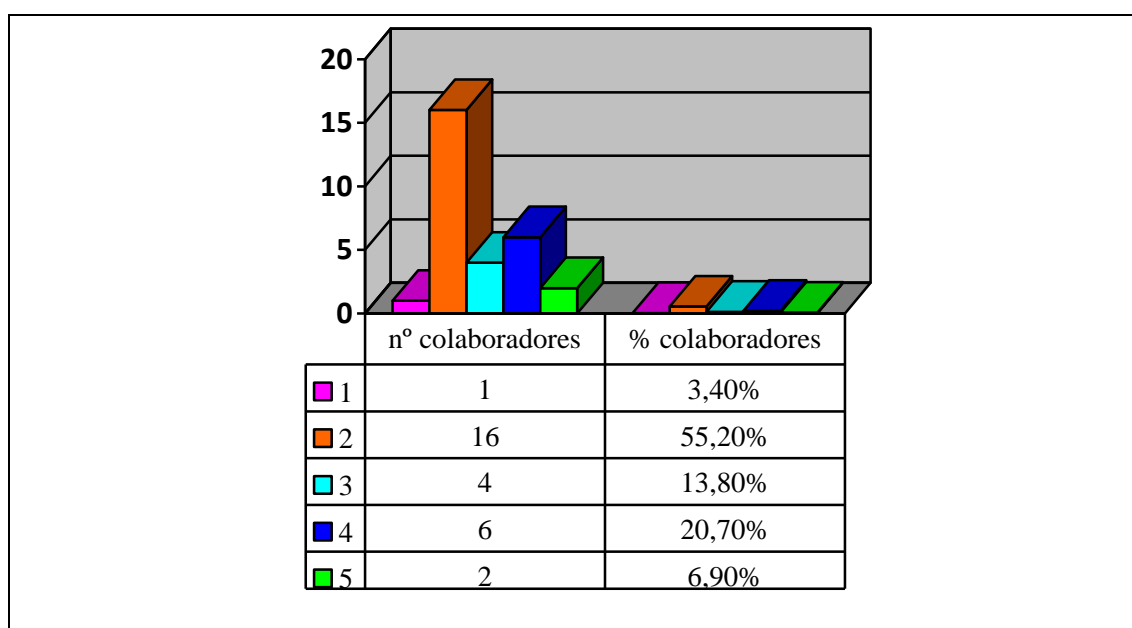
Fonte: Elaboração própria.

Gráfico XII – Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Incentivar a avaliação crítica do posicionamento ético dos superiores



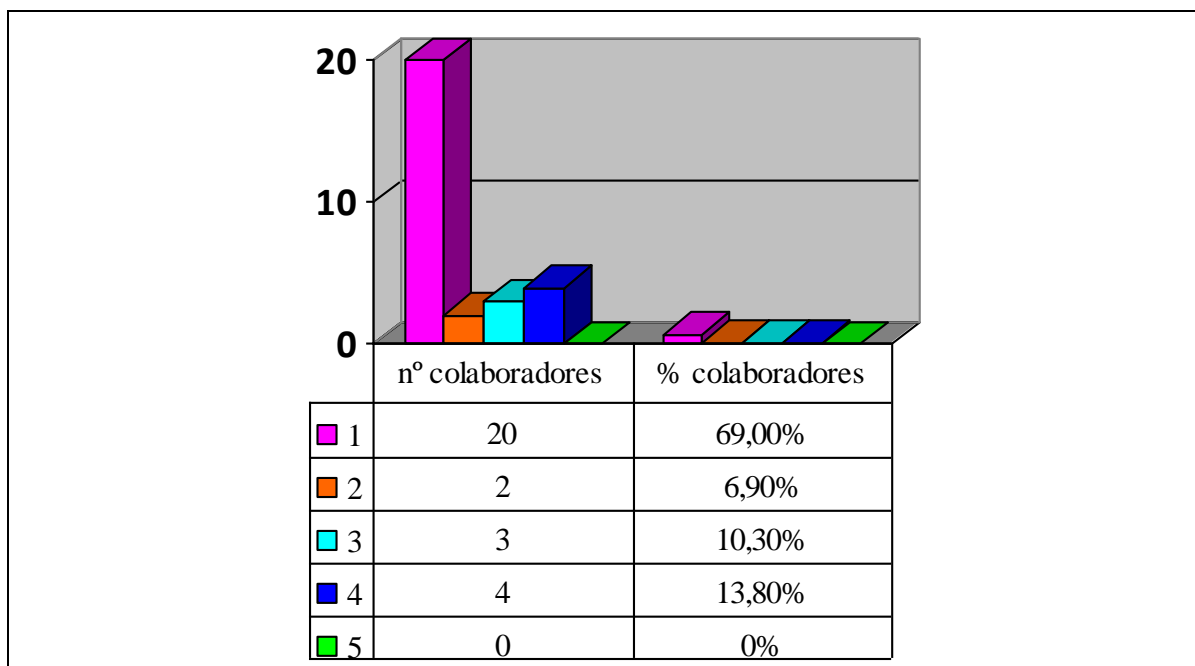
Fonte: Elaboração própria.

Gráfico XIII – Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Incentivar a transparência da estrutura interna e comunicação com o mercado



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico XIV – Métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante) – Reuniões profissionais periódicas para discussão de questões éticas



Fonte: Elaboração própria.

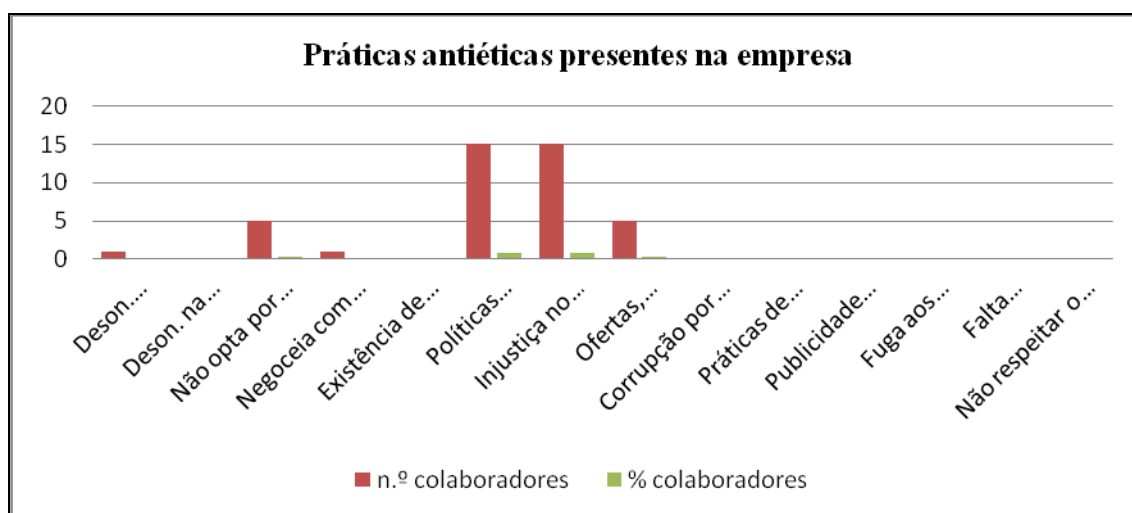
Relativamente à questão 12 (ver Quadro II e Gráfico XV) é pedido aos respondentes para identificarem de entre vários comportamentos antiéticos, quais os que a empresa pratica. As alternativas “políticas discriminatórias de contratação e promoção” e “injustiça no tratamento dos empregados” foram as que obtiveram um maior número de respostas. Esta questão receberá um tratamento estatístico mais aprofundado aquando da análise da Hipótese 3.

Quadro II – Práticas antiéticas praticadas na empresa

Práticas antiéticas presentes na empresa	N.º Colab.	% Colab.
Deson. realização e/ou cump. dos contratos	1	0,05
Deson. na relação com os clientes	0	0
Não opta por uma estratégia de qualidade	5	0,26
Negoceia com países que não respeitam os direitos humanos	1	0,05
Existência de trabalho infantil	0	0
Políticas discrim. de contratação e promoção	15	0,79
Injustiça no tratamento dos empregados	15	0,79
Ofertas, gratificações e subornos	5	0,26
Corrupção por necessidades financeiras pessoais	0	0
Práticas de crédito desleais	0	0
Publicidade enganosa	0	0
Fuga aos impostos	0	0
Falta transparência operações em geral	0	0
Não respeitar o meio ambiente	0	0

Fonte: Elaboração própria.

Gráfico XV – Análise das Práticas Antiéticas praticadas pela empresa



Fonte: Elaboração própria.

Para se efectuar uma análise descritiva mais aprofundada foi utilizado o programa SPSS 16, de estatística descritiva por frequências em “*Nonparametric Tests*”. Nesta análise o objectivo era o de testar se existia associação entre o comportamento da empresa e

alguns comportamentos éticos e de responsabilidade social. Para o efeito, foi utilizado o teste do Qui-quadrado, para um nível de confiança de 95%.

Como foi referido anteriormente, os colaboradores da empresa classificaram-na quanto ao seu comportamento ético e socialmente responsável, atendendo a alguns critérios de avaliação. Deste modo, considerou-se ser importante que do questionário se relacionassem alguns pontos com critérios pré-definidos, tais como:

- H1: Análise da relação da empresa com a sociedade (pergunta 9);
- H2: Análise dos esforços desenvolvidos pela empresa na protecção do ambiente (pergunta 10);
- H3: Análise da relação dos colaboradores com os comportamentos/práticas éticas da empresa (perguntas 11 e 12).

De seguida ir-se-á proceder a uma análise das hipóteses em estudo.

H1: Análise da relação da empresa com a sociedade

Como se verificou pelas respostas à questão 6, a empresa possui um código de ética. Assim, perante este resultado procurou-se realizar uma análise sobre a relação entre o código de ética e as actividades éticas e socialmente responsáveis praticadas pela empresa, com o objectivo de se concluir se o relacionamento que a empresa tem com a sociedade resulta ou não com o facto de existir um código de ética.

Para se realizar esta análise recorreu-se ao teste do Qui-Quadrado⁸; este irá avaliar a independência existente entre as duas variáveis em estudo.

⁸ O teste do Qui-Quadrado analisa a independência entre duas variáveis, para um dado nível de significância, atendendo à existência de diferenças significativas entre as frequências observadas e as frequências esperadas.

Neste teste define-se como hipótese nula: “As hipóteses em análise são independentes.”

O teste do Qui-Quadrado vai determinar as frequências das linhas e das colunas e vai calculá-las com base na independência das variáveis.

Após a realização deste teste conclui-se que:

- se o Qui-Quadrado Amostral \geq Qui-Quadrado crítico \rightarrow Rejeitamos a hipótese nula;

- se o Qui-Quadrado Amostral \leq Qui-Quadrado crítico \rightarrow Não rejeitamos hipótese nula.

Quadro III – H1: Relação entre o código de ética e as actividades que representam o modo como a empresa se relaciona com a sociedade

	Análise H1					
	Válido		Não válido		Total	
	Nº	Percent.	Nº	Percent.	Nº	Percent.
Código de Ética/relacionamento sociedade	18	62,1%	11	37,9%	29	100,0%

Fonte: Elaboração própria.

Quadro IV – H1: Relação da empresa com a sociedade

Código de Ética escrito * actividades fazem parte do relacionamento com sociedade (Cruzamento de dados)

Actividades fazem parte do relacionamento com sociedade						Total
		Participação em acções ligadas à implantação local da empresa	Participação da empresa em acções de mecenato (humanitário, cultural ou científico)	Participação da empresa em acções locais de solidariedade	Participação em programas a favor de um desenvolvimento sustentável	
Código de Ética escrito:	SIM	6	11	0	0	17
	NÃO	0	1	0	0	1
Total		6	12	0	0	18

Fonte: Elaboração própria.

Ao realizar-se o teste de Qui-Quadrado para uma significância de 5%, os resultados obtidos permitem concluir o seguinte (ver Quadro V):

- a hipótese nula é válida, porque o valor da significância é superior a 5%. Neste caso em concreto assume o valor de 0,467, o que significa que os resultados obtidos fornecem evidências estatísticas quanto à inexistência de associação entre o código de

ética e as actividades éticas e socialmente responsáveis realizadas pela empresa. Em termos estatísticos podemos afirmar que as acções realizadas pela empresa seriam idênticas independentemente da existência de um código de ética.

Quadro V – Aplicação do Teste do Qui-Quadrado às variáveis em estudo na H1:
Código de ética e actividades desenvolvidas pela empresa na sociedade

Teste Qui-Quadrado					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,529a	1	,467		
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,840	1	,359		
Fisher's Exact Test				1,000	,667
Linear-by-Linear Association	,500	1	,480		
N of Valid Cases ^b	18				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,33.

b. Computed only for a 2x2 table

Fonte: Elaboração própria.

H2: Análise dos esforços desenvolvidos pela empresa na protecção do ambiente

Na Hipótese 2 o objectivo foi o de verificar se a empresa realiza algum esforço para aplicar acções de protecção do ambiente, sem que sejam apenas as legalmente previstas.

De acordo com os resultados apresentados no Quadro VI todas as respostas obtidas foram consideradas válidas para o estudo desta hipótese.

Quadro VI – H2: Relação entre o código de ética e as actividades ambientais que pratica

	Análise H2					
	Válido		Não válido		Total	
	Nº	Percent.	Nº	Percent.	Nº	Percent.
Código de Ética escrito * Esforço protecção do ambiente	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

Fonte: Elaboração própria.

Desta análise conclui-se que a empresa não faz um esforço para realizar acções de protecção do ambiente para além das legalmente previstas. E existindo um código de ética escrito, este também parece não influenciar em nada as decisões tomadas pela empresa ao nível ambiental.

Após a obtenção dos resultados das tabelas anteriores resolveu-se analisar se a preocupação com a protecção do ambiente para além do legalmente previsto, é ou não independente da empresa deter um código de ética escrito (ver Quadro VII).

Neste sentido, realizou-se o teste do Qui-Quadrado, cujos resultados estão patentes no Quadro VIII.

Quadro VII – H2: Relação da empresa com o ambiente

		Esforço no sentido de protecção do ambiente		Total
		SIM	NÃO	
Código de Ética escrito:	SIM	11	17	28
	NÃO	0	1	1
Total		11	18	29

Fonte: Elaboração própria.

Quadro VIII – Aplicação do Teste do Qui-Quadrado às variáveis em estudo na H2:

Código de ética e actividades desenvolvidas pela empresa na área ambiental

Teste Qui-Quadrado					
	Value	df	Asym p. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,633a	1	,426		
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,976	1	,323		
Fisher's Exact Test				1,000	,621
Linear-by-Linear Association	,611	1	,434		
N of Valid Cases ^b	29				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

b. Computed only for a 2x2 table

Fonte: Elaboração própria.

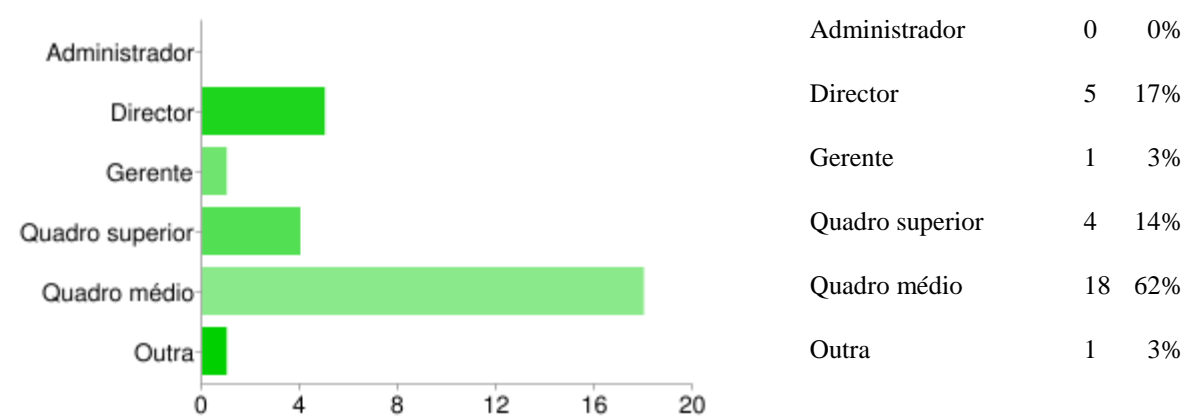
A análise dos resultados permite concluir que a hipótese nula é válida, pois o valor da significância é de 0,426 superior a 5%. Logo, os resultados obtidos fornecem evidência estatística quanto à inexistência de associação entre a protecção do ambiente e a existência de um código de ética escrito.

H3: Análise da relação entre os colaboradores e as práticas antiéticas praticadas na empresa

Nesta hipótese pretende-se verificar se a posição exercida pelo colaborador na empresa está ou não, relacionada com as respostas obtidas quanto ao comportamento antiético que a empresa pratica na opinião dos inquiridos.

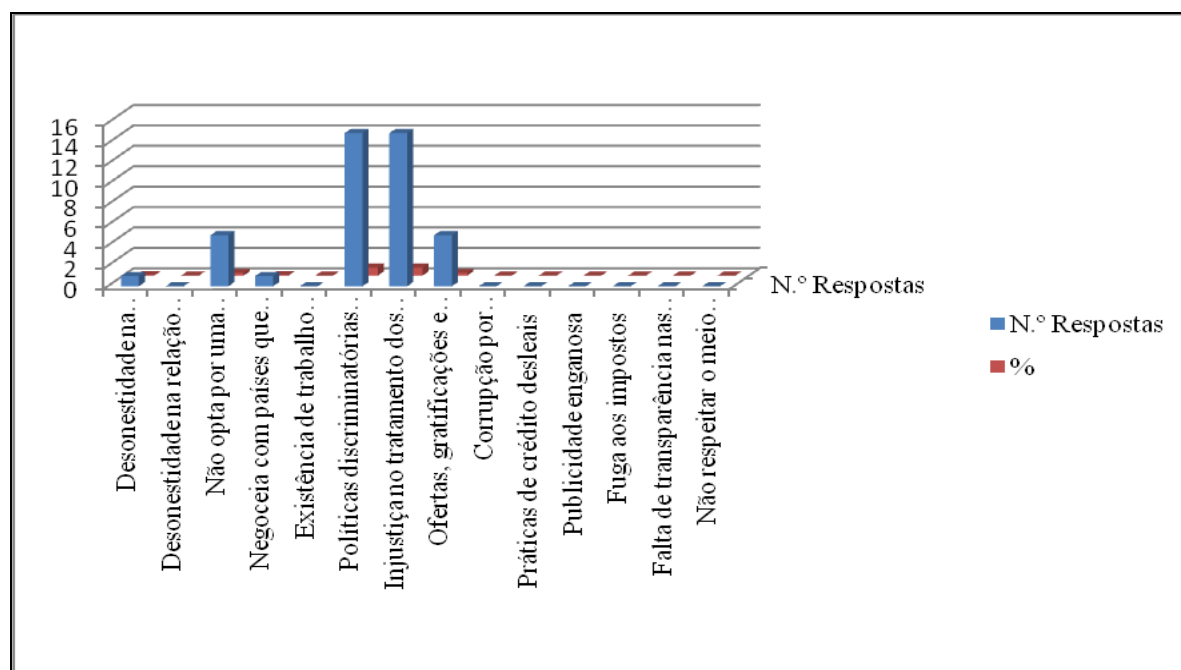
Em relação aos inquiridos a sua repartição por funções está patente no Gráfico XVI.

Gráfico XVI - H3.1: Posição que o colaborador ocupa na empresa



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico XVII - H3.2: Práticas antiéticas presentes na empresa



Fonte: Elaboração própria.

Pela análise dos resultados obtidos na questão número 12, evidenciados no Gráfico XVII, verifica-se que apenas 4 das 14 hipóteses foram dadas como praticadas pela empresa, sendo de salientar as políticas discriminatórias de contratação e promoção e a injustiça no tratamento dos empregados, como as duas respostas com maior pontuação.

Quadro IX – H3: Resumo das respostas à questão 12

Práticas	N.º Respostas	%
Desonestidade na realização e/ou no cumprimento dos contratos	1	5%
Desonestidade na relação com os clientes	0	0%
Não opta por uma estratégia de qualidade	5	26%
Negoceia com países que não respeitam os direitos humanos	1	5%
Existência de trabalho infantil	0	0%
Políticas discriminatórias de contratação e promoção	15	79%
Injustiça no tratamento dos empregados	15	79%
Ofertas, gratificações e subornos	5	26%
Corrupção por necessidades financeiras pessoais	0	0%
Práticas de crédito desleais	0	0%
Publicidade enganosa	0	0%
Fuga aos impostos	0	0%
Falta de transparência nas operações em geral	0	0%
Não respeitar o meio ambiente	0	0%
As pessoas podiam seleccionar mais do que uma resposta, logo as percentagens podem ser superiores a 100%.		

Fonte: Elaboração própria.

Para se realizar uma análise mais profunda considerou-se relevante verificar qual a relação existente entre as respostas dadas à questão 12 e a posição que cada inquirido detinha na empresa (ver Quadros IX e X).

Quadro X – H3: Relação entre a posição que o colaborador ocupa e as práticas antiéticas da empresa

	Análise H3					
	Válido		Não válido		Total	
	Nº	Percent.	Nº	Percent.	Nº	Percent.
Práticas antiéticas * Função	19	65,50%	10	34,50%	29	100,00%

Fonte: Elaboração própria.

Das respostas obtidas pelas 29 pessoas inquiridas, apenas 19 são consideradas válidas para efeitos do estudo da Hipótese 3 (ver Quadro XI).

Quadro XI – H3: Relação entre a posição que o colaborador ocupa e a identificação das práticas antiéticas da empresa

Práticas Antiéticas * Função (Cruzamento de dados)				
PRÁTICAS ANTIÉTICAS	Função			Total
	DIRECTOR	QUADRO SUPERIOR	QUADRO MÉDIO	
Injustiça no tratamento dos empregados	2	0	0	2
Negoceia com países que não respeitam os direitos humanos, Políticas discriminatórias de contratação e promoção	0	0	1	1
Políticas discriminatórias de contratação e promoção, Injustiça no tratamento dos empregados	0	0	6	6
Não opta por uma estratégia de qualidade, Ofertas, Gratificações e subornos	0	0	1	1
Políticas discriminatórias de contratação e promoção, Injustiça no tratamento dos empregados, Ofertas, Gratificações e subornos	0	0	3	3
Desonestidade na realização e/ou no cumprimento dos contratos, Não opta por uma estratégia de qualidade, Políticas discriminatórias de contratação e promoção, Injustiça no tratamento dos empregados, Ofertas, Gratificações e subornos	0	0	1	1
Políticas discriminatórias de contratação e promoção	0	0	2	2
Não opta por uma estratégia de qualidade, Políticas discriminatórias de contratação e promoção, Injustiça no tratamento dos empregados	0	0	2	2
Não opta por uma estratégia de qualidade, Injustiça no tratamento dos empregados	0	1	0	1
Total	2	1	16	19

Fonte: Elaboração própria.

Para analisar a relação entre a posição que o colaborador ocupa na empresa e a identificação das práticas antiéticas da empresa recorreu-se, uma vez mais, ao teste do Qui-Quadrado (ver Quadro XII).

Após a realização desta análise comparativa obtida pelo teste de Qui-Quadrado, constata-se que a hipótese nula é não válida com um resultado de 0,002 inferior a 5%, o

que significa que se verifica uma forte relação entre a função que o colaborador ocupa na empresa e as práticas antiéticas que seleccionou como realizadas pela empresa.

Quadro XII – Aplicação do Teste do Qui-Quadrado às variáveis em estudo na H3:
Relação entre a posição que o colaborador ocupa e a identificação das práticas antiéticas da empresa

Teste do Qui-Quadrado			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	38,000a	16	,002
Likelihood Ratio	20,393	16	,203
Linear-by-Linear Association	2,075	1	,150
N of Valid Cases	19		

a. 26 cells (96,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Fonte: Elaboração própria.

É visível que os respondentes que se encontram na categoria de “Quadro Médio” são os que identificam mais comportamentos antiéticos na empresa. Por seu turno, os inquiridos que ocupam a posição de “Director” e “Quadro Superior”, ou pela função que ocupam ou por lealdade à empresa, mencionam poucos comportamentos antiéticos.

Após esta análise verifica-se que nesta área a empresa ainda tem de desenvolver muitos esforços para ser considerada como uma empresa ética e socialmente responsável, pois apesar de já ter dado um grande passo ao criar um código de ética, como se verificou pela análise efectuada, este não se encontra relacionado com os comportamentos que a empresa adopta nas áreas de responsabilidade social e ambiental.

Estes comportamentos revelam-se muito incipientes para as necessidades do mercado, pois a empresa praticamente se cinge ao que é obrigada a realizar por via legal, nesta área, e não assume voluntariamente outros comportamentos.

4.4 Considerações futuras

Outro dado inerente a esta empresa que importa referir, é o facto de se tratar de uma filial de uma grande empresa espanhola, líder de mercado e cujas informações obtidas são bem diferentes das da realidade portuguesa.

Em Espanha a empresa tem unidades fabris onde investiga, cria, fabrica e comercializa medicamentos e vende-os para todos as filiais que detém espalhadas pelo mundo inteiro. Encontra-se cotada na bolsa de valores do mercado de capitais em Espanha, o que demonstra que devido à sua dimensão o impacto na sociedade é bem diferente da existente na realidade portuguesa. As preocupações éticas e socialmente responsáveis são factores a ter em conta. Um exemplo dessa preocupação é o facto de em Espanha a empresa já ser certificada com a norma ISO 14000 – Preocupações Ambientais, facto uma vez mais, bem diferente da realidade da sua filial portuguesa.

Em Portugal devido à pequena dimensão da empresa e às constantes reestruturas que tem sofrido nos últimos anos, as temáticas da ética e da responsabilidade social não têm sido devidamente consideradas, existindo ainda a ideia de que existem questões mais importantes a tratar.

Esperemos que este questionário tenha levantado algumas questões aos órgãos dirigentes da empresa e que tenha sido útil para alertar para algumas falhas existentes no comportamento praticado. A tendência é de mudança e espera-se que essa mudança traga uma maior preocupação com as questões sociais internas e externas e não se continue com os comportamentos existentes até à data, em que a estas questões não era dada a devida importância.

É evidente, pela análise efectuada, que ainda podem ser apontadas à empresa práticas de alguns comportamentos antiéticos. Como tal, é sem dúvida por aqui que a empresa deve começar a trabalhar no sentido de se tornar uma empresa ética e socialmente responsável.

4.5 Conclusões

Pela análise efectuada e fazendo um pouco uma síntese dos pontos referidos anteriormente, salientam-se as seguintes conclusões:

- a empresa em análise trata-se de uma pequena empresa, onde os colaboradores são na sua maioria do género masculino e cuja sua faixa etária se situa maioritariamente entre os 30 e os 50 anos; o estado civil predominante é o casado e a faixa remuneratória na sua maioria situa-se entre os 1.500 e os 3.000 euros. Sendo este o perfil dos colaboradores desta empresa é importante aqui salientar quais os pontos que na sua opinião não se encontram bem no desempenho da mesma;
- é dada toda a importância à conciliação entre um modelo em que o lucro e a ética funcionam em conjunto;
- a empresa já possui um código de ética escrito, mas este não é devidamente divulgado ou lembrado aos seus colaboradores, pois as actividades que a empresa desenvolve na área de responsabilidade social e ambiental são ainda muito incipientes.

4.6 Limitações do estudo de caso

O facto de o estudo ter sido realizado numa empresa de pequena dimensão, limitou um pouco a análise e interpretação dos dados recolhidos, pois existiram alguns testes comparativos que não foram possíveis de concretizar.

No entanto, os resultados directos do questionário e a análise descritiva realizada permitiram dar uma percepção da realidade da empresa e do seu modo de funcionamento.

5. CONCLUSÕES

Dos muitos estudos de RSE analisados concluiu-se que existem diferentes motivações que levam à aplicação da mesma. De entre as motivações mais frequentes são de realçar as seguintes: as que se relacionam com as questões éticas e o espírito de boa cidadania; a imagem que a organização tem no mercado e na comunidade; a consciencialização das vantagens competitivas subjacentes à adopção de um comportamento ambiental e socialmente responsável; e a pressão exercida por parte das entidades reguladoras e das comunidades locais.

A concretização de uma responsabilidade social plenamente assumida e interiorizada por todos os actores do sistema constitui um dos caminhos para a obtenção do desenvolvimento sustentável a nível global. Associados a comportamentos socialmente responsáveis, os defensores da RSE apontam um sem número de benefícios, quer para o negócio, quer para os trabalhadores, quer para a comunidade onde a empresa está inserida.

Para as organizações são comumente referidos, entre outros, os seguintes benefícios: criação de valor; aumento da motivação e envolvimento dos colaboradores, traduzidos em aumento da produtividade e dos resultados; satisfação de clientes e fornecedores; credibilidade da marca e imagem da organização; diferenciação positiva face à competitividade; e melhores relações com a comunidade em geral.

Nos processos de tomada de decisão, os gestores precisam de conciliar valores contraditórios e tomar decisões que têm consequências para si, para a organização que os emprega e para a sociedade na qual eles e a organização estão inseridos. Por exemplo, os gestores podem optar por tomar decisões que possam ser boas para si próprios, mas más para a organização e para a sociedade. Na generalidade, as decisões dos gestores afectam a vida das pessoas e o seu bem-estar, determinam uma justa afectação dos recursos, implementam e interpretam novas políticas da organização.

Em suma, não se tem verificado um absoluto consenso, quer quanto ao significado preciso da responsabilidade social e das obrigações que dela decorrem, quer quanto à sua aceitação por parte dos gestores e respectivas organizações. No entanto, identificar a responsabilidade social como o grau em que os gestores de uma organização levam a cabo actividades que protegem e desenvolvem a sociedade, para além do que é estritamente necessário para servir os seus interesses económicos, parece ser neste momento um conceito totalmente aceite. Por outras palavras, a responsabilidade social das organizações implica o desenvolvimento de acções com interesse para a sociedade, mesmo que não contribuam directamente para o lucro da mesma.

A situação tem evoluído no sentido de aceitação da responsabilidade social das empresas por parte dos seus gestores e *stakeholders*. No início do século XX a missão das empresas era económica e hoje, de um modo geral, tem em conta uma variedade de interesses, com reflexo num maior envolvimento social dos negócios. O ambiente é provavelmente a área de responsabilidade social cuja visibilidade e discussão pública mais tem aumentado nos últimos tempos. A consciencialização colectiva da necessidade de preservar a natureza, associada à nítida tendência para um crescimento das actividades com ela relacionadas, o maior gosto pela vida ao ar livre e as férias no campo, o êxodo das grandes cidades para zonas habitacionais suburbanas, mais verdes, são sinais evidentes da importância que cada vez mais se atribui a este tema. As preocupações de higiene, a par da segurança, nomeadamente nos locais de trabalho, mas não só, a protecção contra a poluição (do ar, dos rios, sonora, etc.), o maior recurso a embalagens biodegradáveis ou recicláveis (para evitar lixo e desperdícios), o tratamento especial de produtos perigosos para a sociedade, como lixo nuclear, são também formas de expressão da crescente responsabilidade social no que se refere ao ambiente.

Podemos concluir que as empresas actualmente podem actuar em função de três níveis de comportamento:

- económico – função de produção ou comercialização de bens e serviços, que satisfaçam as necessidades dos consumidores, criem igualmente emprego e permitam ainda a obtenção de lucros, para assim estimular o crescimento económico;

- exigências sociais – a empresa deverá dar resposta às exigências sociais do mercado, tais como o controlo da poluição, segurança e qualidade dos produtos, segurança no trabalho, entre outras;
- prossecução dos objectivos gerais da sociedade – estes objectivos podem ser, por exemplo, a eliminação da pobreza e decadência da vida urbana.

Assim sendo, a RSE é uma componente da sua gestão e um factor decisivo para a sua competitividade e não é, como há quem ainda insista em considerá-la, uma peça à parte da organização ou simplesmente resultante da boa vontade ou dos valores morais dos gestores.

Deste modo, é necessário que as empresas tenham cada vez mais um papel activo, não estando apenas orientadas para a produção de um bem ou serviço, com consequente minimização dos impactos negativos que daí possam advir. Devem, pelo contrário, ter um empenhamento pró-activo no desenvolvimento sócio-económico e ambiental global. Este movimento empresarial de responsabilidade social tem sido amplamente associado a empresas de grande dimensão, pois estas têm possibilidade de alcançar determinados meios de comunicação social ou efectuar e publicar relatórios de sustentabilidade ou divulgar as suas boas práticas, meios estes que as PME's não possuem, o que torna para estas a sua realização e divulgação, um objectivo difícil de alcançar.

Podem, por exemplo, ser tomadas medidas ao nível dos produtos, significativamente mais fáceis de implementar para grandes empresas, através de acções socialmente responsáveis nas suas práticas de *marketing*, fazendo nestes casos uma publicidade eticamente correcta aos seus produtos. Como exemplos de empresas que aplicaram estas boas práticas podem-se citar as seguintes: a *Procter & Gamble* criou embalagens recarregáveis para os seus detergentes da roupa; a *Church and Dwight Co.* lançou um detergente para loiça isento de fosfato em 98%; a *Carrier Corporation* lançou, dado às crescentes preocupações ambientais dos consumidores, frigoríficos com um potencial de destruição do ozono reduzido ou nulo, com melhor qualidade do ar interior e níveis de ruídos mínimos; e a indústria do mobiliário doméstico introduziu tecidos completamente naturais em substituição de tecido sintéticos.

E por fim relativamente ao estudo de caso realizado no decorrer deste trabalho, apresentam-se como sugestões para investigações futuras, que como neste trabalho foi realizada uma análise a uma só empresa com o objectivo de demonstrar como uma pequena empresa, ainda que pertencente a um mercado tão competitivo e desenvolvido, sendo filial de uma empresa de grande dimensão internacional, pode estar ainda numa fase tão embrionária quanto ao seu desenvolvimento de práticas éticas e socialmente responsáveis. Seria de facto muito interessante de futuro realizar uma outra análise em que se focasse o tema “comportamento ético e socialmente responsável das grandes empresas *versus* pequenas empresas, na área da indústria farmacêutica”, para se verificar quais os esforços realizados, nesta área em concreto, pelas empresas de maior dimensão (mais evoluídas) e os ensinamentos que as restantes daí podem retirar.

Em suma, por toda esta análise realizada podemos concluir que há muito a fazer colectivamente, mas há também que aumentar as iniciativas individuais de cidadania, reconhecendo que nenhum esforço é pequeno. E como disse Markhol Bloh: “se pensa que é demasiado pequeno para fazer a diferença, é porque nunca esteve numa cama com um mosquito”. (Sardinha, s.d.)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alén, M.E., González, E., Rodriguez, L. (2006). *Benchmarking en Responsabilidad Social Corporativa: Una Revisión*. Limites de la Responsabilidad Social de la Empresa. Oleiros: Edit. Kliksberg, B. & Mercado, C.
- Archel, P., Husillo, J. (2009). *Ultimos desarrollos sobre RSE en Españã: Un Avance Hacia la Sostenibilidad*. CIRIEC-Espanã, Revista de Economia Pública, Social e Cooperativa, n.º 65.
- Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Nova Iorque: Harper & Brothers Publishers.
- Braga, T. (2005). *Workshop: Ser PME Responsável*. Coimbra: APCER. www.apcer.pt (30-08-2010).
- Cabral, S. (2000). *Temas de Ética*. Braga: Faculdade de Filosofia da UCP.
- Carroll, A. (1979). *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. Academy of Management Review, vol. 4, n.º 4.
- Carroll, A., (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons n.º 34.
- Carta dos Direitos Fundamentais da UE. <http://eur-lex.europa.eu/pt/treaties/dat/32007X1214/hm/C2007303PT.01001701.htm> (28-09-2010).
- Código do Trabalho – Lei n.º 7/2009, de 12 de Fevereiro. CD OTOC.
- Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde – Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*. Bruxelas: COM.
- Constituição da República Portuguesa, Lei Constitucional n.º 1/2004, de 24 de Julho. CD OTOC.
- Decreto-Lei n.º 392/79 de 20 de Setembro. CD OTOC.
- Decreto-Lei nº 190/96 de 9 de Outubro. CD OTOC.
- Donnelly, Gibson, Ivancevich (2003). *Administração: Princípios de Gestão Empresarial*. Lisboa: MacGraw-Hill de Portugal, Lda.

- Drucker, P.F. (1984). *Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility*. California Management Review, vol. 26, n.º 2.
- Duarte, M. (2006). *Os Sistemas de Informação Ambiental e a Gestão de Excelência*. Lisboa: Universidade Lusíada.
- Florencio, B., Bottala, L., Silva, F. (2009). *Responsabilidad Social En Las Cajas De Ahorro Y En Los Bancos Que Operan En España. Un Análisis de Contenido*. Sevilla: Universidade de Sevilla.
- Freeman, R.E. (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Marshfield: Pitman Publishing Inc.
- Garralda, J. (2008). *Hacia la Empresa Razonable*. Lid Editorial Empresarial.
- Godfrey, P.C., Merrill, C.B., Hansen, J.M. (2009). *The Relationship between Corporate Social Responsibility and Shareholder Value: An Empirical Test of the Risk Management hypothesis*. Strategic Management Journal, vol. 30 n.º 4, p. 425-445.
- Gonçalves, H. (2007). *A Responsabilidade Social das Empresas na Prática*. Lisboa: Verlag Dashofer, Lda.
- GRACE (2004). *Primeiro Passos - Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas*. Gráfica Monumental.
- Guimarães, J. C. (2005) *História da Contabilidade em Portugal (Reflexões e Homenagens)*. Lisboa: Áreas Editora.
- Guerra, A.G., Vázquez, D.G., Hernández, I.S., Martínez-Azúa, B.C. (2008). *Importancia de Las Prácticas de Voluntariado Corporativo en España*. Universidade da Estremadura.
- <http://www.bcsdportugal.org/> (11-02-2009).
- http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/product_details/publication?product_code=KS-QA-10-037 (27-09-2010).
- <http://fundacaoeugeniodealmeida.pt/direscrita/uploads/Pr%C3%A1ticas%20RS%20O%20PT.pdf> (30-08-2010).
- <http://www.hitachi.com/environment/index.html> (20-06-2009).
- http://www.hp.com/latam/br/corporate/pdf/eco-solutions.pdf_pesquisado (20-06-2009).
- <http://www-05.ibm.com/pt/ibm/ccr/ars.html> (20-06-2009).

- <http://www.scania.pt/scania/historia/> (20-06-2009).
- Karkotli, G., Aragão, S. D. (2004). *Responsabilidade Social: Uma contribuição à Gestão Transformadora das Organizações*. Petrópolis: Vozes.
- Lama, D. (2003). *Ética para o novo milénio*. Barcarena: Editora Presença.
- McIntosh, M., Leipzeiger, D., Jones, K., Coleman, G. (1998). *Corporate Citizenship: Successful Strategies for Responsible Companies*. London: Financial Times Management.
- Melo, F.P.N., Froes, C. (2001). *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro*. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark.
- Mogollón, J., Romero, J. (2004). *Reflexiones Sobre La Investigación en Responsabilidad Social Corporativa*. Universidade da Estremadura.
- Molina, M., Clemente, I. Rubio, A. (2009). *Análisis De Las Empresas Del Índice de Sostenibilidad Espanõl (Analysis Of Spanish Corporate Responsibility Index Quoted Firms)*. Universidades de Sevilha e Vigo.
- Monteiro, M. N. (2004). *Pequena História da Contabilidade*. Póvoa de Santo Adrião: Europress.
- Moreira, J. M. (1999). *A Contas com a Ética Empresarial*. Estoril: Principia.
- Nicolau, I., Simaens, A. (2008). *O Impacto da Responsabilidade Social da Empresas na Economia Social*. Lisboa: Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão.
- Nunes, C. B. (2004). *A Ética Empresarial e os Fundos Socialmente Responsáveis*. Porto: Vida Económica.
- Pinto, G. R. (2004). *Responsabilidade Social das Empresas – Estado da Arte em Portugal 2004*. Lisboa: CECOIA.
- Porter, M.E., Kramer, M.R. (2002). *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*. Harvard Business Review.
- Rego, A., Cunha, M.P., Costa, N.G., Gonçalves, H., Cardoso, C. C. (2006). *Gestão Ética e Socialmente Responsável – Teoria e Prática*. Lisboa: Editora RH, Lda.
- Santos, A. M., Pereira, E., Silva, J. L. (2006). *Responsabilidade Social nas PME: Casos em Portugal*. Lisboa: Editora RH, Lda.

- Sardinha, I. D. (s.d.). *Responsabilidade social nas empresas: a sua contribuição para o desenvolvimento sustentável*
<http://pascal.iseg.utl.pt/~socius/publicacoes/wp/txtAPEA.pdf>. (11-02-2009).
- Seabra, M., Rodrigues, J. (2008). *Responsabilidade Social das Organizações: Perspectivas de Investigação*. Mangualde: Edições Pedagogo.
- Vázquez, E., González, M. E., Comesaña, L. (2009). *Evaluación Del Desempeño En Responsabilidad Social Corporativa de Empresas Gallegas*. Vigo: Universidade de Vigo.

ANEXO

**Inquérito realizado para estudo de caso, com o tema: “Responsabilidade Social e
Ética: o caso das empresas farmacêuticas”**

1. Sexo do inquirido:

- Feminino
- Masculino

2. Idade do inquirido:

- até 30 anos
- entre 30 e 50 anos
- mais de 50 anos
- Prefere não responder

3. Estado Civil do inquirido:

- Solteiro
- Casado
- Divorciado
- Viúvo
- Prefere não responder

4. Rendimento ilíquido mensal do inquirido:

- Menos de 1.500 euros
- De 1.500 a 3.000 euros
- De 3.000 a 5.000 euros
- Mais de 5.000 euros
- Prefere não responder

5. Função que o inquirido desempenha actualmente na empresa:

- Administrador
- Director
- Gerente
- Quadro superior
- Quadro médio
- Outra

6. Considera que um modelo estratégico que integre simultaneamente ética e lucro é uma necessidade do mundo empresarial actual:

- Sim
- Não

7. A sua empresa tem Código de Ética escrito:

- Sim
- Não

8. A sua empresa tem desenvolvido algum tipo de esforços no sentido de conseguir incorporar comportamentos éticos na sua actividade empresarial:

9. Indique se alguma das actividades apresentadas fazem parte do modo como a sua empresa se relaciona com a sociedade:

- Participação da empresa em acções de mecenato (humanitário, cultural ou científico)
- Participação da empresa em acções locais de solidariedade
- Participação em acções ligadas à implantação local da empresa
- Participação em programas a favor de um desenvolvimento sustentável

10. A sua empresa desenvolve algum tipo de esforço no sentido de protecção do ambiente, para além do cumprimento das normas legais:

- Sim
- Não

11. Indique, ordenadamente, quais os métodos que lhe parecem mais adequados para implementar e/ou aumentar os comportamentos éticos na sua empresa: (5 - mais importante; 1 - menos importante)

		1	2	3	4	5	
Elaboração de um código de ética escrito		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Criação de sanções para comportamentos não éticos		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Incentivar a avaliação crítica do posicionamento ético dos superiores		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Incentivar a transparência da estrutura interna e comunicação com o mercado		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Reuniões profissionais periódicas para discussão de questões éticas		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

12. Quais as práticas antiéticas presentes na sua empresa:

- Desonestidade na realização e/ou no cumprimento dos contratos
- Desonestidade na relação com os clientes
- Não opta por uma estratégia de qualidade
- Negoceia com países que não respeitam os direitos humanos
- Existência de trabalho infantil
- Políticas discriminatórias de contratação e promoção
- Injustiça no tratamento dos empregados
- Ofertas, gratificações e subornos
- Corrupção por necessidades financeiras pessoais
- Práticas de crédito desleais
- Publicidade enganosa
- Fuga aos impostos
- Falta de transparência nas operações em geral
- Não respeitar o meio ambiente