

Introdução à Responsabilidade Social das Pequenas e Médias Empresas



Comissão Europeia
Direcção-Geral Empresa

Este guia foi produzido como parte da Campanha de Consciencialização Pan-Europeia sobre RSE, uma iniciativa da Comissão Europeia, Directoria Geral das Empresas



Enquanto empresário activo, de que modo assegura a vantagem competitiva e a continuidade a longo prazo da sua empresa? Satisfazendo as necessidades dos seus actuais clientes e conquistando novos clientes, desenvolvendo novos produtos e serviços e, sobretudo, gerando lucros. A responsabilidade social das empresas (RSE) – ou espírito empresarial responsável, como é designada no presente documento – pode ajudá-lo a atingir todos estes objectivos.

O termo “espírito empresarial responsável” remete para a garantia de sucesso económico de uma empresa mediante a integração de considerações sociais e ambientais no seu funcionamento. Por outras palavras, trata-se de satisfazer as necessidades dos seus clientes, gerindo simultaneamente as expectativas de outras pessoas, como os trabalhadores, os fornecedores e a comunidade local. Trata-se de contribuir, de forma positiva, para a sociedade e de gerir os impactos ambientais da sua empresa, o que poderá proporcionar vantagens directas para o seu negócio e assegurar a competitividade a longo prazo.

1. Por que razão deve ser um empresário responsável?

Ter um espírito empresarial responsável consiste, essencialmente, numa preocupação em manter o sucesso económico e obter vantagens comerciais através da criação de uma boa reputação e da conquista da confiança das pessoas que trabalham na sua empresa ou vivem na comunidade local. Os seus clientes pretendem um fornecedor de confiança, que goze de uma boa reputação quanto à qualidade dos produtos e serviços. Os seus fornecedores procuram um cliente que continue a realizar encomendas e efectue atempadamente os pagamentos. A comunidade local deseja estar segura de que a sua empresa funciona de uma forma responsável em termos sociais e ambientais. E, por último, os seus trabalhadores querem trabalhar numa empresa a que se orgulhem de pertencer e que valorize o seu contributo.

O conceito de espírito empresarial responsável não é novo. A maioria das empresas, sobretudo as de menor dimensão, têm estado sempre próximas das respectivas comunidades e procurado agir num espírito de boa cidadania a nível empresarial desde o início da sua actividade comercial. De facto, muitos empresários sabem instintivamente que “agir da forma correcta”, como satisfazer as necessidades dos clientes, promover a

motivação dos trabalhadores, cativar os fornecedores, desenvolver relações de boa vizinhança e proteger o ambiente, pode ser vantajoso do ponto de vista empresarial. Porém, nos últimos anos, têm surgido outros incentivos ao desenvolvimento do espírito empresarial responsável, nomeadamente a pressão exercida pelos clientes, comunidades locais, entidades reguladoras, bancos, financiadores e seguradoras.

Para permanecerem competitivas, as empresas devem ter capacidade de adaptação a estas novas exigências do mercado e da sociedade. O cariz flexível e individual de muitas pequenas e médias empresas (PME) permite-lhes frequentemente responder rapidamente a estas mudanças, dado que podem detectar e aproveitar as oportunidades de mercado mais facilmente do que muitas empresas de maior dimensão. Neste guia são referidos vários estudos de casos, exemplos reais de pequenas empresas que implementaram políticas empresariais responsáveis e bem sucedidas. Veja-se o exemplo da Lippemeier, uma empresa alemã de limpezas industriais que desenvolveu novos produtos e serviços para responder a uma procura crescente de produtos de limpeza menos agressivos para o ambiente.

2. Qual o significado prático da responsabilidade empresarial?

Um espírito empresarial responsável implica uma actuação no sentido de integrar as questões sociais e ambientais no funcionamento da empresa. Se aborda estas questões pela primeira vez, talvez seja preferível começar por estabelecer metas modestas, centrando-se em objectivos exequíveis que tenham relevância imediata para a sua empresa. E não se esqueça de divulgar as suas acções (consulte o Guia de Comunicação)!

A sua empresa pode, por exemplo, investir nos trabalhadores, facultando-lhes formação que se revele vantajosa tanto para eles como para a própria empresa. Pode igualmente melhorar a protecção social de que beneficiam, à semelhança do que fez o fabricante esloveno de camas Meblo Jogi (consultar o estudo de caso). Esta empresa compreendeu que o sucesso advém do facto de os trabalhadores conhecerem a importância das suas funções e da auscultação das suas necessidades. Os esforços da Meblo Jogi contribuíram para aumentar a satisfação dos trabalhadores e a empresa foi distinguida com um prémio especial por promover a igualdade de oportunidades entre mulheres e homens.

A sua empresa pode também apoiar uma boa causa e incentivar os trabalhadores a desenvolver actividades de voluntariado na comunidade. O empenho da empresa Hanley Economical Building Society, sedeadada no Reino Unido, em patrocinar e agir como parceira em projectos

comunitários na sua zona constitui um complemento vital dos seus objectivos comerciais (consultar estudo de caso). A ligação clara que a Hanley vê entre a rentabilidade da empresa e o bem-estar da comunidade local pode ser um exemplo útil para outras empresas.

Para além das relações empresariais, a sua empresa poderá ponderar a forma como gere o relacionamento com vizinhos, grupos da comunidade local e poderes públicos. As empresas de menor dimensão revelam frequentemente uma especial habilidade para gerir este relacionamento, uma vez que os seus negócios constituem uma parte integral e visível da comunidade em que se inserem. O poder da participação na comunidade e do desenvolvimento de boas relações de vizinhança é ilustrado pelo estudo de caso da Koffie Kàn, uma torrefacção de café belga com três trabalhadores. A Koffie Kàn está empenhada em manter boas relações de vizinhança e em participar na vida da aldeia onde se situa, facto que desempenhou seguramente um importante papel no sucesso económico da empresa.

A sua empresa pode contribuir para a preservação do meio ambiente. A eficiência energética, a prevenção da poluição e a minimização e reciclagem de resíduos podem proporcionar uma diminuição dos custos, contribuindo, assim, para a viabilidade da empresa. Tais medidas podem também contribuir para melhorar o relacionamento com a

comunidade, entidades reguladoras e outros organismos. Podem ainda abrir a porta a novas oportunidades de negócio junto de clientes que estejam à procura de fornecedores com preocupações ecológicas. A Telvill KFT, empresa húngara que também faz parte dos casos estudados, reconhece este facto e a certificação segundo a norma ISO 14001 que obteve para o seu sistema de gestão ambiental permitiu-lhe beneficiar de vantagens comerciais tangíveis em matéria de maior fidelização e satisfação dos clientes.

Não é necessário abordar todas estas questões em simultâneo. É provável que o estabelecimento de prioridades e a concentração de esforços nos aspectos mais importantes para a concretização dos objectivos da sua empresa permitam obter melhores resultados. Poderá sempre introduzir novas acções, logo que

constatar as vantagens das primeiras que tiver implementado.

Poderá optar por trabalhar em conjunto com outras organizações ou empresas no sentido de promover práticas empresariais responsáveis. Por exemplo, poderá participar num sistema gerido pelas autoridades centrais ou locais, ou aderir a uma associação empresarial com um interesse específico na responsabilidade empresarial. Poderá ainda participar em projectos de RSE específicos com outras empresas, tais como os seus fornecedores. Muitas destas parcerias podem ser desenvolvidas com custos reduzidos ou sem quaisquer custos para a empresa. Se esses custos existirem, a sua cuidadosa selecção e gestão podem garantir um retorno significativo do investimento através de boa publicidade, melhoria da satisfação dos trabalhadores, melhor reputação da empresa e acesso a novos mercados.

3. A Responsabilidade Empresarial: Estudos de Casos

Na secção seguinte irá encontrar dez estudos de casos de PME europeias que integraram, com êxito, a RSE no seu funcionamento quotidiano. O estudo destes casos ajuda a ilustrar a variedade de formas de que as empresas dispõem para participar no processo de responsabilidade empresarial e daí retirarem benefícios.

4. Fontes de informação

Indicamos abaixo algumas fontes complementares de informação sobre a RSE e a responsabilidade empresarial.

Direcção-Geral da Empresa, Comissão Europeia

e-mail:

entr-csr@cec.eu.int

Website sobre a RSE:

<http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index.htm>

Espírito empresarial responsável nas PME:

http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/index.htm

EUROCHAMBRES

e-mail:

eurochambres@eurochambres.be

Website sobre a RSE:

<http://www.eurochambres.be/activities/csr.shtml>

UEAPME

e-mail:

csr@ueapme.com

Website sobre a RSE:

http://www.ueapme.com/EN/policy_enterprise_csr.shtml