

A responsabilidade social das organizações é um conceito que está arrolado com a ética e a transparência na gestão dos negócios. Deve reflectir-se nas decisões empresariais quotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios.

Exíguas reflexões sobre responsabilidade social nas empresas portuguesas

Por **Maria José Silva Faria**



Maria José Silva Faria

- Docente na European University Oporto e no Instituto Superior da Maia
- Mestranda em Ciências Empresariais, especialização em Contabilidade na FEP-UP

Segundo o Eurostat, em 2001, na União Europeia (UE) existiam cerca de 112 milhões de trabalhadores, dos quais 74 milhões laboravam aproximadamente em 20 milhões de pequenas e médias empresas (PME); e destes, 38 milhões em empresas com menos de 10 trabalhadores. Em Portugal, é ainda mais notória a participação das PME na economia nacional, tendo em 2001 sido responsáveis por 88,4 por cento do emprego e 77,6 por cento do Produto Interno Bruto (PIB).

Apesar de um número relativamente reduzido de corporações multinacionais, concentrar uma parte significativa da actividade económica, são, todavia, as PME que dão o contributo mais importante a nível social, criando e mantendo empregos, fornecendo simultaneamente produtos e serviços à sociedade. São, por isso, cada vez mais reconhecidas como uma força motriz da inovação, do espírito empresarial e da competitividade. As PME são, pois, essenciais para alcançar o objectivo estratégico definido em Lisboa para a União Europeia no horizonte de 2010⁽¹⁾, assente nos três pilares do desenvolvimento sustentável: crescimento económico, coesão social e defesa do ambiente. É neste contexto mais amplo que reside o interesse da UE, na promoção do espírito empresarial responsável – ou respon-

sabilidade social das empresas (RSE)⁽²⁾ – nas empresas em geral e nas PME, em particular.

Felizmente, para muitos dos proprietários e gestores de PME, mais do que os benefícios comerciais, são os valores pessoais a força principal que os motiva para o empenho social, em especial no que se refere às actividades em prol da comunidade local⁽³⁾. Todavia, o seu trabalho é menos conhecido do que o de empresas de grande dimensão, na medida em que as PME tendem a operar em mercados locais e raramente comunicam formalmente as suas actividades. É aqui que as autoridades públicas, incluindo a União Europeia, têm um papel a desempenhar promovendo o incentivo ao intercâmbio de experiências de boas práticas, divulgando, posteriormente os resultados alcançados.

Identificar “as melhores práticas” implica um processo competitivo ou um exercício de avaliação comparativa de desempenhos e, neste domínio, surgem grandes dificuldades devido às diferenças verificadas nos contextos culturais e jurídicos dos países da UE. O enquadramento regulamentar em cada país determina a margem de acção da empresa para fazer melhor do que é imposto pelos parâmetros legalmente estabelecidos. As expectativas dos cidadãos em relação ao que constitui o comportamento empresarial res-

ponsável podem variar muito consoante a história, a cultura, o nível de desenvolvimento socioeconómico e os papéis desempenhados pelos sectores público e privado na sociedade. Aquilo que é considerado uma prática inovadora de espírito empresarial responsável num país pode ser considerado como «simples» cumprimento de normas estabelecidas ou «prática comum» noutro país. Assim, cada caso tem de ser apreciado pelos seus méritos próprios e nos respectivos contextos nacional, regional ou mesmo local.

O «espírito empresarial responsável»⁽⁴⁾ associa o dinamismo e a atitude empresariais individuais necessários à criação e à gestão de uma pequena empresa com um sentido mais vasto das responsabilidades sociais, que frequentemente integra os valores pessoais do proprietário ou do gestor da PME. É este o tipo de espírito empresarial que a União Europeia deseja promover, tendo também em vista o fomento da inovação, a criação de emprego e a melhoria da competitividade na Europa⁽⁵⁾.

Os benefícios comerciais podem medir-se em termos de aumento dos lucros ou das vendas, mas muito frequentemente são intangíveis e difíceis de quantificar. Não obstante, para que a prática responsável seja sustentável a longo prazo é necessário uma componente de sustentabilidade económica que permita à empresa sobreviver e prosperar. Os benefícios comerciais mencionados com mais frequência são os seguintes: maior satisfação e fidelidade do cliente, novas oportunidades comerciais através de inovação e diferenciação de mercado, maior motivação dos trabalhadores, reforço das relações com a comunidade local, redução de custos e melhor imagem. Simultaneamente, para ser considerada “espírito empresarial responsável”, a prática deve trazer benefícios reais aos trabalhadores, à comunidade local ou ao ambiente e não ser um mero instrumento de comercialização. Também neste caso o impacto social é muitas vezes difícil de avaliar e abrange questões como maior satisfação no trabalho, integração de grupos desfavorecidos no mercado laboral, recuperação económica e criação de em-

prego para a comunidade local ou redução do impacto ambiental.

A fim de tentar estabelecer um guião, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social criou um conjunto de sete directrizes para formar acções concretas que de certo modo podem contribuir para a melhoria da qualidade dos relacionamentos da empresa nos diferentes aspectos:

- Valores e transparência;
- Público interno;
- Meio ambiente;
- Fornecedores;
- Consumidores e clientes;
- Comunidade;
- Governo e sociedade;

Estes temas são divididos em sete directrizes, que se apresentam de seguida conforme a exposição pelo Instituto Ethos:

Adopte valores e trabalhe com transparência:

- Crie e divulgue uma declaração de missão;
- Identifique e declare valores éticos com clareza, crie um ambiente de trabalho no qual as questões possam ser discutidas;
- Identifique itens relevantes sobre os direitos humanos;

Valorize os empregados e colaboradores:

- Comprometa-se com as leis trabalhistas;
- Encoraje novas ideias e comentários;
- Incorpore a diversidade como um valor essencial;
- Diversifique na selecção de funcionários;
- Invista na formação de pessoas diversas;
- Incentive e recompense o desenvolvimento de talentos;
- Dê autonomia aos seus funcionários;
- Informe sobre o desempenho financeiro da empresa;
- Crie um programa de participação nos lucros;
- Evite demissões;
- Preserve a vida pessoal e familiar dos funcionários;
- Ajude a colocar os filhos dos seus funcionários na escola;
- Seja solidário nas situações de emergência e estimule a prática desportiva;
- Promova hábitos de trabalho saudáveis;
- Valorize um ambiente adequado e a higiene;

Faça sempre mais pelo ambiente:

- Defina e respeite políticas ambientalistas;
- Motive os funcionários a preservar a natureza;
- Recicle na medida do possível;
- Compre produtos reciclados;
- Evite o uso de tóxicos;
- Reduza os consumos de energia e de água;
- Crie um sistema de reciclagem;

Envolva parceiros e fornecedores:

- Comunique claramente as suas expectativas;
- Formalize um comprometimento quanto a práticas trabalhistas;

Proteja clientes e consumidores:

- Promova o uso dos seus produtos com segurança e responsabilidade;
- Ofereça informações específicas, correctas e justas;
- Proíba o uso de técnicas comerciais antiéticas;
- Procure oportunidades comerciais alternativas;

Promova a sua comunidade:

- Identifique os problemas e procure soluções conjuntas;
- Ofereça apoio a escolas locais;
- Faça doações de equipamento usado ou excedente;
- Invista na comunidade;

Comprometa-se com o bem comum:

- Participe com transparência;
- Combata a corrupção;
- Marque a sua presença em fóruns locais;
- Integre-se nos movimentos sociais.

Estas sete directrizes confrontam o espírito empresarial responsável com actividades filantrópicas. Tratam-se de conceitos distintos, pelo que o que distingue práticas de espírito empresarial responsável de actividades filantrópicas ou caritativas tradicionais é a sua integração numa estratégia comercial mais ampla. As actividades de muitas PME, em especial no tocante ao envolvimento da comunidade, são ainda na sua grande maioria espontâneas e sem ligação a uma estratégia comercial⁽⁶⁾. As empresas mais avançadas, porém, admitem que as actividades sociais relacionadas com a actividade principal da empresa têm mais possibilidades de serem bem sucedidas a

longo prazo e de trazerem benefícios comerciais. Por outro lado, ao contrário das empresas de grandes dimensões, que têm departamentos especializados em RSE, numa pequena empresa são normalmente as mesmas pessoas que tratam destas questões, conjuntamente com as operações quotidianas e de funcionamento da empresa. Se as PME encararem um plano de espírito empresarial responsável como adereço opcional ou um fardo suplementar, é provável que o mesmo seja abandonado em caso de conjuntura económica desfavorável. Assim, as PME 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 – por exemplo, através do voluntariado – pode contribuir para reforçar as competências e a moral dos seus colaboradores mais do que a entrega anual de um cheque pelo proprietário a uma obra de caridade. No entanto, as actividades filantrópicas ou de patrocínio podem constituir o ponto de partida para um empenhamento futuro mais profundo e de longo prazo.

Um aspecto que merece ser realçado, são as questões que se prendem com a comunicação. Comunicar ou não a boa prática reflecte claramente diferenças culturais. Enquanto em alguns países é natural “fazer bem e dizê-lo”, noutros é considerado de mau gosto referir as “boas acções” em público. É claro que pode argumentar-se que a comunicação faz parte da abordagem RSE moderna, baseada na abertura e na transparência em relação à sociedade em geral. Apesar de as actividades que caracterizam o espírito empresarial responsável serem ainda, na sua maioria, definidas em termos filantrópicos, verifica-se também uma maior reserva na sua comunicação. Efectivamente, ao contrário das grandes empresas que consideram a comunicação parte essencial das suas estratégias de RSE, a maioria das PME não elabora relatórios sobre as suas práticas sociais e ambientais. Elaborar um relatório social e ambiental pode, certamente, ser um instrumento muito útil de auto-avaliação

que permite acompanhar progressos futuros. No entanto, é duvidoso que os relatórios de PME, que muitas vezes operam a nível local, encontrassem leitores suficientes para compensar o investimento de tempo e recursos exigidos à sua elaboração. Outras formas de comunicação, tais como rótulos ou vias mais informais, poderão, portanto, ser mais adequadas às necessidades das PME e respectivos parceiros.

Outro elemento essencial do espírito empresarial responsável é o processo dinâmico de melhoria constante. Isto implica que o empenhamento da empresa não deva ser apenas uma actividade esporádica ou isolada, mas antes um envolvimento de longo prazo. Não é realista esperar que as PME possam adoptar de forma imediata e plena um plano de espírito empresarial responsável; frequentemente, uma questão serve de ponto de partida para um empenhamento mais amplo e mais profundo no futuro. A ideia de progressão e aprendizagem permanentes assegura também oportunidades de desenvolvimento de novos mercados e produtos. Com efeito, verifica-se que as empresas orientadas para comportamentos de RSE revelam igualmente uma forte orientação para a qualidade e inovação, demonstrando assim que os bons resultados comerciais e o espírito empresarial responsável podem reforçar-se mutuamente(?). Por último, o processo de aprendizagem devia basear-se em algumas formas de aferição que permitissem determinar o êxito da prática e avaliar os progressos (importa acompanhar o processo dinâmico e não tanto as posições relativas estáticas). Contudo, o desenvolvimento de indicadores significativos ainda constitui um desafio, mesmo para as empresas de maior dimensão. Estes indicadores basear-se-ão na informação contabilística e terão maior procura por parte de accionistas e investidores em geral.

O enfoque contabilístico da RSE

A procura de informações sobre RSE advém dos investidores a longo prazo, por exemplo, os fundos de pensões que pe-

dem esclarecimento dos riscos e perspectivas futuras das empresas.

Uma das dificuldades de reporte de informações sobre RSE radica na ausência de um marco conceptual para a sua apresentação.

A lei surge como uma alternativa a esta lacuna da normalização contabilística. Em França, por imposição legal, exige-se a publicação do chamado balanço social, para as empresas que tenham mais de 300 empregados. É uma forma de obrigar à publicitação da informação social e ambiental que diz respeito a essas empresas. Na Bélgica, há igualmente uma obrigatoriedade de apresentação do balanço social, neste caso para empresas com pelo menos 20 empregados.

Cada vez mais observamos a empresas que começam a incorporar as questões sociais e económicas nas suas demonstrações ao nível da saúde, segurança no trabalho e do meio ambiente, o conteúdo de tais informações foca-se nos seguintes aspectos:

Ambientais, com repercussões nos:

- Processos de produção;
- Produtos e serviços;
- Atmosfera;
- Terra;
- Saúde humana;

Económicos, compreendem:

- Salários;
- Prestações;
- Gastos com a produtividade;
- Investimentos;

Social, inclui:

- Satisfação dos empregados;
- Mão-de-obra;
- Direitos humanos;
- Relações com fornecedores;

As empresas procuram elaborar indicadores sociais para poderem medir os seus resultados no âmbito social, através de:

- Frequência de acidentes;
- Gastos com a comunidade;
- A mulher em chefias;
- Diversidade de pessoal;
- Diversidade de distribuidores;

Os utilizadores da informação contabilística, em especial os investidores, são das

partes mais interessadas na informação social, e são também o grupo de pessoas que se vêem afectadas por uma empresa e que podem influir sobre ela sem lhe pertencer. Dentro deste grupo de utilizadores temos não só os investidores como também os accionistas, os clientes, os sindicatos, a comunidade local, etc. A produção de informações deve referir-se a todos os assuntos que digam respeito às contas da empresa, independentemente da parte que for utilizar essa informação, e isto é quase impossível de equivaler e atender às distintas solicitudes de informação. Há, por isso, uma brecha entre a percepção do que é a RSE e as expectativas da sociedade civil.

Os indicadores sociais, na apresentação da informação contabilística indicam que os directores da empresa se devem preocupar com a sua realização acima de tudo pela importância que essa informação tem, embora não haja garantia que a mesma conduza a resultados mais ou menos correctos ou comparáveis, pois podem excluir-se decisões sociais significativas. Há também o problema da confidencialidade. Trata-se de um problema que evidencia que a informação sobre RSE é igual na maioria das empresas, por exemplo:

- Salários por tipo de competência, as empresas devem reflectir uma série de indicadores sobre o desenvolvimento sustentado económico da empresa no que se refere à RSE;
- As actividades sociais ou comunitárias que a empresa realiza devem considerar-se sustentáveis?

Sim, dado que são proveitosas para a comunidade, apesar de não estarem ligadas à própria actividade da empresa e por isso poderem ser suspensas em qualquer momento.

A informação social que deve estar espolhada das demonstrações financeiras deve portanto estar estandardizada, com o objectivo de aumentar a comparabilidade informativa e, sem prejuízo de impor uma carga adicional à empresa no tocante à divulgação informativa conduzin-

do ao tão almejado processo de harmonização na apresentação da informação contabilística.

Conclusão

Que seria das empresas e da sociedade se não interligassem os seus interesses? Na prática, seria impossível; em termos teóricos, uma utopia. Não seria possível que as empresas vivessem concomitantemente em sociedade sem lhe dar algo em troca.

Uma das preocupações é a preservação do meio ambiente, outra não menos importante é a responsabilidade social em termos éticos e sociais. A Contabilidade auxilia o apoio que as empresas fornecem à comunidade expressando em termos de valor, as importâncias cedidas em prol de benefícios sociais. Auxilia também na captação de investidores que procuram empresas preocupadas com causas sociais e ambientais. Hoje, esse cuidado nunca foi tão grande embora os incómodos jamais fossem tantos... ★

(Texto recebido pela CTOC em Julho de 2005)

(1) O Conselho Europeu de Lisboa de 23 e 24 de Março de 2000 definiu um novo objectivo estratégico para a década: «tornar a economia baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo, capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social». (Conclusões da Presidência).

(2) Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável, COM(2002) 347 final de 2/7/2002.

(3) European SMEs and social environmental responsibility, Observatório das PME Europeias, 2002/N.º 4, Comissão Europeia (http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory.htm).

(4) A expressão «espírito empresarial responsável» foi introduzida pelo Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUA) no contexto da Agenda 21.

(5) Livro verde Espírito Empresarial na Europa, COM(2003) 27 final de 21/3/2003.

(6) European SMEs and social environmental responsibility, Observatório das PME Europeias, 2002/N.º 4, Comissão Europeia

(7) Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empre-

sas para o desenvolvimento sustentável, COM(2002) 347 final de 2/7/2002.

Bibliografia

- AGUILAR, Francis. (1996), *A ética nas empresas*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- ARRUDA, Maria Cecília C. de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria R.; (2001) *Fundamentos da ética empresarial e econômica*. São Paulo, Atlas.
- ALMEIDA F. (2002) *O bom negócio da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- DEMAJOROVIC, Jacques. (2003) *Sociedade de risco e responsabilidade sócio-ambiental*. São Paulo, Editora SENAC.
- ARRUDA, Maria Cecília C. de; (2002) *Código de ética: um instrumento que adiciona valor*. São Paulo, Negócio Editora.
- ASHLEY, Patrícia A. (2002) *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo, Saraiva.
- BLANCHARD, Kenneth; PEALE; N.V. (1996) *O poder da administração ética*. São Paulo, Record.
- Comunicação da Comissão relativa à *Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável*, COM (2002) 347 final de 2/7/2002.
- ESTEVES, S. A.P. (2002), *O dragão e a borboleta: sustentabilidade e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo, Axis Mundi.
- European SMEs and social environmental responsibility, Observatório das PME Europeias, 2002/N.º 4, Comissão Europeia (http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory.htm).
- FERREL, O. C.; FRAEDRICH, J.; FERREL, L. (2001), *Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos*. São Paulo, Reischmann & Affonso.
- GRAYSON, D., HODGES, A. (2002) *Compromisso social e gestão empresarial*. São Paulo, Publifolha.
- HENDERSON, Hazel. (2000), *Além da globalização*. São Paulo, Cultrix.
- INSTITUTO ETHOS. (2002) *Responsabilidade social das empresas – a contribuição das universidades* – Vol. 1. São Paulo, Peirópolis.
- HUMBERG, M.E. (2002), *Ética na política e na empresa: 12 anos de reflexão*. São Paulo, CLÁ.
- INSTITUTO ETHOS. (2003) *Responsabilidade social das empresas – a contribuição das universidades* – Vol. 2. São Paulo, Peirópolis.
- INSTITUTO ETHOS. (2004) *Responsabilidade social das empresas – a contribuição das universidades* – Vol. 3. São Paulo, Peirópolis.
- INSTITUTO ETHOS. (2005) *Responsabilidade social das empresas – a contribuição das universidades* – Vol. 4. São Paulo, Peirópolis.
- LEIPZIGER, D. (2003), *The corporate responsibility code book*. Londres, Greenleaf Publishing.
- TENÓRIO, Fernando G. (2004) *Responsabilidade social empresarial: teoria e prática*. Rio de Janeiro, FGV.
- Livro verde Espírito Empresarial na Europa, COM(2003) 27 final de 21/3/2003.
- MOREIRA, J.M. (2002), *A ética empresarial no Brasil*. São Paulo, Thomson.
- NASH, Laura. (2002), *Ética nas empresas: um guia prático para soluções de problemas éticos nas empresas*. São Paulo, Makron Books.
- PASSOS, Elizete. (2004), *Ética nas organizações*. São Paulo, Atlas.
- SOLOMON, Robert. (2000), *A melhor maneira de fazer negócio: como a integridade pessoal leva ao sucesso corporativo*. São Paulo, Negócio Editora.
- SROUR, Robert Henry. (2000), *Ética empresarial*. Rio de Janeiro, Campus.
- SROUR, Robert Henry. (1998), *Poder, cultura e ética nas organizações*. Rio de Janeiro, Campus.
- TEIXEIRA, Nelson G. (1998), *A ética no mundo da empresa*. São Paulo, Thomson.
- VEIGA, José Eli da. (2005), *Desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro, Garamond.
- WANDERLEY, Maria de N. B. (2004), *Globalização e desenvolvimento sustentável*. São Paulo, Polis.