

GUIA DE BOAS PRÁTICAS

DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



Projecto
PME Social
Energia, Ambiente e Responsabilidade Social

AIDA

ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL DO DISTRITO DE AVEIRO



Associação Nacional das
Empresas Metalúrgicas e Electromecânicas

apee

Associação Portuguesa de Ética Empresarial



CITAÇÕES

Este Guia de Boas Práticas de Responsabilidade Social é um produto do Projecto PME Social, pelo que as referências ao mesmo deverão ser efectuadas mencionando o nome do projecto e os seus promotores: "Guia de Boas Práticas de Responsabilidade Social (2011), Projecto PME Social promovido em parceria pela AIDA - Associação Industrial de Aveiro, APEE - Associação Portuguesa de Ética Empresarial e ANEMM - Associação Nacional das Empresas Metalúrgicas e Electromecânicas. Projecto financiando pelo COMPETE."

ACESSO

Este Guia de Boas Práticas de Responsabilidade Social pode ser acedido através do website da APEE - Associação Portuguesa de Ética Empresarial em www.apee.pt

EDIÇÃO DEZEMBRO DE 2011



GUIA DE BOAS PRÁTICAS

DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



introdução 07pág

metodologia 15pág

etapa 1 - visita à empresa participante

etapa 2 - aplicação do questionário

etapa 3 - validação das respostas ao
questionário

etapa 4 - relatório e plano de acção

objectivos 11pág

conclusões 51pág



estudos de caso 19pág

identificação das empresas,

síntese do diagnóstico e acções a desenvolver 19pág

- Aroso & Associados - Gestão e Engenharia
- Centralbox, Distribuição e Logística de Vestuário
- CR Oral - António Domingos - Medicina Dentária
- Diário do Sul - Piçarra Distribuição de Jornais
- Elis - SPAST Sociedade Portuguesa de Aluguer e Serviço de Têxteis
- HFA - Henrique, Fernando & Alves
- Ilimitados na Consultoria
- Inforlândia, Sistema e Serviços de Informática
- Motofil Robotics
- Ubiwhere

promoção da responsabilidade social 41pág

- principais acções desenvolvidas com as empresas

anexos 55pág

glossário

apresentação
dos promotores do projecto



INTRO DU ÇÃO



O Guia de Boas Práticas de Responsabilidade Social é um produto que resulta do projecto PME Social e tem como objectivos disseminar as boas práticas implementadas nas empresas que aderiram ao projecto, ao mesmo tempo que incentiva e orienta outras empresas a seguir o mesmo caminho.

O **PME Social** é um projecto que resulta de uma parceria entre a AIDA - Associação Industrial de Aveiro, a APEE - Associação Portuguesa de Ética Empresarial e a ANEMM - Associação Nacional de Empresas Metalúrgicas e Electromecânicas, tendo envolvido 30 empresas das regiões Norte, Centro e Alentejo.

O PME Social teve como objectivos sensibilizar e incentivar pequenas e médias empresas a

assumirem uma postura social, ambiental e energética mais responsável, concorrendo, deste modo, para a melhoria da competitividade das regiões em que se inserem.

As práticas de Responsabilidade Social que constam deste Guia de Boas Práticas permitem conhecer casos práticos de implementação em diversos sectores de actividade e regiões, constituindo assim um testemunho e um instrumento de trabalho para outras empresas que visem a implementação de Programas de Responsabilidade Social.

Apresentamos os nossos agradecimentos pela participação e contributo a todos os representantes das empresas que aderiram ao projecto PME Social.



OB JE CTI VOS



Os objectivos associados ao Guia de Boas Práticas de Responsabilidade Social estão alinhados com os objectivos gerais e específicos do projecto, sendo que o principal é o incentivo à integração da Responsabilidade Social nos objectivos e estratégia de gestão das PME portuguesas. A incorporação desta nova filosofia é uma tendência e já uma realidade em muitas empresas que operam no mercado internacional, e com o tempo tornar-se-á numa exigência para as pequenas e médias empresas portuguesas.

Através deste Guia de Boas Práticas de Responsabilidade Social procuramos levar as empresas a:

- Reflectir sobre o novo contexto e as novas exigências que rodeiam as empresas e as vantagens de adoptar medidas e estratégias de actuação mais eficientes e sustentáveis;
- Repensar a sua actual gestão de recursos, no sentido de levar a em-

presa a alcançar uma gestão mais eficiente em termos energéticos, ambientais e sociais;

- Realizar um levantamento das suas partes interessadas e principais aspectos de responsabilidade social que causam impactes na sociedade e no ambiente;
- Implementar programas internos de redução dos impactes negativos que se traduzem sempre na obtenção de maiores níveis de produtividade interna, racionalização de custos e contribuição efectiva para uma sociedade mais justa.

Em suma, passar da consciencialização à prática, desenvolvendo novos procedimentos e promovendo a adopção de novas práticas junto dos seus colaboradores e restantes partes interessadas, no sentido de perpetuar a vida da empresa e contribuir para a qualidade do ecossistema em que a mesma se insere.



ME TO DO LO GIA



A elaboração deste Guia de Boas Práticas de Responsabilidade Social resulta de um processo e de uma metodologia estruturados em etapas que visaram a concretização progressiva dos objectivos do projecto PME Social, nomeadamente ao nível da definição e implementação das práticas de Responsabilidade Social nas empresas aderentes.

ETAPA I

VISITA À EMPRESA PARTICIPANTE

A primeira etapa compreendeu a realização de uma visita à empresa com o objectivo de efectuar um diagnóstico preliminar e abrangente sobre o seu enquadramento no projecto. Através de uma reunião com a Administração/ Gerência e a pessoa designada responsável por este domínio, pretendeu-se, em detalhe:

- a) Conhecer a empresa - a sua actividade, estrutura, cultura, políticas formais e informais
- b) Conhecer os colaboradores - habilitações/qualificações, funções
- c) Caracterizar os clientes e mercados da empresa
- d) Analisar o trabalho desenvolvido no domínio da Responsabilidade Social e identificar os objectivos no âmbito do projecto PME Social

ETAPA 2

APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Numa segunda fase foi preenchido um questionário pela empresa aderente com o objectivo de apurar o seu nível de maturidade em termos da implementação da Responsabilidade Social. Este questionário incidia sobre as seguintes áreas:



- a) Alinhamento estratégico da empresa com a Responsabilidade Social
- b) Identificação das partes interessadas e seu envolvimento
- c) Identificação de aspectos de Responsabilidade Social
- d) Implementação de Boas Práticas de Responsabilidade Social associadas às diferentes partes interessadas (colaboradores, accionistas, clientes e consumidores, fornecedores e parceiros, Comunidade, Entidades Oficiais, Sindicatos, Concorrentes, Investidores e Instituições Financeiras, entre outros)

ETAPA 3 VALIDAÇÃO DAS RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO

Após a aplicação do questionário, foi efectuada uma nova reunião

com o objectivo de analisar os resultados do preenchimento do questionário, bem como validar os procedimentos e práticas de Responsabilidade Social da empresa.

ETAPA 4 RELATÓRIO E PLANO DE ACÇÃO

Com base no trabalho desenvolvido nas fases precedentes e a partir da informação recolhida, foi elaborado um relatório global que contemplou uma descrição e as conclusões finais do diagnóstico, bem como um plano de acção para o desenvolvimento da Responsabilidade Social na Empresa aderente. Este plano de acção foi concebido de modo a funcionar como uma linha orientadora de intervenção resultante do alinhamento entre os objectivos do projecto, da empresa aderente e as conclusões do diagnóstico.



ESTUDOS DE CASO



EMPRESAS ADERENTES AO PROJECTO, SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO E ACÇÕES A DESENVOLVER

Os estudos de caso apresentados correspondem às 10 empresas aderentes ao projecto que escolheram trabalhar sobre as áreas da Responsabilidade Social.

Em cada caso, é efectuada uma breve apresentação da empresa, a síntese do diagnóstico efectuado e um Plano de Acção para a Responsabilidade Social que deverá ser implementado pela empresa (durante e após o projecto) com o objectivo de integrar esta dimensão na sua filosofia de gestão.



Aroso & Associados
ENGENHARIA

A "A&A – Engenharia", é uma empresa criada em 2005 para oferecer ao mercado um conjunto diversificado de serviços especializados na sua área de competência:

- "Gestão e Coordenação de Segurança em Projecto e Obra"
- "Patologia e reabilitação de Edifícios",
- "Térmica dos Edifícios".

A Aroso & Associados actua não apenas na área de consultoria e prestação de serviços, mas também na área da formação adaptada às necessidades das empresas e pessoas, através dos serviços prestados pelos Consultores Associados. Os consultores são profissionais devidamente qualifica-

EMPRESA

Aroso & Associados
- Gestão e Engenharia, Lda

ACTIVIDADE

Serviços de consultoria na área da gestão

REGIÃO Norte LOCAL Porto

GERENTE

Manuel Eduardo Lobão de Sousa Aroso

SITE

www.aroso-engenharia.pt

dos com formação e experiência especializadas em diferentes áreas e preparados para garantir um nível elevado de qualidade no serviço que prestam e a melhor resposta às necessidades dos clientes.

Em cada uma das áreas de Engenharia em que a A&A opera, a excelência constitui um padrão obrigatório, essencial para assegurar a fidelização de cada cliente:

EXCELÊNCIA PROFISSIONAL

Através da contínua procura e promoção de níveis exigentes de excelência no desempenho dos seus profissionais, como forma de



garantir uma gestão eficiente integrada de projectos que permita reduzir custos e melhorar a eficiência nos resultados.

EXCELÊNCIA NA ENTREGA

Ao fornecer os padrões mais elevados de serviço e trabalhar sempre para exceder as expectativas dos clientes.

EXCELÊNCIA NA PROCURA

Ao colaborar com as empresas clientes e na gestão eficiente de todos os recursos e capacidades disponíveis de modo a possibilitar a descoberta de competências até então escondidas e por aproveitar.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

O diagnóstico permitiu identificar que a Aroso & Associados evidencia uma preocupação com estas questões, expressa na forma como a Administração entende a importância das mesmas e na existência de algumas práticas que, embora não estruturadas, fazem parte do dia-a-dia da empresa. Assim, se por um lado existe uma estratégia de Responsabili-

dade Social com objectivos definidos que asseguram a sua operacionalização, por outro lado não existe uma política que enquadre esta direcção estratégica e mantenha os esforços e iniciativas da empresa bem alinhados e articulados.

ÁREAS A DESENVOLVER

As áreas a desenvolver fazem parte do Plano de Acção para a Responsabilidade Social: definição de uma política e plano de acção no domínio da Responsabilidade Social, alinhamento da missão, visão e valores com os princípios fundamentais da empresa neste âmbito, mapeamento das partes interessadas e aspectos de responsabilidade social, realização sistemática de alguns procedimentos como por exemplo avaliação da satisfação dos clientes em todos os domínios incluindo a Responsabilidade Social, recolha de informação sobre os procedimentos e as práticas dos fornecedores, acções com a comunidade relacionadas com a área de intervenção da empresa.





No mercado desde 2001, a Centralbox nasce do projecto de criação de uma solução completa no sourcing, produção e distribuição de calçado orientada para clientes de grande dimensão e com implantação nacional.

Actuando inicialmente na área dos artigos desportivos, em 2003, orientou a sua actividade para o licenciamento, apostando em parceiros e marcas reconhecidas pelo mercado. As private label são também uma área de actuação importante que reconhecem a sua capacidade de fazer o sourcing dos melhores produtos aos melhores preços aliada a uma qualidade de serviço reconhe-

EMPRESA

Centralbox, Distribuição e Logística de Vestuário, Lda.

ACTIVIDADE

Distribuição e Logística de Vestuário

REGIÃO Alentejo **LOCAL** Rio Maior

GERENTE

Lino José da Conceição Silva

SITE

www.centralbox.pt

cida. A Centralbox é licenciada das marcas Canal Panda, Winx, Spider Man, Cars, SL Benfica, Sporting CP, FC Porto, tendo ainda uma colecção profissional e a private label.

A empresa distingue-se pela especialização, experiência, serviço de entrega do produto ready to sell, licenciamento de marcas com longevidade, distribuição selectiva e definição de padrões de qualidade na produção.

Todo o processo é controlado desde o design inicial até à paletização, garantindo o rigoroso cumprimento das normas internas



de qualidade e legais no que diz respeito aos produtos e seus compostos, bem como no cumprimento das directivas comunitárias no que diz respeito à segurança dos produtos para o consumidor.

A Centralbox implementou um sistema de controlo de qualidade durante e após produção na origem, realizado por profissionais do sector da produção em ligação directa connosco que nos permite oferecer níveis de elevada qualidade nos produtos que comercializamos.

Em cada projecto a Centralbox adopta uma máxima: criar e potenciar o valor para nós e para os nossos clientes.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

O diagnóstico permitiu identificar os objectivos estratégicos de desenvolvimento da Centralbox e em que medida a Responsabilidade Social faz parte dos mesmos. Tendo em conta as características do negócio, as principais preocupações evidenciadas prendem-se com a Responsabilidade Social na

cadeia de valor, pelo facto da empresa ter parte da sua produção alocada a fornecedores na China e uma outra parte a empresas portuguesas de média e pequena dimensão. Ao nível das suas políticas e procedimentos internos, a empresa apresenta algumas práticas, embora as mesmas não estejam formalizadas, pelo que carecem de enquadramento e estrutura, numa política e procedimentos específicos que permitam dar resposta às preocupações veiculadas.

ÁREAS A DESENVOLVER

Partindo do diagnóstico e do Plano de Acção que resultou do mesmo, as áreas a desenvolver no âmbito do projecto PME Social estão relacionadas com a promoção da responsabilidade social na cadeia de valor, no sentido da concepção de metodologias e instrumentos de recolha de informação, avaliação e auscultação de fornecedores, auscultação de clientes incluindo a dimensão da Responsabilidade Social e concepção de uma política neste domínio que integre os objectivos e as expectativas da empresa quanto a esta dimensão de gestão.





A CR Oral nasceu em 1998, constituída pelo Dr. António Domingos que, após ter desenvolvido 6 anos de trabalho como médico dentista em nome individual e face a um crescimento elevado da sua actividade, se lançou enquanto empresa, contando com um colega médico dentista e duas assistentes dentárias.

Desde que foi criada, a CR Oral tem vindo a crescer sustentada e continuamente, assumindo-se hoje como uma das melhores e mais prestigiadas clínicas de medicina dentária do Alentejo. A elevada orientação para o cliente/utente reflectida na qualidade e

EMPRESA

CR ORAL (António Domingos
- Medicina Dentária, Lda.)

ACTIVIDADE

Serviços de Medicina Dentária

REGIÃO Alentejo **LOCAL** Évora

GERENTE

António Domingos

SITE

www.cr-oral.com

diversidade dos serviços prestados, no atendimento diferenciado e na elevada competência da equipa composta por 23 pessoas, têm sido factores chave do sucesso da empresa.

Esta orientação é evidente na missão e cultura da CR Oral: Prestar cuidados de saúde oral preventivos, curativos e de diagnóstico eficazes, proporcionados em tempo útil ao utente, num atendimento personalizado e humanizado, promovendo a sua satisfação e favorecendo a melhoria contínua da qualidade, orientando a actividade para custos eco-



nomicamente equilibrados.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

A CR Oral evidencia algumas práticas de Responsabilidade Social com carácter espontâneo e pontual, centradas nas partes interessadas clientes e colaboradores e que privilegiam assim o seu envolvimento. A fase de diagnóstico permitiu constatar que existe um compromisso evidente das estruturas de liderança com o desenvolvimento da responsabilidade social e a sua formalização na empresa, pois este espírito está imbuído na forma de estar do seu fundador e equipa.

Contudo, a empresa não evidencia uma política e um rumo neste âmbito, com uma linha estratégica definida que sistematize as suas práticas, que formalize os valores da empresa e a filosofia de gestão da mesma no que se refere

à Responsabilidade Social, tendo sido esses alguns dos objectivos do projecto PME Social.

ÁREAS A DESENVOLVER

As principais acções a desenvolver prenderam-se com a análise dos princípios da Responsabilidade Social e de que forma os mesmos podem fazer parte do sistema de identidade da empresa, definição de uma política de Responsabilidade Social e um plano de acção que operacionalize essa política, mapeamento das partes interessadas e dos aspectos, bem como das acções a implementar em face dos resultados desse processo de identificação (inclusão da área da Responsabilidade Social na avaliação da satisfação dos clientes, alargamento dos canais de comunicação com outras partes interessadas, para além dos colaboradores e clientes, nomeadamente a comunidade).



diário do **SUL**



do Alentejo
103.2 MHz



O “Diário do Sul” sucedeu ao trisemanário “Jornal de Évora” após cerca de 9 anos de espera da licença de publicação. Os alicerces do “Diário do Sul” vieram dos 11 anos de existência do “Jornal de Évora” cuja experiência foi muito positiva para o jornalismo ebo-rense. Se o “Jornal de Évora” foi a pedrada no charco na informação local, alternando a metodologia de forma de informar a população, também foi ele que exigiu e conseguiu que os jornalistas da época - que eram em número reduzido e com outras ocupações - passassem a ser respeitados e bem acolhidos nas Instituições.

EMPRESA

Diário do Sul (Piçarra Distribuição de Jornais, Lda.)

ACTIVIDADE

Comunicação Social

REGIÃO Alentejo LOCAL Évora

GERENTE

Manuel Piçarra

SITE

www.diariodosul.com.pt

A passagem a diário exigiu uma maior latitude de títulos que não podia ficar reduzido à cidade de Évora.

Era preciso “conquistar” o Sul do País, em especial a região alentejana. Essa foi a matriz de escolha deste título só autorizado a sair no dia 25 de Fevereiro de 1969, data muito importante nos anais do jornalismo alentejano.

Com quarenta e dois anos de vida, o Diário do Sul é o jornal de referência no Alentejo. Distribui 7000



exemplares por dia em todas as freguesias alentejanas, desempenhando um papel da maior importância numa região carecida de meios de informação sólidos e duradouros. O Diário do Sul cumpre assim, de forma plural, uma importante função social, educativa e cultural. É uma empresa familiar, com 18 colaboradores, focada na seriedade dos seus processos, na ética das suas edições e numa total independência de qualquer grupo de interesse.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

A fase de diagnóstico permitiu identificar no Diário do Sul um conjunto significativo de práticas e iniciativas no domínio da Responsabilidade Social já adoptadas e que encontram na estrutura de governação o seu principal eixo de dinamização. A Responsabilidade Social, numa componente

mais voltada para o envolvimento com a Comunidade, faz parte do dia-a-dia da empresa, é praticada pelos seus executivos, mas carece de uma estrutura que formalize, enquadre e torne efectivos os esforços da empresa neste âmbito.

ÁREAS A DESENVOLVER

Principais áreas a desenvolver: definição de uma política e plano de acção no domínio da Responsabilidade Social, alinhamento dos valores com os princípios fundamentais da empresa neste âmbito, mapeamento das partes interessadas, e definição de acções a implementar (por exemplo avaliação da satisfação de clientes, divulgação dos valores, política e princípios no site da empresa, formalização de procedimentos com fornecedores, enquadramento das acções com a comunidade nos objectivos do Jornal).





As grandes lavandarias de Pantin são inauguradas em Novembro de 1883 por Théophile Leducq. Em poucos anos, a empresa e os seus carros puxados por cavalos deambulam por toda a zona leste de Paris para levar a roupa lavada a restaurantes, hotéis de luxo, banhos públicos, bem como a múltiplos pontos de recolha de roupa de particulares.

No final da guerra, em 1945, Jean Leducq, neto de Théophile, é enviado pelo seu pai para voltar a pôr de pé a fábrica de Rouen. Logo que lá chega, o exército americano faz-lhe uma encomenda de 50 toneladas de roupa para lavar, por semana! Dá-se assim início à mobilização de equipas: um mês depois, a fábrica lavava já 80 toneladas...

A partir de 1968, na liderança da empresa familiar, Jean Leducq decide modernizá-la, congregando

EMPRESA

ELIS - SPAST Sociedade Portuguesa de Aluguer e Serviço de Têxteis SA

ACTIVIDADE

Serviços de Tratamento e Aluguer de Roupa

REGIÃO Alentejo

LOCAL Porto Alto - Vila Franca de Xira

PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

José Mendes Leal

SITE

www.elis.com/pt/

todas as actividades no seio de um único e mesmo grupo. Nova estrutura, nova designação: será Elis, abreviatura de Europe Linge Service. O nome completo irá figurar por muito tempo nos veículos. Ao longo das últimas décadas a empresa implementou os seus serviços em diversos países do mundo, liderando esta actividade em muitos deles.

Em Portugal, iniciou a sua actividade em 1988, com os Centros de Odivelas e Porto.

Desta data até aos dias de hoje, a Elis, cresceu em termos de serviços disponibilizados a clientes, número de colaboradores e Centros de Serviços. A empresa conta actualmente com cerca de 600 pessoas, nove Centros de Serviços em todas as regiões do país e 3 fábricas a operar no Norte, Alentejo

e Algarve. Em termos de serviços trabalha ao nível do Vestuário Profissional, Higiene de Sanitário, Protecção de Solos – Tapetes, Roupas Lisa - Restauração, Hotelaria, Fontes de Água e Máquinas de Café.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

A fase de diagnóstico permitiu identificar a existência de diversas políticas, alguns procedimentos e boas práticas de Responsabilidade Social, sendo que algumas não apresentam um perfil sistemático. É de salientar que em muitos domínios da análise se verificou que a Elis actua muito para além da lei, tendo incorporado uma série de procedimentos que o demonstram inequivocamente.

No entanto, não se evidencia um plano de acção neste âmbito, com uma linha estratégica definida no sentido da sistematização de algumas práticas, definição de indicadores e análise dos seus impactos, pelo que a empresa carece da definição de uma política neste domínio, bem como da identificação dos temas fundamentais relacionados com a sua actividade,

para assim definir acções mais prioritárias a implementar.

Tendo em conta que a Elis é uma empresa multinacional, que já apresenta um ponto de partida relevante, considerou-se adequado propor que a empresa organize a sua actividade neste domínio de acordo com a norma NP ISO 26000 – Linhas de orientação da Responsabilidade Social.

ÁREAS A DESENVOLVER

Através do diagnóstico realizado e tendo como referência também os temas e questões associados à ISO 26000, o plano de acção concentrou-se nos temas em que apresenta maior nível de consolidação, como é o caso das práticas laborais, de forma a ir evidenciado a implementação das recomendações da norma neste tema. Uma outra área de intervenção muito importante relaciona-se com a promoção da responsabilidade social na cadeia de valor que engloba a sensibilização dos principais fornecedores, concepção de instrumentos e metodologias de avaliação e auscultação, entre outros.





A HFA está presente no mercado desde 1995 e desenvolve a sua actividade ao nível da montagem e da realização de testes de equipamento electrónico e de telecomunicações. Nesta área presta serviços especializados, tendo acompanhado a evolução do mercado através da inovação dos seus processos e das políticas de qualidade e gestão de recursos humanos, garantindo deste modo elevados padrões de qualidade na prestação dos serviços de montagem e de testes de placas electrónicas.

As principais áreas de actuação da empresa, são:

EMPRESA

HFA

- Henrique, Fernando & Alves, S.A.

ACTIVIDADE

Assemblagem e teste de equipamento electrónico e de telecomunicações

REGIÃO Centro **LOCAL** Águeda

PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Henrique José da Costa Ferreira

SITE

www.hfa.pt

a) TELECOMUNICAÇÕES

- Transmissão / Multiplexagem digital em fibra óptica e par de cobre (Tecnologias SDH e PDH, etc.);
- Sistemas de análise, gestão e controlo da qualidade das linhas de telecomunicações.

b) INDÚSTRIA DE TRANSPORTES

- Sistemas electrónicos de informação de tráfego;
- Componentes para sistemas de controlo e operação.

c) ELECTRÓNICA GERAL

- Painéis de Informação com



- Tecnologia Led;
- Sistemas de Áudio, Vídeo e Home Cinema;
 - Sistemas de Controlo de Acessos;
 - Sistemas Electrónicos de Iluminação Convencional e com Tecnologia Led;
 - Domótica, Automação e Controlo, Telemetria e Telemática.

A HFA é uma média empresa, com cerca de 100 colaboradores e a sua actuação revela-se fortemente orientada para a qualidade, para a preservação do ambiente e para a adaptação constante às exigências do mercado.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

Na fase de diagnóstico a HFA evidenciou desde logo a sua elevada orientação para a qualidade do serviço e para a protecção do ambiente, orientação expressa no reconhecimento das suas práticas de gestão da qualidade e de gestão ambiental de acordo com os referenciais NP ISO 9001 e NP ISO 14001.

Na esfera da Responsabilidade Social, para além da dimensão ambiental e de gestão de recursos humanos, foi identificado um conjunto de acções e práticas já existentes, nomeadamente ao nível do compromisso da gestão de topo, da definição de metas e objectivos para a Responsabilidade Social, da auscultação e comunicação com algumas partes interessadas (colaboradores, clientes, fornecedores).

ÁREAS A DESENVOLVER

Como principais áreas a desenvolver no âmbito do projecto foram identificadas as seguintes: revisão do sistema de valores da empresa em consonância com os Princípios da Responsabilidade Social, revisão e divulgação da Política da Qualidade (integração deste domínio) e a identificação, seriação e envolvimento das Partes Interessadas.





A INC – Ilimitados na Consultoria actua no mercado desde 2007, no âmbito do apoio à gestão das empresas, com especial enfoque nas áreas da Gestão e do Marketing.

Desenvolve a sua actividade de consultoria e de formação ao nível da elaboração da Consultoria de Marketing, Consultoria Estratégica, Concepção de Projectos de Candidatura nas áreas da Inovação e Desenvolvimento e da Internacionalização e da formação na área da Higiene e Segurança no Trabalho. Mais especificamente:

CONSULTORIA EM MARKETING

- Diagnóstico Comercial;
- Planos de Marketing/Negócios;

EMPRESA

INC - Ilimitados na Consultoria, Lda.

ACTIVIDADE

Consultoria nas áreas da Gestão, Segurança e Higiene no Trabalho, Gestão de Recursos Humanos, Relações Públicas e Comunicação Empresarial.

REGIÃO Centro **LOCAL** Aveiro

GERENTE

Carlos Manuel da Silva Ferreira

SITE

www.ilimitados.pt

- Análise de Benchmarking;
- Planos de Comunicação;
- Gestão de Marcas

CONSULTORIA EM ESTRATÉGIA

- Orientação da actividade das empresas informando eventuais oportunidades de negócio, distinguindo as diferentes áreas de actuação, e definindo a estrutura e princípios de uma estratégia empresarial rentável.
- Planos estratégicos de internacionalização, de forma a contribuir para o desenvolvimento/crescimento dos negócios dos nossos clientes



- Estudos prévios das realidades a enfrentar a nível competitivo, e uma estratégia apropriada para o mercado alvo.

É uma empresa familiar, orientada para um serviço de excelência ao cliente e para a disseminação de boas práticas na gestão empresarial.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

Na fase de diagnóstico do projecto PME Social, a ILIMITADOS revelou de imediato a sua orientação para a Qualidade e para a Responsabilidade Social enquanto áreas estratégicas para a sua diferenciação e actuação no mercado da consultoria.

Na fase inicial de diagnóstico procedeu-se à identificação das práticas já implementadas e das acções a implementar num curto-médio prazo no âmbito da responsabilidade social, nomeadamente ao nível: do compromisso da gestão de topo; da Política/Orientação estratégica para a Responsabilidade Social; da atribuição de responsabilidades na

área; da Missão, Visão e Valores alinhados com os princípios da Responsabilidade Social; da identificação e seriação das partes interessadas; da conciliação da vida pessoal, familiar e profissional; do desenvolvimento das competências dos colaboradores; do envolvimento com a comunidade local; da definição de um Plano de Acção para a Responsabilidade Social, para a consolidação das práticas já existentes e implementação de outras.

ÁREAS A DESENVOLVER

Como principais áreas a desenvolver foram identificadas as seguintes: revisão da Missão e dos Valores da empresa em consonância com os princípios da Responsabilidade Social, definição da Política da Qualidade e Responsabilidade Social e a definição de um Plano de Acção para a implementação da Responsabilidade Social de acordo com as recomendações da norma NP ISO 26000 - Linhas de orientação da Responsabilidade Social.





A INFORLÂNDIA - Sistemas e Serviços de Informática, Lda., foi constituída em 1990. A principal actividade da empresa é a venda de equipamento informático e software produzidos e assembled nas instalações da própria empresa (computadores IN SYSTEMS), bem como a comercialização de marcas reconhecidas no mercado informático. Esta actividade está impreterivelmente ligada a um serviço de assistência técnica de manutenção de pré e pós venda aos sistemas implantados, assente numa política de prestação de soluções integradas de serviços informáticos aos seus clientes.

EMPRESA

Inforlândia, Sistemas e Serviços de Informática, Lda.

ACTIVIDADE

Informática

REGIÃO Centro

LOCAL Aveiro

GERENTE

Gabriel Santos

SITE

www.inforlandia.pt

Os produtos comercializados pela empresa estão decompostos em sete grandes famílias: Computadores, impressoras e projectores, monitores, software, periféricos e Add-ons, Acessórios e consumíveis e componentes de montagem. A empresa presta serviços ao nível do desenvolvimento de software, serviços de outsourcing, implementação de sistemas de informação, reparação e manutenção de hardware. As vendas destinam-se em linhas gerais a três grandes segmentos de mercado: Revenda, Empresas e Público.

Com 20 anos de existência, a Inforlândia é uma das empresas líderes de mercado de equipa-



mento informático, ocupando actualmente a terceira posição, no mercado nacional - entre os principais fabricantes de computadores portáteis (dados da IDC EMEA PC Tracker – Q2) -, com uma quota de mercado de 12,9%, obtida com a marca INSYS.

Nomeada Intel Channel Partner Premier, a Inforlândia aposta na produção de equipamentos de fiabilidade e qualidade superior. A empresa também foi distinguida pela Microsoft como Gold Certified Partner, certificação máxima atribuída por esta referência mundial aos seus parceiros. As distinções resultam de um percurso marcado pela consistência na aposta feita em tecnologia Microsoft e por um conjunto de acções que permitiram à Inforlândia ser hoje o maior fabricante de computadores portáteis do sul da Europa.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

Os resultados do diagnóstico permitiram identificar o grau de implementação de práticas de responsabilidade social na Infor-

lândia. Verificou-se que a empresa ainda não apresenta um percurso sustentado no domínio da responsabilidade social em termos de alinhamento estratégico: não apresenta uma política de responsabilidade social, metas ou um plano de acção que permitam consolidar um percurso neste domínio.

Não obstante, a empresa apresenta boas práticas de responsabilidade social, algumas consolidadas – principalmente as práticas associadas à implementação do Sistema de Gestão da Qualidade EN NP ISO 9001:2008 – e outras com perfil mais espontâneo/ocasional.

ÁREAS A DESENVOLVER

A análise crítica sobre os resultados do diagnóstico e sobre as prioridades estratégicas da empresa no domínio da responsabilidade conduziram à priorização da implementação de boas práticas no domínio da definição de mecanismos de auscultação e envolvimento da parte interessada colaboradores.



group **motofil**

A Motofil Robotics iniciou a sua actividade em 1981, com instalações em S. Bernardo, Aveiro, formando-se com objecto social de comercializar, fabricar e reparar motores e fios, transformadores, rectificadores e máquinas industriais.

A Motofil Robotics tem vindo continuamente a especializar-se na área dos equipamentos de soldadura, o que motivou o abandono, em 1990, da produção de fio de cobre esmaltado e, mais recentemente, em 2006, dos motores.

A aposta na área da soldadura mo-

EMPRESA

Motofil Robotics, SA

ACTIVIDADE

Soluções de automação e robotização

REGIÃO Centro

LOCAL Aveiro

PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

João Carlos Fernandes Novo

SITE

www.motofil.pt

tivou um investimento crescente na incorporação de novas tecnologias, tendo sido fundamental neste processo o estabelecimento em meados da década de 90 de uma parceria estratégica com a FANUC, empresa japonesa líder no fabrico de robôs manipulativos. Desde então, a Motofil Robotics tem vindo a afirmar-se como um dos principais fabricantes de bens de equipamento a nível nacional, produzindo células robotizadas e máquinas especiais, com uma orientação vincada para a inovação ao nível dos produtos fabricados e para a melhoria dos processos dos clientes.



A aposta numa estratégia de melhoria contínua e de inovação tem motivado a realização de investimentos substanciais em tecnologia de ponta, razão pela qual em 2006 se optou pela deslocalização da empresa para a Zona Industrial das Ervasas, em Ílhavo, onde foi construído um parque industrial. Esta orientação resultou igualmente na obtenção da categoria PME - Prestígio, reconhecimento dado pelo IAPME que pretendeu distinguir a Motofil pela qualidade da sua gestão, pela permanente inovação introduzida nos produtos e pela experiência acumulada.

Com o objectivo de "consolidar" e difundir de forma mais eficaz, o seu posicionamento estratégico, a empresa alterou em 2006 a sua denominação para Motofil Robotics, o que resultou igualmente da sua transformação em Sociedade Anónima.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

Os resultados do instrumento de diagnóstico aplicado evidenciam a existência de um conjunto de

boas práticas de Responsabilidade Social já implementadas na organização.

As práticas que apresentam maior maturidade ao nível do envolvimento das partes interessadas e da sistematização das acções desenvolvidas enquadram-se no âmbito do Sistema de Gestão Integrado - NP EN ISO 9001:2008 (Gestão da Qualidade), NP EN ISO 14001:2004 (Gestão Ambiental) e OHSAS 18001:2007 (Gestão de Higiene e Segurança no Trabalho).

ÁREAS A DESENVOLVER

Tendo por base os resultados do diagnóstico e os objectivos estratégicos da empresa definiu-se como áreas a desenvolver no âmbito do projecto: o desenvolvimento da Política de Responsabilidade Social integrada às já existentes e a definição e desenvolvimento de mecanismos de auscultação e envolvimento com a parte interessada comunidade.



ubiwhere

A Ubiwhere é uma empresa de I&D, com especial enfoque em Redes e Comunicações, que oferece serviços de consultoria e desenvolvimento de software para Redes Heterogéneas e Redes da Próxima Geração e desenvolve investigação na área da Computação Úbiqua ou Invisível e dos Serviços Pervasivos.

A Ubiwhere foi fundada em 2007 com o principal objectivo de investigar e desenvolver tecnologias de ponta, conceber soluções state-of-the-art e criar propriedade intelectual de valor, seja a nível interno e como para os seus clientes. A empresa encontra-se sediada em Aveiro e, desde 2009,

EMPRESA

Ubiwhere

ACTIVIDADE

I&D em Redes e Comunicações

REGIÃO Centro

LOCAL Aveiro

GERENTE

Rui Costa

SITE

www.ubiwhere.com

está presente também no Centro Empresarial e Tecnológico de São João da Madeira.

Alavancada pela experiência de I&D dos seus promotores, a empresa conta com know-how especializado em produtos e serviços high-tech nas áreas das telecomunicações e das redes de próxima geração. As competências adquiridas em consequência de diversas intervenções realizadas no âmbito de projectos de investigação europeus, permitiu criar uma dinâmica de inovação e empreendedorismo, imprescindíveis numa organização que se está a afirmar na geração de soluções inovadoras no panorama nacional.



Destaca-se a relação próxima com o mundo universitário através do acolhimento de estágios de mestrado e a elaboração de projectos em parceria com as maiores universidades nacionais, nomeadamente com o Departamento de Electrónica e Telecomunicações da Universidade de Aveiro e com o Instituto de Telecomunicações. Ao longo da sua existência a Ubiwhere tem marcado o seu percurso pela forte orientação para a qualidade e inovação, reflectida na adopção de um Sistema de Gestão Integrado, que agrega os Sistemas de Gestão da Qualidade e de IDI - NP 4457:2007 e NP EN ISO 9001:2008.

SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

A aplicação do instrumento de diagnóstico permitiu identificar um conjunto de acções e práticas de Responsabilidade Social já adoptadas pela Ubiwhere. Destaca-se neste âmbito a identificação das partes interessadas, a auscultação de algumas destas partes interessadas, as boas práticas ao nível dos colaboradores e algum

alinhamento estratégico associado à certificação dos Sistemas de Gestão da Qualidade e da IDI.

No entanto, a maioria das boas práticas identificadas assumiam um perfil espontâneo, não integrando um plano de actuação estruturado no domínio da Responsabilidade Social, assente na análise crítica dos impactes da actividade da organização e na auscultação e envolvimento das partes interessadas.

ÁREAS A DESENVOLVER

As principais áreas a desenvolver no âmbito do projecto PME Social passam pelo alinhamento estratégico da empresa com a Responsabilidade Social através da definição e implementação da metodologia de identificação/revisão do Sistema de Valores, em consonância com os Princípios da Responsabilidade Social e através da auscultação das partes interessadas internas e definição da Política da Responsabilidade Social.





ESTUDOS DE CASO

PROMOÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A segunda parte do ponto Estudos de Caso pretende apresentar as práticas que foram incorporadas no âmbito do projecto PME Social e assim providenciar exemplos práticos e operacionais do que foi realizado. No ponto seguinte apresenta-se uma tabela de correspondência entre as empresas e as acções desenvolvidas em cada uma delas no âmbito do projecto.

As acções realizadas e práticas implementadas foram as seguintes:

- Mapeamento das partes interessadas;
- Definição da Política de Responsabilidade Social ou integração da Responsabilidade Social na Política integrada da empresa;
- Definição ou redefinição do sistema de valores;
- Promoção da Responsabilidade Social na cadeia de valor;
- Incluir a Responsabilidade Social nos instrumentos de avaliação da satisfação de clientes;
- Definição de metodologias de envolvimento dos colaboradores em iniciativas de Responsabilidade Social, com a Comunidade e outras partes interessadas

MAPEAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS

Apesar do conceito de parte interessada ser um elemento central no âmbito da responsabilidade social, as empresas sempre se relacionaram com colaboradores, clientes, fornecedores, concorrentes e outros interlocutores no desenvolvimento da sua actividade.

Há contudo uma mudança de significado que leva a uma nova forma de estar na qual as empresas têm que considerar os impactos das suas decisões, actividades, produtos e serviços, no sentido de que são responsáveis pelo que os mesmos causam na sociedade e no ambiente. Decisões estratégicas da organização como a internacionalização, a diversificação de produtos, a mudança de instalações ou o alargamento de mercados podem produzir mudanças significativas na configuração da sua esfera de influência que afecta ou é afectada pelo desempenho da empresa.

Por outro lado, surgiram organi-

zações não governamentais especializadas em determinados temas, grupos na sociedade civil, associaram-se novos grupos de interesse, produziram-se importantes transformações tecnológicas, evoluiu o conhecimento científico, emergiram novos conflitos político-militares sendo tudo isto exemplos que produzem mudanças na envolvente da organização e que podem determinar novos interesses em torno da empresa e por isso a revisão do seu mapa de partes interessadas.

Mas o primeiro passo é a identificação das partes interessadas incluindo as que pertencem à cadeia de valor, descrevendo as relações existentes entre cada uma delas e a organização e entre as diversas partes interessadas. Isso implica recolher informação que permita caracterizar as necessidades e expectativas destas em relação à organização, os aspectos de responsabilidade social para os quais as diferentes par-



tes interessadas podem dar um contributo e aqueles onde poderá ocorrer um impacte.

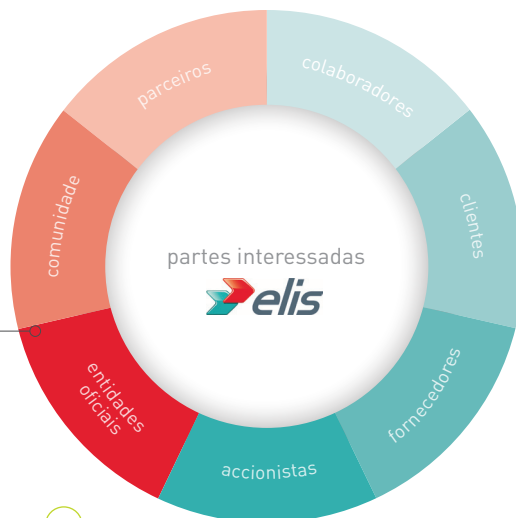
Para esta acção foi definida em primeiro lugar a metodologia para a identificação das partes interessadas, considerando a orientação da norma NP 4469-1: 2007 Sistema de Gestão da Responsabilidade Social, que recomenda a adopção de cinco critérios: vínculo, influência, proximidade, dependência e representação.

Após a definição e formalização da metodologia de identificação

foi definida e implementada uma metodologia para a avaliar a significância das partes interessadas, através da qual foram identificadas as partes interessadas significativas.

Para estas foi ainda definido um plano de acção para assegurar o contínuo envolvimento das mesmas, identificando as acções a desenvolver com cada parte interessada (significativa) e o alinhamento com os objectivos estratégicos da empresa e com os aspectos da responsabilidade social a trabalhar em conjunto com as mesmas.

exemplo
das partes interessadas
da ELIS



DEFINIÇÃO DA POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL OU INTEGRAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA POLÍTICA INTEGRADA DA EMPRESA

A Política de Responsabilidade Social da empresa define o seu rumo neste domínio e orienta as estruturas dirigentes e colaboradores para as linhas de acção a seguir e a desenvolver nas diversas áreas da empresa.

A Política constitui a declaração das intenções da empresa no que respeita a esta matéria, devendo apresentar o rumo da organização no que respeita à responsabilidade social, incluir referências ao seu compromisso com as partes interessadas, ser comunicada e estar disponível. Por fim, a empresa deverá garantir que são envolvidos todos os níveis hierárquicos e que a mesma é entendida por todos os colaboradores.

Da política, deverão decorrer os objectivos de curto, médio e longo prazo que a organização se propõe a atingir no que respeita à ética e responsabilidade social.

A empresa pode ainda optar por ter uma Política apenas para a responsabilidade social ou pode optar por uma Política Integrada onde se reflecte o alinhamento da responsabilidade social e se complementa o compromisso já assumido com a Qualidade dos produtos e serviços, com o respeito pelo Ambiente para a actual e futuras gerações, com a Segurança das pessoas e bens e outros temas subscritos pela empresa.

Por exemplo, na política de Responsabilidade Social do Diário do Sul, lê-se "constitui o documento de referência na definição dos nossos objetivos no domínio da responsabilidade social, assim como na definição das ações que operacionalizam e suportam a concretização desses objetivos" e define como principais orientações: Envolvimento com a comunidade, Desenvolvimento local,



regional e sectorial, Responsabilidade ambiental, Desenvolvimento dos nossos colaboradores, Ética

e Transparência.

DEFINIÇÃO OU REDEFINIÇÃO DO SISTEMA DE VALORES

A revisão do sistema de valores ou a sua formalização pressupõe a reflexão sobre quais os princípios éticos e de responsabilidade social que norteiam a actuação da empresa.

As declarações de ética, códigos de conduta, formalização de procedimentos, regras e objectivos desejados e expectáveis em documentos internos, constituem instrumentos estratégicos na institucionalização da ética, que funcionam como base para a responsabilidade social na empresa.

Por um lado, porque criam indicadores de desempenho, permitindo à empresa identificar desvios e áreas de melhoria; por outro, funcionam como um instrumento de trabalho para colaboradores e outras partes interessadas, orientando a sua conduta e práticas.

É esta formalização que ajuda a construir e manter o clima ético, assegurando que existe sintonia entre as expectativas das partes interessadas e as da empresa – ou seja, todos sabem o que esperar da organização e esta tem perfeitamente claro o que espera dos seus diferentes públicos, em consonância com os valores e crenças que defende.

Nas empresas aderentes ao projecto, a integração da Responsabilidade Social no sistema de valores e identidade da empresa visou fundamentalmente formalizar uma orientação já existente.

A metodologia utilizada para a identificação/revisão do sistema de valores, seguiu a orientação específica da norma NP 4469-1 Sistema de Gestão da Responsabilidade Social para a definição



dos valores, através da consulta das partes interessadas internas. Para a implementação desta acção foram inventariados um conjunto de valores tendo em conta o historial, a cultura, a missão, visão e os objectivos da empresa, foi criado um instrumento com a descrição desses possíveis valores e o mesmo foi depois aplicado ao universo dos colaboradores para que estes seleccionassem, de acordo com a sua percepção, quais os que melhor correspondem à sua vivência da empresa.

Após o tratamento e análise desses resultados, a Gestão de topo toma uma decisão sobre o sistema de valores a adoptar, tendo em conta a visão dos colaboradores, mas também a estratégia e objectivos de longo prazo da empresa.

Por exemplo os valores da HFA incluem Qualidade, Know-how, Inovação, Flexibilidade, Dedicação, Confiança e Confidencialidade.

PROMOÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CADEIA DE VALOR

Uma empresa tem a capacidade de influenciar outras organizações através da sua política, critérios e decisões de compra, distribuição e contratação. Ao exigir condições específicas aos seus fornecedores, subcontratados e parceiros, a empresa está a criar determinados padrões de actuação que desincentivam as más práticas e premeiam as empresas que investem nas suas pessoas e no futuro da organização. Esta

forma de estar contribui para promover a adopção e o apoio a princípios e práticas de responsabilidade social.

Exemplos concretos de como se pode promover a responsabilidade social na cadeia de valor podem passar por:

- incluir critérios éticos, sociais, de igualdade de género, ambientais, saúde e segurança, nas suas



políticas de aquisição, distribuição e contratação;

- incentivar outras empresas a adoptarem políticas semelhantes, como por exemplo fornecedores, subcontratados e clientes;
- avaliar, auditar e acompanhar as empresas com as quais mantém relações, tendo em vista evitar comprometer o empenho e desempenho da sua empresa com a responsabilidade social;
- sensibilizar organizações da sua cadeia de valor para questões de responsabilidade social, através das reuniões de trabalho, processos de negociação ou renegociação de contratos, entre outros.

Ao nível do projecto PME Social apoiámos as empresas na elaboração de procedimentos de qualificação de fornecedores onde se definiram padrões de selecção de fornecedores, critérios a incluir nos processos de aquisição,

metodologias e instrumentos de avaliação acompanhamento de fornecedores e subcontratados. Por exemplo, ao nível dos padrões de selecção e tendo em conta a actividade e o contexto da empresa, pode ser definido como patamar mínimo para trabalhar para determinada empresa a apresentação das declarações de não dívida à Segurança Social e às Finanças, licença para operar, cumprimento da legislação ao nível ambiental, de Saúde e Segurança, Horas de Formação, entre outros. Ao nível dos critérios de aquisição pode ser requerida determinada certificação ou adopção de referencial como as normas NP 4469, ISO 26000 ou SA 8000, subscrever o código de ética da empresa ou outro. No que se refere às metodologias, as mesmas podem passar pela realização de auditorias periódicas, verificação das condições de produção, visitas não programadas, entre outros.



INCLUIR A RESPONSABILIDADE SOCIAL NOS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES

Um dos requisitos da integração da responsabilidade social é a avaliação da satisfação de todas as partes interessadas da empresa, entre as quais se encontra uma parte interessada fundamental: os clientes. A maioria das empresas já avalia a satisfação dos seus clientes fazendo incidir esta avaliação quase exclusivamente sobre a qualidade dos produtos e serviços. Para incluir a responsabilidade social, será necessário avaliar o desempenho da empresa neste domínio. Para tal, recomenda-se a utilização do instrumento de avaliação já existente e aplicado pela empresa, acrescentando apenas a dimensão de responsabilidade

social e questionando os clientes sobre as políticas, iniciativas e acções da empresa neste âmbito.

Dado que no universo das PME's este é ainda um tema em desenvolvimento, as questões colocadas prendem-se inicialmente com o conhecimento que os clientes têm sobre a responsabilidade social da empresa, se conhece a sua política neste domínio, a sua opinião sobre determinada acção ou iniciativa realizada nesse ano e se na sua opinião a empresa está a tratar os temas que são relevantes para a sua actividade concreta e contexto.

DEFINIÇÃO DE METODOLOGIAS DE ENVOLVIMENTO DOS COLABORADORES EM INICIATIVAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, COM A COMUNIDADE E OUTRAS PARTES INTERESSADAS

O envolvimento concretiza uma atitude de cooperação no relacionamento com as partes interessadas, geradora de confiança e de efeitos

positivos sobre a capacidade da empresa para inovar, aprender, mudar, conhecer o contexto em que actua, aproveitar oportunidades e



antecipar ameaças, construir novas competências, actuar de modo transparente e responsável.

As principais motivações que levam uma empresa a envolver-se com as suas partes interessadas passam por:

- Gerir o risco;
- Conhecer e compreender o que as partes interessadas esperam da organização e do seu desempenho;
- Assegurar um melhor posicionamento junto das mesmas;
- Construir relações de confiança e parceria;
- Gerir temas ou aspectos críticos e reduzir riscos;
- Estimular a inovação.

Do lado das partes interessadas também são perceptíveis as vantagens de tal envolvimento:

- Dar a conhecer as suas preocupações e dificuldades;
- Participar nos processos de tomada de decisão;
- Construir relações de confiança

e parceria;

- Criar sinergias com outras partes interessadas;
- Identificar oportunidades para desenvolvimento de projectos.

Se procurarmos identificar motivações subjacentes ao envolvimento da parte interessada Colaboradores, encontram-se motivos para o envolvimento como: aumento da motivação, incremento da produtividade, melhoria do desempenho, redução do absentismo, aumento do envolvimento e compromisso com a empresa, entre outros. Neste sentido, a empresa leva a cabo iniciativas e projectos internos que concorram para alcançar estes objectivos e aproximem os colaboradores da vida da empresa.

No que se refere à parte interessada Comunidade, as empresas devem envolver-se na Comunidade de forma a contribuir para o seu desenvolvimento. Sendo que a empresa partilha interesses co-



muns com a Comunidade, é importante reflectir de que forma se podem envolver em prol desses objectivos comuns.

Uma empresa contribui para a Comunidade através da criação de emprego, diversificando as suas actividades, investindo socialmente na riqueza e na criação de rendimento, difundindo programas de educação e desenvolvimento de competências; realizando ini-

ciativas que protejam o ambiente o património local, promovendo a cultura, preservando as tradições locais e disponibilizando e/ou promovendo serviços de saúde na Comunidade.

As actividades filantrópicas que são as que mais se realizam em Portugal, por si só não contribuem para o objectivo de integrar a responsabilidade social na empresa.



PRINCIPAIS ACÇÕES DESENVOLVIDAS COM AS EMPRESAS

TABELA COM AS PRINCIPAIS PRÁTICAS
IMPLEMENTADAS NAS EMPRESAS

empresas	prática 1	prática 2
AROSO&ASSOCIADOS	mapeamento das partes interessadas	avaliação da satisfação dos clientes incluindo as boas práticas de RS
CENTRALBOX	definição e divulgação da política integrada de qualidade e RS	RS na cadeia de valor
CR ORAL	definição da metodologia de definição do sistema de valores	avaliação da satisfação dos clientes incluindo as boas práticas de RS
DIÁRIO DO SUL	definição da metodologia de definição do sistema de valores	definição e divulgação da política de RS, plano de acção, avaliação e relatório
ELIS	RS na cadeia de valor	mapeamento das partes interessadas
HFA	revisão da metodologia de identificação dos valores	mapeamento das partes interessadas
ILIMITADOS	definição e divulgação da política integrada de qualidade e RS	definição da metodologia de definição do sistema de valores
INFORLÂNDIA	definição da metodologia de envolvimento dos colaboradores em práticas de RS	mapeamento das partes interessadas
MOTOFIL	definição e divulgação da política integrada de qualidade e RS	acções de envolvimento com a comunidade
UBIWHERE	definição e divulgação da política de RS	definição da metodologia de definição do sistema de valores



CON CLU SÕES



De uma forma global, foram implementadas em todas as empresas participantes um conjunto de acções que visaram desenvolver de modo consistente a Responsabilidade Social e dar corpo ao trabalho que, em alguns casos, já era desenvolvido nesta área.

Ao longo do projecto, tornou-se evidente que a maioria dos participantes já evidenciava alguma orientação para as questões relacionadas com a Responsabilidade Social. Não obstante as iniciativas e práticas neste âmbito, também na maioria dos casos, careciam de uma estrutura e de mecanismos formais capazes de garantir a sua implementação numa base regular e o seu correcto alinhamento com a cultura e valores da organização.

Assim, as intervenções efectuadas no âmbito do projecto PME Social permitiram ir muito além da implementação de práticas, na medida em que exploraram o trabalho já desenvolvido pelas empresas e aproveitaram esta base para moldar os objectivos e acções futuras. Na verdade, e paralelamente à definição e implementação de práticas, o alcance do projecto poderá ser perspectivado do seguinte modo:

- A introdução da Responsabilidade Social no sistema de identidade das empresas aderentes e o trabalho de sensibilização desenvolvido junto das estruturas de liderança, permitiram introduzir uma vertente de in-



tervenção mais estruturante, não se limitando à operacionalização de práticas;

- O Plano de Acção constitui uma ferramenta de aplicação abrangente, que vai além da definição e descrição de um conjunto de práticas. Este plano foi concebido para servir como um guia orientador para o desenvolvimento da Responsabilidade Social nas empresas participantes, objectivando assim um impacto importante, que extrapola os objectivos específicos do PME Social;
- O projecto contemplou uma componente de formação/aprendizagem informal que resultou na aquisição de competências por parte das empresas participantes. Estas competências são instrumentos base para

dar continuidade ao trabalho iniciado no âmbito do projecto e garantir alguma autonomia dos participantes ao nível do futuro desenvolvimento da Responsabilidade Social nos respectivos sistemas organizacionais.

Os resultados obtidos no âmbito do PME Social expressam um envolvimento muito positivo das empresas participantes e o seu empenho na introdução da Responsabilidade Social nos respectivos modelos de gestão.



ANEXOS



GLOSSÁRIO

Os conceitos e definições que constam deste Glossário provêm da norma NPISO 26000: 2011 Linhas de orientação da responsabilidade social.

conduta ética

comportamento que está de acordo com os princípios aceites de correcta ou boa conduta no contexto de uma situação específica e que é consistente com as normas internacionais de conduta

impacte

mudança positiva ou negativa na sociedade, na economia ou no ambiente, resultante na totalidade ou em parte das decisões e actividades passadas e presentes dessa organização

governação organizacional

sistema pelo qual uma organização toma e implementa decisões para concretizar os seus objectivos

princípio

base fundamental da tomada de decisão ou da conduta

responsabilidade social

responsabilidade da organização pelos impactes das suas decisões e actividades na sociedade e no ambiente, através de um comportamento ético e transparente que

- contribua para o desenvolvimento sustentável, incluindo saúde e

bem-estar da sociedade;

- tenha em conta as expectativas das partes interessadas;
- esteja em conformidade com a lei aplicável e seja consistente com as normas internacionais de conduta;
- esteja integrada em toda a organização e seja praticada nas suas relações

NOTA 1

As actividades incluem produtos, serviços e processos.

NOTA 2

As relações referem-se às actividades da organização na sua esfera de influência.

parte interessada

pessoa ou grupo que tem interesse em qualquer decisão ou actividade da organização

envolvimento de parte interessada

actividade promovida para criar oportunidades de diálogo entre uma organização e uma ou mais das suas partes interessadas, com o objectivo de proporcionar uma base de informação para as decisões da organização

cadeia de fornecimento

sequência de actividades ou parceiros que contribuem com produtos ou serviços para a organização

cadeia de valor

toda a sequência de actividades ou parceiros que fornecem ou recebem valor sob a forma de produtos ou serviços

NOTA 1

Os parceiros que fornecem valor incluem fornecedores, trabalhadores subcontratados, adjudicatários e outros.

NOTA 2

Os parceiros que recebem valor incluem compradores, consumidores, clientes, membros e outros utilizadores.



ANEXOS



PROMOTORES
DO PROJECTO PME SOCIAL



Associação Portuguesa de Ética Empresarial

A Associação Portuguesa de Ética Empresarial nasceu em Novembro de 2002, com a missão de promover a Ética e a Responsabilidade Social de modo a estimular a correspondente definição e implementação de políticas e modelos de governo organizacional visando o acréscimo de competitividade e rentabilidade através de boas práticas de gestão no quadro da sustentabilidade humana, ambiental e económica do modelo de desenvolvimento adoptado.

OBJECTIVOS

- 1 Desenvolver parcerias com entidades de referência nacionais e internacionais que potenciem a promoção da Ética e a implementação da RS;
- 2 Investigar e estudar as melhores práticas empresariais ao nível da Ética e RS, de modo a promover as Boas Práticas nestes domínios;
- 3 Identificar os referenciais internacionalmente reconhecidos e analisar a sua aplicabilidade à realidade Portuguesa;

- 4 Participar no desenvolvimento e implementação de referenciais normativos que auxiliem as organizações;

- 5 Elaborar e divulgar estudos e documentação de carácter científico sobre a temática da Ética e RS;

- 6 Desenvolver acções de formação que contribuam para a sensibilizar empresários e gestores na integração destes conceitos no tecido empresarial português;

- 7 Organizar eventos com vista à promoção, divulgação, debate e implementação da Ética empresarial e da RS.

ACTIVIDADES INVESTIGAÇÃO

& DESENVOLVIMENTO

Desde a sua criação, a APEE especializou-se no desenvolvimento de actividades de investigação com o objectivo de promover e contribuir directamente para o desenvolvimento do conhecimento no domínio da Responsabilidade Social e Ética. Exemplos: Dinamização da Rede Portuguesa Global Compact desde 2006; Criação e desenvolvimento do "Programa Práticas RS", em parceria com a Associação Portuguesa para a Qualidade; Projecto Diálogo Social e Igualdade nas Empresas (2006-2009) que visou



o desenvolvimento de instrumentos para a promoção da igualdade de género nas empresas (parceria com a CITE – Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego, RTP, IAPMEI, CESIS, ISCTE, CCP, UGT e CGTP).

NORMALIZAÇÃO NACIONAL

A APEE é o organismo de normalização sectorial (ONS) para os domínios da Ética e da Responsabilidade Social em Portugal, através de protocolo com o Instituto Português da Qualidade. Nesse âmbito suporta e coordena o trabalho de três comissões técnicas, através de voluntariado, nos campos da Ética, Responsabilidade Social e Conciliação trabalho, família e vida pessoal. Normas desenvolvidas: cinco normas nacionais integradas no Sistema Português da Qualidade (NP

4460-1, NP 4469-1, NP 4460-2, NP 4469-2, NP ISO 26000).

NORMALIZAÇÃO INTERNACIONAL

A APEE acompanha o grupo de trabalho da ISO, responsável pelo desenvolvimento da ISO 26000. Assegura também o suporte à delegação portuguesa que participou no desenvolvimento da ISO 26000 e que assegura o acompanhamento pós-publicação.

SENSIBILIZAÇÃO E FORMAÇÃO

A APEE desenvolve e incentiva acções de sensibilização e formação no âmbito da Ética Empresarial e da Responsabilidade Social. É também responsável pela Semana da Responsabilidade Social (SRS), iniciativa e evento anual da APEE que realizará a sua 7ª edição em 2012.





ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL DO DISTRITO DE AVEIRO

A Associação Industrial do Distrito de Aveiro é uma entidade sem fins lucrativos que apresenta como missão "representar, defender, promover e apoiar as empresas do Distrito de Aveiro, de uma forma independente, pautando-se pelos seus princípios de credibilidade, isenção e transparência, por forma a contribuir para o reforço associativo do tecido empresarial, funcionando como uma plataforma de intervenção dos interesses económico-sociais da Região."

OBJECTIVOS

- 1 Representar as entidades associadas e estudar e defender os seus legítimos direitos e interesses;
- 2 Estabelecer o bom entendimento e estimular um sistema de relações solidárias entre os seus membros;
- 3 Colaborar com outras associações industriais de âmbito internacional, nacional, regional, local ou sectorial, sobre problemas de interesse comum;
- 4 Desenvolver uma acção continuada visando o incremento do progresso técnico, económico e social do Distrito de Aveiro;
- 5 Colaborar com as entidades e organismos oficiais e, nomeadamente, com os órgãos de poder local, estabelecimentos de ensino e de investigação, em ordem ao apoio e estímulo de acções que visem o desenvolvimento industrial do Distrito de Aveiro;
- 6 Estruturar serviços executivos e de apoio com capacidade de assessoria técnica em assuntos de natureza económica, social, tecnológica e jurídica, destinados a acompanhar e incentivar o desenvolvimento das actividades industriais do Distrito de Aveiro;
- 7 Facilitar aos seus associados a utilização dos serviços e instalações da AIDA para finalidades relacio-



nadas com os seus objectivos;

8 Promover e incentivar a realização de estudos económico-sociais e técnicos de interesse para as actividades industriais do Distrito de Aveiro;

9 Fomentar, a todos os níveis, a formação empresarial e profissional, organização de feiras e exposições e actividades afins.

ACTIVIDADES

APOIO AO EMPRESÁRIO E EMPRESAS

A AIDA disponibiliza um leque de serviços abrangente que visam apoiar os empresários e as empresas em diversas áreas inerentes à gestão do negócio.

PRINCIPAIS SERVIÇOS

Loja do Empresário, apoio ao empreendedorismo e criação de empresas. apoio no cumprimento de formalidades inerentes à criação/gestão da empresa, apoio nas áreas Jurídica, de Qualidade, Ambiente e Recursos Humanos. A AIDA oferece um suporte es-

pecializado e abrangente nos processos de internacionalização.

FORMAÇÃO

A AIDA possui um departamento de formação acreditado pela DGERT e especificamente vocacionado para apoiar as empresas na qualificação e aquisição de competências gerais e especializadas.

PRINCIPAIS SERVIÇOS

Formação especializada e pós-graduada, CNO - Centro Novas Oportunidades e apoio à inserção profissional, apoio ao desenvolvimento das diferentes etapas do ciclo formativo

AMBIENTE

E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Ao longo dos últimos anos, a AIDA tem trabalhado as três áreas de intervenção "Energia, Ambiente e Responsabilidade Social", quer através da disseminação destas temáticas, quer através da dinamização de projectos junto do tecido empresarial.





Associação Nacional das
Empresas Metalúrgicas e Electromecânicas

A Associação Nacional das Empresas Metalúrgicas e Electromecânicas - ANEMM, é uma Associação de Empregadores constituída em 1960 e que tem por objectivo a representação, defesa e promoção dos direitos e interesses dos seus associados, junto da administração e poderes públicos, parceiros sociais e UE.

O âmbito da ANEMM inclui os seguintes subsectores de actividade: Indústrias básicas do ferro e do aço, Fundição de ferrosos e não ferrosos, Fabricação de produtos metálicos, Fabricação de máquinas e equipamentos, Fabricação de aparelhos e instrumentos médico-cirúrgicos, Fabricação

de material de transporte, Fabricação de mobiliário metálico, Outras indústrias transformadoras.

A ANEMM presta aos associados apoio personalizado nas seguintes áreas: Jurídica, Contratação Colectiva, Económica e fiscal, Apoio ao investimento, Normalização, certificação e qualidade, Segurança e saúde no trabalho, Comercial e subcontratação, Internacionalização (missões e feiras), Formação profissional. Oferece também vantagens na aquisição de produtos e serviços através da celebração de protocolos ao nível de: Medicina no Trabalho e Higiene e Segurança, Aluguer de Viaturas (Ligeiros Passageiros e Viaturas Comerciais), Seguros (Acidentes Trabalho; Patrimoniais; Automóvel; Responsabilidade Civil).





