

Guia
Responsabilidade Social
nas PME



grace

Guia Responsabilidade Social nas PME



Agradecemos a colaboração das empresas que participaram na elaboração deste Guia:

AZAD, LDA – Neya Lisboa Hotel

www.neyahotels.com

Setor: Hotelaria
Atividade: Hotelaria e restauração
Número de colaboradores (2013): 34
Volume de negócios (2013): 1,8 M€
Ano de constituição: 2008
Localização da sede: Lisboa

Alvo www.alvo.com

Setor: Tecnologias de Informação
Atividade: *Software* de gestão e tecnologias de informação
Número de colaboradores (2013): 33
Volume de negócios (2013): 2,4 M€
Ano de constituição: 1991
Localização da sede: Lisboa

Esposende Ambiente, EM

www.esposendeambiente.pt

Setor: Empresa do Setor Empresarial Local
Atividade: Abastecimento de água, drenagem e tratamento de águas residuais, gestão de resíduos, limpeza urbana, gestão de espaços verdes, educação ambiental e fiscalização ambiental
Número de colaboradores (2013): 116
Volume de negócios (2013): 5,5 M€
Ano de constituição: 2005

GET2C www.get2c.pt

Setor: Consultoria
Atividade: Alterações Climáticas, Carbono e Energia
Número de colaboradores (2013): 13
Volume de negócios (2013): 1,4 M€
Ano de constituição: 2011
Localização da sede: Campo Maior

Grafe Publicidade www.grafe.pt

Setor: Publicidade
Atividade: Serviços de Publicidade
Número de colaboradores (2013): 27
Volume de negócios (2013): 3,2 M€
Ano de constituição: 1984
Localização da sede: Lisboa

Grupo CH Consulting www.grupoch.pt

Setor: Consultoria
Atividade: Gestão de Pessoas e Organizações, Formação e Desenvolvimento de Pessoas,

Implementação de Sistemas de Gestão, Comunicação e Design, Webdesign e Branding

Número de colaboradores (2013): 104

Volume de negócios (2013): 5,95 M€

Ano de constituição: 1998

Localização da sede: Coimbra

Localização da sede: Esposende

H Tecnic - Construções, Lda www.htecnic.pt

Setor: Construção Civil

Atividade: Reabilitação do património construído e reforço de estruturas

Número de colaboradores (2013): 44

Volume de negócios (2013): 6,1 M€

Ano de constituição: 2002

Localização da sede: Lisboa

Resiquímica www.resiquimica.pt

Setor: Indústria Química

Atividade: Produção e comercialização de polímeros destinados às indústrias de tintas, vernizes, adesivos e materiais compósitos

Número de colaboradores (2013): 108

Volume de negócios (2013): 49 M€

Ano de constituição: 1957

Localização da sede: Mem Martins

Servilusa www.servilusa.pt

Setor: Funerário

Atividade: Funerária e Conexas

Número de colaboradores (2013): 277

Volume de negócios (2013): 21,4 M€

Ano de constituição: 2003

Localização da sede: Alfragide

Tecnifar www.tecnifar.pt

Setor: Indústria Farmacêutica

Atividade: Produção, comercialização e distribuição de medicamentos

Número de colaboradores (2013): 100

Volume de negócios (2013): 24 M€

Ano de constituição: 1969

Localização da sede: Lisboa

Universidade Europeia www.europeia.pt

Setor: Ensino

Atividade: Formação Superior e Investigação

Número de colaboradores (2013): 147

Volume de negócios: Não Aplicável

Ano de constituição: 1960

Localização da sede: Lisboa



Guia Responsabilidade Social nas PME



Agradecemos à Professora Maria João Nicolau Santos e à Associação Nacional de Pequenas e Médias Empresas pelo acompanhamento deste trabalho.

Agradecemos igualmente à Professora Helena Gonçalves pelos seus importantes testemunhos.

Agradecemos ainda à Grafe Publicidade pelo desenvolvimento criativo.

Um especial agradecimento à Sair da Casca, pelo empenho, dedicação, disponibilidade e profissionalismo na produção dos conteúdos presentes no guia.

Comente este Guia para: grace@grace.pt



Ficha Técnica:

Título: Guia: Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas

Conceção: GRACE

Coordenação: Sair da Casca – Consultoria em Desenvolvimento Sustentável

Design e Paginação: Grafe Publicidade

Data: Setembro de 2014



ÍNDICE

1. PONTO DE PARTIDA 8

1.1. **Ambição 8**

1.2. **A quem se destina 8**

1.3. **Entendimento do conceito nas empresas e nas PME 8**

2. REFLEXÃO 12

2.1. **O que se questiona sobre a Responsabilidade Social 12**

2.2. **O que podem ganhar as empresas 13**

2.3. **As questões que se colocam 25**

2.4. **O que se recomenda 29**

3. AÇÃO 33

3.1. **Definir o projeto empresarial 33**

3.2. **Organizar e implementar 34**

3.3. **Envolver e comunicar 35**

3.4. **Monitorizar 36**

3.5. **Flash de iniciativas 37**

4. FERRAMENTAS 39

a) **Normas e referenciais 41**

b) **Publicações 43**

c) **Sugestões de instrumentos 44**

MENSAGEM DE PAULA GUIMARÃES, PRESIDENTE DO GRACE 51




Guia Responsabilidade Social nas PME

COMO LER ESTE GUIA

O Guia 'Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas' encontra-se dividido em quatro blocos.

- **PONTO DE PARTIDA:** enquadra a ambição do documento, o público a que se destina e o conceito de Responsabilidade Social (RS).
- **REFLEXÃO:** destaca quais os desafios, as oportunidades, os mitos e os fatores chave de sucesso relacionados com a implementação de iniciativas de RS nas Pequenas e Médias Empresas (PME).
- **AÇÃO:** identifica quatro momentos chave para uma implementação bem-sucedida, desde a definição de um projeto empresarial que integra preocupações sociais e ambientais à monitorização das atividades desenvolvidas.
- **FERRAMENTAS:** sugere uma lista de normas e referenciais existentes e apresenta algumas ferramentas para a gestão da responsabilidade social nas PME.

Ao longo deste Guia, poderá encontrar ícones que destacam os seguintes tipos de informação:

-  **BONSEXEMPLOS**
-  **DIZEM OS STAKEHOLDERS**
-  **A RETER**
-  **SAIBA MAIS**



CONCEITOS CHAVE

Desenvolvimento sustentável

O desenvolvimento sustentável é o que permite fazer face às necessidades atuais da sociedade, dentro dos limites ecológicos do planeta e sem pôr em risco a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas necessidades.

Fonte: Relatório de Brundtland e ISO 26000

Responsabilidade social

A responsabilidade social tem a organização como enfoque e diz respeito às responsabilidades da organização para com a sociedade e o ambiente. Um objetivo maior da responsabilidade social de uma organização deverá ser contribuir para o desenvolvimento sustentável. Hoje em dia, já não é apenas uma “consideração voluntária” de um conjunto de preocupações ambientais e sociais, mas sim o reconhecimento de que é condição fundamental para a longa vida do negócio, cuja “licença social para operar” precisa ser renovada todos os dias.

Fonte: ISO 26000 e GRACE

Pequena e Média Empresa

Uma empresa é PME quando tem menos de 250 colaboradores efetivos e um volume de negócios não superior a 50 milhões de euros; Micro quando tem menos de 10 colaboradores efetivos e um volume de negócios menor ou igual a 2 milhões de euros; Pequena quando tem menos de 50 colaboradores efetivos e um volume de negócios menor ou igual a 10 milhões de euros.

Fonte: IAPMEI, de acordo com o Decreto-Lei n.º 372/2007, de 6 de Novembro

Partes interessadas

Indivíduo, comunidade ou organização que afeta as operações de uma empresa ou é afetado por elas. As partes interessadas podem ser de tipo interno (por exemplo, os colaboradores) ou externo (por exemplo, clientes, fornecedores, acionistas, instituições financeiras, a comunidade local).

Fonte: LIVRO VERDE ‘Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas’



1. PONTO DE PARTIDA

O GRACE – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial – assume como eixos estratégicos: (1) a necessidade de criar conhecimento sobre as temáticas da Responsabilidade Social, nomeadamente através da criação de Guias; (2) o interesse em explorar temas de Responsabilidade Social; (3) a pertinência de rentabilizar o *know how* das empresas associadas; (4) a importância de cristalizar os resultados da reflexão dos encontros temáticos.

Um dos instrumentos usados pelo GRACE passa pela criação de grupos de trabalho, com o objetivo de facultar uma reflexão temática focada nos principais desafios e oportunidades em matéria de Responsabilidade Social. Paralelamente, pretende-se com estes grupos de trabalho identificar casos de estudo e respostas adequadas aos desafios da Responsabilidade Social e publicar novos Guias e abordagens setoriais.

Em 2014, foi criado o Grupo de Trabalho “Responsabilidade Social nas PME”. Este Guia resulta do trabalho desenvolvido por este Grupo de Trabalho¹.



Saiba mais sobre o GRACE em www.grace.pt

1.1. Ambição

Este Guia propõe-se a acompanhar os dirigentes das PME na definição do seu posicionamento e das áreas de atuação em matéria de responsabilidade social, com o intuito de potenciar os seus fatores diferenciadores e as vantagens competitivas para o seu negócio.

1.2. A quem se destina

É dirigido a Pequenas e Médias Empresas que pretendam a) dar os primeiros passos em matéria de responsabilidade social empresarial e integrar na sua atividade e no seu esforço de obtenção de lucro, preocupações sociais e ambientais, b) (re) organizar as suas práticas de responsabilidade social; c) explorar ferramentas que permitam a otimização da sua atuação em responsabilidade social, nomeadamente no que diz respeito à organização e estruturação das suas práticas, de forma integrada com o negócio.

1.3. Entendimento do conceito nas empresas e nas PME

O conceito de Desenvolvimento Sustentável surgiu nos anos 70, no entanto, manteve-se discreto até aos anos 90, altura em que assumiu uma maior importância com o conceito universal de “desenvolvimento”.

Em 1987, a definição dada pelo Relatório Brundtland – “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” – oficializa a associação entre ambiente e desenvolvimento social.

¹ Para saber mais sobre as empresas participantes do Grupo de Trabalho, ver nota introdutória do Guia (página 2).

Guia Responsabilidade Social nas PME



Pela primeira vez, a comunidade internacional reconheceu que a atividade humana pode colocar em risco a sustentabilidade do Planeta e da Humanidade.



Saiba mais sobre o Relatório Bruntland *Our common future*: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>.

Em 2011, a Comissão Europeia, emitiu uma comunicação - *Responsabilidade social das empresas: uma nova estratégia da UE para o período de 2011-2014*-, onde assume uma nova visão para responsabilidade social das empresas como **a sua responsabilidade pelo impacto que têm na sociedade**. O respeito da legislação aplicável e dos acordos coletivos entre parceiros sociais é uma condição prévia para honrar essa responsabilidade. Para cumprir plenamente a responsabilidade social que lhes incumbe, as empresas devem adotar processos com o fito de integrar as preocupações de índole social, ambiental e ética, o respeito dos direitos humanos e as preocupações dos consumidores nas respetivas atividades e estratégias, em estreita colaboração com as partes interessadas, a fim de (1) maximizar a criação de uma comunidade de valores para proprietários e acionistas, demais partes interessadas e para a sociedade em geral e (2) identificar, evitar e atenuar os seus possíveis impactos negativos.



Saiba mais sobre a comunicação da Comissão Europeia sobre a nova estratégia da União Europeia para o período de 2011-2014 em matéria de Responsabilidade Social das empresas (2011) em: http://www.gep.msess.gov.pt/seminarios/RSED_2012/estrategia_UE_%20RSE.pdf

Ser socialmente responsável não se restringe, por isso, ao cumprimento de todas as obrigações legais. Implica ir mais além através de um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais. O facto de se ultrapassar as obrigações legais elementares no domínio social - por exemplo, em termos de formação, condições de trabalho ou das relações administração-colaboradores - impacta diretamente na produtividade. Possibilita igualmente uma melhor gestão da mudança e a conciliação entre o desenvolvimento social e uma competitividade reforçada.

É por isso que o GRACE afirma, no *Primeiros Passos – Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas*, que a responsabilidade social já não é hoje em dia uma “consideração voluntária” de um conjunto de preocupações ambientais e sociais, mas sim o reconhecimento de que é condição fundamental para a longa vida do negócio, cuja “licença social para operar” precisa ser renovada todos os dias.

A União Europeia interessa-se pela questão da responsabilidade social das empresas, enquanto contributo positivo e incontornável para uma “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” (Europa 2020, Comissão Europeia).

A responsabilidade social das empresas é, portanto, cada vez mais perspetivada como uma condição *sine qua non* para a existência e prosperidade das organizações. Trata-se não só do seu contributo para o desenvolvimento sustentável, mas sobretudo da sua sobrevivência no médio/longo prazo, visto o equilíbrio dos recursos necessários à continuidade da sua atividade exigirem uma gestão responsável.





Definição de Responsabilidade Social Empresarial:

Diz respeito às responsabilidades da organização para com a sociedade e o ambiente. Um objetivo maior da responsabilidade social de uma organização deverá ser contribuir para o desenvolvimento sustentável (ISO 26000). Podem também ser encontrados outros conceitos, que na sua essência estão também relacionados com a definição de RS, tais como cidadania empresarial, criação de valor partilhado ou responsabilidade social corporativa.

A RESPONSABILIDADE SOCIAL APLICADA ÀS PME

Embora o conceito e o discurso da responsabilidade social seja sobretudo promovido pelas grandes empresas, as práticas socialmente responsáveis existem em todos os tipos de empresas, públicas e privadas, entre as quais se incluem as PME.

A sua aplicação generalizada pelas PME, incluindo as microempresas, é de importância capital, uma vez que elas são os maiores contribuintes para a economia e o emprego a nível nacional. Inúmeras PME já assumem a sua responsabilidade social, embora possam nem sempre associar as suas práticas a este conceito. De facto, os princípios da responsabilidade social podem também ser considerados como princípios de boa gestão e não ser necessariamente etiquetados enquanto tal.

De acordo com o Observatório das PME Europeias², algumas características das PME podem ser interpretadas como fatores potenciais para a implementação de estratégias de responsabilidade social:

- **Idade da empresa:** existe uma relação positiva e estatisticamente significativa entre a implicação em atividades de RS externas e a idade da empresa. A implicação em atividades de RS cresce à medida que aumenta a idade da empresa.
- **Dimensão da empresa:** as empresas de maior dimensão evidenciam um maior envolvimento em ações de RS e estão mais conscientes das vantagens que têm para as atividades de negócio.
- **Localização da empresa:** nos países nórdicos existe um maior número de empresas com práticas de RS comunicadas. As tradições culturais relativas ao papel das empresas na sociedade tendem a explicar as diferenças nacionais. Portugal está num conjunto de países na UE com posição intermédia.
- **Estratégia da empresa:** as PME que lutam pela sobrevivência estão abaixo das restantes empresas em fase de estratégias de elevados níveis de qualidade e de inovação.

A reflexão sobre a responsabilidade social nas PME tem levado à introdução de uma série de considerações pela União Europeia³, nomeadamente:

² Observatory of European SMEs (2002)

³ Grupo de peritos reunidos pela União Europeia (2007) e a partir das conclusões da Networking Conference "Better CSR Advice for SMEs" (2012).

Guia Responsabilidade Social nas PME



- Não se trata de um novo conceito para as PME. Já existe um património de boas práticas, embora possam não ser associadas a sustentabilidade e não tenham as suas políticas sistematizadas/formalizadas.
- Pode trazer vantagens competitivas: permite atrair talentos, cria motivação e orgulho, é uma fonte de inovação e permite reduzir custos através de uma gestão mais eficiente dos recursos humanos e físicos
- É um compromisso que implica resolver problemas, nomeadamente com as entidades/pessoas que afetam e são afetadas pela atividade da empresa (partes interessadas).
- A procura de empresas social e ambientalmente responsáveis é cada vez mais frequente e é uma fonte de negócio e de fidelização de clientes. Empresas com as melhores práticas tendem a ser privilegiadas pelos seus clientes – grandes empresas ou multinacionais que têm compromissos com a sustentabilidade e querem escolher fornecedores responsáveis.



2. REFLEXÃO

2.1. O que se questiona sobre a Responsabilidade Social

Aplica-se apenas às grandes empresas?

As PME têm já um interessante património de práticas de responsabilidade social, embora não as percecionem muitas vezes enquanto tal. Estas práticas são por norma menos formalizadas e mais intuitivas do que nas grandes empresas. Por outro lado, qualquer organização pode ter práticas de responsabilidade social, sendo naturalmente a sua configuração e investimento adaptado à dimensão da empresa.

E depois de começar, de que forma se dá continuidade?

A atuação deve ser desde o início orientada para os resultados e para questões relevantes para a organização e/ou para as suas partes interessadas, enquadrada no setor e nas suas problemáticas, fiel aos pressupostos iniciais.

É preciso um investimento muito elevado?

O investimento deve ser ajustado à dimensão da empresa e ao plano de ação que se pretende implementar. Mais uma vez não se trata necessariamente de mudanças que impliquem grandes orçamentos mas sobretudo de mudança de comportamentos.

Resume-se a ambiente ou a caridade e filantropia?

Associar a responsabilidade social apenas a preocupações ambientais é redutor. Da mesma forma, é redutor associar a responsabilidade social apenas a preocupações sociais, sendo fundamental

considerar as condições de trabalho dos colaboradores e o desempenho dos fornecedores, entre outras. O conceito abrange a proteção ambiental e o desenvolvimento social, a par da sustentabilidade económica.

Está na moda? Daqui a uns tempos deixa de ser importante?

Entendida como um conjunto de preocupações que estão integradas na atividade das empresas e que atestam a sua licença para operar, a responsabilidade social é indissociável da noção de confiança que, por sua vez, é indispensável para qualquer negócio.

Comunica-se sobre o tema para enganar as pessoas?

A comunicação das práticas de responsabilidade social permite partilhar e dar a conhecer as preocupações das empresas com os colaboradores, os parceiros e os fornecedores, bem como os compromissos que são assumidos. A clareza e a transparência na comunicação são obviamente aspetos importantes para garantir a credibilidade das mensagens.

O conhecimento dos gestores PME sobre a temática da Responsabilidade Social é ainda vago e impreciso, apesar de ser claramente percebida como uma vantagem para a empresa, nomeadamente ao nível do relacionamento e motivação dos seus colaboradores. A nível externo as empresas PME encaram a responsabilidade social como potenciadora de prestígio perante fornecedores, colaboradores e, sobretudo, clientes. Os problemas de tesouraria são apresentados, pelos gestores PME, como os principais entraves à adoção de estratégias de responsabilidade social.

Associação Nacional de Pequenas e Médias Empresas

2.2. O que podem ganhar as empresas

Uma empresa reconhecida pelos seus colaboradores como uma “boa empresa” para trabalhar, elogiada pela sua comunidade porque é solidária, criadora de empregos e boa pagadora, cria uma imagem forte e positiva no seu meio envolvente. Assume-se por isso que a RS das empresas pode contribuir para melhorar a sua reputação.

Outras oportunidades podem ser geradas, como ideias para novos produtos/serviços, reforço da motivação e coesão internas, maior eficiência na gestão (custos e recursos ambientais) e melhoria das relações com a comunidade, os fornecedores e os parceiros.



Ideias para novos PRODUTOS/SERVIÇOS

A qualidade social e ambiental dos produtos e dos modos de produção podem constituir um eixo de inovação prioritário para a empresa se manter competitiva e se posicionar em novos mercados. Este pensamento pode, por isso constituir, um estímulo à criatividade e à inovação, colocando a empresa na linha da frente.



Smart Projects

EMPRESA: Get2C

Resultados

Smart Projects

A visão da Get2C assenta essencialmente na escolha de projetos que tenham uma visão agregadora e só fazem sentido em parceria, colaboração e cooperação.

É objetivo da empresa gerar retorno económico para o acionista e ao mesmo tempo criar também valor para a sociedade, abordando os desafios sociais e ambientais através de uma nova forma de relacionamento entre a empresa e os seus *stakeholders*.

- Parcerias com empresas privadas, ONG's e entidades públicas.
- Aumento de competências.
- Maior envolvimento dos *stakeholders*.

Guia Responsabilidade Social nas PME

Os projetos têm de ser verdadeiramente sustentáveis para a empresa e para os outros. A visão da Get2C e, conseqüentemente, os projetos em que trabalha apoiam-se numa lógica de valor partilhado, alocando recursos, criando parcerias e pensando a longo prazo. As questões sociais e ambientais passam a estar no centro do negócio.

SAIBA MAIS EM: www.get2c.pt



Parcerias para desenvolvimento do negócio

EMPRESA: Sair da Casca

Resultados

Parcerias para desenvolvimento do negócio

Empresa de consultoria em desenvolvimento sustentável, a Sair da Casca tem, ao longo dos seus 20 anos de existência, estabelecido diversas parcerias de negócio, dedicadas à criação de conhecimento e ao desenvolvimento da sua atividade e dos parceiros.

- Parceria com a SDO Moçambique: criação da área de negócio Inovação e Responsabilidade Social em Moçambique
- Parceria com a Associação de Paralisia Cerebral de Coimbra (APPC): desenvolvimento de projetos que integram o setor empresarial e o terceiro setor, nomeadamente em iniciativas da Comissão Europeia.
- Parceria com a Informa D&B: desenvolvimento de estudos de relevância sobre o desempenho das empresas em matéria de sustentabilidade e responsabilidade social.

SAIBA MAIS EM: www.sairdacasca.com



Aliar a responsabilidade social ao negócio

EMPRESA: Esposende Ambiente

Resultados

Projeto tarifário

A Esposende Ambiente promoveu a implementação de dois regimes tarifários especiais, nomeadamente a Tarifa Social e a Tarifa para Famílias Numerosas, que vão ao encontro das necessidades das famílias com menores recursos financeiros e das famílias numerosas, permitindo que as mesmas possam beneficiar de desconto na fatura dos serviços prestados pela empresa.

Assim, as famílias com menores recursos financeiros podem

- 214 famílias a usufruir do regime tarifário social.
- 61 famílias a usufruir do regime tarifário para famílias numerosas.
- Aumento significativo do número de contratos com estes regimes tarifários especiais, saldando-se num sucesso sob o ponto de vista social e



Guia Responsabilidade Social nas PME

solicitar a aplicação de preços mais acessíveis no que diz respeito ao abastecimento de água, ao saneamento de águas residuais e à gestão de resíduos. O apoio previsto concretiza-se através da redução de 50% das tarifas fixas e da aplicação ao consumo total do utilizador das tarifas variáveis do primeiro escalão, até ao limite mensal de 15 m³. Por outro lado, e também numa perspetiva de cariz social, o regime tarifário para Famílias Numerosas contempla um tarifário de água e saneamento até ao 2.º escalão, inclusive, às famílias com três ou mais filhos dependentes a seu cargo.

ambiental.

SAIBA MAIS EM: www.esposendeambiente.pt

Enquanto empresa que sempre teve a qualidade, serviço e o rigor como prioridades, a McDonald's Portugal desenvolveu, desde sempre, uma cultura de excelência e de parceria contínua, baseada no acompanhamento permanente dos seus fornecedores. Atualmente a McDonald's Portugal trabalha com mais de 30 fornecedores nacionais, sendo Portugal o segundo país mais representativo a nível de fornecedores para a empresa. As compras a estes fornecedores corresponderam já a cerca de 35% do volume total de compras da McDonald's.

À medida que a McDonald's diversifica a sua ementa, a adapta ao gosto e expectativas dos portugueses e introduz novos serviços e produtos, tem vindo a criar oportunidades de negócio para novos fornecedores locais, bem como para o crescimento de alguns dos nossos atuais parceiros.

Apesar de a McDonald's ser uma marca global, procuramos sempre dar primazia ao cariz local preservando as características e os valores de cada país, considerando as suas especificidades e desenvolvendo a nossa estratégia de negócio de forma adaptada à realidade de cada mercado. Este é um dos princípios da marca e parte do sucesso da McDonald's no mercado nacional, que se deve à capacidade de ser relevante localmente.

Os requisitos definidos pela McDonald's são elevados de forma a garantir a máxima qualidade da matéria-prima, dos padrões de qualidade e segurança alimentar, bem como dos nossos próprios fornecedores. Por isso, a lógica da relação McDonald's-Fornecedor baseia-se em parcerias, onde ambas as partes trabalham em conjunto para melhorar continuamente o desempenho e a oferta.

O processo de qualificação é complexo mas abre a porta para que fornecedores qualificados fiquem habilitados a fornecer qualquer restaurante McDonald's, em qualquer parte do mundo. A cadeia de fornecimento não é propriedade da McDonald's. Na prática, somos um importante "comprador" de fornecedores independentes, com quem mantemos relações profissionais e parcerias de longo prazo. Os maiores fornecedores europeus trabalham com a McDonald's Europa, em média, há 31 anos. Por sua vez, esta estrutura de fornecimento suporta uma equipa significativa em empresas fornecedoras e cria um clima de estabilidade que permite aos nossos parceiros desenvolver o seu negócio no futuro.

Isabel Brito, McDonald's Portugal

Guia Responsabilidade Social nas PME

Reforço do ENVOLVIMENTO dos colaboradores

A implementação de estratégias de responsabilidade social tem potencialmente um impacto positivo interno e externo. Por um lado, trabalhar numa empresa boa cidadã e em ambientes laborais saudáveis e seguros, constitui um elemento determinante para a produtividade, através da criação de uma cultura interna assente na coesão e na motivação. Por outro lado, sendo os colaboradores os primeiros embaixadores da empresa, o impacto externo pode também ser relevante.

Iniciativa interna "Deixar de Fumar"

EMPRESA: Alvo	Resultados
<p>Próximo Alvo: Deixar de Fumar</p> <p>Este programa teve como objetivo promover o bem-estar dos colaboradores, proporcionando apoio a quem desejava deixar de fumar ou reduzir os seus hábitos de tabagismo. Os fumadores receberam acompanhamento de profissionais qualificados, participaram em sessões terapêuticas individuais ou de grupo e consulta médicas.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Sensibilização e envolvimento dos colaboradores.• 33% dos participantes deixaram de fumar.
SAIBA MAIS EM:	www.alvo.com

Passatempos internos e *Happy Hours* temáticas

EMPRESA: Get2C	Resultados
<p>Passatempos e <i>Happy Hours</i> temáticas</p> <p>A Get2C proporciona com regularidade momentos de envolvimento e motivação para os colaboradores. Em dias ou ocasiões especiais, é desafiada a criatividade dos colaboradores, através de passatempos. Mensalmente os colaboradores são convidados a partilhar experiências e <i>know-how</i> em ambiente descontraído nas chamadas <i>happy hours temáticas</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Sempre que possível uma <i>happy hour</i> temática por mês (duração 2 horas).• Maior envolvimento dos colaboradores.• Aumento da satisfação e motivação.• Aumento das competências pelo conhecimento partilhado.
SAIBA MAIS:	www.get2c.pt

Iniciativa "*Flying experience*"

EMPRESA: CH Consulting	Resultados
<p><i>Flying Experience</i></p> <p>O Grupo CH Consulting promoveu junto dos colaboradores a experiência única de poder vivenciar um salto de paraquedas - <i>Flying Experience</i> -, associado a um ambiente de convívio e de</p>	<ul style="list-style-type: none">• 50 colaboradores saltaram de paraquedas.• Partilha da experiência individual de cada colaborador (<i>testemunho</i>, fotografias,

Guia Responsabilidade Social nas PME

desenvolvimento pessoal.

As *Flying Experiences* foram uma atividade alinhada com o ADN do Grupo, visto que é sua convicção que pessoas felizes fazem organizações vencedoras e promovem um clima organizacional enriquecedor.

vídeos, redes sociais)

- Convide à comunicação social para conhecer o projeto (jornalistas foram convidados a saltar com os colaboradores).
- Aposta na comunicação externa desta inovadora prática de gestão.

SAIBA MAIS EM: www.chconsulting.pt



Iniciativa "Um Bom Momento"

EMPRESA: Grafe

Resultados

Um Bom Momento

Esta iniciativa visa criar um momento de relaxamento para os colaboradores através da disponibilização de massagens, o que funciona como motivação e permite reduzir assim o número de baixas relacionadas com a fadiga muscular e repetição de movimentos. Todas as semanas é enviado um convite toda a equipa informando da data e hora em que a massagista se desloca às instalações.

Esta iniciativa começou por ser apenas para os colaboradores da Grafe, mas depressa funcionou como incentivo para as empresas vizinhas. Neste momento, a Grafe representa metade dos utilizadores desta iniciativa e as empresas vizinhas, a outra metade.

- Redução do número de colaboradores com queixas de tendinites e dores musculares relacionadas com o sedentarismo.
- Redução de custos futuros com seguros e baixas médicas por motivos musculares.
- Aumento do bem-estar dos colaboradores.

SAIBA MAIS EM: <http://www.grafe.pt>



Iniciativa de doação de sangue

EMPRESA: Alvo

Resultados

Doação de Sangue

A Alvo aumentou o número de doadores de sangue entre os seus colaboradores e comunidade local, com a realização regular de sessões de doação de sangue nas suas instalações entre as 8h e as 20h (aberto a colaboradores e à comunidade local).

Estas iniciativas ocorrem no período de férias (Junho e Julho) por ser a altura em que o Instituto Português de Sangue recebe menos doações.

- Na primeira iniciativa, cerca de 90% dos participantes eram novos doadores (ou seja, tornaram-se doadores devido à iniciativa da Alvo).
- Participação média entre os 20% e os 32% (face ao número total de colaboradores).
- Envolvimento dos colaboradores.
- Sensibilização da comunidade interna e externa.
- Visibilidade da empresa.

SAIBA MAIS EM: www.alvo.com



Guia Responsabilidade Social nas PME



Seguro de Saúde para os colaboradores

EMPRESA: Get2C	Resultados
<p>Seguro de Saúde</p> <p>A Get2C oferece um seguro de saúde a todos os colaboradores. O objetivo é contribuir para melhorar a sua qualidade de vida, possibilitando um acesso mais rápido e eficaz a redes médicas e hospitalares bem como facilitando resposta imediata a qualquer problema de saúde.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Maior satisfação dos colaboradores.• Aumento da motivação.• Redução do absentismo.
SAIBA MAIS EM:	www.get2c.pt



Horário Livre

EMPRESA: Grafe	Resultados
<p>Horário Livre</p> <p>Com o objetivo de aumentar a motivação dos colaboradores e melhorar a sua qualidade de vida e a dos seus familiares, foi-lhes dada a possibilidade de terem um horário flexível, o que lhes permite entrar e sair mais cedo ou mais tarde conforme as suas necessidades. Esta iniciativa deve-se não só ao setor e meio em que a Grafe está inserida - publicidade -, como também está relacionada com o número elevado de colaboradores que vivem fora de Lisboa e com filhos menores que precisam de sair mais cedo ou de se ausentarem por questões de saúde ou questões escolares.</p> <p>A iniciativa permite que os colaboradores estejam mais focados nas suas tarefas diárias e com menos preocupações externas. Este aumento de foco levou a uma aumento da produtividade e redução de erros nos trabalhos produzidos.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Aumento da produtividade em cerca de 5% de 2012 para 2013.• Redução do número de trabalhos com erros de produção e redução de repetições de trabalho.
SAIBA MAIS EM:	www.grafe.pt



Compensação pelo desempenho

EMPRESA: H Tecnic	Resultados
<p>Mais benefícios</p> <p>A H Tecnic atribuiu várias regalias aos colaboradores da empresa com vista a aumentar os seus níveis de satisfação. Destacam-se a atribuição do dia de aniversário de cada colaborador para que este possa usufruir do mesmo da forma que lhe seja mais favorável; a possibilidade de falta justificada ou dia de férias nos dias festivos de religiões diferentes da religião católica; a atribuição de um seguro de saúde para os</p>	<ul style="list-style-type: none">• Desde a implementação destas práticas que os níveis médios de satisfação dos colaboradores têm aumentando, passando de 2,76 em 2010 para 3,20 em 2013 (Escala de 1-4).• Atribuição do Prémio de Vencedor Setorial das Pequenas Empresas no ano de 2011 e



Guia Responsabilidade Social nas PME

colaboradores do quadro técnico da empresa e a atribuição de um valor monetário equivalente ao ordenado dos trabalhadores pertencentes ao quadro da empresa aquando da licença de maternidade/paternidade ou de casamento.

Todos os aniversários da H Tecnic são festejados com atividades de lazer dirigidas a todos os colaboradores.

2013.

SAIBA MAIS EM: www.htecnic.pt



Formação ajustada às necessidades do negócio

EMPRESA: Esposende Ambiente

Resultados

Melhoria das competências profissionais e pessoais.

No âmbito do Sistema de Gestão Empresarial (SGE), a Esposende Ambiente tem visto acontecer uma intensa atividade, marcada pela consolidação dos Sistemas de Gestão da Segurança e Saúde no Trabalho (SST) e da Responsabilidade Social (RS) e ainda, pela renovação da certificação dos Sistemas de Gestão da Qualidade e Ambiente. Naturalmente que a formação dos recursos humanos se estabelece como uma das áreas prioritárias, pelo que no presente projeto se abordam questões sobretudo relacionadas com a responsabilidade social interna relativa a questões de saúde e segurança no trabalho.

Têm sido desenvolvidas inúmeras medidas e associadas ações de formação, que visam, naturalmente, o maior envolvimento dos colaboradores e a aquisição e consolidação de competências, sobretudo no que concerne à sua segurança pessoal e dos demais colegas e da comunidade. A aposta foi claramente, na formação promovida internamente. As ações de sensibilização e formação foram particularmente vocacionadas para os primeiros socorros, utilização de extintores, para as boas práticas no local de trabalho e para a sensibilização de todos para a Responsabilidade Social. Foram também realizados vários simulacros que, através de exercícios práticos, pretendem formar os colaboradores sobre como atuar em caso de emergência.

- Maior envolvimento e sensibilização dos colaboradores para com estas temáticas da segurança, sendo patente a sua efetiva aplicação prática.


SAIBA MAIS EM: www.esposendeambiente.pt

UTILIZAÇÃO mais racional dos recursos


A otimização dos custos operacionais da empresa pode ser vista, para além de uma perspetiva de eficiência económica, numa perspetiva de eficiência ambiental. De facto, a introdução de alterações nos processos pode traduzir-se em reduções de custos significativas e, simultaneamente, em poupanças ambientais, como é o caso de poupança de energia, água, tinta ou papel.



Guia Responsabilidade Social nas PME

 Iniciativa para redução do CO₂ na frota automóvel

EMPRESA: Alvo	Resultados
<p>Reduzir a emissão de CO₂</p> <p>A Alvo lançou um programa interno para incentivar os colaboradores a reduzirem a utilização da frota automóvel, de forma a diminuírem as emissões de CO₂ e contribuírem para uma maior proteção do meio ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Redução da utilização da frota automóvel.• Poupança de 15% dos custos com a frota.• Redução em 40% das emissões de CO₂ da frota.
SAIBA MAIS EM:	www.alvo.pt

 Saiba mais sobre o bom desempenho das PME em Portugal no que diz respeito à implementação de medidas de poupança de energia: <http://greensavers.sapo.pt/2012/03/28/pmes-portuguesas-lideram-eficiencia-energetica-na-uniao-europeia/>.

Melhoria das RELAÇÕES com a comunidade, os fornecedores e os parceiros

A responsabilidade social nas empresas pode ser geradora de novos ritmos na gestão das relações com a comunidade, os fornecedores, os parceiros e potenciar a confiança e a partilha nestas relações. É por isso importante criar novos laços e envolver as entidades que são mais relevantes, desenvolvendo novas iniciativas e ferramentas de comunicação e diálogo.

 Consulta a parceiros de negócio

EMPRESA: CH Consulting	Resultados
<p>Auscultação a parceiros de negócio 2013</p> <p>Sendo o Grupo CH uma empresa onde o capital humano se reveste de extrema importância é impreterível perceber, junto dos seus parceiros, o seu nível de alinhamento, organização e ligação com o ADN do Grupo.</p> <p>A 'Auscultação de Parceiros de Negócio 2013' é uma ferramenta <i>online</i> que visa auscultar o nível de qualidade percebido, bem como o grau de satisfação e envolvimento junto da organização e o profissionalismo da restante equipa. Permite ainda avaliar a eficácia da comunicação e da perceção de desempenho do Grupo CH no mercado.</p> <p>Destacam-se como dimensões avaliadas: Identificação e Caracterização; Notoriedade; Profissionalismo; Satisfação; Compromissos; Mercado e Envolvimento.</p>	<ul style="list-style-type: none">• 50% de taxa de resposta.• 15% de evolução positiva média.• Promoção de um projeto de "Qualificação de Parceiros de Negócio.• Conceção de um documento enquadrador do ADN CH para divulgação junto de todos os parceiros de negócio, juntamente com os documentos específicos de cada projeto em que estão envolvidos.• Desenvolvimento de projetos internos que promovam o envolvimento dos parceiros nas atividades do grupo e a partilha de elementos de identidade corporativa e cultural.
SAIBA MAIS EM:	www.chconsulting.pt

Guia Responsabilidade Social nas PME



Processos de seleção e avaliação de desempenho de fornecedores

EMPRESA: Esposende Ambiente	Resultados
<p>Compromisso com os fornecedores</p> <p>Aos fornecedores da Esposende Ambiente e, independentemente de informação adicional considerada pertinente para cada fornecimento, é-lhes solicitado que se comprometam formalmente com os princípios constantes do Código de Ética da Esposende Ambiente, tendo como intuito garantir a prática de condutas de elevado padrão moral e de respeito pela cultura e valores da empresa.</p> <p>Em 2013 foram enviados ofícios a todos os fornecedores da Esposende Ambiente a solicitar a emissão da Declaração de Compromisso e, já em 2014, a Esposende Ambiente deu início ao seu plano anual de auditorias para verificação do cumprimento dos compromissos assumidos.</p>	<ul style="list-style-type: none">• 76 Declarações de Compromisso obtidas.• 2 auditorias a fornecedores, identificando-se, com este procedimento, várias oportunidades de melhoria.
<p>SAIBA MAIS EM:</p>	<p>www.esposendeambiente.pt</p>



Barómetro da Satisfação de Clientes

EMPRESA: CH Consulting	Resultados
<p>Barómetro de Satisfação de Clientes</p> <p>Sendo a satisfação dos clientes uma das 'obsessões⁴' do Grupo CH, a implementação de um barómetro para monitorização da satisfação dos seus clientes tornou-se uma etapa imprescindível para o reforço da Visão: 'ser reconhecidos pelo mercado como líderes de excelência em tudo aquilo que fazemos' e para a sustentabilidade do Grupo.</p> <p>O Barómetro de Satisfação de Clientes é uma plataforma eletrónica através da qual é monitorizado em tempo real, o <i>feedback</i> dado pelos clientes, quer seja durante a execução ou após a finalização dos projetos, permitindo adicionalmente a partilha dos resultados com todas as equipas envolvidas (relatórios por empresa, por cliente, por gestor, por tipo de serviço, visualização <i>top&bottom</i>, visualização de <i>rankings</i>) e <i>benchmarking</i> com clientes.</p> <p>Esta prática é uma ferramenta de excelência, dinâmica, permanente e de escuta ativa, que potencia a</p>	<ul style="list-style-type: none">• 83,53% de taxa de utilização da plataforma.• 78% de taxa de resposta.• 440% de incremento no número de respostas de clientes.• Criação de um canal de comunicação com o cliente.• Fornecimento de dados que permitem a reflexão sobre os resultados alcançados via <i>online</i> e comunicação móvel.• Reforço do posicionamento de excelência perseguido pelo Grupo CH.

⁴ Obsessões do Grupo CH: 1 – Satisfação das necessidades dos clientes; 2 – Valorização dos colaboradores, promovendo a igualdade e a diversidade; 3 – Inconformismo permanente e melhoria contínua dos processos; 4 – Inovação, Criatividade pessoal e capacidade de adaptação; 5 – Postura de seriedade e de ética pessoal e profissional; 6 – Cultura de responsabilidade, individual e coletiva; 7 - Busca de resultados económicos, respeitando os compromissos sociais e ambientais.



Guia Responsabilidade Social nas PME

implementação de ações de melhoria no decorrer dos projetos, aumentando a aprendizagem para projetos futuros e a qualidade dos serviços prestados, com impactos ao nível interno e externo.

SAIBA MAIS EM: <http://www.chconsulting.pt>



Comemoração do Dia Mundial do Ambiente, envolvendo colaboradores e *stakeholders* locais

EMPRESA: Resiquímica

Resultados

Dia Mundial do Ambiente

A Resiquímica comemorou o Dia Mundial do Ambiente com uma ação de voluntariado em parceria com o Centro de Educação para o Cidadão Deficiente. A ação incluiu a recuperação paisagística do Talude dos Limoeiros e a introdução de melhorias no Jardim dos Aromas, em Sintra. Pretendeu-se ainda dotar os colaboradores do Centro, alguns deles, pessoas com deficiência, os voluntários da Resiquímica e as crianças da Escola Básica local, de conhecimentos sobre plantas aromáticas e comestíveis.

- 17 voluntários da Resiquímica (dez colaboradores e sete utentes do Centro de Emprego Protegido e do Centro de Educação para o Cidadão Deficiente) e cerca de 20 crianças e professores da escola local participaram na iniciativa.
- Melhoria no património.
- Aumento de competências ambientais da comunidade interna e externa.
- Envolvimento de colaboradores entre si e com a comunidade externa.
- Maior visibilidade da empresa.

SAIBA MAIS EM: www.resiquimica.pt



Mobilização da comunidade escolar para ações de voluntariado

INSTITUIÇÃO: Universidade Europeia

Resultados

Recuperação Ambiental no Parque Florestal de Monsanto

Com o objetivo de consciencializar para a importância do voluntariado, a Universidade Europeia promoveu uma ação dedicada à recuperação, reabilitação e limpeza do Parque Florestal de Monsanto - Mata de São Domingos de Benfica. Fruto do inverno rigoroso vivido no início de 2014, algumas zonas do Parque necessitavam de uma intervenção rápida ao nível da limpeza e da recuperação de alguns espaços naquele que é considerado o pulmão da cidade de Lisboa.

- 200 voluntários entre estudantes, docentes e *staff*.
- Mobilização da comunidade da Universidade Europeia para um projeto social.
- Reforço do posicionamento da Universidade Europeia como uma entidade socialmente responsável.

SAIBA MAIS EM: www.europeia.pt





 Adesão à iniciativa *Earth Hour*

EMPRESA: Alvo	Resultados
<p>Earth Hour</p> <p>A Alvo apoiou a <i>Earth Hour</i>, uma iniciativa da WWF que convida a população mundial a desligar as luzes durante uma hora, alertando para o aquecimento global. Na semana que antecedeu a iniciativa, a Alvo distribuiu 500 velas acompanhadas de uma folheto explicativo sobre a <i>Earth Hour</i> aos colaboradores e à comunidade local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidade interna e externa sensibilizada para o tema ambiental. • Envolvimento dos colaboradores. • Maior visibilidade da empresa.
<p style="text-align: right;">SAIBA MAIS EM: www.alvo.com</p>	

 Projeto SMS

EMPRESA: Tecnifar	Resultados
<p>Projeto SMS</p> <p>No atual panorama da Indústria Farmacêutica em Portugal, o Projeto SMS assume uma atitude de diferenciação pela positiva, apostando na proximidade com as pessoas. A iniciativa surgiu em 2006, com o objetivo de ajudar todos aqueles que por razões geográficas ou sociais não têm fácil acesso a cuidados básicos de saúde, realizando ações de sensibilização e rastreios. É com este intuito que o SMS mobiliza profissionais de saúde voluntários, recursos e equipamentos, junto de populações desfavorecidas ou com necessidades especiais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 70 Ações realizadas. • 925 Voluntários envolvidos. • 40.884 Beneficiários.
<p style="text-align: right;">SAIBA MAIS EM: www.projeto-sms.com</p>	

 Estabelecimento de parcerias como resposta a causas sociais

EMPRESA: Neya Lisboa Hotel	Resultados
<p>Quarto solidário</p> <p>O Centro Hospitalar de Lisboa Centro EPE, através da Área de Apoio Social (Gabinete de Ação Social) identifica e avalia as situações de necessidade de apoio a familiares de crianças hospitalizadas num dos 6 hospitais do CHLC EPE. Com base na apreciação da sua situação familiar, os menores, progenitores e/ou acompanhantes são encaminhados para a Casa Ronald McDonald quando necessitam de alojamento na cidade de Lisboa, perto das crianças hospitalizadas.</p> <p>Quando a Casa Ronald McDonald não tiver capacidade para</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 4 quartos disponibilizados a 4 famílias, correspondendo a um total de 7 noites de ocupação em 2013. • 4 quartos disponibilizados a 4 famílias com um total de 12 noites de ocupação até julho de 2014.

alojar estas famílias, o Neya Lisboa Hotel oferece o alojamento à família nuclear das crianças desfavorecidas em regime de alojamento e pequeno-almoço, existindo também um acompanhamento próximo dos familiares durante a sua estadia.

Com esta iniciativa o Neya Lisboa Hotel pretende ser um protagonista ativo no processo de melhoria e criação de valor social, minimizando os efeitos desestabilizadores que a doença traz ao equilíbrio familiar, quer afetivo, quer económico e material. Este apoio pode ser considerado inovador ao nível do país, trazendo uma substancial melhoria na recuperação das crianças, permitindo diminuir o tempo de hospitalização e, conseqüentemente provocar um impacto positivo nos custos da política de saúde governamental.

SAIBA MAIS EM: www.neyahotels.com

Os benefícios da Responsabilidade Social vão muito para além do óbvio: reforço da imagem e reputação, notoriedade da marca, aumento dos níveis de motivação e empenho dos colaboradores, redução de custos, gestão mais eficaz do risco... Tem sobretudo a ver com melhoria da qualidade de gestão. A realidade é que nenhuma empresa opera de forma isolada. Existe interação com colaboradores, clientes, fornecedores e comunidade e RS pressupõe essencialmente a capacidade de gerir estas relações de modo a produzir um impacto global positivo na sociedade ao mesmo tempo que reforça a sua posição competitiva no mercado.

Maria João Nicolau Santos, Professora no Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG) da Universidade de Lisboa e investigadora do Centro de Investigação em Sociologia Económica e das Organizações (SOCIUS).

Pensar o negócio a longo prazo

Fazer as mesmas coisas de forma diferente, minimizar impactos negativos e aproveitar as oportunidades intrínsecas ao negócio, à localização, à reputação que a empresa tem construído, às competências dos seus colaboradores, etc. Desta forma, a empresa promove a retenção e atração de talentos, a motivação e a produtividade dos colaboradores, a satisfação dos clientes, a otimização de custos económicos e ambientais, entre outros.



2.3. As questões que se colocam

FAQ	EXEMPLOS
<p>Como ser inovador?</p>	<p>O exemplo da Get2C</p> <p>Na Get2C a inovação está associada à criação de valor. A sustentabilidade está incorporada no desenvolvimento das práticas de gestão cuja finalidade é aumentar a produtividade da empresa. Competências ligadas à responsabilidade social na estratégia da empresa têm impacto na competitividade e melhoram métodos organizacionais e de trabalho, liderança, comunicação e relação com os <i>stakeholders</i>.</p> <p>Criar valor futuro e incorporar uma missão social na cultura empresarial, canalizar recursos para o desenvolvimento da inovação e para novos projetos que possam ajudar a resolver problemas é a nossa forma de encarar a sustentabilidade. Os projetos em que a Get2C se envolve são pensados em “<i>Open Innovation</i>”, no sentido de gerar valor económico e ao mesmo tempo criar também valor para a sociedade.</p> <p>O desenvolvimento de novos serviços é um elemento essencial para a sustentabilidade a longo prazo.</p>
<p>Como maximizar o impacto local da atividade?</p>	<p>O exemplo da Esposende Ambiente</p> <p>Como empresa municipal detida a 100% pelo município e, por força da plena consciência de que as atividades que desenvolve representam fatores determinantes no que concerne à melhoria contínua da qualidade de vida da população, a Esposende Ambiente desenvolve e implementa desde há vários anos todo um vasto conjunto de iniciativas de educação e</p>





	<p>clientes. O ecossistema da empresa deve ser, por isso, privilegiado.</p>	<p>sensibilização ambiental junto dos mais variados públicos-alvo. Estas ações visam a sua consciencialização para a aplicação das melhores práticas ambientais e o seu envolvimento direto na construção de um melhor futuro. Naturalmente que o seu impacto não se resume à vertente ambiental, mas perspetiva um alcance bem mais amplo envolvendo as componentes social e económica, que, em conjunto, constituem relevantes pilares no desenvolvimento sustentado do concelho. Esta parceria que se estabelece com a população tem constituído, de facto, uma estratégia maximizadora daqueles que são os valores, a visão e a missão da empresa.</p>
<p>Como integrar o tema no plano de atividade da empresa?</p>	<p>Pode implicar a definição de objetivos, o envolvimento e a mobilização de recursos, a criação de novos procedimentos e <i>standards</i> da empresa, sendo o envolvimento da gestão de topo fundamental.</p>	<p>O exemplo da CH Consulting Apesar de sempre termos tido as preocupações económicas, ambientais e sociais integradas na gestão, durante os últimos anos sentimos necessidade de as partilhar com os <i>stakeholders</i>. A implementação do Sistema de Gestão da Qualidade, Ambiente e Recursos Humanos no Grupo CH, a publicação do Relatório de Sustentabilidade onde foram formalizados os compromissos com sustentabilidade, vieram reforçar esta aposta, bem como integrar as dinâmicas no plano de atividades da empresa. Temos consciência de que só apostando continuamente nesta área, conseguiremos perseguir o caminho da excelência, em linha com a nossa visão.</p>
<p>Como saber se as práticas de responsabilidade social são reconhecidas?</p>	<p>A empresa pode realizar consultas às partes interessadas, através de questionários e/ou reuniões, para conhecer a sua opinião sobre as práticas desenvolvidas. Existem também iniciativas em que as partes interessadas são convidadas a avaliar o</p>	<p>O exemplo da Resiquímica A Resiquímica tem como objetivo vir a formalizar um questionário a enviar anualmente às suas partes interessadas em matéria de Responsabilidade Social de modo a ter um <i>feedback</i> mais formal do</p>







desempenho das empresas numa determinada área.

trabalho desenvolvido em parceria no ano anterior e assim introduzir melhorias nas ações futuras. Atualmente, esse *feedback* é obtido por recurso a reuniões e comunicação via correio eletrónico. Procuramos sempre saber junto da entidade com quem cooperamos qual foi a nossa contribuição nomeadamente para o ambiente e para a sociedade envolvente. Analisamos aquilo que correu menos bem e definimos ações para impedir que no futuro se voltem a repetir quaisquer situações menos normais. Por exemplo, a nível ambiental procuramos nalguns casos saber a nossa contribuição para a redução da pegada carbónica (plantamos 109 árvores num terreno que adotamos na Serra de Sintra que permitiu uma redução de 43,6 t de CO₂). Mesmo que empiricamente, o sorriso das crianças, o agradecimento espelhado pelos idosos e pelos colaboradores das instituições com quem colaboramos e a genuína satisfação dos nossos colaboradores no fim de cada ação permitem-nos concluir que os aspetos positivos ultrapassam em muito qualquer aspeto negativo. Também o reconhecimento que sentimos por parte das forças vivas do concelho, que sistematicamente nos apontam como exemplo em eventos públicos, é uma evidência dos frutos que o nosso trabalho nesta área tem significado.



 *Os referenciais normativos, nomeadamente os certificáveis, ajudam as empresas a estruturar as práticas de responsabilidade social avulsas que já existam, mas sobretudo ajudam a criar um sistema de gestão que permite melhorar de forma continuada o seu desempenho. Desenvolver e implementar uma política da responsabilidade social, objetivos e ações coerentes, tendo em conta os requisitos legais, regulamentares e outros que a organização subscreva, podem fortalecer e consolidar relações de confiança e credibilidade com as partes interessadas.*

Helena Gonçalves, Professora da Universidade Católica (Porto Business School) e Presidente da comissão instaladora do Centro de Responsabilidade e Inovação Social da Associação Portuguesa para a Qualidade (APQ)

 **É importante ultrapassar a vulnerabilidade económica e o seu reflexo no domínio das prioridades**

Nas PME, frequentemente os recursos humanos, financeiros e temporais são limitados, o que faz com que investimentos de longo-prazo que não estejam ligados ao *core business* da empresa não sejam prioritários e, por isso, constantemente adiados, mesmo quando percecionados como importantes. Por esta razão, é fundamental dotar o tema de uma relevância associada ao negócio, afastando a possibilidade de resultar num investimento cíclico e dependente da situação económica da empresa. É de promover, por isso, uma atuação que permita a integração dos desafios da sustentabilidade, de acordo com o setor onde as empresas estão inseridas, resultando no desenvolvimento de novos produtos e serviços que possam dar resposta a estes mesmos desafios e, em simultâneo, gerar negócio.

2.4. O que se recomenda

ALGUNS FATORES CRÍTICOS PARA O SUCESSO

Envolver a gestão de topo

Haver um “apadrinhamento” do mais alto representante de gestão da empresa, que apoia a existência do plano de ação e a atribuição de recursos para o concretizar, é um dos fatores chave de sucesso. O envolvimento da gestão de topo para a responsabilidade social é o mesmo que aplicável a outro tema das organizações.

Optar por um caminho e não tentar fazer todos

Priorizar os temas que a empresa pretende trabalhar é fundamental para garantir que há capacidade de implementação, que os planos não se tornam à partida inviáveis e que não se criam expectativas e frustração entre os intervenientes.

EM DISCURSO DIRETO

Testemunho Tecnifar

A Tecnifar é um laboratório 100% nacional, há 45 anos no mercado, de cariz familiar que já vai na terceira geração de acionistas. A nossa missão é contribuir para a qualidade de vida dos nossos utentes através de medicamentos inovadores e das mais recentes propostas terapêuticas e, desempenhar um papel relevante na área de investigação e desenvolvimento a nível nacional.

A Responsabilidade Social é um dos nossos valores e temos atuado de forma cada vez mais consistente e progressiva. Iniciámos em 2013 um processo de alinhamento à ISO 26000 com uma *task force* a trabalhar no tema, integrada na certificação do Sistema de Gestão da Qualidade, que começa no topo e é alargada a toda a empresa com representantes dos vários departamentos e com ações de sensibilização transversais a todos os colaboradores.

Testemunho Resiquímica

Desde cedo a Resiquímica percebeu que a certificação de sistemas de gestão poderia ser uma mais-valia para a sua atividade. Sabendo de antemão que os produtos que produzia já satisfaziam as necessidades e expectativas dos seus clientes considerou que a implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) de acordo com a norma NP EN ISO 9001 traria inúmeras vantagens, principalmente a nível de organização interna, e daria resposta às perguntas que muitos dos seus clientes começavam a fazer nesta área. No início da década de 90 decidimos percorrer esse caminho e certificámos o nosso sistema em 1995. Temos à data quase 20 anos de um SGQ bem-sucedido, que cumpre totalmente os objetivos a que se propôs e que tem permitido a implementação sistemática de melhorias nos nossos procedimentos e práticas, as quais têm contribuído nomeadamente para a racionalização de recursos e melhoria das condições de



trabalho.

Como empresa química que somos, as obrigações legais que se nos impõem são muitas. Estamos ao abrigo da legislação de Prevenção e Controlo Integrado da Poluição que exige que as empresas para laborar obtenham uma Licença Ambiental (LA) junto da Agência Portuguesa do Ambiente. Foi quando tivemos de tratar do processo de obtenção da nossa LA que nos pareceu que, face ao caminho já percorrido em matéria ambiental com a realização de avultados investimentos, nomeadamente numa Estação de Tratamento de Águas Residuais com tratamento biológico, faria sentido também nesta área recorrer à normalização de sistemas de gestão e implementar e certificar um Sistema de Gestão Ambiental de acordo com a NP EN ISO 14001. Assim fizemos e, depois das duas auditorias de concessão que ocorreram em 2006, fomos certificados em janeiro de 2007. Também aqui estamos a falar de sete anos de sucesso com a preocupação sempre presente de minimizar os nossos impactes para a comunidade envolvente. Sabemos que a obtenção desta certificação torna visível para a comunidade envolvente, o nosso empenho em prol do ambiente e do desenvolvimento sustentado.

Tanto o nosso Sistema de Gestão da Qualidade como o nosso Sistema de Gestão Ambiental são parte integrante da gestão global da empresa. O caminho da certificação nunca está terminado e quem sabe se o futuro não nos reservará a decisão de certificarmos outras áreas como a Segurança e Saúde no Trabalho e a Responsabilidade Social, também intensamente vividas no dia-a-dia da organização.

Testemunho H Tecnic

A H Tecnic acredita que a satisfação dos seus colaboradores é fundamental para um desenvolvimento da empresa e consequentemente uma maior produtividade e satisfação dos seus clientes. Tendo em conta este princípio encontram-se atribuídas diversas regalias sociais e implementados alguns mecanismos de averiguação da satisfação dos seus colaboradores, como inquéritos anuais e sessões de trabalho com o seu representante,

Entender a dimensão interna da responsabilidade social como prioritária

A primeira responsabilidade das empresas deve ser com a sua atuação interna, tanto em termos sociais, com os colaboradores, como em termos económicos/ambientais, no que diz respeito à gestão eficiente de recursos.





Envolver os colaboradores

Envolver os colaboradores contribui para uma maior legitimidade, valorização e participação nas iniciativas. Como primeiros embaixadores da empresa, os colaboradores devem compreender o que se pretende fazer nesta matéria e qual a ligação à sua atividade. Este envolvimento pode transformá-los em fontes de ideias valiosas para melhorar a empresa.

Gerir as atividades

Garantir o acompanhamento das iniciativas em termos de indicadores, gestão e monitorização, comunicação e continuidade é importante para assegurar a gestão das atividades que venham a ser implementadas. Pode ser necessário criar um procedimento simples que permita criar uma rotina de integração na empresa.

Medir e avaliar os resultados

Definir *à priori* os indicadores que se pretende medir é fundamental para avaliar se os resultados vão ao encontro das expectativas iniciais, bem como que alterações devem ser introduzidas para melhorar a atuação futura.

Comunicar as práticas

Partilhar informação sobre o desempenho social e ambiental da empresa (para além de económico) é importante e recomenda-se, na medida em que contribui para melhorar a imagem da empresa, traz mais argumentos comerciais e pode influenciar pelo exemplo outras iniciativas. A comunicação das práticas deve igualmente ser coerente com o desempenho efetivamente praticado pela organização.

por forma a identificar pontos críticos e recolher possíveis iniciativas que visem o aumento dos níveis de satisfação e motivação pessoal e profissional melhorando a qualidade de vida destes.

Testemunho Alvo

Trabalhar numa empresa como a Alvo que, independentemente do facto de ser uma PME, sempre se preocupou com o desenvolvimento sustentável, cria um sentimento de orgulho entre os colaboradores. Quando a Responsabilidade Social é algo intrínseco à própria cultura da empresa, qualquer iniciativa nesta área é encarada como genuína. Tudo isto motiva o envolvimento dos colaboradores, que mais facilmente “vestem a camisola”.

Testemunho Get2C

Em pequenas empresas como a Get2C a melhor gestão faz-se dando a possibilidade a todos de darem *feedback* em relação às atividades através de um canal de comunicação. A integração de preocupações sociais e ambientais no centro do negócio da empresa é uma forma de contribuir positivamente para a sociedade e a comunicação interna assume um papel muito importante porque garante o planeamento e acompanhamento, dissemina a informação, motiva e torna evidente que a sustentabilidade diz respeito a todos.

Testemunho CH Consulting

Alinhado com a visão do Grupo CH, anualmente são comunicados e analisados os objetivos estratégicos aquando das Jornadas ADN, evento primordial de comunicação junto dos colaboradores e parceiros de negócio. Dada a diversidade dos parceiros do Grupo CH, os canais de comunicação utilizados têm sido diversificados: Relatório de Sustentabilidade, atividades de voluntariado, participação em iniciativas públicas, página de internet, campanhas de sensibilização temáticas.





Envolver as partes interessadas

Para além do envolvimento da gestão de topo e dos colaboradores, é importante incluir as partes interessadas no desenho dos projetos e iniciativas, nomeadamente numa perspetiva de identificar oportunidades junto do seu ecossistema.

Testemunho Sair da Casca

Um bom ponto de partida é a identificação das organizações em contacto com a empresa. É importante perceber se a Câmara Municipal, as associações locais, entre outras, já manifestaram alguma expectativa, já transmitiram alguma crítica. Identificar quais as entidades com maior capacidade de colaboração ou ainda com potencial para desenvolver alguma iniciativa que tenha retorno económico.

O fator chave de sucesso é sempre, do lado da empresa, a capacidade de conhecer bem as suas partes interessadas, saber ouvir e propor um projeto conjunto.



Abordar o tema como um todo, integrado na empresa e na sua estratégia

Considerar a responsabilidade social como um “tema à parte” da atividade da empresa pode contribuir para que esta seja associada a um conjunto de iniciativas com prioridade secundária, facilmente dispensáveis.

A competitividade das empresas está, hoje, por isso, cada vez mais dependente da incorporação da sustentabilidade nas suas estratégias de negócio. O desenvolvimento de modelos de negócio que geram, em simultâneo, valor para a sociedade e para os acionistas, depende da capacidade das empresas em identificar oportunidades sociais e ambientais e transformá-las em negócios economicamente viáveis. Só desta forma se alcançam estratégias de mercado competitivas e sistemas de gestão ainda mais eficientes, com consequentes impactos no crescimento da empresa.





3. AÇÃO

3.1. Definir o projeto empresarial

Assumir o compromisso com a responsabilidade social pode refletir-se nos mais diversos formatos, mas não dispensa a definição de um projeto empresarial.

Qual é o contributo da empresa para a sociedade? Em que área(s) vai trabalhar? Qual o seu ponto de partida e a sua ambição?

A formalização do compromisso da empresa pode constar de uma visão ou missão empresariais, estar enquadrada nos valores corporativos, assumir a forma de uma política, ter uma marca ou uma área de negócio. Acima de tudo, a formalização deve assegurar que há uma definição clara das motivações e da abordagem que a empresa pretende fazer do tema.

Como se formaliza uma política de responsabilidade social?

CHECKLIST	SUGESTÕES PARA APLICAR NA PRÁTICA
✓ Definir as motivações, as barreiras e os facilitadores	✓ Sessão interna com equipa multidisciplinar para refletir sobre as bases do compromisso que a empresa quer assumir.
✓ Identificar e ouvir as partes interessadas críticas	✓ Identificação dos interlocutores/empresas/instituições de quem queremos ouvir o que esperam da atuação da empresa em matéria de responsabilidade social e recolha das suas expectativas.
✓ Fazer um diagnóstico do desempenho social, ambiental e económico da empresa	✓ Definição do ponto de partida da empresa relativamente a temas como relação com colaboradores, consumos energéticos, relação com clientes e fornecedores, entre outros, para compreensão das áreas mais relevantes e que devem ser mais trabalhadas.
✓ Definir as áreas de atuação prioritárias e desenhar um plano de ação	✓ Sessão interna com equipa multidisciplinar (inicial) para analisar a informação recolhida junto das partes interessadas e no diagnóstico, e definir as áreas e atividades prioritárias.



3.2. Organizar e implementar

Da teoria à prática, há um trabalho de organização que assegure a implementação das atividades prioritárias definidas.

Que tipo de organização faz sentido para a minha empresa? Como implementar de forma eficiente as atividades definidas?

O modelo a adotar depende de vários fatores, como a dimensão da empresa, a sua estrutura interna e, naturalmente, o compromisso que é definido em termos de atuação. Não é, por isso, obrigatório existirem pessoas dedicadas em exclusividade ao tema. É importante sim, que haja um coordenador dos trabalhos, que detenha uma visão global da implementação, sem prejuízo de existirem responsáveis específicos para a execução, por atividade.

Devem existir
pessoas dedicadas
exclusivamente ao
tema?

CHECKLIST	SUGESTÕES PARA APLICAR NA PRÁTICA
✓ Definir que tipo de organização interna faz sentido para a empresa	✓ Definição de um coordenador interno do plano de atividades. Análise pelo coordenador do plano, que propõe a estrutura de pessoas para a sua concretização, junto do mais alto responsável/ <i>sponsor</i> interno do projeto (ex. CEO, gestor, administrador).
✓ Formar e preparar um grupo de colaboradores	✓ Preparação do grupo de colaboradores responsáveis pela implementação do plano de atividades, através da disponibilização de ferramentas de trabalho, formação específica ou geral sobre o tema que será trabalhado, entre outras necessárias entretanto identificadas pelo coordenador.

3.3. Envolver e comunicar

A comunicação e o envolvimento dos colaboradores e de outras partes interessadas consideradas mais relevantes para a implementação do plano de atividades, como a comunidade, os fornecedores ou os clientes, são etapas fundamentais para o processo.

Como informar sobre as atividades? Como saber que iniciativas são interessantes partilhar e qual o melhor formato para o fazer? Como manter envolvidas as partes interessadas?

Numa fase inicial, é essencial para as empresas fazerem um levantamento das suas práticas para avaliar uma possível revisão da sua atuação, antes de optarem por estruturas formais de *reporting*. A partilha de práticas, qualquer que seja a estratégia usada, deve decorrer de uma abordagem de atuação e ser coerente com essa abordagem.

Utilizar os suportes de comunicação da empresa, brochura, *site*, documentos internos, apresentações para clientes, entre outros, para introduzir informação sobre as práticas da empresa em matéria de sustentabilidade. É importante contar uma boa história, com identificação do “problema” ou desafio, a solução encontrada e os números para demonstrar os resultados e o impacto, sempre que possível. Um relatório de sustentabilidade é um documento agregador de informação por excelência, que tem no processo da sua elaboração a virtude de sistematizar a forma como as empresas dispõem e percebem as suas práticas. Contudo, pode não ser, dependendo da cultura da empresa, da sua dimensão e compromissos, o formato mais adequado.

Como partilhar práticas de responsabilidade social?

CHECKLIST	SUGESTÕES PARA APLICAR NA PRÁTICA
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir um plano de comunicação, diálogo e envolvimento das partes interessadas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Envolvimento de colegas da comunicação para definir um plano que acompanhe as atividades previstas. Em alguns casos, será uma questão de informação antes da sua realização, noutros será uma informação de resultados. A definição destas ferramentas deve também considerar as diferenças entre a comunicação <i>business to business</i> ou <i>business to consumer</i>.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Criar ferramentas de partilha de práticas e/ou adaptar as existentes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Análise da cultura de comunicação da empresa e do plano previsto para definir os formatos adequados. Em muitos casos, adaptar as ferramentas de comunicação e envolvimento das empresas faz todo o sentido, como <i>newsletters</i> para clientes, informação periódica dirigida aos colaboradores, entre outros. Noutros casos, pode valer a pena destacar claramente a comunicação e criar novos formatos.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Escolher a informação que se quer partilhar 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Compreensão do que as pessoas querem saber sobre as práticas da empresa. Contar histórias muito longas pode fazer perder o interesse. As pessoas tendem a apreender melhor e a acompanhar mensagens curtas, que mobilizem para a ação e que mostrem resultados práticos.

- ✓ Definir ações de mobilização dos colaboradores para o tema

- ✓ Realização de iniciativas simples, que mobilizem os colaboradores, coloquem as temáticas na ordem do dia e demonstrem que o seu contributo é importante. A título de exemplo, tertúlias temáticas, concursos, grupos de trabalho, ações com as famílias dos colaboradores, entre outros.

3.4. Monitorizar

Assumir um compromisso com um plano de atividades, independentemente da sua dimensão, vai muito além da sua implementação. É um compromisso de médio-longo prazo com o tema, que implica uma monitorização contínua de resultados, indicadores e tendências.

Que informação deve ser monitorizada? Como organizar essa monitorização? É possível monitorizar de forma simples e rápida? Que indicadores já estão disponíveis e são recolhidos pela empresa, que possam ser analisados nesta perspetiva?

Mais do que definir que é importante monitorizar cinco ou dez indicadores, é importante perceber porque razão o queremos fazer e alinhar as pessoas que vão colaborar nesse trabalho. A definição do que se pretende monitorizar deve ser feita *à priori*, bem como os seus responsáveis e os momentos de recolha de informação. A informação deve ir ao encontro do plano de atividades definido e dos indicadores identificados como fundamentais para cada área de atuação. As empresas que têm já implementados sistemas de gestão de qualidade, ambientais, responsabilidade social ou outros terão este trabalho simplificado, na medida em que alguns processos já estão integrados na empresa e alguns indicadores já estarão a ser recolhidos.

Quantos indicadores devem, em média, ser monitorizados?

CHECKLIST	SUGESTÕES PARA APLICAR NA PRÁTICA
✓ Construir um plano base com descrição de ações, recursos, orçamento e indicadores	✓ Definição antes do início da implementação do que se pretende recolher, de quem o fará e em que momentos. Esta definição deve ser feita com o envolvimento dos responsáveis pela implementação do plano.
✓ Informar todos os colaboradores sobre os principais resultados	✓ Independentemente da comunicação mais institucional que possa ser feita, os colaboradores devem ser informados de forma periódica do curso das atividades e dos resultados.
✓ Definir procedimento de monitorização	✓ Criação/sistematização de ferramentas para monitorização das ações, recursos, orçamentos e indicadores.
✓ Monitorizar e analisar o desempenho	✓ Em função do procedimento definido, a informação recolhida deve ser analisada e deve contribuir para a avaliação e a tomada de decisões futuras sobre as próximas atividades. A título de exemplo, podem ser incrementadas iniciativas cujo resultado é muito satisfatório ou, por outro lado, podem ser abandonadas ou reformuladas iniciativas cujo resultado não é o esperado. A recolha de informação só faz sentido se o coordenador tomar a iniciativa de promover esta análise interna.

Guia Responsabilidade Social nas PME

Atitude work in progress

Fazer este caminho implica assumir que o trabalho nunca está concluído e que os novos desafios, tendências e necessidades devem contribuir todos os dias para uma melhoria contínua do desempenho das empresas. Só desta forma as oportunidades serão identificadas e a responsabilidade social se transforma efetivamente numa mais-valia para o negócio.

3.5. Flash de iniciativas

Porque há muitos bons exemplos, estas páginas dedicam-se a partilhar algumas iniciativas diversas que marcam o compromisso das PME com a responsabilidade social.

“NA TECNIFAR CRIAMOS FÓRMULAS PARA A VIDA”

António Chaves Costa, CEO da Tecnifar, em grande plano.

A Tecnifar é uma empresa que encara o mercado farmacêutico de forma diferente: criou uma visão única, a Tecnifar-vi-vida. É desta forma que a marca trabalha a sua aplicação, através de peças ativas na melhoria da qualidade de vida da população, buscando uma forma contínua de conhecimento e o desenvolvimento de soluções inovadoras nas diferentes áreas de atuação. O universo empresarial começa, cada vez mais, a apoiar fortemente na componente da responsabilidade social. A Tecnifar é também o paradigma disso mesmo, apoiando em diferentes áreas no âmbito da intervenção social, que têm como desiderato prioritário a promoção e o fortalecimento das relações sociais no seio da empresa, fomentando esse estado de espírito para iniciativas de natureza social e causas sociais meritórias. António Chaves Costa, CEO da Tecnifar, abordou diversos temas ao longo da conversa com a revista *A Vida*, tendo partilhado que esta não é uma marca qualquer. A sua originalidade e essência assenta, acima de tudo, no fazer bem aos outros e ao meio ambiente.

“Temos como objetivo crescer e fazer face aos atuais constrangimentos”

António Chaves Costa, CEO da empresa, recorda um pouco da sua história e fala dos seus objetivos, que passam sobretudo pelo crescimento e a sustentabilidade.

António Chaves Costa, CEO da empresa, recorda um pouco da sua história e fala dos seus objetivos, que passam sobretudo pelo crescimento e a sustentabilidade.

A Alvo no Out of Office Day

26-02-2013

“E você, onde vai trabalhar hoje?”

A Alvo (www.alvo.com) aderiu ao Out of Office Day, uma iniciativa que se irá realizar pela primeira vez em Portugal no próximo dia 7 de Março e que pretende incentivar os colaboradores das empresas participantes a trabalhar, durante um dia, num outro local que não seja o escritório.

O objetivo desta iniciativa é trazer o tema da produtividade em Portugal para a ordem do dia e chamar a atenção para os benefícios da flexibilidade no trabalho, na qualidade de vida, bem-estar emocional, impacto ambiental e económico e para a produtividade dos colaboradores das empresas.

“A Alvo decidiu aderir a esta iniciativa porque se enquadra perfeitamente na cultura da empresa. Sempre foi uma preocupação nossa dotar os colaboradores de todas as ferramentas tecnológicas que permitam trabalhar a partir de qualquer lugar, pois acreditamos que é mais importante trabalhar por objetivos e que esta postura torna as pessoas mais felizes e mais produtivas”, refere Silvia Carvalho, Diretora de Marketing e Comunicação da Alvo. “Aliás, acreditamos tanto nisto que também propomos este modelo de trabalho aos nossos Clientes e temos já uma vasta experiência no desenvolvimento de soluções de mobilidade e colaboração”, conclui.

O Out of Office Day é uma iniciativa promovida pela Microsoft e conta atualmente com cerca de 50 empresas aderentes. Para mais informações, consulte facebook.com/outofficeday.

alvo

Software: Primeira Microsoft, Corrente e Alvo. Infraestrutura: Sistemas locais ou partilhados na Cloud. Serviços: Suporte, consulto, desenvolvimento.

Alvo apoia Earth Hour 2011 para incentivar modo de vida mais sustentável

Alvo apoia Earth Hour 2011 para incentivar modo de vida mais sustentável

Durante esta semana, a Alvo vai distribuir 600 velas, para demonstrar o seu apoio a Earth Hour, uma iniciativa que alerta para o aquecimento global e que irá ocorrer no próximo dia 26 de Março.

24-03-2011

A Alvo (www.alvo.com), sendo uma empresa com uma forte cultura de responsabilidade social, não fica indiferente à questão de proteção do meio ambiente. Neste sentido, procurando suportar iniciativas que elevem a consciência de todos para os problemas que afetam o futuro do nosso planeta, a Alvo decidiu apoiar a Earth Hour 2011.

Durante a Earth Hour, que irá ocorrer no próximo dia 26 de Março entre as 20:30 e as 21:30, cidades e cidadãos de todo o mundo são convidados a mostrar o seu compromisso com o aquecimento global e reduzir a sua fatura energética ao apagar as luzes durante uma hora. A Alvo, num gesto simbólico, mostra o seu apoio a esta causa através da distribuição de 600 velas.

“A alteração climática é um problema de todos, pois acarreta enormes perigos para o nosso planeta. A Earth Hour é um ato que simboliza a eficiência e o uso de todos os recursos com inteligência, responsabilidade e de forma sustentável. A Alvo, com a oferta simbólica de velas para os amigos das atenções climáticas. Num período de uma hora do último sábado de Março de cada ano, governos, empresas e a população de todo o mundo são convidados a apagar as luzes para demonstrar a sua preocupação com o aquecimento global”.



Guia Responsabilidade Social nas PME

alvo Software Primavera, Microsoft Dynamics & Alvo Infraestrutura Sistemas locais ou partilhados na Cloud Serviços Suporte, consultoria e desenvolvimento

Home / Empresa / Media e Eventos / Arquivo / Alvo faz voluntariado com Clientes

Alvo faz voluntariado com Clientes
 No mês em que se celebra o Dia Mundial do Ambiente, a Alvo convida os seus Clientes para um evento de voluntariado corporativo
 05-06-2014



A Alvo (www.alvo.com), empresa tecnológica nacional líder na implementação de soluções inovadoras de software de gestão para PME, vai realizar um evento de voluntariado corporativo com objetivos ambientais no próximo dia 17 de Junho e convida todos os seus Clientes a juntarem-se a esta iniciativa.

Foi selecionada uma ação em prol da proteção da natureza como forma de comemorar o Dia Mundial do Ambiente que se celebra este mês, no dia 5 de Junho. Este evento terá lugar na Tapada de Monsanto, onde os participantes irão construir caixas-ninho de forma a disponibilizar locais de nidificação para algumas aves da Serra de Sintra, tais como o Chapim, a Camiça e a Trepadeira.

alvo Software Primavera, Microsoft Dynamics & Alvo Infraestrutura Sistemas locais ou partilhados na Cloud Serviços Suporte, consultoria e desenvolvimento

Home / Empresa / Media e Eventos / Arquivo / Alvo promove doação de sangue

Alvo promove doação de sangue
 Alvo realiza uma sessão de doação de sangue nas suas instalações, no próximo dia 15 de Julho
 11-07-2014



A Alvo (www.alvo.com), empresa tecnológica nacional líder na implementação de soluções inovadoras de software de gestão para PME, vai realizar uma iniciativa em parceria com o Instituto Português do Sangue no próximo dia 15 de Julho, integrada na sua política de responsabilidade social.

Esta iniciativa, que irá decorrer entre as 8:00 e as 13:00, vai consistir numa sessão de doação de sangue e de registo como dador de medula óssea e terá lugar nas instalações de Alvo, em Lisboa.

"Temos conhecimento que não há mais doadores de sangue, não por falta de vontade, mas por falta de disponibilidade. Quando existem sessões perto do local de trabalho, a adesão à doação de sangue tem níveis muito superiores. Neste sentido, é com muito gosto que vamos colaborar mais uma vez com o Instituto Português do Sangue e disponibilizar as nossas instalações", refere Sílvia Carvalho, Dir. Marketing e Comunicação da Alvo.

A Alvo vai envolver nesta iniciativa não só os próprios colaboradores, mas também toda a comunidade, pelo que a participação é aberta a todos. Se gostaria de doar sangue ou registar-se como dador de medula óssea, contacte a Alvo através do número gratuito 800 789 789 ou marketing@alvo.com para realizar a sua inscrição.

alvo Software Primavera, Microsoft Dynamics & Alvo Infraestrutura Sistemas locais ou partilhados na Cloud Serviços Suporte, consultoria e desenvolvimento

Home / Empresa / Media e Eventos / Arquivo / ExpoSIS anuncia resultados da campanha de apoio à Unicef

ExpoSIS anuncia resultados da campanha de apoio à Unicef
 A ExpoSIS anuncia os resultados da campanha de apoio à Unicef realizada junto dos utilizadores do website da empresa.
 01-03-2006

O resultado da campanha esteve dependente do número de novos utilizadores registados durante o mês de Dezembro no website da ExpoSIS. Para o seu sucesso foi determinante o envolvimento dos utilizadores já registados, uma vez que estes tiveram a possibilidade de convidar outras pessoas a registarem-se gratuitamente e participarem nesta iniciativa.

Segundo a Unicef, os resultados obtidos nesta campanha poderão, a título de exemplo, ser utilizados para fornecer postos de saúde ambulatórios para duas aldeias.

Durante o ano de 2005, a ação social da ExpoSIS estendeu-se a outras instituições de solidariedade portuguesas, como a Associação para o Bem-Estar Infantil, a Comunidade Vida e Paz, o Associação Católica Amadora, Associação de Integração da Pessoa Deficiente e a Casa do Artista. Estas instituições utilizaram gratuitamente os serviços de consultoria e suporte técnico da ExpoSIS.

A propósito destas iniciativas, Carlos Couto, diretor-geral da ExpoSIS, afirmou: "O sucesso do nosso negócio não se limita apenas à performance financeira. Sabemos que precisamos de conquistar os nossos clientes e Colaboradores e a confiança da comunidade. Registámos melhorias na nossa performance social mas estamos conscientes que enfrentamos muitos desafios para o futuro".

A ExpoSIS continua determinada em assumir o seu papel de responsabilidade social, considerando que tal é crucial para o seu desempenho empresarial e para o sucesso no futuro.

Resiquímica Newsletter
 Romina Quirino, S.A.

13 — Março 2013

RESPONSABILIDADE SOCIAL

- No 4º trimestre de 2012 a Resiquímica continuou a consolidar o seu projeto de Responsabilidade Social. De salientar, a adesão à Rede Social do Concelho de Sintra. A Resiquímica é a primeira empresa do concelho integrada nesta estrutura, o que lhe vai permitir conhecer mais de perto as necessidades locais e assim melhor direcionar as suas intervenções. Com esta adesão assumimos também o compromisso de incentivar outras empresas do concelho a participar na Rede.
- Mais uma vez tivemos a nossa Árvore de Natal Solidária. Os colaboradores da Resiquímica adquiriram este ano presentes de Natal para crianças da Casa de Sant'Ana, Diakonia – Casal de São José e Associação Islâmica da Tapada das Mercês. Mantivemos o apoio escolar e as atividades a favor do meio ambiente.
- Em breve voltaremos ao vosso contacto para apresentar o balanço das atividades que durante o ano 2012 mantivemos em prol da comunidade envolvente.



ATÉ SEVE

CEA EM BLOGUE

CECS encerra semana com Jogos Ambientais no CEA
 O 11.º aniversário da Associação de Empresas do Concelho de Sintra (CEA) foi comemorado no âmbito de uma semana dedicada ao ambiente, com a realização de jogos ambientais no Centro de Educação Ambiental (CEA) da Tapada das Mercês.

Esposende Ambiente

Você está aqui: Esposende Ambiente mantém quádrupla certificação

Esposende Ambiente mantém quádrupla certificação
 A Esposende Ambiente foi a primeira empresa portuguesa a obter a certificação ISO 14001 em 2004, sendo a primeira empresa portuguesa a obter a certificação ISO 26000 em 2010. Atualmente, a Esposende Ambiente mantém a sua certificação ISO 9001, ISO 14001, ISO 26000 e a sua certificação de Qualidade Ambiental (QA).

NOTA INFORMATIVA
 Responder a milhões de clientes nos mais exigentes, a Esposende Ambiente, através da sua equipa de cerca de 115 colaboradores, deu provas do rigor que é característica do profissionalismo que possui em cada tarefa e, sobretudo, de elevada ética e honestidade em fazer a empresa crescer sustentavelmente.

Comprometida em fazer a vida uma gestão simples e equilibrada de recursos, a Esposende Ambiente garante uma resposta rápida, eficaz e eficiente aos seus clientes, promovendo o respeito pelo ambiente, a segurança e a saúde nos locais de trabalho e o bem-estar aos familiares do conselho e aos seus visitantes, após esse os fatores chave para o seu sucesso. Além disso, ao proporcionar a primária da sua Política de Sustentabilidade através dos seus colaboradores, a Esposende Ambiente procura ter um efeito alargado aos seus familiares, aos clientes, aos fornecedores e à comunidade em geral, contribuindo positivamente na sociedade onde se insere.

A manutenção da quádrupla certificação é, por um lado, o reconhecimento de um trabalho meritório à empresa no sentido de desenvolver um sistema sustentável mas, sobretudo, é, ao mesmo tempo, uma motivação para continuar a apostar no crescimento, na criação de novos compromissos e desafios e no bem-estar das pessoas, e manter-se como empresa de referência no setor em que desenvolve a sua atividade.



Guia Responsabilidade Social nas PME



Parceria FundacaoGil

NEYA Lisboa Hotel assina protocolo com a Fundação Gil

O NEYA Lisboa Hotel, representado pela administradora Dra. Yasmin Bhudarally, e a Fundação do Gil, representada pela administradora executiva Dra. Patricia Boura, assinaram um protocolo de cooperação no passado dia 12 de Maio. O protocolo tem por finalidade auxiliar a promoção de actividades e eventos, de forma gratuita, dinamizadas pela Fundação do Gil. Conscientes da actual instabilidade e dificuldades enfrentadas pela nossa comunidade, adoptámos um modelo de gestão sustentável com uma abordagem inovadora na vertente social. No nosso conceito de doação: não nos limitamos a uma entrega financeira, mas a uma entrega de tempo, trabalho e dedicação, canalizando os recursos disponíveis, dentro da nossa estrutura de negócio, para ajudar o próximo. O NEYA Lisboa Hotel colabora com entidades que defendem os mesmos ideais, como a Fundação do Gil.



Green Key

NEYA Lisboa Hotel galardoado com o prémio Green Key 2014

O NEYA Lisboa Hotel, foi distinguido com o Prémio Internacional Green Key 2014. O programa Green Key é um galardão de reconhecimento de Boas Práticas Ambientais, de âmbito internacional da ABAE (Associação Bandeira Azul da Europa) que pretende acolher na sua rede todas as estruturas hoteleiras que se preocupam com um melhor ambiente, e que acreditam que, ter boas práticas ambientais, é um desejo cada vez maior dos seus clientes.

"Toda a nossa actividade é orientada por um modelo de gestão eficiente e por um enorme respeito pelo ambiente e pela sociedade. Trabalhamos diariamente com vista à implementação de práticas eficientes, que contribuem para a diminuição da nossa pegada ecológica, desde a eficiência energética à gestão de resíduos, passando pelas escolhas responsáveis de materiais, equipamentos, consumíveis e fornecedores" refere a administração do NEYA.

O NEYA Lisboa Hotel acredita que o crescimento sustentável passa por uma participação activa na preservação do ambiente e na sociedade, permitindo dessa forma assegurar a sua continuidade no futuro, de uma forma benéfica para o planeta e gerações futuras.



Green Key



Certificado Green Leaders

NEYA LISBOA HOTEL DISTINGUIDO COM O CERTIFICADO GREEN LEADER 2014 - PLATINA

O NEYA Lisboa Hotel foi distinguido com o certificado Green Leaders - Platina, atribuído pelo TripAdvisor, considerado o maior site de viagens do mundo. Com este reconhecimento, atribuído pelo site TripAdvisor, o NEYA Lisboa Hotel passa a fazer parte do Programa Green Leaders - Platina, que divulga estabelecimentos com práticas ecologicamente sustentáveis e ajuda os viajantes a planear viagens mais ecológicas, identificando acomodações amigas do ambiente.



FERRAMENTAS

a) Normas e referenciais⁵

Sistema de Gestão da Responsabilidade Social – SA 8000

A norma SA 8000 (1997) resulta das convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), na Declaração dos Direitos do Homem e na Convenção sobre os Direitos das Crianças das Nações Unidas. Esta norma dedica-se às condições de trabalho e procura garantir que a empresa é eticamente correta no seu ciclo produtivo. Foca-se em nove áreas: trabalho infantil; trabalho forçado; saúde e segurança; liberdade de associação e direito a negociação coletiva; discriminação; práticas disciplinares; horário de trabalho; remuneração e sistemas de gestão.



Saiba mais sobre a SA 8000 em <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>.

Guia de Responsabilidade Social – ISO 26000

A ISO 26000 (2010) surge com vista a clarificar e harmonizar as melhores práticas no âmbito da responsabilidade social empresarial, de forma a contribuir para o desenvolvimento sustentável. A ISO 26000 oferece orientações para a integração de práticas de responsabilidade social em qualquer tipo de empresa. Abrange sete temas: direitos humanos; práticas laborais; ambiente; práticas operacionais justas; consumo; envolvimento e desenvolvimento da comunidade e governação organizacional. A ISO 26000 é uma guia de implementação voluntária, não certificável.



Saiba mais sobre a ISO 26000 em <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>.

Sistema de Gestão de Qualidade – Norma NP EN ISO 9001

A ISO 9001 (2000 e 2008) é uma referência internacional na certificação de sistemas de gestão de qualidade. Esta certificação atesta que a empresa proporciona produtos e serviços que vão ao encontro das expectativas dos clientes e procura de forma consistente a melhoria contínua da sua satisfação. Os princípios de orientam a ISO 9001 são: o foco no cliente; a liderança; o envolvimento das pessoas; a abordagem por processos; o sistema de gestão; a melhoria contínua; a tomada de decisões; as relações com fornecedores. Os requisitos podem ser trabalhados por qualquer empresa.

Sistema de Gestão da Segurança e Saúde no Trabalho – Norma NP 4397

A Norma 4397 (2001 e 2008) pretende apoiar as empresas a alcançar os objetivos de segurança e saúde no trabalho de forma económica, fornecendo-lhes elementos que possam ser integrados com outros requisitos de gestão. Desta forma, as empresas conseguem controlar os riscos inerentes à segurança e saúde do trabalho e melhorar o respetivo desempenho em conformidade com sua política.

⁵ http://europa.eu/youreurope/business/environment/energy-labels/index_pt.htm#portugal_pt_taking-sustainability-further

Sistema de Gestão Ambiental – Normal NP EN ISO 14001

Com o objetivo de promover um desempenho ambiental eficiente por parte das empresas, a ISO 14001 (2004 e 2012) orienta a criação e implementação de ferramentas de gestão que visem a identificação e minimização dos impactos ambientais, prevenção da poluição e melhoria contínua. Através da implementação de boas práticas de gestão, as empresas melhoram o seu desempenho ambiental e demonstram às partes interessadas o seu compromisso com as questões ambientais.

Sistema de Gestão da Responsabilidade Social – Norma NP 4469

A norma portuguesa NP 4469 (2008 e 2010) surge no contexto da ISO26000, para garantir que as empresas têm instrumentos que apoiam a definição e implementação da responsabilidade social, adaptadas às características locais. Esta norma assegura também que as empresas têm forma de certificar, reconhecer e valorizar as suas práticas sustentáveis pelas partes interessadas.



As entidades certificadoras de Sistemas de Gestão da Responsabilidade Social são: APCER, Bureau Veritas, Empresa Internacional de Certificação (EIC), LUSANOR, SGS, TUV Rheinland Portugal e LRQA.

Saiba mais sobre as normas NP EN ISO 9001, NP 4397, NP EN ISO 14001 e NP 4469 em www.ipq.pt.

Rótulo Ecológico Europeu

O Rótulo Ecológico Europeu ou Ecolabel (1992) é reconhecido na Europa como uma prática ambiental voluntária para empresas que promovem produtos ou serviços de baixo impacto ecológico. O Ecolabel analisa o impacto ambiental ao longo do ciclo de vida dos produtos ou serviços, desde a extração de matérias-primas à valorização de resíduos. Em Portugal, o Rótulo Ecológico Europeu é regulado pela Direção-Geral das Atividades Económicas.



Saiba mais sobre Rótulo Ecológico Europeu em http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm.

Global Compact

O Global Compact (2004) é uma iniciativa da Organização das Nações Unidas para estimular as empresas a adotar políticas de responsabilidade social corporativa e sustentabilidade. Pretende-se promover um diálogo entre empresas, organizações das Nações Unidas, sindicatos, organizações não-governamentais e outros parceiros, para o desenvolvimento de um mercado global mais inclusivo e sustentável.



Saiba mais sobre o Global Compact: www.unglobalcompact.org.

Global Reporting Initiative (GRI)

O GRI (1997) promove a elaboração de relatórios de sustentabilidade que pode ser adotada por todas as organizações. A GRI produz uma estrutura para relatórios de sustentabilidade que proporciona às empresas maior transparência organizacional. Esta estrutura, incluindo as diretrizes para a elaboração de relatórios, estabelece os princípios e indicadores que as organizações podem usar para medir e comunicar seu desempenho económico, ambiental e social.



Saiba mais sobre a Global Reporting Initiative em <https://www.globalreporting.org/>.

O interesse de cada um e a complementaridade da sua utilização dependerá do nível de maturidade, posicionamento e setor de atividade, mas todos os referenciais permitem que a empresa se comprometa com o (s) tema(s), interna e externamente. O interesse será maior, caso as PME estejam na cadeia de valor de clusters industriais pois algumas grandes empresas têm já compromissos em reportar o desempenho dos seus fornecedores. Por exemplo a EDP apoiou, entre 2010 e 2011, nove dos seus fornecedores a elaborarem relatórios de sustentabilidade através do projeto GANTSCh⁶ uma parceria entre a GRI, a EDP e a APQ.

Helena Gonçalves, Professora da Universidade Católica Porto Business School e Presidente da comissão instaladora do Centro de Responsabilidade e Inovação Social da Associação Portuguesa para a Qualidade (APQ)

b) Publicações

Primeiros passos – Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas (GRACE)

Este guia pretende ser uma ferramenta para as pessoas que procuram formas de integrar a responsabilidade social na cultura das suas empresas e das empresas onde trabalham, devendo 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.

Small, Smart and Sustainable: Experiences of SME Reporting in Global Supply Chains

Neste documento são partilhadas as experiências e lições aprendidas durante a implementação de projetos de prestação de contas em sustentabilidade em doze PME em economias emergentes, que por sua vez são fornecedoras de quatro empresas multinacionais europeias.

 Consulte este documento em <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Small-Smart-Sustainable.pdf>

Ready to Report? Introducing sustainability reporting for SMEs

Esta publicação destina-se a PME que se encontrem a avaliar se a prestação de contas em sustentabilidade é uma questão prioritária, fornecendo ferramentas de apoio ao processo de *reporting*. Fornece ainda uma introdução simples aos relatórios de sustentabilidade (usando as Diretrizes da GRI G4), com o objetivo de apoiar as PME a dar os primeiros pequenos passos nesta matéria.

 Consulte este guia em <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Ready-to-Report-SME-booklet-online.pdf>

⁶ GANTSCh: Global Action Network for Transparency in the Supply Chain

Outras publicações GRACE:

Olhar para o Futuro – Uma Nova Reflexão sobre Responsabilidade Social Corporativa

Guia para a Promoção do Envelhecimento Ativo e da Solidariedade entre Gerações no Contexto Empresarial

Economia Verde 2020 – Desafios e Oportunidades para as Empresas

As organizações, a diversidade e a inclusão

As empresas pela educação

Como implementar projetos de voluntariado empresarial

As empresas e os objetivos de desenvolvimento do milénio

A integração de pessoas com deficiência nas empresas



Tenha acesso à informação sobre os Guias GRACE em <http://www.grace.pt/publicacoes>

c) Sugestões de instrumentos

QUESTIONÁRIO DE AUTODIAGNÓSTICO⁷

Este questionário de autodiagnóstico tem como objetivo sensibilizar os dirigentes de PME para algumas práticas de responsabilidade social, fomentando assim uma reflexão sobre os esforços, atuais ou potenciais, desenvolvidos pela sua empresa.

Não se pretende com este instrumento esgotar todas as componentes possíveis da implementação da responsabilidade social nas empresas, avaliar o seu desempenho ou especificar particularidades do setor de atividade⁸.

Para uma verificação das práticas de responsabilidade social mais aprofundada consulte a “Lista de Verificação de Responsabilidade Social” documento “Primeiros Passos – Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas” elaborado pelo GRACE.

O questionário divide-se em cinco áreas de responsabilidade, sendo abordadas em cada uma das áreas os diversos temas que devem ser considerados pelas empresas:

- A. Responsabilidade na Gestão
- B. Responsabilidade pelos Colaboradores
- C. Responsabilidade na Cadeia de Valor
- D. Responsabilidade pela Comunidade
- E. Responsabilidade pelo Ambiente

⁷ Questionário adaptado de 37 Empresas Responsáveis – Questionário de Sensibilização, Comissão Europeia Direção-Geral Empresa e de “Estado da Arte” das Práticas de Desenvolvimento Sustentável em PME, AEP – Associação Empresarial de Portugal.

⁸ Consulte o questionário da ISO 26000 em <http://test4.net/iso26000/r.jsp?l=qb&ca=Lsks85bX2c>.



A. Responsabilidade na Gestão

1. A empresa tem na base da sua estratégia princípios de transparência e ética, apresentados e partilhados de forma clara?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
2. A empresa tem definida a sua missão, visão, os seus valores, princípios éticos e regras de conduta numa Carta de Princípios ou Código de Ética?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
3. A empresa tem os seus valores e compromissos éticos disponíveis publicamente?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
4. A empresa já fez uma identificação das suas partes interessadas?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
5. A empresa tem ferramentas de comunicação, diálogo e envolvimento com as partes interessadas?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
6. A empresa avalia e monitoriza a satisfação das partes interessadas?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
7. A empresa partilha informação sobre as suas práticas e indicadores económicos, sociais e ambientais, por exemplo, através de brochuras, comunicação *online*, relatórios ou outros?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
8. A empresa recolhe indicadores qualitativos relativos ao desempenho da sustentabilidade?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
9. A empresa recolhe indicadores quantitativos relativos ao desempenho da sustentabilidade?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
10. A empresa analisa os indicadores recolhidos e utiliza-os como apoio à tomada de decisão?
 Sim Não Não sei / Não se aplica



B. Responsabilidade pelos Colaboradores

1. A empresa tem políticas ou medidas de promoção de igualdade de oportunidades e de não-discriminação?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

2. A empresa tem políticas ou medidas de promoção da conciliação da vida familiar e profissional (ex. horários flexíveis e trabalho à distância)?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

3. A empresa tem planos de saúde, segurança ou apoio social?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

4. A empresa define um plano anual de formação dos seus colaboradores?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

5. A empresa tem práticas de integração de novos colaboradores?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

6. A empresa tem procedimentos de avaliação de desempenho e gestão de carreiras dos seus colaboradores?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

7. A empresa promove o diálogo social com sindicatos ou representantes dos colaboradores?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

8. A empresa tem procedimentos de prevenção de acidentes de trabalho e doenças profissionais?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

9. A empresa desenvolve iniciativas de promoção da coesão e motivação internas (ex. voluntariado empresarial, ações de *teambuilding*, eventos internos)?

 Sim Não Não sei / Não se aplica

10. A empresa tem mecanismos para avaliar e monitorizar a satisfação dos colaboradores?

 Sim Não Não sei / Não se aplica



C. Responsabilidade na Cadeia de Valor

1. A empresa considera na seleção dos seus fornecedores as suas práticas de sustentabilidade (ex. comércio justo, direitos humanos, condições dignas de trabalho)?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
2. A empresa avalia os seus fornecedores de acordo com as suas práticas de sustentabilidade? (ex. comércio justo, direitos humanos, condições dignas de trabalho)?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
3. A empresa incentiva os seus fornecedores a serem responsáveis socialmente, através de ferramentas e formação?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
4. A empresa avalia e monitoriza a satisfação dos seus fornecedores?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
5. A empresa tem mecanismos para compreender as expectativas e necessidades dos seus clientes?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
6. A empresa avalia e monitoriza a satisfação dos seus clientes?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
7. A empresa tem mecanismos de registo e tratamento de reclamações?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
8. A empresa utiliza as reclamações para melhorar a sua atividade?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
9. A empresa tem políticas de garantia de qualidade e honestidade nos seus contratos e negócios?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
10. A empresa tem códigos ou princípios sobre a clareza da informação a disponibilizar sobre os seus produtos e serviços?
 Sim Não Não sei / Não se aplica



D. Responsabilidade pela Comunidade

1. A empresa já fez uma análise dos seus impactos na comunidade local?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
2. A empresa tem fornecedores locais?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
3. A empresa tem mecanismos para identificar as necessidades da comunidade local?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
4. A empresa tem definidas as suas prioridades na atuação com a comunidade local?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
5. A empresa incentiva os seus colaboradores a participarem em atividades de voluntariado empresarial?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
6. A empresa apoia a comunidade através de donativos e/ou patrocínios?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
7. A empresa apoia a comunidade através de doações de produto, cedência de instalações, formação ou outros meios?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
8. A empresa tem critérios para avaliar os pedidos de apoio que recebe da comunidade?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
9. A empresa desenvolve projetos sociais próprios?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
10. A empresa avalia o impacto social dos projetos em que está envolvido?
 Sim Não Não sei / Não se aplica



E. Responsabilidade pelo Ambiente

1. A empresa tem procedimentos de redução de energia?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
2. A empresa tem procedimentos de redução, reutilização e reciclagem de resíduos?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
3. A empresa tem procedimentos de redução da poluição?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
4. A empresa tem procedimento de redução de água?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
5. A empresa promove a utilização de energias mais limpas?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
6. A empresa tem preocupações na escolha de transporte sustentável?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
7. A empresa contabiliza as suas emissões de Gases com Efeito de Estufa (GEE)?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
8. A empresa disponibiliza informação ambiental sobre os seus produtos e serviços?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
9. A empresa desenvolve iniciativas para sensibilizar e formar os colaboradores para as questões ambientais e para o consumo eficiente de recursos?
 Sim Não Não sei / Não se aplica
10. A empresa desenvolve iniciativas para sensibilizar os seus fornecedores e/ou clientes para as questões ambientais?
 Sim Não Não sei / Não se aplica

Guia Responsabilidade Social nas PME

PLANO DE ATIVIDADES | Sugestão de estrutura

O objetivo deste instrumento é sugerir uma estrutura de plano de atividades, dividido em 6 áreas⁹:

- Ligação às áreas de atuação
- Indicadores
- Ação
- Investimento na ação
- Avaliação da ação
- Continuidade

ÁREA	ASPETO	DESCRIÇÃO
<i>Ligação às áreas de atuação</i>	Área de atuação	✓ Identifica o eixo de atuação em causa
	Tema	✓ Identifica o propósito, de acordo com os compromissos de sustentabilidade traçados
<i>Indicadores</i>	Seleção indicadores chave do tema	✓ Identifica os indicadores qualitativos/quantitativos a recolher e analisar
<i>Ação</i>	Designação e objetivo da ação	✓ Identifica o(s) objetivo(s) da ação; o que pretende mudar; o impacto que pretende ter; onde pretende atuar
	Descrição da ação	✓ Identifica quem, quando, onde, o quê
	<i>Stakeholders</i> a que se destina	✓ Identifica a quem é dirigida a ação
	Parceiros a envolver	✓ Identifica os parceiros que se pretende desafiar para a ação
	Implementação	✓ Equipa(s), pessoa(s) e/ou empresa(s) de apoio à implementação
	Cronograma	✓ Identifica as datas chave de preparação, realização e avaliação da ação
	Orçamento	✓ Define o orçamento previsto para a ação (€ e horas homem (hh))
	Comunicação	✓ Identifica a comunicação associada à ação
<i>Investimento na ação</i>	Previsto	✓ Identifica a previsão de investimento previsto para a realização da ação em termos de valor (€) e ocupação de recursos humanos (hh)
	Real	✓ Identifica o investimento real da realização da ação, em termos de valor (€) e ocupação de recursos humanos (hh)
<i>Avaliação da ação</i>	Indicadores de sucesso	✓ Identifica os indicadores que se pretendem avaliar para definir o sucesso da ação
	Resultados	✓ Identifica os resultados da avaliação dos indicadores definidos no início da ação
<i>Continuidade</i>	Continuidade	✓ Identifica a continuidade proposta pelo coordenador

⁹ De referir que os campos não são necessariamente todos aplicáveis, devendo haver uma adaptação à realidade de cada empresa.



MENSAGEM DE PAULA GUIMARÃES, PRESIDENTE DO GRACE

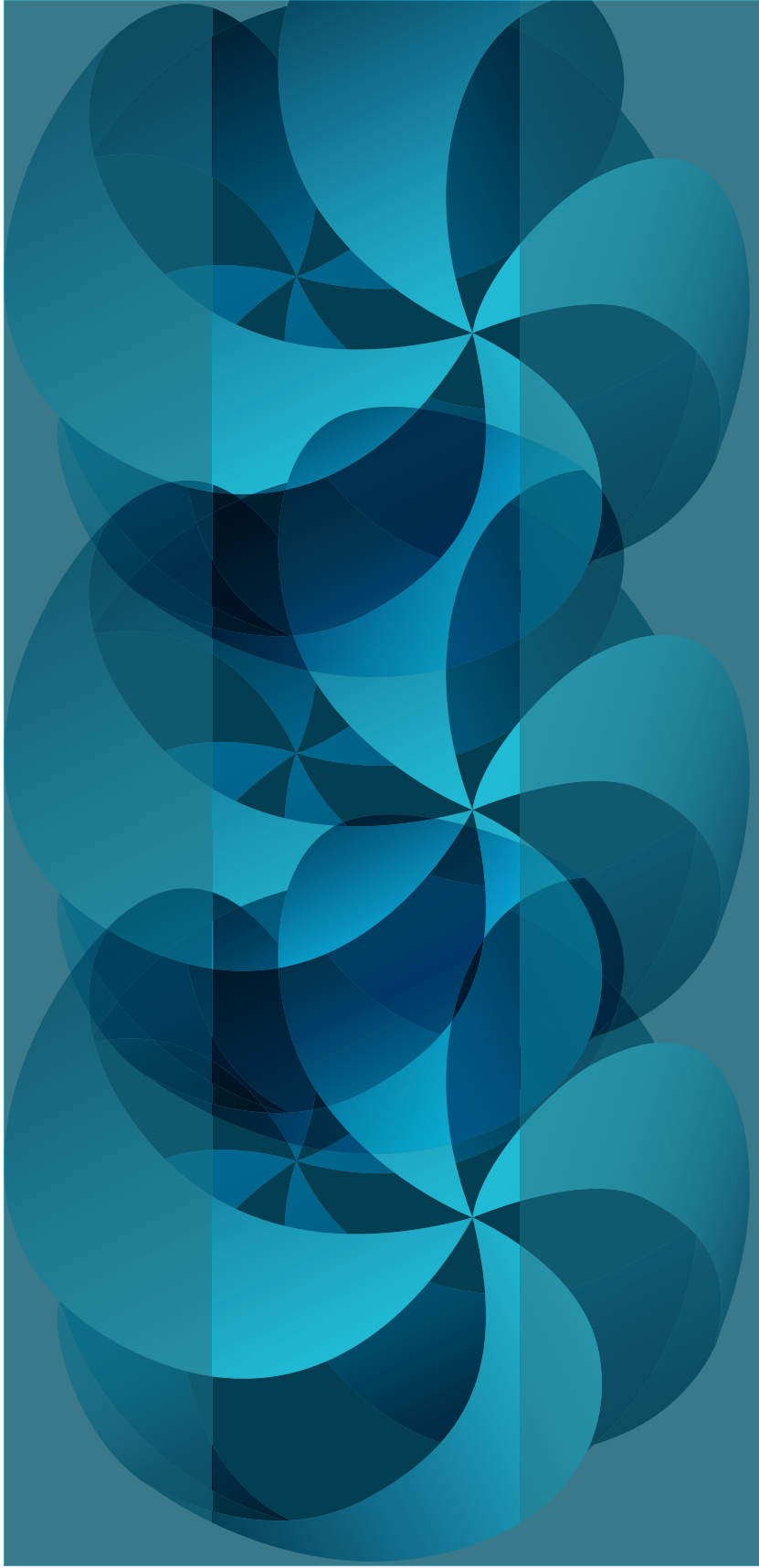
Na senda das publicações anteriores e que constituem já uma tradição do GRACE, o presente Guia de Responsabilidade Social para as PME é mais um marco da reflexão que promovemos a partir da experiência das empresas associadas.

Corolário de um trabalho conjunto de partilha de preocupações e de boas práticas o documento reconhece a potencialidade deste setor como promotor e implementador de boas práticas de responsabilidade corporativa.

As recomendações e os exemplos que este guia contém desfazem, de forma clara, a ideia de que estas preocupações são exclusivas das grandes empresas e abrem novos horizontes e perspetivas.

Graças à generosidade das empresas envolvidas que partilharam as suas aquisições neste domínio, foi possível apontar caminhos viáveis e estimular o seu alastramento.

A grande mensagem é que a todos os níveis e com os recursos disponíveis, cada empresa e cada empresário podem fazer a diferença, alterando procedimentos, abrindo novos caminhos e contribuindo para um futuro mais sustentável.



grace