

## **O Conceito de Responsabilidade Social das Empresas**

### **1. Responsabilidade Social das Empresas – enquadramento teórico**

A Responsabilidade Social das Empresas tem assumido uma visibilidade crescente nos últimos anos, existindo cada vez mais empresas a procurar demonstrar à sociedade que têm uma consciência social e ambiental, mas também uma preocupação com o bem-estar do seus colaboradores, fornecedores, clientes e comunidades envolvidas (stakeholders).

Apesar de este processo ainda estar muito associado às grandes empresas e multinacionais, as pequenas e médias empresas não estão dele alheadas, actuando muitas vezes de maneira informal, mais por uma questão de “carolice” do responsável da empresa do que por uma linha programática de acção.

A Responsabilidade Social das Empresas é definida pela Comissão Europeia como sendo um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Ou seja, uma empresa é socialmente responsável quando vai muito para além do cumprimento das obrigações legais a que está sujeita, quando procura integrar na sua actividade preocupações com o bem-estar e a sustentabilidade da vida em comunidade.

Neste sentido, a empresa estará a ser responsável sempre que desenvolver “*a sua acção numa perspectiva de criação de valor no domínio económico, social e ambiental.*” (SANTOS *et al*, 2004, p.1), ou seja, ela deverá responsabilizar-se e procurar reduzir ao máximo as consequências negativas das suas actividades, mas também deverá actuar no sentido de introduzir melhorias na sociedade nestes três domínios.

Porém, para melhor se perceber a dimensão da Responsabilidade Social das Empresas, é necessário apresentar um breve enquadramento histórico, começando pelos primeiros debates mundiais sobre as ameaças ao ambiente e que colocam em causa a sustentabilidade do planeta, provocadas por um crescimento industrial nos países desenvolvidos desgovernado, prepotente e sem qualquer preocupação com o bem estar das gerações futuras.

### 1.1. Enquadramento histórico

Perante as graves questões ambientais que afectam o globo, a sociedade, em geral, e as empresas, em particular, foram alertadas para a necessidade de se agir, global e localmente, pela conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano em Estocolmo, em 1972, no mesmo ano em que foi publicado o polémico estudo, pelo Clube de Roma, “*The Limits to Growth*”, onde já se colocava em questão as acções que estavam a ser levadas a cabo pelos países desenvolvidos, as quais resultavam num crescimento económico sem regras e sem princípios.

Pela primeira vez o Ambiente e a sua sustentabilidade estavam no centro de uma discussão que envolvia centenas de países. Desta conferência, saiu um programa de contenção e prevenção da poluição industrial, tendo em vista conjugar o desenvolvimento económico com a protecção ambiental. Surge, assim, a proposta de reduzir ao mínimo possível as ameaças ambientais e a criação do Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUA) para tratar exclusivamente das questões ligadas à protecção e prevenção ambiental.

Em 1987, surge pelas mãos da Senhora Brundtland (presidente da Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento) um relatório que traz a lume os graves problemas de sustentabilidade ambiental que o mundo atravessa, e alerta para a necessidade de que haver um debate público amplo para se discutir estas questões. Neste sentido, propõe-se que “*a política anterior que preconizava uma redução substancial ou mesmo paragem do crescimento, [seja] substituída por uma dinâmica de «Desenvolvimento Sustentável»*” (SANTOS *et al*, 2004, p.5), sendo por isso fundamental associar as políticas de protecção ambiental ao desenvolvimento dos países.

Cinco anos depois, em 1992, dá-se a Cimeira do Rio, também conhecida por Cimeira da Terra, onde a questão do Desenvolvimento Sustentável volta a estar em foco. Desta iniciativa sai a afirmação da necessidade de “*uma verdadeira política de*

*desenvolvimento sustentável, a nível global*” (SANTOS *et al*, 2004, p.5) e a chamada Agenda 21, subscrita por 178 países, assumindo como principais objectivos<sup>1</sup>:

- Promover padrões de consumo e produção que reduzam as pressões ambientais e atendam as necessidades básicas da humanidade;
- Desenvolver uma melhor compreensão do papel do consumo e da forma de implementar padrões de consumo mais sustentáveis.

Este documento faz, desta forma, assentar o desenvolvimento sustentável em três pilares fundamentais: a Equidade Social, o Ambiente e a Economia. Abordando, assim, três grandes grupos de questões<sup>2</sup>:

- Dimensão social e económica: onde se propõe estratégias para combater a pobreza; a necessidade de novos padrões de consumo e de novas dinâmicas demográficas e sustentáveis; etc.;
- Conservação e gestão dos recursos para o desenvolvimento, nomeadamente, o combate à desflorestação, à desertificação e à seca, promoção de agricultura sustentável e desenvolvimento rural, conservação da diversidade biológica, etc.;
- Fortalecimento dos principais grupos, ou seja, acções destinadas a mulheres, crianças e jovens, etc.

Em 1997, face à persistência, e mesmo ao agravamento, dos problemas ambientais em todo o planeta, é definido, numa sessão especial da Assembleia Geral das Nações Unidas, um programa para a “futura implementação da Agenda 21”, onde é estabelecido o ano de 2002 como data limite para cada país elaborar um plano de acção para um desenvolvimento sustentável, integrando preocupações ambientais mas também sociais.

---

<sup>1</sup> GADOTTI, Marco “Agenda 21 e a Carta da Terra”, in [http://www.paulofreire.org/Moacir\\_Gadotti/Artigos/Portugues/Pedagogia\\_da\\_Terra/Agenda\\_21\\_Carta\\_da\\_Terra\\_2002.pdf#search=%22Agenda%2021%20filetype%3Apdf%22](http://www.paulofreire.org/Moacir_Gadotti/Artigos/Portugues/Pedagogia_da_Terra/Agenda_21_Carta_da_Terra_2002.pdf#search=%22Agenda%2021%20filetype%3Apdf%22)

<sup>2</sup> Agenda 21 in <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/english/Agenda21.pdf#search=%22Agenda%2021%20filetype%3Apdf%22>

Na Cimeira Mundial para o Desenvolvimento Sustentável de Joanesburgo, em 2002, são introduzidas outras questões, para além das simplesmente ambientais. Desta forma, assume-se que para alcançar o desenvolvimento sustentável é fundamental que haja simultaneamente um desenvolvimento económico, um desenvolvimento social, bem como a protecção e preservação ambiental.

Assim são definidas como prioridades “*a erradicação da pobreza, alteração de padrões de produção e consumo, protecção dos recursos naturais, [...] a necessidade de assegurar uma distribuição mais equitativa dos custos/benefícios da globalização social e económica em curso* [etc.]” (SANTOS *et al*, 2004, p.8).

## **1.2. Responsabilidade Social das Empresas – o quadro europeu**

O contexto apresentado no ponto anterior permite perceber a necessidade de todos os agentes da sociedade contribuírem para um desenvolvimento sustentável a nível global, regional e local.

Neste sentido, está-se a dar, também, às empresas um papel fulcral. E a consciência desse facto, aliada à existência de uma economia de inovação intensa, a um novo modelo de governação civil, a uma procura social crescente e a pressões internas, coloca a responsabilidade social como questão fundamental para uma nova cidadania empresarial.

A Comissão Europeia, no “*Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*”, identificou alguns factores que justificam o aumento crescente, nos últimos anos, de empresas a assumirem-se publicamente como socialmente responsáveis:

- Novas preocupações e expectativas dos cidadãos, consumidores, autoridades públicas e investidores num contexto de globalização e de mutação industrial em larga escala;
- Critérios sociais que possuem uma influência crescente sobre as decisões individuais ou institucionais de investimento, tanto na qualidade de consumidores como de investidores;
- A preocupação crescente face aos danos provocados no meio ambiente pelas actividades económicas;

- A transparência gerada nas actividades empresariais pelos meios de comunicação social e pelas modernas tecnologias da informação e comunicação.

Após o lançamento e discussão pública do Livro Verde, a Comissão Europeia elaborou um outro documento, intitulado “Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável”, onde se assume que, para além de ser um contributo para o desenvolvimento sustentável, a Responsabilidade Social das Empresas é, também, um instrumento que poderá ajudar a concretizar o grande objectivo da Estratégia de Lisboa, ou seja, que a União Europeia se torne *“no espaço económico mais dinâmico e competitivo do mundo baseado no conhecimento e capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social”*<sup>3</sup>.

Posto isto, neste documento, assume-se a responsabilidade social das empresas como:

- sendo um comportamento que as empresas adoptam voluntariamente e que vai para além de prescrições legais, porque consideram ser do seu interesse a longo prazo;
- estando estreitamente associada ao conceito de desenvolvimento sustentável: as empresas têm de integrar nas suas operações o impacto económico, social e ambiental;
- não sendo um "acrescento" opcional às actividades nucleares de uma empresa, mas sim à forma como esta é gerida.

### **1.3. As dimensões da Responsabilidade Social das Empresas**

Associa-se, frequentemente, a responsabilidade social ao contributo que a empresa pode dar à comunidade, no entanto, ela pode, e deve, abranger muitos outros aspectos, internos à empresa e externos.

A acção da empresa deverá abranger três dimensões:

- Económica, onde procurará reflectir nas suas linhas estratégicas de acção uma gestão socialmente responsável (SANTOS *et al*, 2004, p.17);

---

<sup>3</sup> Conselho Europeu de Lisboa (2000), “Conclusões da Presidência”, Lisboa.

- Social, que “*compreende como a empresa lida com o seu capital humano e com a comunidade envolvente*” (SANTOS et al, 2004, p.18);
- Ambiental, onde se procurará, essencialmente, que a empresa controle os impactos negativos que a sua acção pode provocar no ambiente, reduzindo-os ao máximo.

De seguida apresenta-se um quadro onde se procura conjugar as três dimensões com os dois níveis de actuação (interno e externo).

	Nível Interno	Nível Externo
<b>Dimensão Económica</b>	Como propostas tem-se <sup>4</sup> : <ul style="list-style-type: none"> <li>– definição de uma missão e objectivos, contemplando o desenvolvimento sustentável e responsabilidade empresarial;</li> <li>– prática de uma gestão transparente,</li> <li>– existência de uma política de comunicação que envolva os <i>stakeholders</i> internos; etc.</li> </ul>	Como propostas tem-se <sup>4</sup> : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Relação ética e de respeito para com os parceiros de negócios, fornecedores, empreendedores e clientes:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• desenvolvimento de parcerias de médio e longo prazo,</li> <li>• opção por fornecedores socialmente responsáveis;</li> <li>• marketing responsável; etc.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Dimensão Social</b>	O Livro Verde propõe: <ul style="list-style-type: none"> <li>– A gestão de recursos humanos:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• aprendizagem ao longo da vida;</li> <li>• informação dentro da empresa;</li> <li>• equilíbrio entre a vida profissional;</li> <li>• preocupação com a família e tempos livres;</li> <li>• igualdade de oportunidades;</li> </ul> </li> <li>– A saúde e segurança no trabalho, proporcionando aos colaboradores formas complementares de promoção de saúde e da segurança;</li> <li>– A adaptação à mudança:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• reestruturações sejam socialmente responsáveis;</li> <li>• participação e a associação de todos os elementos afectados pelas mudanças e decisões;</li> <li>• identificação dos riscos, uma provisão dos custos (directos e indirectos);</li> <li>• definição de estratégias e políticas alternativas.</li> </ul> </li> </ul>	O Livro Verde propõe: <ul style="list-style-type: none"> <li>– As comunidades locais, nomeadamente, apoiando-as:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ na área da formação;</li> <li>○ em acções de promoção ambiental;</li> <li>○ no recrutamento de pessoas vitimas de exclusão social;</li> <li>○ em patrocínios para as suas actividades;</li> <li>○ no incentivo ao voluntariado empresarial;</li> <li>○ etc.</li> </ul> </li> <li>– A promoção dos direitos humanos, respeito pelas normas laborais, mas também protegendo o ambiente e garantido que os direitos das pessoas são cumpridos.</li> </ul>
<b>Dimensão Ambiental</b>	O Livro Verde propõe: <ul style="list-style-type: none"> <li>– A redução a exploração de recursos;</li> </ul>	Ao nível externo, o desempenho ambiental positivo ao longo de toda a cadeia de

<sup>4</sup> SANTOS et al, 2004, p.18.

	<ul style="list-style-type: none"><li>– A redução a emissão de poluentes;</li><li>– A redução a produção de resíduos;</li><li>– A monitorização os custos ambientais da matéria-prima e da despoluição.</li></ul>	produção, assim como contribuição no ao nível social e ambiental no sentido de contribuir para um desenvolvimento sustentável integral.
--	---	---

Naturalmente que a activação da Responsabilidade Social nas empresas não implica necessariamente só custos, de todo este processo a empresa poderá retirar, certamente, muitos benefícios, nomeadamente<sup>5</sup>:

- Uma maior fidelidade do cliente;
- Recursos humanos motivados e interessados em participar na resolução dos problemas da empresa e seu aperfeiçoamento;
- Fornecedores genuinamente interessados em integrar uma cadeia de valor solidamente sustentada no mercado;
- Uma relação estável e de confiança com os diversos públicos interessados nas actividades da empresa.

Mas a empresa também pode ganhar com a promoção de uma imagem de preocupação e sensibilidade para com os problemas ambientais e sociais, agregando à marca ou produto que vende um estatuto de socialmente responsável.

## 2. As Responsabilidade Social das Empresas na Economia Solidária

### 2.1. Breve Conceito de Economia Solidária na Macaronésia

A definição que vai ser tida em conta em todo este documento é a que nasceu nos projectos da Macaronésia enunciados na Nota Introdutória. Onde a palavra “solidária” surge “*não no sentido social restrito, mas no sentido sistémico, de interdependência e integração com a Vida, e portanto com todas as dimensões em que esta se exprime...*”<sup>6</sup>.

Assim, “esta” Economia Solidária assenta em cinco vertentes fundamentais<sup>7</sup>:

<sup>5</sup> MATA, Carlos, SEABRA, Fernando, ROGRIGUES, Jorge e SIMÕES, José “Responsabilidade Social na estratégia das Instituições Financeiras: os Bancos Portugueses no PSI 20”, Setúbal, p.2

<sup>6</sup> AMARO, Rogério Roque e MADELINO, Francisco “Contributos para um Conceito – Economia Solidária”, CORES, 2005, pág.12

<sup>7</sup> AMARO, Rogério Roque e MADELINO, Francisco “Contributos para um Conceito – Economia Solidária”, CORES, 2005, pág.13

- É, antes de mais, uma actividade económica, ou seja, uma forma de produção e/ou distribuição de bens e serviços, de criação de empregos, de geração de rendimentos e de satisfação de necessidades, através de consumos que viabiliza;
- Promotora de coesão social;
- Respeitadora e valorizadora do meio ambiente;
- Respeitadora e valorizadora da diversidade cultural;
- E baseada numa gestão eficiente, ou seja, numa contribuição para a governância integrada das quatro dimensões anteriores.

Acrescenta-se ainda:

- Territorializada e promotora de Desenvolvimento Local;
- E assente numa lógica de investigação-acção, que lhe permita uma constante criatividade e adaptação a novos desafios.

## **2.2. Como a Responsabilidade Social das Empresas pode contribuir para a Economia Solidária**

A relação entre o mundo empresarial e a economia solidária pode ir mais longe do que a simples participação pontual, com um donativo, podendo-se estabelecer parcerias extremamente úteis para ambas as partes.

Desta forma, sugere-se algumas formas de actuação e de participação de empresas socialmente responsáveis nas instituições de Economia Solidária:

- Formação – algumas empresas podem disponibilizar os seus conhecimentos e os seus técnicos para dar formação em áreas fundamentais, e que em geral as instituições de economia solidária têm dificuldades em resolver, tais como, gestão de empresas, contabilidade, marketing, logística, etc.;
- Consultoria e apoio técnico – em áreas como gestão de empresas, contabilidade, marketing, logística, etc.;

- Comercialização de Produtos – podendo as empresas integrar alguns dos produtos nos seus pontos de venda (caso eles existam ou façam sentido) ou ajudarem a comercializar, com técnicas, estabelecimento de contactos, etc. ;
- Participação em projectos conjuntos, iniciativas comunitárias ou nacionais, desenvolvimento de acções conjuntas que contribuam para uma melhor actuação tanto da empresa como da instituição de economia solidária, assim como, para uma melhoria do bem-estar da comunidade;
- Contratação de serviços a estas instituições - dando as empresas prioridade às instituições de economia solidária, desta forma, está-se a garantir a continuidade da instituição e simultaneamente a empresa terá a acesso a um serviço de qualidade e socialmente responsável;
- Voluntariado para acções concretas destas instituições (nomeadamente, trabalhos com a comunidade, angariação de fundos);
- Entre muitas outras.

## Bibliografia

- Comissão Europeia, (2001) “*Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*”, Bruxelas
- Comissão Europeia, (2002) “*Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: um contributo das empresas para um desenvolvimento sustentável*”, Bruxelas
- Conselho Europeu de Lisboa (2000), “*Conclusões da Presidência*”, Lisboa
- COSTA, Maria Alice Nunes “*Mudanças no mundo empresarial: a responsabilidade social empresarial*” in <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/230/230.pdf#search=%22Mudan%C3%A7as%20no%20mundo%20empresarial%22>
- GADOTTI, Marco “*Agenda 21 e a Carta da Terra*”, in [http://www.paulofreire.org/Moacir\\_Gadotti/Artigos/Portugues/Pedagogia\\_da\\_Terra/Agenda\\_21\\_Carta\\_da\\_Terra\\_2002.pdf#search=%22Agenda%2021%20filetype%3Apdf%22](http://www.paulofreire.org/Moacir_Gadotti/Artigos/Portugues/Pedagogia_da_Terra/Agenda_21_Carta_da_Terra_2002.pdf#search=%22Agenda%2021%20filetype%3Apdf%22)
- MOTA, Goreti e DINIS, Alzira “*Responsabilidade Social das Empresas: Novo Modelo de Gestão para o Desenvolvimento Sustentável*”, in <https://bdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/123456789/221/1/artigo16.pdf#search=%22Responsabilidade%20Social%20das%20Empresas%20novo%20modelo%22>
- SANTOS, Maria João Nicolau; SILVA, José Luís de Almeida; SAMPAIO, José e BRAGA, Mariana Leite (2004) “*Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial*” in Revista “*Sociedade e Trabalho*” da Direcção-Geral de Estudos, Estatística e Planeamento do Ministério da Segurança Social nº 22 Janeiro/Abril 2004
- United nations Sustainable Development (1992) “*Agenda 21*” in <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/english/Agenda21.pdf#search=%22Agenda%2021%20filetype%3Apdf%22>