



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS

Curso de Psicologia

Análise da Responsabilidade Social em Algumas Empresas Moçambicanas

Iva Otilia Macaringue

Maputo, 2012

UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS

Curso de Psicologia

Análise da Responsabilidade Social em Algumas Empresas Moçambicanas

Iva Otilia Macaringue

Maputo, 2012

Dedicatória

Aos meus pais, Lúcia Alberto Coana Macaringue, João José Macaringue, pelo apoio incondicional prestado no momento da elaboração deste trabalho e pela compreensão nos momentos de stress e de desistência, que foram muitos. Aos meus irmãos queridos e cunhados , o meu muito obrigado; ao meu companheiro, parceiro, amigo o meu também muito obrigado pela paciência, tempo dispensado, pelo apoio, pela motivação que me deu e pela ajuda prestada, por último e não a menos importante, talvez a mais de todos, as minhas queridas filhas vai o meu muito obrigada e desculpa pela ausência e brigas que tivemos nos momentos de stress e aos demais, dedico este trabalho.

Agradecimentos

O meu agradecimento vai em especial a minha Tutora pelo esforço e dedicatória na elaboração deste trabalho e pela paciência prestada. A minha mãe querida que não se cansou e muito me auxiliou nos momentos de fraqueza; ao meu companheiro que nos momentos de stress me soube encorajar e me indicar o caminho certo. As instituições que muito contribuíram para este trabalho.

Parecer da Tutora

De acordo com Ferrel (2000), a Responsabilidade Social é a obrigação que a empresa assume com a sociedade, maximizando os efeitos positivos, sobre os clientes, comunidade, fornecedores, governo, proprietários e empregados, minimizando os efeitos negativos da suas acções na sociedade.

Para este trabalho de pesquisa de licenciatura a estudante Iva Otilia Macaringue, pretende analisar a Responsabilidade Social em Algumas Empresas Moçambicanas, contribuindo desta forma para um levantamento que pode despertar os empresários para esta pratica.

Como tutora deste trabalho sou de parecer favorável para que este seja submetido a apreciação e avaliação por um juri nomeado para o efeito.

A tutora

Isabel Maria De Jesus Klironomos Bufalo

Lista das Abreviaturas

RS- Responsabilidade Social

RSE- Responsabilidade Social Empresarial

MS- Marketing Social

M- Marketing

RH- Recursos Humanos

BCI- Banco Comercial de Investimos

MIPS- Empresa de vedação electrica

AMALIPO- Associação Moçambicana de Combate a Pobreza.

CNI- Confederecao Nacional de Industrias

CDE- Comité para o Desenvolvimento Económico dos Estados Unidos

OIT- Organização Internacional do Trabalho

ADPP- Ajuda no Desenvolvimento do Povo para Povo

Índice

I.Introdução.....	1
1.1 Problema de Investigação.....	1
2.1 Objectivos.....	2
Objectivo Geral.....	2
Objectivos Específicos.....	3
1.3 Justificativa.....	3
3.1 Estrutura do trabalho	5
II- Fundamentação Teórica.....	7
2.1. Conceitos.....	7
4.1 Responsabilidade Social Empresarial	12
Significado de Empresa Socialmente Responsáveis.....	14
5.1 Características de Empresa Socialmente Responsável.....	14
6.1 Vantagens de uma Empresa ser Socialmente Responsável.....	16
7.1 Diferenças entre Responsabilidade Social e Acções sociais	18
Diferenças entre RSE e Filantropia.....	18
Diferenças entre RSE e Marketing Social	19
8.1 Dimensões da Responsabilidade Social	20
Dimensão ética de Responsabilidade Social.....	21
Responsabilidade Social como diferencial competitivo	21
Responsabilidade Social como vantagem competitiva	22
Responsabilidade Social como expressão da cultura organizacional	23
Responsabilidade Social como Imperativo Ético e Moral	24

9.1	Responsabilidade Social como Estratégia do Relacionamento e Desenvolvimento com os Funcionários.....	25
	Práticas de Responsabilidade Social Empresarial.....	27
	Práticas de Responsabilidade Social Internas	29
	Práticas de Responsabilidade Social Externas	31
3.1	Metodologias de Investigação.....	36
10.1	Finalidade da pesquisa exploratória	39
11.1	Estrategia de Recolha de Dados	39
12.1	Limitações do Estudo	40
13.1	Responsabilidade Social em Mocambique	42
14.1	Exemplos de Praticas de Responsabilidade Social em Mocambique.....	44
	KPMG.....	44
	BCI.....	45
	Standard Bank.....	47
	Barclays.....	48
	Mips – Aprender a brincar	48
	Outros exemplos de praticas de Responsabilidade Social em Moçambique	49
I.	Conclusões	53
II.	Referências.....	I

Resumo

Na segunda metade do século XX, constatou-se uma acentuada valorização da empresa no contexto socioeconômico, com mudanças estratégicas na organização e inserção em assuntos diretos da comunidade onde está localizada, projetando-se para fora do seu ambiente produtivo, visando uma atuação positiva na sociedade. Assim, no novo prisma empresarial surgem ações de responsabilidade social, que por muitas vezes tomam também as vestes de instrumento mercadológico, no intuito de atrair consumidores para os seus produtos.

Os incentivos fiscais voltados a projetos privados de inclusão social contribuem para que práticas efetivas de responsabilidade social sejam removidas do intuito propagandista empresarial e passem a se constituir em verdadeiras ações voltadas à melhoria das condições sociais daqueles que direta ou indiretamente estão envolvidos com as ações empresariais, onde o Estado atua como agente propulsor de políticas privadas.

No entanto, essas ações de responsabilidade social ganham impacto e terreno dentro das sociedades onde se encontram e nas próprias empresas que as praticam, e do interesse deste trabalho elevar o impacto que essas ações tem dentro das empresas e do meio envolvente.

Este trabalho teve como método a pesquisa exploratória, analisando-se algumas praticas de Responsabilidade Social existentes em algumas empresas Mocambicanas.

Capítulo I

INTRODUÇÃO

I.Introdução

As transformações sócio-econômicas dos últimos 20 anos têm afectado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro.

Se por um lado o sector privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza; por outro lado, é do conhecimento de todos que com grande poder, vem grande responsabilidade. Tendo em conta os recursos existentes, existe uma responsabilidade social intrínseca, em função da capacidade criativa.

A idéia de responsabilidade social incorporada aos negócios é portanto, relativamente recente. Com o surgimento de novas demandas e maior pressão por transparência nos negócios, as empresas veem-se forçadas a adotar uma postura mais responsável em suas acções.

Infelizmente, muitos ainda confundem o conceito de Responsabilidade Social, com filantropia, mas as razões por trás desse paradigma não interessam somente ao bem estar social, mas também envolvem melhor performance nos negócios e, conseqüentemente, maior lucratividade.

Segundo Ferrel (2000) a Responsabilidade Social é a obrigação que a empresa assume com a sociedade, maximizando os efeitos positivos sobre os clientes, comunidade, fornecedores, governo, proprietários e empregados, minimizando os efeitos negativos de suas acções na sociedade. Por isso neste trabalho iremos analisar algumas práticas de responsabilidade social existentes em algumas empresas Moçambicanas. Tendo em conta que as empresas socialmente responsáveis, buscam abranger o meio onde estão inseridos e os stakeholders responsáveis pelo funcionamento e sobrevivência da empresa.

1.1 Problema de Investigação

Tem-se verificado que o meio ambiente onde se encontram inseridas as empresas é instável. Essa instabilidade é provocada por vários factores, nomeadamente: o rápido desenvolvimento

tecnológico, a expansão do Mercado, as rápidas mudanças sociais e económicas, que por sua vez produzem uma pressão constante nas organizações de modo a mudarem, adaptando-se, crescendo para que possam cumprir com as exigências do meio ambiente e com as necessidades dos stakeholders e da sociedade. Para o Instituto Ethos, a responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa com o objectivo de torná-la parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social.

Mas para tal é preciso Segundo Neto & Froes (2001), ter-se em conta as duas dimensões que a responsabilidade Social abrange, sendo uma que focalize o ambiente externo (comunidade) e a outra que focalize o ambiente interno (a dos seus trabalhadores). É com base neste pressuposto, que as empresas tem desenvolvido práticas de Responsabilidade Social, sendo sobre este contexto que pretendo identificar e verificar as práticas de Responsabilidade Social que as empresas Moçambicanas tem praticado.

Entende-se neste contexto que para que a responsabilidade Social ,seja eficaz, e desenvolvida, deve existir uma cultura interna de desenvolvimento e interação com todos os membros envolvidos no desenvolvimento e propescao da empresa. de modo que a sua responsabilidade Social surja e comece a torna-se visível.

Sendo por isto necessário perguntar-se: Em que medidas as Empresas Moçambicanas desenvolvem práticas de Responsabilidade Social.

Para isso, buscou-se alguns exemplos do Brasil para fazer comparação, uma vez que este aspecto ja bastante estudado e a existência de similaridade dos problemas sociais com o nosso país.

2.1 Objectivos

Objectivo Geral

O trabalho tem como objectivo geral analisar as práticas de Responsabilidade Social em empresas Moçambicanas.

Objectivos Específicos

Como objectivos específicos, propõem-se para este trabalho:

1. Identificar as práticas de Responsabilidade Social.
2. Descrever a Responsabilidade Social em empresas Moçambicanas.
3. Comparar as práticas de Responsabilidade Social no Brasil e em Moçambique
4. Verificar em que medida as empresas Moçambicanas são socialmente responsáveis.

1.3 Justificativa

Nos últimos anos as empresas tem sofrido mudanças estruturais, ocorrendo de uma forma intrínseca dentro delas, fazendo florescer a necessidade de se abordar o tema Responsabilidade Social, de modo a torna-lo conhecido e do domínio geral, no que diz respeito ao meio que as rodeia.

O Conselho Empresarial para o Desenvolvimento sustentável (Word Buzines Council for Sustainable Development)¹, combina a sua definição com a definição do Instituto Ethos e com as definições de Melo Neto e Froes, considerando a Responsabilidade Social como o comprometimento constante dos empresários com comportamentos éticos e com o desenvolvimento económico que também engloba a melhoria da qualidade de vida dos empregados e de suas famílias, bem como da comunidade local e da sociedade como um todo.

Espera-se que com este trabalho possa se trazer algo de novo para a sociedade Moçambicana, mas concretamente a camada empresarial, no que diz respeito a uma visão mais ampla, sobre a importância das práticas de Responsabilidade Social e do impacto desta no seu desenvolvimento e posicionamento no ranque das empresas.

¹ Conselho Empresarial para o Desenvolvimento sustentável, 1998, Holanda.

Com a realização deste trabalho espera-se:

1. Mais conhecimentos e domínio das práticas de Responsabilidade Social.
2. Identificar e descrever as práticas existentes em Moçambique.
3. Verificar até que ponto o que as empresas fazem em nome de Responsabilidade Social e realmente Responsabilidade Social.
4. Maior facilidade de implementação com base científica, teórica e prática;
5. Maior realização pessoal, devido ao gosto e paixão pelo tema.

As empresas Moçambicanas (Standard Bank, Mcel,Barclays, Do It, BCI), irão beneficiar-se de um estudo sobre as práticas de R.S, sua influência na estrutura e nos trabalhadores desta. Melhorando ou introduzindo novas ideias, influências e novas práticas de R.S. Permitirão de uma certa forma, a organização conhecer e aprofundar mais o tema em ascensão (R .S).

Para os autores Melo Neto e Frões(2001) o conceito Responsabilidade Social tem 2 dimensões: o primeiro focaliza o ambiente interno (os trabalhadores e seus dependentes) onde o objectivo neste caso é motiva-los para aumentar o seu desempenho, além de proporcionar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para o seu bem estar. E a segunda dimensão focaliza o meio externo (a comunidade).

Tendo em conta estes autores é necessário efectuar-se um estudo de modo a perceber que práticas de R.S. se desenvolvem em empresas Moçambicanas e que práticas são essas.

Podendo desta forma motivar outras organizações a prestarem mais atenção as práticas desenvolvidas em Mocambique de modo a visualizar a importância da responsabilidade social como um motor para o desenvolvimento de uma organização.

Com este trabalho, as empresas passam a dar uma maior atenção as práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas por elas, criando com isto um laço forte e maior comprometimento com o meio. As empresas podem passar a olhar para as práticas desenvolvidas, seu meio interior de forma diferente, prestando mais atenção ao impacto que delas. Podendo deste modo surgir modificações nas estruturas das empresas, passando estas a agir e a ser socialmente responsáveis

e a ter em conta o impacto que as práticas de R.S. podem trazer para a sociedade e para o seu próprio desenvolvimento.

3.1 Estrutura do trabalho

O trabalho aqui apresentado é constituído por cinco capítulos. O primeiro diz respeito a introdução, que contextualiza a visão geral do estudo, a definição do problema de pesquisa, bem como os objectivos que o estudo pretende alcançar, sua importância e as dificuldades encontradas na realização deste estudo.

O Segundo capítulo aborda a fundamentação teórica, onde faz menção da literatura existente sobre as práticas de R.S., dando suporte científico do estudo, com base em conceitos e aspectos relevantes. Busca de uma forma comparativa, rever algumas práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas no Brasil, tendo em conta que a literatura existente é mais brasileira e na existência da similaridade dos problemas sociais.

O terceiro capítulo fala sobre a metodologia, focalizando a pesquisa exploratória como forma de obtenção de informação para a realização do presente trabalho. Abordando a estratégia de recolha de dados e da limitação do estudo do tema.

O capítulo quarto, apresentamos algumas práticas de RS em algumas Empresas, fazendo menção de exemplos por elas mesmo divulgadas.

O quinto e último capítulo fala das conclusões e recomendações, apresentando as sugestões do presente trabalho.

Capítulo II

Fundamentação Teórica

II- Fundamentação Teórica

Neste capítulo aborda-se os vários conceitos de Responsabilidade Social.

2.1. Conceitos

Para melhor entendermos os vários conceitos de RS é necessário efectuar-se uma viagem histórica sobre os antecedentes da RS, ou seja as fases de construção dos conceitos.

O surgimento do termo Responsabilidade Social é resultado de várias contribuições de autores ligados ao tema. Numa primeira fase, que vai de 1950-1960, Bowen na publicação do seu livro em 1953, afirma que os empresários deveriam assumir as consequências, vindas das suas acções.

De acordo com Duarte (1985) a acumulação de riqueza é um pecado, sugerindo a divisão pelos menos favorecidos. Surgindo deste modo uma maior preocupação com a humanidade. Ganhando assim R.S uma associação ao termo caridade ao próximo.

Na segunda fase, que vai de 1960-1970, onde nesta época decorrem vários atropelos devido as tensões sociais, surge então a necessidade das empresas adaptarem-se as mudanças e a adotarem novas estratégias de gestão. Com a crise instalada, a tensão dentro das empresas, surgem então os movimentos sindicais.

Com isto a importância do termo R.S., vai ganhando relevo, muitos autores tornam-se mais interessados em investigar sobre o tema, concordando quase todos num ponto de vista:

- As responsabilidades sociais das empresas vai mais para além da visão dos accionistas;
- A responsabilidade social esta mais além dos deveres legais, incorporando também os deveres morais de natureza ética;
- A responsabilidade social se adequa as exigências sociais, num dado contexto sócio económico.

As principais contribuições da segunda fase, foram:

- Keith Davis(1960) defendeu que as decisões que eram tomadas pelos dirigentes das empresas iam mais alem, afectavam o sistema social existente.
- William Frederick(1960), defendeu que as empresas deveriam zelar pelo seu sistema económico e superar as expectativas do público.
- Joseph McGuire, defendeu que para além da abordagem política vigente da empresa, os dirigentes deveriam zelar pelo interesse da comunidade, pela educação e pela felicidade dos funcionarios;
- Keith Davis(1967) reviu o seu conceito acrescentando a consequência ética das suas acções.
- Clarence C. Walton(1967) deu enfase a inclusao de elementos como acções voluntárias, que poderiam não trazer nenhum retorno económico as empresas.

Nesta segunda fase os autores trouxeram de novo o factor ético nas acções das empresas e a preocupação com os funcionários; atribuindo a elas a responsabilidade de afectar vários interesses do sistema social, além dos técnicos e económicos.

Na terceira fase (1970-1980) surgem grupos activistas/voluntários associados com objectivos de defenderem os interesses das minorias dos mais fracos. Foi nesta época e por causa da realização da conferência sobre o meio ambiente humano das nações unidas em Estocolmo 1972 que surgiram discursões e pesquisas práticas sobre actuação das empresas sobre o meio ambiente.

As principais contribuições desta fase, foram:

1. Harold Johnson(1971) apresentou 4 concepções teóricas sobre RS.
 - a. punha em causa a importância dos funcionários, dos fornecedores, da comunidade, do local e da nação, além do lucro que era principal para os accionistas;
 - b. nesta fazia uma ligação directa entre o lucro e o bem estar, ou seja a realização de acções sociais, levava ao aumento do lucro da empresa.
 - c. nesta teoria uma empresa tinha que ter compromisso com o bem estar colectivo dos outros membros da empresa e da sociedade, pois estes é que faziam a existência da empresa.

- d. traçou uma recta directa entre o lucro e a actividade social da empresa, em que o lucro desenvolve um comportamento social.
2. Teóricas de CDE, composto por académicos e executivos do mercado em 1971; estes articularam dentre as 3 definições de RS, uma que focaliza a definição mais aproximada do tema em análise:
 - a. sustentava-se mais no círculo interior, em que a responsabilidade era básica, servia somente para a execução eficiente da função económica de produtos, trabalho e crescimento económico.
 - b. círculo intermediário- funcionava mais como uma consciência sensível, minada mais para conservação ambiental, mais atenção aos clientes, mais motivação e relacionamento com os funcionários.
 - c. círculo exterior- em que se separava mais no envolvimento activo e melhoramento do ambiente social: combate a pobreza e degradação urbana.
 3. Teorias de Archie B. Carrol

Estes contribuíram com 4 definições sobre Responsabilidade Social Empresarial

- a. Nesta eles falavam de uma importância dos negócios, em que tinham que produzir bens e serviços, de vender e lucrar.
- b. Nesta segunda parte, em que os negócios tinham que atingir os seus objectivos.
- c. Nesta defendiam que os negócios tinham que seguir as leis vigentes da sociedade e que tinham que atender as expectativas sociais.
- d. Falava da escolha arbitraria dos dirigentes das empresas em criar programas que traziam melhorias sociais.
- e. Incorporando e segundo as 4 definições Carrol formou um conceito no qual afirmava que: Responsabilidade Social Empresarial consiste no empenho da empresa para obter lucro, obdecer a lei, ser ético e ser uma boa cidade empresarial.

Peter Drucker (1984)

Para este autor a RS tornou-se uma oportunidade de negócios para as empresas, pois estas eram vistas como uma vantagem competitiva, criadora de lucros, mesmo sendo a longo prazo.

Esta forma de ver RS veio a ser uma teoria/ conceito motivadora para que se passasse a praticar RS. Na década de oitenta ve-se então o crescimento da prática de RS mas também uma nova forma de gestão das empresas.

A busca de um conceito para o termo Responsabilidade Social, é antigo, a sua origem remota do final do século XIX ao início do século XX, sendo Andrew Cornegie um dos pioneiros na definição de R.S.

Mais o problema que se encontra na tentativa de se definir Responsabilidade Social, está no facto de como entender o papel de R.S. dentro das organizações: como um dever, uma obrigação legal, compromisso ou como uma ordem/exigência ética; outra está na natureza da R.S., sua direcção e seu alvo.

Para muitos autores, a melhor forma de definir este conceito é orientá-lo ao bem, em fazer bem. Outras definições não mais além, tentam associar este termo ao compromisso social de desenvolvimento social, a preservação do meio ambiente e ao dever ético da empresa em assegurar uma transparência nos seus negócios.

Ferrel, Fraedrich & Ferrel, 2000, afirmam que R.S. não passa de uma obrigação que é aquela que aumenta os seus efeitos positivos (internos nas empresas) e diminuem os seus efeitos negativos (externos) dirigidos a sociedade.

Melo Neto & Froes, 2001, definem R.S. como tendo duas intervenções, para estes autores a R.S. tem que centrar-se no seu meio interno e no seu meio externo.

Existe também um conceito muito usado, o do Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, que faz a combinação de várias definições do Instituto Ethos e com as definições de Melo Neto & Froes, em que afirma que a R.S. e o comprometimento dos empresários com

comportamentos éticos e com o desenvolvimento económico que também engloba a melhoria da qualidade de vida dos seus empregados e de suas famílias, também da sociedade que a rodeia.

O conceito de Responsabilidade Social é novo e ainda não foi uniformizado em nível mundial. Ele se fortalece a partir da constatação de que as empresas têm um papel essencial a cumprir, juntamente com os governos e a sociedade civil, na solução das imensas desigualdades sociais e da quase irreversível catástrofe ambiental que vivemos neste início de milênio. Mas também ganha um certo impacto, quando as empresas observam que a RS não tem só um impacto externo, mas também um maior impacto a nível interno, quando procura preceber melhor seus funcionários, quando investe na sua educação profissional e educacional, no seu bem estar e na sua segurança, **abrançado** assim um forte laço com seus funcionários.

Para melhor entendê-lo, é preciso compreender os principais pilares sobre os quais se assenta:

- A ampliação dos públicos com os quais a empresa deve se preocupar em suas decisões, que passam a incluir todos aqueles que influenciam ou são influenciados pelos negócios da empresa (partes interessadas ou, em inglês, "*stakeholders*");
- A verdadeira inclusão social e o amplo e universal respeito aos direitos humanos fundamentais, como o direito a alimentação adequada, à liberdade, à educação básica, à vida com dignidade, entre outros;
- A eliminação de qualquer tipo de discriminação de gênero, racial, ideológica, étnica, cultural, etc. ; e
- A vontade política de implantá-la na gestão da empresa, pois a verdadeira Responsabilidade Social depende de investimentos.

Numa tentativa de resumir todos estes aspectos, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social elaborou uma definição, que também foi adotada:

"Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais".

Importa salientar ainda o papel individual de cada empregado neste processo. É na decisão quotidiana de cada um de nós que se fará a efetiva responsabilidade social de nossa empresa como um todo. Quando, por exemplo, consumimos com consciência, compramos sabendo que estamos comprando de uma empresa ética, quando nos relacionamos sem qualquer espécie de discriminação ou preconceito para com nossos colegas, subordinados ou superiores, estamos sendo e ajudando a empresa a ser socialmente responsável.

Existe ainda em Moçambique uma ideia errada de prática Responsabilidade Social; algumas empresas confundem, obrigações laborais(impostas na Lei de Trabalho), com práticas de RS. Muitas empresas buscam conhecimentos e formas ideias de se tornarem responsáveis socialmente; Nesta busca muitas pesquisam e elaboram métodos eficazes de se tornarem responsáveis socialmente.

Actualmente algumas empresas em Moçambique, vão praticando a RS interna, dando deste modo uma importância acrescida aos funcionários e colaboradores existentes dentro da organização. Permitindo deste modo que a moral e produtividade dos empregados aumente e consegue uma atracção e retenção dos empregados mais qualificados.

4.1 Responsabilidade Social Empresarial

È frequente vermos empresas a divulgar nos meios de comunicação social a sua participação e apoio á projectos sociais, através de doações ou patrocínios, relacionando-se deste modo a actividade de prática de RS, mas prática de RS abrange mais do que isso.

Para Mohamad Sharif RS é a forma de gestão social empresarial que se define na relação ética e transparente entre consumidores, comunidade local, governo(público externo) e direcção administrativa e funcionários(público interno) contribuindo deste modo na construção de uma sociedade que promove a igualdade de oportunidades e inclusão social.

Segundo Silva(2000) RS é a entrega total dos empresários de adoptar e seguir um comportamento ético, contribuindo desta forma para um desenvolvimento económico, melhorando em simultâneo a qualidade de vida dos seus empregados e das suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Mateus Zimba(2006), afirma que RS considera a relação ética, relação social responsável pela empresa, em todas as suas acções, quer nas políticas, quer nas práticas e em todas as relações, sejam elas com o seu público interno ou externo.

Isto reflecte que o conceito de RS tem em conta uma visão de desenvolvimento sustentável. Uma empresa socialmente responsável é aquela que atinge seus resultados, sem perder de vista o seu papel no que toca aos funcionários, ao pagamento de impostos e na gestão ética.

Significado de Empresa Socialmente Responsáveis

Empresa socialmente responsável é aquela que desenvolve a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes envolvidas no negócio(Stakeholders: accionistas, funcionários, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente de forma a conseguir incorporá-los no planeamento das suas actividades, procurando sempre responder as demandas de todos.(Inácio José Fernando 2007).

5.1 Características de Empresa Socialmente Responsável

Uma empresa que se considera socialmente responsável deve ter em conta aspectos que dizem respeito ao seu relacionamento com os diferentes públicos. Segundo o artigo “Tudo Pelo Social”ⁱ, uma empresa socialmente responsável caracteriza-se por(Patricia Bispo, RH, 2007):

- a. Comunidade
 - Recruta funcionários em comunidades carentes;
 - Estimula o trabalho voluntário;
 - Apoia acções sociais; e
 - Usa serviços de organizações comunitárias.

- b. Funcionários
 - Contrata pessoas com experiências e perspectivas diferentes;
 - Cria programas de participação nos lucros e resultados;
 - Evita demissões;
 - É flexível e oferece ajuda para a solução de problemas, e
 - Apoia a inscrever os filhos dos trabalhadores na escola.

- c. Meio ambiente
 - Cria um código de reciclagem;

- Usa iluminação inteligente e instala acessórios para a economia de água;
 - Promove o uso de transporte alternativo.
- d. Consumidores
- Respeita a privacidade dos clientes;
 - Utiliza anúncios que transmitem modelos positivos e hábitos saudáveis e
 - Disponibiliza o maior número de informações possíveis para o consumidor;
- e. Fornecedores
- Evita negociar com empresas que não são éticas e
 - Estimula os seus parceiros a contribuírem em causas sociais;

Analisando profundamente as práticas das empresas socialmente responsáveis, analisaremos que elas adotam processos que incorporam escuta e negociação com os seus parceiros de negócios-internos e externos-fortalecendo uma cultura institucional voltada a democratização das relações de trabalho.

É também possível estabelecer algumas características que evidenciam uma gestão socialmente responsávelⁱⁱⁱ, são elas:

1. Transparência: divulgando informações, decisões e intenções de maneira clara e acessível a todos os públicos que se relacionam com ela.
2. Estabelecimento de compromissos públicos: assumindo publicamente os compromissos que a empresa tem, sejam relacionados ao seu público interno, ao futuro, a manutenção de recursos naturais, a promoção da diversidade.
3. Envolvimento com instituições que representam interesses variados: procurando contacto e dialogo com organizações e especialistas que colaborem com a empresa para lidar com seus dilemas.
4. Capacidade de atrair e manter talentos: apresentando-se como uma alternativa profissional que possa também atender aos interesses de cidadão do profissional.
5. Alto grau de motivação e comprometimento dos colaboradores: envolvendo todos os

colaboradores internos e fornecedores com a gestão da RSE, demonstrando coerência em seus compromissos.

6. Capacidade de lidar com situações de conflito: demonstrando disposição para a investigação e o dialogo, desenvolvendo processos que previnam situações de risco, aprofundando contato com redes de organizações e formadores de opinião, usando de transparência nessas relações.
7. Estabelecimento de metas de curto e longo prazo: introduzindo realmente aspectos de responsabilidade social na gestão da empresa, com todas as características que os outros indicadores de performance tem.
8. Envolvimento da direcção da empresa: comprovando claramente o entendimento estratégico que tem dessas questões. Em geral a empresa tem um ou mais colaboradores que dedicam seu tempo a questões de responsabilidade social.

Estas características podem estar bem claras e bem definidas ou é possível que existam evidências de que a queiram desenvolvê-las.

6.1 Vantagens de uma Empresa ser Socialmente Responsavel

Segundo Melo Neto e Brennan(2004), a empresa deve financiar projectos sociais porque e um mecanismo de compensação das perdas da sociedade em termos de concessão de recursos para serem utilizados pela empresa.

Na visão destes autores, a RS e vista como um compromisso da empresa com relação a sociedade e a humanidade em geral, e em forma de prestação de contas do seu desempenho, baseada na apropriação e uso de recursos que originalmente não lhe pertencem.

O seu raciocinio é de que, se a empresa obtem recursos da sociedade, é seu dever restitui-los não apenas sobre a forma de produtos e serviços comercializados, mas, principalmente através de acções sociais voltadas para a solução dos problemas sociais que afligem esta sociedade.

Pensa-se que actualmente no ambiente de mercado, cada vez mais competitivo, as acções de RS podem representar fontes de vantagens competitivas para as empresas, entre outros aspectos, podemos indicar:

- Maior valor agregado à imagem da empresa, à marca e aos produtos e serviços - a empresa passa a ser mais admirada pelos consumidores actuais e potenciais e pela comunidade, que desenvolvem atitudes favoráveis em relação aos seus produtos e serviços;
- Maior motivação de seus funcionários - os funcionários percebem que trabalham para uma empresa que se preocupa realmente com o bem-estar social e onde podem ampliar a sua cidadania. E possuir funcionários motivados, que vistam e soem a camisa da empresa é uma importante fonte de vantagem competitiva, visto que estes tornam-se mais motivados e demonstram maior desempenho.
- Maior capacidade de obter recursos necessários e conhecimento - as empresas que investem em acções sociais são as mais admiradas também pelos empregados em potencial. As pessoas desejam trabalhar em organizações deste tipo. Consequentemente, essas empresas são mais capazes de atrair melhores funcionários. Além disso ao se aproximar da comunidade as empresas tornam-se mais aptas a obter informações e conhecimentos sobre os clientes e o mercado e sobre si própria.

Na opinião de Melo Neto e Froes(2001), o principal benefício decorrente de acções sociais das empresas são:

- Ganhos de imagem corporativa;
- Popularidade dos seus dirigentes, que se sobressaem como verdadeiros líderes empresariais com elevado senso de responsabilidade social;
- Maior apoio, motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- Melhor relacionamento com o governo;
- Maior disposição dos fornecedores, distribuidores, representantes em realizar parcerias com a empresa;

- Maiores vantagens competitivas(marca mais forte e mais conhecida, produtos mais conhecidos)
- Maior fidelidade dos clientes actuais e possibilidades de conquista de novos clientes;

7.1 Diferenças entre Responsabilidade Social e Acções sociais

Acções sociais existem dentro da dimensão de RS; se dirigidas aos funcionários e seus dependentes representam o exercício de RS interna e quando focadas na comunidade, temos o exercício de RS externa.

Para Grajew(2002) é mais abrangente na busca de soluções para os problemas sociais, aqueles que afectam as comunidades proximas ou não á empresa. Acção externa. RS é mais ampla, pois compreende três dimensões: exercício de responsabilidade corporativa, ambiental e social.

A corporativa compreende a gestão ética, adoção de praticas de governação corporativa, gestão com transparência e responsabilidade, respeito á diversidade, pagamento de impostos devidos, respeito á legislação vigente, aos contratos vigentes com clientes, fornecedores e parceiros, pagamento de salários justos e beneficios, não uso de propaganda enganosa, fabricação de produtos que não causam danos fisicos aos clientes e ao público em geral, enfase no desenvolvimento dos funcionários e na criação e manutenção de um ambiente de qualidade de vida no trabalho.

Diferenças entre RSE e Filantropia

Quando se diz que uma empresa pratica RSE, diz-se que a empresa age de acordo estratégico, de forma que os objectivos sejam alcançados assim como a satisfação do cliente e o bem estar social.Sendo o envolvimento e a integração total e duradoira.

E quando se fala em filantropia numa empresa entende-se que existe uma acção social externa á empresa, tendo como único beneficiário a comunidade, sendo que as acções para tal são esporádicas (doações financeiras a instituições, fundações, associações comunitárias, etc) em que

a ajuda ocorre eventualmente.

Diferenças entre RSE e Marketing Social

Segundo Kotler (1980) Marketing é análise, o planeamento a implantação e o controle de programas e projectos formulados com o objectivo de proporcionar trocas voluntárias de valores com o mercado alvo, com a finalidade de atingir objectivos operacionais concretos.

Enquanto que quando se fala em RSE fala-se de valores, atitudes no seu total de análise a empresa de forma a entender as directrizes do mercado, sendo estas questões que influenciam a decisão dos executivos das empresas.

Sendo que o Marketing social é um instrumento estratégico que tem como base RSE, não se podendo adoptar o Marketing social sem RSE. A busca de um conceito de Marketing Social foi concretizada pela transposição de conceitos da área comercial para social.

Kotler e Roberto (1992) definem MS como uma estratégia de mudança de comportamento, combinando os elementos salientes das abordagens tradicionais de mudança social em esquema integrado de planeamento e acção tendo em conta os avanços na tecnologia das comunicações e na própria capacidade de marketing.

O marketing social pode também ser entendido como uma estratégia de mudança comportamental e de atitude, trazendo benefícios para as empresas que a praticam bem como para as entidades e para a sociedade.

As empresas saem vitoriosas pois a imagem vinculada a uma causa social traz visibilidade perante seu publico e mercado. O MS é resultado de RS, pois muitas empresas servem-se do M para divulgar suas acções sociais, principalmente se eles são responsáveis socialmente.

Existe uma relação de interdependência intrínseca entre elas, sendo que o MS inicia-se como uma verdadeira forma de exercício de RS.

Características	Responsabilidade Social	Responsabilidade Corporativa
Âmbito	é restrito á pratica de acções sociais internas e externas	é mais abrangente pois envolve a adoção de um modelo de gestão ética
Foco	seu foco principal é a comunidade	seu foco principal é o modelo de gestão empresarial
Beneficiários	seus benefícios são os funcionários, seus dependentes e os membros da comunidade	seus beneficiários são os clientes, fornecedores, accionistas, parceiros, governo, media, funcionários, membros da comunidade e sociedade em geral.

8.1 Dimensões da Responsabilidade Social

Cada área de actuação e relacionamento que a empresa tem com o seu diverso público(empregados, accionistas, consumidores, fornecedores, etc), tem a sua dimensão de RS; sendo que para cada dimensão de RS existe um paradigma, principios e deveres éticos que devem ser obdecidos á risca, sem como padrões de actuação e normas de conduta.

O que ocorre na realidade é a existência de acções socialmente responsáveis numa ou mais dimensões e acções socialmente irresponsáveis e outras dimensões. Existem algumas entidades, como é o caso do Instituto Ethos que desenvolveram metodologias de avaliação de desempenho social das empresas, criaram categorias de desenvolvimento social que buscam mensurar a actuação de empresa em cada uma das categorias.

Para alguns autores a Responsabilidade Social compreende duas visões:

- Foco no público interno; e
- Foco na comunidade:

A RS interna focaliza o público- interno da empresa, seus empregados e seus dependentes. O objectivo aqui e motiva-los para um desempenho optimo, criar um ambiente agradável de trabalho

e contribuir para o bem-estar. Para os autores, são exemplos de RS interna os programas de participação nos lucros da empresa, assistência medico-odontologica, financiamento de cursos externos, programas de capacitação entre outros. Quando as parcerias internas são eficazes permitem ainda criar relações que melhoram a flexibilidade e a capacidade de resposta e de partilha de conhecimentos entre os trabalhadores.

A RS externa tem como foco a comunidade mais próxima da empresa ou local onde ela esta situada, e como exemplo da sua dimensão de responsabilidade, os autores falam de programas de voluntariado, doações, acções sociais voltadas para a educação e saúde. Neste ponto importa referir que a participação positiva na comunidade local pode ainda ajudar a identificar novos mercados, clientes ou oportunidades de negócio, a estabelecer contactos com autoridades locais e pessoas com influência na opinião pública, bem como facilitar novas parcerias com outras empresas no âmbito de projectos da comunidade. Deste modo, a empresa apenas é considerada uma empresa-cidada quando estas duas dimensões sao satisfeitas.

Segundo Melo Neto e Brennand (2004) ⁱⁱⁱ, para cada dimensão de RS existe um paradigma, princípios e deveres a ser obedecidos a risca, bem como padrões de actuação e normas de conduta.

Existem outras abordagens que definem a existência de quatro dimensões que devem ser observadas, são estas a legal, a económica, a ética e a filantrópica.^{iv}

Dimensão ética de Responsabilidade Social

Esta é uma das principais dimensões de RS da empresa. Não é suficiente uma empresa ser eticamente bem conduzida é necessário que ela seja vista por todos os seus publicos éticos o que implica que a gestão de procedimentos éticos seja definida explicita e divulgando os principios éticos á serem colocados em prática pela empresa em todas as suas actividades e esferas de actuação.

Responsabilidade Social como diferencial competitivo

As empresas que praticam RS interna, e tem como foco principal o bem estar dos seus

funcionários, ganham uma vantagem sobre as outras organizações; eleva-se deste modo uma certa importância no modo como os funcionários se sentem dentro das organizações; outras prevelegiam a boa interação que conseguem ter com seus colaboradores. Diante disto as empresas descobrem uma nova fonte de vantagem competitiva- o valor ético institucional Uma empresa ética e socialmente responsável ganha uma vantagem competitiva sobre as outras, construindo desse modo uma base forte e social.

Responsabilidade Social como vantagem competitiva

A RS nasce com a finalidade de garantir que a sociedade tenha condições favoráveis de sobrevivência, acrescida pela incapacidade do estado em providenciar de maneira equilibrada e adequada as condições básicas de sobrevivência. Agindo desta forma as empresas que usam a RS providenciam a si mesmas a sobrevivência do próprio negócio.

Nos ambientes sociais das comunidades em redor as empresas nota-se uma certa debilidade económica o que não ajuda e nem desenvolve as empresas, sendo que nestes contextos a RS é acrescida no mercado das sociedades de forma a responder as preocupações.

As empresas que se preocupam e interagem de forma positiva com as preocupações das comunidades ao seu redor, garantem de certa forma com a sustentabilidade social e num modelo económico mais justo e viável.

É importante também salientar a importância das empresas que fazem e tem RS como elas interagem com os seus accionistas, clientes, sociedade, fornecedores, estado, meio ambiente ou com os seus funcionários, devendo para tal reflectir esses valores na sua postura ética.

A RS representa os resultados aparentes e transparentes adoptando práticas de transparência, obrigando-as a mostrar a quem de direito qe eles estão desenvolvendo a sociedade os recursos que utilizam para produzirem riqueza.

Os consumidores tornam-se mais atentos as acções apresentadas pelas empresas no que diz respeito á questões sociais e ambientais; ou seja a capacidade das empresas passa a ser testada

por aqueles que consomem produtos das próprias empresas (sua forma de gerar riqueza como agente económico), sem o consentimento e aprovação destes, sua capacidade comercial tende a ficar comprometida, afectando os accionistas, executivos, funcionários e todos os *stakeholders* envolvidos.

Deste modo as empresas tornam-se reféns da sociedade (e consumidores) , passando a RS a ter uma importância quase que crucial nos seus negócios, concluindo-se deste modo que o grande objectivo das empresas não é garantir lucro aos seus accionistas, mas sim de existir e persistir.

Quanto mais interesse as empresas mostram no que diz respeito á preocupação social da comunidade (e consumidores) mais confiança e credibilidade eles ganham, sendo essa diferenciação de competição no mercado.

Responsabilidade Social como expressão da cultura organizacional

Não se entende como uma empresa socialmente responsável internamente com práticas abusivas de gestão no que diz respeito a falta de confiança nos funcionários, na falta de transparência em seus negócios, pagamentos de baixos salários, condições inadequadas de trabalho, perfazem uma incongruência básica entre a cultura organizacional, seus valores e práticas e uma estratégia social, fundamentada em outros valores e acções sociais.

Existindo um nível baixo de incongruência existe também falta de valores sociais expressos na definição da missão da empresa e das suas práticas de gestão que são socialmente inaceitáveis(demissões em massa, baixa remuneração, autoritarismo, condições impróprias de trabalho,etc).

Nota-se um aumento de um pouco de congruência quando uma empresa introduz algumas acções internas de gestão socialmente responsável e acrescenta alguns valores sociais básicos que traduz o seu compromisso social com seus funcionários e dependentes.

É médio o nível de congruência quando a empresa afirma o seu compromisso social, abrangendo não só os empregados e dependentes, bem como a seus accionistas, fornecedores, distribuidores, parceiros e públicos em geral e governo.

Este nível de congruência aumenta mais ainda quando a empresa começa a incorporar novos valores e práticas sociais, frutos das crescentes exigências éticas do nosso tempo; é nesta época que surgem acções de gestão corporativa socialmente responsável (governacao corporativa, politicas de RH inovadoras, transparência nos negócios, certificação social e ambiental, parcerias estratégicas,etc).

Nesta altura, a empresa exerce a cidadania empresarial em pleno, tornando-se num agente de transformação social da sua comunidade e do seu sector de actividades.

Existe total congruência entre o exercicio de RS e a gerência da cultura organizacional quando temos a junção dos factores: compromisso social, práticas de gestão socialmente responsáveis, acções socialmente responsáveis internas e externas, incorporação de novos valores e práticas sociais, resultado de novas exigências éticas e a multiplicação nos tais valores e práticas nas cadeias de valor.

A junção destes factores fazem de agente de transformação social no ambiente onde actua.

Responsabilidade Social como Imperativo Ético e Moral

Empresas que praticam RSE apresentam-se a sociedade de comunicação social como organizações éticas, agentes de promoção de valores éticos do mundo de negócios.

Existem princípios éticos de RS com máxima prioridade e de elevada categorias que devem ser levados em conta, em qualquer prática de RSE, são eles, o cumprimento de contractos com os fornecedores, clientes, parceiros, distribuidores, representantes e franqueados, o retorno para os accionistas, a preservação de recursos naturais e a contribuição para o desenvolvimento sustentável da comunidade local.

Segundo Adilson Xavier(1992), a honestidade reforça a relação de confiança do consumidor com a marca/produto, alem de criar um vínculo de relacionamento.

A RSE como modelo de gestão, basea-se nos seguintes princípios básicos:

1. Adopção de compromissos éticos;
2. Subordinação de negócios a ética do negócio;
3. Adopção de procedimentos éticos em vários níveis;
4. Administração de risco ético do negócio;
5. Manutenção da imagem da empresa imaculada;
6. Promoção de acções junto a comunidade;
7. Comunicação franca e aberta com seus diversos públicos;
8. Ênfase em iniciativas voluntárias;
9. Construção de uma reputação de honestidade, sinceridade e lealdade.

9.1 Responsabilidade Social como Estratégia do Relacionamento e Desenvolvimento com os Funcionarios

Existem empresas que são éticas e sociais com bastante enfoque nas práticas de RH, sendo neste aspecto que algumas accões são vistas como eticamente necessárias, são eles:

- a. Acções de capacitação , treinamento e desenvolvimento pessoal- em que são realizados programas em diversos niveis(gerencial, tecnico, administrativo e operacional). Estes programas sao direcionados a formação e aprefeicoamento de quadros e são de vários tipos, concepção de bolsas de estudos,cursos de especialização, cursos de extensão, cursos de pos-graduação .
- b. Acções de pesquisa e participação - os funcionarios participam da pesquisa, fazendo críticas e apresentações de sugestões de melhoria.
- c. Acções de voluntariado-traduz-se no envolvimento directo dos funcionarios nas acções e nos projectos sociais da empresa.
- d. Acções de melhoria de qualidade de vida e bem estar dos funcionarios-envolvem-se questões de melhoria das condições de trabalho, ergonomia, alimentação, saúde ocupacional, higiene e segurança, ate prevenção de doenças e administração de orçamento doméstico e actividades de lazer.

- e. Acções éticas em relação a gestão de pessoas-compreende as políticas de selecção, contratação, remuneração directa e indirecta, avaliação de desempenho e outros incentivos.

O início da prática de RSE inicia-se a partir da capacidade de gerir o seu relacionamento com os seus funcionários sendo neste momento que a ética empresarial deve primeiramente surgir e tornar-se visível.

As organizações que se iniciam na prática de RS, desenvolvem sólidas empatias com os consumidores e um elo de parceria com seus funcionários, com uma boa comunicação elas conseguem divulgar os seus produtos/marcas aos consumidores, construindo uma fidelidade e motivação nos funcionários.

É necessário ter em conta que para que se considere uma empresa socialmente responsável é preciso ter-se em conta o apoio no desenvolvimento da comunidade e na preservação do meio ambiente. Deve-se investir no bem estar dos funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de se promover comunicações transparentes com os clientes e consumidores.

Existem ainda sete principais direcções aplicadas no âmbito de responsabilidade social:

1. Apoio ao desenvolvimento da comunidade onde actua;
2. Preservação do meio ambiente;
3. Investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável;
4. Comunicações transparentes;
5. Retorno aos accionistas;
6. Sinergia com os parceiros;
7. Satisfação dos clientes e ou consumidores

Todas estas direcções dão a empresa um maior fortalecimento no que diz respeito a dimensão social da empresa. A responsabilidade social empresarial corresponde a um compromisso que a

empresa assume tanto com a comunidade em geral, assim como com os seus trabalhadores, ou seja a empresa deve pautar por accoes tanto a nivel interno como externo, que beneficiam o bem-estar destes, melhorando desta forma o nivel da sociedade em geral.

As empresas socialmente responsaveis destacam-se pelo seu padrão de comportamento social,economico, cultural e politico. E para que se possa seguir por uma postura socialmente responsavel, a empresa deve se certificar que preencha todos os requisitos.

Melo Neto, F. & Froes, C. (2001) afirmam que “existe uma outra óptica seleccionada para que se analise uma empresa socialmente responsavel, dentre as quais:

- Alto comprometimento com a comunidade;
- Actua em parceria com o governo, demais empresas e entidades em programas e projetos sociais;
- Apresenta progressão de investimento nas áreas sociais;
- Viabiliza projectos socais independentemente dos benefícios fiscais existentes;
- Realizam acções sociais, cujo o principal objectivo não e o marketing, mas um comprometimento efectivo com a comunidade;
- Seus funcionarios, conscientes da RS da empresa, actuam como voluntarios em campanha e projectos sociais;
- Os valores e principios empresariais, alem da sua missão e visão estratégica, incorporam responsabilidades diversas, envolvendo o seu relacionamento com o governo, clientes, fornecedores, comunidade, sociedade, accionistas e demais parceiros.

A RS empresarial é caracterizada por uma atenção especial a todos os intervenientes da sociedade e que estejam ligados de forma directa ou indirecta a empresa, sejam estes trabalhadores, clientes, os fornecedores, e o meio ambiente e a comunidade no seu todo.

Práticas de Responsabilidade Social Empresarial

- A responsabilidade social constitui-se em ações transformadoras financiadas e desenvolvidas pelas entidades empresariais como forma de promover a inserção social,

bem como de intervenção directa da empresa no contexto socioeconômico, visando auxiliar na solução de problemas sociais.

- Atingir o *status* de socialmente responsável não significa apenas respeitar e cumprir devidamente as obrigações legais, mas também de desenvolver acções efectivas em prol da sociedade, seja através da melhoria das condições de trabalho dos próprios empregados, de respeitar e atuar com ética perante os colaboradores. A responsabilidade social envolve práticas que transcendem o mero zelo pelo capital humano, o respeito pelo meio ambiente e pela comunidade enquanto consumidora, requer atitude efectiva de envolvimento da empresa com as questões sociais, visando alcançar melhorias.
- Como anunciam Paola Capellin e Gian Mário Giuliani(1999), a responsabilidade social da empresa pode ser traduzida como um estágio de evolução da empresa em busca de sua excelência e plena realização:
- Na busca de eficiência e excelência empresarial, parece não ser mais satisfatória a tradicional alquimia do cálculo custo-benefício com o aumento da produtividade e a ampliação das vendas no mercado. Os critérios de avaliação do sucesso começam a incorporar dimensões que vão além da organização econômica e que dizem respeito à vida social, cultural e à preservação ambiental. Pode-se dizer que a eficiência não é só "fazer as coisas bem", segundo as regras de mercado, mas é "fazer as coisas boas", segundo princípios éticos.^[01]
- A responsabilidade social liga-se diretamente à consciência social e ao dever cívico, e se caracteriza por não ser individual, já que reflete a ação de uma empresa em prol da cidadania. Busca ainda estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva, onde a ética social é centrada na ânsia de alcançar uma sociedade mais justa e humanitária, vez que são estendidas a todos que participam da vida em sociedade, indivíduos, governo, empresas, grupos sociais, igreja, partidos políticos e outras instituições.

Segundo a Confederação Nacional da Indústria do Brasil, tem-se como definição para a responsabilidade social:

“A Responsabilidade Social Empresarial consiste num conjunto de iniciativas por meio das quais as empresas buscam – voluntariamente – integrar considerações de natureza ética, social e ambiental às suas interações com clientes, colaboradores, fornecedores, concorrentes, accionistas, governos e comunidades – as chamadas "partes interessadas" – visando ao desenvolvimento de negócios sustentáveis.”

É relevante perceber que a responsabilidade social e cidadã das empresas se dão por meio de políticas sociais e ambientais aplicadas em dois âmbitos, segundo o alvo das políticas sociais: a responsabilidade social interna e a responsabilidade social externa.

Práticas de Responsabilidade Social Internas

Quando a efectivação das práticas de responsabilidade social é voltado para o âmbito da empresa, diz-se que a responsabilidade social é interna. Deste modo, quando as empresas possuem práticas de responsabilização que afectam em primeiro momento seus próprios empregados, a saúde e a segurança no trabalho e a gestão dos recursos naturais utilizados na própria produção, estar-se-á diante de práticas de responsabilidade empresarial interna.

Em relação ao trabalho humano são muitas as possibilidades de desenvolvimento de iniciativas de responsabilidade social interna. Ultrapassam o mero respeito à legislação trabalhista, para surgirem como práticas que propiciem a promoção e o aprendizado permanente. Possibilitam uma melhoria do nível de informação sobre a empresa; um maior e melhor equilíbrio entre trabalho, família e lazer; possibilitar a igualdade salarial; ampliar as perspectivas profissionais para as mulheres; promover a participação dos lucros para os empregados; permitir que empregado actue em algumas decisões da empresa; respeito ao trabalho e aproveitamento adequado da formação dos trabalhadores; e a não discriminação de trabalhadores do sexo feminino ou de indivíduos advindos de minorias étnicas.

Outra forma de atingir a responsabilidade empresarial interna, no que se refere ao trabalho humano, pode ocorrer no momento de reestruturação das empresas. Corporações responsáveis, em momentos de modificações em sua estrutura, são aquelas que se preocupam com o bem-estar dos trabalhadores e que levam em consideração seus interesses. Assim em uma reestruturação de empresa, é internamente responsável a organização que possibilita a discussão entre a diretoria e

os trabalhadores, principalmente em relação àqueles empregados que serão, eventualmente, demitidos ou remanejados.

Em relação a um ambiente propício ao desempenho do trabalho, a responsabilidade social da empresa se verifica quando cumpre a legislação de segurança do trabalho e complementarmente aumenta o nível de saúde e segurança no local do trabalho. Promove o bem-estar dos empregados e proporciona momento de integração entre os diretores e demais trabalhadores.

Outro ponto que evidencia a preocupação das empresas com a segurança no trabalho é a inclusão de critérios de saúde e segurança nos programas de contratação e recrutamento. Hoje várias empresas, a maioria também europeias, possuem requisitos de formação em saúde e segurança no trabalho como critério de contratação, facto que contribui para a diminuição de acidentes de trabalho.

Assim, efeitos positivos directos das citadas práticas de responsabilidade social interna em relação aos recursos humanos e o ambiente de trabalho, além das já mencionadas, atingem o ambiente de trabalho, interferindo positivamente na produtividade. Este aumento na produtividade ocorre em virtude do comprometimento da empresa na motivação dos trabalhadores, proporcionando-lhes melhores condições de labor, segundo entendimento de Ciro Torres:

(...) quem não investe na educação e no progresso dos seus próprios funcionários e não está atento com a saúde e a alimentação de toda equipe - pagando baixos salários e exigindo longas jornadas de trabalho - só vai colher baixa produtividade, pouco compromisso e dedicação. Além de muito desperdício de materiais e matérias primas. Como da mesma forma e pelos mesmos motivos, terá funcionários faltosos e grande rotatividade de mão-de-obra, que obviamente vai acabar comprometendo a qualidade dos produtos e serviços, num enorme desperdício de treinamento e formação. ^[03]

Questão que merece destaque diz respeito ao cumprimento dos direitos ditos humanos e dos tratados internacionais relacionados às matérias trabalhistas, como por exemplo daqueles preceitos oriundos da Organização Internacional do Trabalho (OIT), em que pese alguns não estejam devidamente incorporados em nossa legislação trabalhista, facto que se expressa pela não

utilização do trabalho de forma degradante ou escrava, contratação de trabalhador mediante remuneração justa e suficiente à satisfação das necessidades mínimas do homem, bem como a recusa em aceitar parcerias comerciais com empresas que não respeitam tais direitos.

Constituem-se ainda práticas de responsabilidade social interna, a não adoção do trabalho infantil; preservação da liberdade de associação, onde os direitos dos trabalhadores de se associar a grupos e sindicatos permanece hígido e ainda, é incentivado. Outro ponto que evidencia uma empresa responsável, diz respeito ao repúdio de práticas que importam na discriminação do trabalhador, seja baseada na nacionalidade, raça, cor, sexo, orientação sexual, deficiência física, condição financeira; não utilização de práticas punitivas vexatórias ou ainda, a aversão à adoção de coerção e abuso verbal aos trabalhadores.

Se tratando das práticas de responsabilidade social que dizem respeito ao meio ambiente, em âmbito interno, a empresa responsável implementa formas de atuação capaz de minimizar o consumo de recursos não renováveis, maximizar a utilização dos insumos utilizados no processo produtivo, de forma a evitar o desperdício dos recursos naturais.

Em apego às questões ambientais, a empresa responsável promove a reciclagem e o uso alternativo dos refugos do material utilizado no processo produtivo, ou dos excedentes da produção. Outras formas de evidenciar atuações responsáveis advém da busca pela redução do gasto energético ou a procura de insumos alternativos na produção. Estas iniciativas, além de preservar o meio ambiente e os recursos naturais, proporcionam vantagens financeiras, ainda que a curto prazo, na medida em que diminui os custos de produção.

Práticas de Responsabilidade Social Externas

Com relação à dimensão externa da responsabilidade social das empresas, cujos efeitos benéficos se irradiam não apenas na circunscrição das empresas, mas se projetam para o ambiente social externo. Assim, a responsabilidade social externa ultrapassa os limites das relações da empresa com seus empregados e o melhor aproveitamento dos insumos de produção, mas reforça a relação da empresa com seus fornecedores, consumidores, comunidade e com o meio ambiente em relação aos resíduos de produção.

Inegável se considerar que as empresas são diretamente ligadas ao contexto físico-ambiental do local onde estão inseridas, vez que as atividades desenvolvidas poderão influenciar fortemente na qualidade do ar, das águas, poluição acústica, contaminação do solo, no nível de congestionamento das estradas ou no volume de poluentes lançados no ar, bem como da produção de resíduos oriundos do processo produtivo. Assim, é necessário se pensar na implementação de política de diminuição da emissão de dejetos, agentes tóxicos que provoquem distúrbios na qualidade do meio ambiente. Tais atitudes poderão igualmente serem vistas como atitudes responsáveis pelas empresas.

A questão da proteção ao meio ambiente e da adoção de práticas que garantam a estabilidade do ecossistema natural, as empresas devem pautar suas atividades em modelos de desenvolvimento sustentáveis, pois não se pode admitir uma cadeia produtiva baseada em sacrifícios dos recursos naturais. Assim, a empresa responsável é também aquela que implementam ações e promove a participação da população, em um grande movimento de conscientização da comunidade em relação às questões ecológicas.

Importante destacar posicionamento do Conselho Nacional das Industrias do Brasil, no que se refere ao modelo de produção pautado em práticas que respeitem o meio ambiente, ao propor:

A experiência tem demonstrado que a gestão ambiental, ao reduzir as perdas e o desperdício de energia e de materiais, significa não apenas um passo extremamente importante para a preservação da qualidade de vida em nosso planeta, mas também para o controle e a redução de custo dentro das próprias empresas. ^[04]

Todo o processo produtivo deve-se pautar em ações que causem impactos positivos no meio ambiente, patrocinando ativistas e organizações não-governamentais de defesa do meio ambiente, ou ainda, trabalha no oferecimento de cursos adicionais com ênfase em formação ecológica e valorização dos recursos naturais, principalmente elegendo formas de energia menos poluentes no processo produtivo.

As sociedades empresariais são entidades altamente modificadoras do contexto socioeconômico, já que interferem diretamente na realidade da sociedade, onde estão inseridas. Sob uma óptica

meramente geográfica, a situação da empresa, em relação à comunidade, tornam-se importantes postos de trabalho e em muitos dos casos, são também responsáveis pelos níveis de salário e renda, bem como do recolhimento de impostos.

Diante deste ponto de vista, percebe-se que a prosperidade econômica, a estabilidade dos mercados, a saúde e o bem-estar das comunidades circunscritas às empresas, guardam para com estas, uma relação de dependência socioeconômica. Este liame presente nas relações empresariais enquanto agentes de transformação social, tornam-se ainda mais estreitos quando as empresas adotam posicionamento de comprometimento com o desenvolvimento da comunidade, principalmente nas regiões agravadas pelas injustiças e exclusão social.

No que se refere às práticas de auxílio directo da empresa à comunidade, as cidadãs contratam pessoas socialmente excluídas, como por exemplo, os indivíduos com baixos níveis de escolarização e os portadores de deficiências incapacitantes. Ainda, proporcionam creches para os filhos dos empregados, como meio de garantir a permanência do empregado na empresa e promover atividades pedagógicas com as crianças, manifestando-se contra o trabalho infantil e propiciando educação e um futuro digno.

A empresa, enquanto atuante na sociedade, propicia a participação popular através do incentivo à formação e fomento às associações comunitárias, e que realiza doações às obras beneficentes. Como atividade transformadora, a empresa responsável busca incentivar o lazer, a cultura através da concessão de patrocínios.

Em relação aos consumidores e fornecedores, dentro do aspecto corporativo, as empresas cidadãs buscam a intensa colaboração com seus parceiros e clientes, através da implementação de medida que diminuem custos, aumentam a qualidade e segurança dos produtos e serviços, sempre atuando com ética, competência e seriedade. Tal qual preceitua a Confederação Nacional da Indústria do Brasil, quando a empresa na esfera de influência de seus negócios:

Elas estabelecem critérios de relacionamento ou desenvolvem programas que visam, por exemplo, disseminar práticas empresariais sustentáveis junto aos seus fornecedores, comunidades, distribuidores ou parceiros estratégicos, ou, ainda, junto aos fornecedores de seus fornecedores e

assim por diante, modificando positivamente todo um conjunto de atividades que gravitam, direta ou indiretamente, no seu entorno.^[05]

Empresas com responsabilidade social são aquelas que valorizam o comportamento empresarial, dentro de uma visão corporativista, impingindo à cadeia produtiva e de consumo maior eficiência com vistas a promover o bom relacionamento com outras organizações e com a própria sociedade.

Capitulo III

Metodologias de Investigação

3.1 Metodologias de Investigação

O presente trabalho é uma pesquisa sobre a responsabilidade social praticada pelas empresas moçambicanas e tem como objectivo averiguar e identificar algumas dessas responsabilidades sociais praticadas pelas mesmas.

Quando realizamos uma pesquisa, devemos definir qual será nosso objectivo geral, que pode ser classificado em três grupos: exploratória, descritiva ou explicativa. Na presente dissertação, irei discutir sobre a pesquisa exploratória, pois é o meu foco de estudo.

A pesquisa exploratória é vista como o primeiro passo da pesquisa científica e tem como principal objectivo o aprimoramento de ideias e ou a descoberta de intuições. Esse tipo de pesquisa tem por finalidade proporcionar maiores informações sobre o assunto, facilitar a delimitação da temática de estudo, definir os objectivos ou formular hipóteses de uma pesquisa ou descobrir um novo enfoque que se pretende realizar. Nesse tipo de pesquisa o que conta são as novas informações levantadas e não, o diálogo com o conhecimento acumulado.

Normalmente a pesquisa exploratória envolve o levantamento bibliográfico e documental, observação informal, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema e análise de exemplos que estimulem compreensão do assunto estudado, por mais que seu planejamento seja bastante flexível, quase sempre assume a forma de pesquisa bibliográfica ou estudo de caso, neste caso a informação que aqui consta tem origem na bibliografia Brasileira e em alguns casos em exemplos brasileiros, por causa da similaridade existente nos problemas sociais.

Segundo Haward e Sharp (1983), a pesquisa é uma busca orientada para o enriquecimento do conjunto de conhecimentos do indivíduo e de outros, usando métodos que levem a descoberta de factos e ideias não triviais.

Drew (1980), reforça esta ideia ao considerar que uma pesquisa é conduzida para resolver problemas e para aumentar conhecimentos, através de uma forma sistemática de fazer perguntas.

Desta forma foram analisados os métodos mais adequados para a realização de uma pesquisa tendo

em conta a natureza, os objectivos, as aplicações e os resultados de um estudo sobre o impacto as praticas de Responsabilidade Social em empresas Mocambicanas.

Tendo em conta os objectivos preconizados, o presente trabalho é uma pesquisa exploratoria e segundo Gil (1996) este tipo de pesquisa visa proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torna-lo explicito ou a construir hipoteses sobre ele. Geralmente, assume as formas de pesquisas bibliograficas e de estudos de caso, e assim, a pesquisa exploratoria, contribui para a compreensão do problema de pesquisa, visto que o objectivo e estabelecer um contacto maior com a realidade e com as características em estudo.

De acordo com Rihardson (1999), a pesquisa exploratoria procura conhecer as características de um fenomeno para, a posterior, procurar explicações das causas e efeitos do tal fenomeno.

Segundo Santos(1991) a pesquisa exploratoria é o contacto inicial com o tema a ser analisado, com os sujeitos a serem investigados e com as fontes secundarias disponiveis. Nestes casos o pesquisador deve ter uma atitude de receptividade as informações e dados da realidade social, alem da postura flexivel e não formalizada.

Tripodi et al.(1975) afirmam que os estudos exploratorios sao baseados na presupoção de que atraves do uso de procedimentos relativamente sistematicos, pode-se desenvolver hipoteses relevantes a um determinado fenomeno.

Para Sampieri et al.(1991) estes servem para aumentar o grau de familiaridade com fenomenos relativamente desconhecidos, obter informações sobre a possibilidade de levar adiante uma investigação, mais completa sobre um contexto particular da vida real e estabelecer prioridades para investigações posteriores.

Este tipo de pesquisa se caracteriza por ser mais flexivel em sua metodologia em comparação com o estudo descritivo ou explicativo, sendo mais amplos e dispersos que estes dois ultimos tipos.

Malhotra (1993, p.156) “ a pesquisa com dados qualitativos é a principal metodologia utilizada nos estudos exploratorios e consiste em um método de coleta de dados não-estruturado, baseado em

pequenas amostras e cuja a finalidade é promover uma compreensão inicial do conjunto do problema de pesquisa”.

Sampieri (1991, p.59) “ os estudos exploratorios são feitos , normalmente , quando o objectivo da pesquisa é examinar um tema ou problema de investigação pouco estudado ou que não tenha sido abordado antes.”

Kinnear e Taylor(1987) afirmam que as pesquisas exploratórias são ultimamente utilizadas na investigação preliminar da situação com um mínimo de custo e tempo, ajudando o pesquisador a conhecer mais o assunto em estudo.

Segundo Mattar,1994; Malhotra, 1993 e Sampieri, 1991, a pesquisa exploratoria tem os seguintes objectivos:

1. Familiarizar e elevar a compreensão de um problema de pesquisa em perspectiva;
2. Ajudar no desenvolvimento ou criação de hipóteses explicativas de fatos a serem verificados numa pesquisa casual.
3. Auxiliar na determinação de variáveis a serem consideradas num problema de pesquisa,
4. Verificar se pesquisas semelhantes já foram realizadas, quais os métodos utilizados e quais os resultados obtidos, determinar tendências, identificar relações potenciais entre variáveis e estabelecer rumos para investigações posteriores mais rigorosas.
5. Investigar problemas do comportamento humano, identificar conceitos ou variáveis e sugerir hipóteses verificáveis.

Considerando o que anteriormente foi mencionado, no presente trabalho, foi escolhido para a pesquisa o método do estudo de caso. Este método implica um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objectivos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento (Gill, 1996) . Santos (1999), descreve que o estudo de caso é realizado quando se selecciona um objecto de pesquisa restrito, objectivando aprofundar os seus aspectos característicos a pesquisa.

A grande vantagem deste método é possibilitar ao investigador concentrar-se num caso específico ou situação e identificar os diversos processos interactivos em curso, que poderiam permanecer

ocultos num estudo de maior dimensão (Bell, 2002). Para esta autora, nenhuma abordagem depende de um unico metodo. Os estudos de casos, geralmente, considerados estudos qualitativos, podem combinar diversos metodos, incluindo tecnicas quantitativas. Para ela, a perspective quantitative, permite recolher os factos e estudar a relação entre eles; aqui sao realizadas metodos usando tecnicas cientificas que levam a conclusões quantitativas. A perspective qualitative permite compreender as percepções individuais do mundo; procura compreensão em vez de analise estatistica. Porem, os investigadores qualitativos podem recorrer a tecnicas quantitativas e vice-versa.

10.1 Finalidade da pesquisa exploratória

Este tipo de pesquisa tem como objectivo buscar entender as razões e motivações subentendidas para determinadas atitudes e comportamentos das pessoas. Esta proporciona a formação de ideias para o entendimeno do conjunto do problema enquanto que a pesquisa descritiva procura quantificar os dados colhidos e analisa-los estatisticamente(Malhotra, 1993).

Possui ainda a finalidade basica de desenvolver,esclarecer e modificar conceitos e ideias para a formulação de abordagens posteriores;visando deste modo proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, a fim de que essa possa formular problemas mais precisos ou criar hipoteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores(Gill, 1994,p.43).

Gill, (1999,03) Acrescenta que este tipo de pesquisa visa proporcionar uma maior visão geral de um determinado facto, do tipo aproximativo.

11.1 Estrategia de Recolha de Dados

O suporte teórico do tema presente do trabalho teve como recurso a pesquisa bibliografica e pesquisa documental para caracterizar as instituições nas quais iremos analisar. A recolha de dados relativos aos aspectos que se pretendem analisar com a realização desta pesquisa baseou-se na recolha da informação exposta pelas empresas Moçambicanas, nos seus blogs, revistas, jornais e canais televisivos.

12.1 Limitações do Estudo

Por ser ainda um tema em exploração em Moçambique, mais concretamente em Maputo e com pouca literatura existente, traz consigo um pouco de embaraço no estudo e na análise da mesma, uma vez que a literatura existente sobre o tema, abrange mais culturas diferentes da nossa, tendo sido necessário uma maior investigação e depois transformação no que diz respeito a nossa realidade.

E sendo um tema ainda em exploração foi difícil iniciar o estudo de caso, devido ainda ao não conhecimento profundo sobre as práticas de Responsabilidade Social nas empresas analisadas, tendo levado tempo para o levantamento das práticas existentes e da forma como foram obtidas as informações.

O facto também de algumas empresas confundirem o dever cívico e moral com Responsabilidade Social, constitui um entrave na recolha e análise das práticas de Responsabilidade Social.

Capitulo IV

Responsabilidade Social em Moçambique

IV. Responsabilidade Social em Mocambique

Muito do debate sobre a responsabilidade social empresarial já foi desenvolvido pelo mundo fora, mas Mocambique tem dado passos largos no sentido da profissionalização do sector e da busca por estratégias de inclusão social através do sector privado.

Empresas moçambicanas ainda não conhecem o real conceito de responsabilidade social. “Há empresas pensando que criar condições de trabalho condignas para os seus trabalhadores é responsabilidade social, quando isso trata-se de sua obrigação em cumprir com a lei do Trabalho”, disse à AIM Paulo Mole(2007), consultor da empresa de auditoria e consultoria KPMG, entidade que conduziu o estudo. Segundo ele, essa percepção é de uma parte considerável das empresas moçambicanas.

O conceito de responsabilidade social considerado ideal pela pesquisa é baseado nos princípios do Pacto Global, uma iniciativa lançada pelas Nações Unidas visando envolver as empresas na solução dos desafios da globalização de forma sustentável e inclusiva. Tais princípios em enfoque para as áreas dos direitos humanos, Força do trabalho, meio ambiente e combate a corrupção.

Moçambique tornou-se signatário do Pacto Global em 2003, Mole afirma que em Moçambique existem empresas que, por exemplo, não admitem pessoas portadoras de deficiência ou então os infectados por HIV/SIDA para o seu quadro de trabalhadores, não sendo por isso socialmente responsáveis.

A fonte afirma haver uma diferença entre as actividades filantrópicas e acções de responsabilidade social. No âmbito do segundo conceito, uma empresa pode construir uma escola junto da comunidade onde está instalada, apesar dessa tarefa ser do Estado, na expectativa deste empreendimento vir a formar a mão-de-obra que ela precisará no futuro.

Contrariamente, uma actividade filantrópica pode cingir-se numa simples oferta de alimentos.

“Nos países onde o conceito é mais claro as empresas apoiam as comunidades e em benefício disso

o Estado lhes abate os impostos. É responsabilidade social porque a empresa conseguiu descobrir a necessidade daquele empreendimento. É por isso que se fala da necessidade de haver incentivos em Moçambique para a área de responsabilidade social”, disse o mesmo autor.

Aquele funcionário sénior da KPMG entende ser necessária a implementação de um quadro legal ideal sobre a matéria de responsabilidade social, medida que também deve ser divulgado junto de organizações dos sindicatos, Organizações Não Governamentais, instituições do ensino superior, entre outras entidades.^v

Tempos atrás, bastava às empresas oferecer bons produtos e serviços e tratar de forma ética os seus fornecedores e parceiros para obter uma boa imagem perante o mercado. Com o tempo as exigências foram aumentando e passou a ser necessário possuir uma política de recursos humanos e dar atenção adequada aos funcionários.

A cada nova exigência do mercado, a fim de se manter admiradas e respeitadas, as empresas passaram a ter que criar estruturas internas e formalizar acções que atendessem a essas exigências.

A palavra de ordem actual passou a ser comunidade. Começamos a prestar atenção na forma como as empresas se relacionam com a comunidade à sua volta, não simplesmente respeitando-a, mas actuando de forma activa para ajudá-la. É uma nova consciência do contexto social e cultural no qual se inserem as empresas, a chamada responsabilidade social.

A responsabilidade social está, portanto, intimamente ligada à imagem que as empresas querem ter perante o mercado.

Sem teorizar, as pessoas acreditam que as empresas devem, além de gerar empregos, pagar seus impostos e obedecer às leis. Também devem ajudar a desenvolver sua comunidade e seus indivíduos em prol de uma sociedade melhor.

Muitos vão argumentar que as empresas sempre exerceram um papel assistente perante a comunidade. Na realidade, há muito se praticam acções filantrópicas, mas tais acções são na maior

parte das vezes esporádicas, sem planeamento ou orçamento prévio. Quando falamos em responsabilidade social, queremos dizer compromisso social e não simplesmente filantropia

Acções sociais voluntárias

Outra vertente de acções sociais é o desenvolvimento de projectos internos com a participação de funcionários em acções sociais voluntárias. Esta iniciativa também demanda esforços consideráveis para ser implementada, uma vez que a empresa tem que convencer a sua direcção de que existem benefícios em se conceder tempo livre para a prática de acções voluntárias pelos funcionários, e estes têm que ser engajados, treinados, e suas acções posteriormente avaliadas.

As empresas, que já estão engajadas socialmente, trabalham por meio de estruturas organizacionais variadas e cada uma, a seu modo, conduz projectos diversos que trazem resultados interessantes à comunidade. Algumas empresas trabalham com sucesso por meio de fundações privadas, associações culturais e artísticas, organizações não- governamentais e outras entidades afim.

13.1 Exemplos de Praticas de Responsabilidade Social em Mocambique.

KPMG

A atitude de uma empresa no ambiente em que opera é um factor determinante e o maior indicador do seu compromisso com a sociedade. Tendo esta directriz em mente, a KPMG em Moçambique é responsável por varias acções sociais e projectos que visam fortalecer o relacionamento com os clientes, o pessoal e a comunidade em geral, interagindo com os vários intervenientes.

A KPMG acredita que todas as organizações têm responsabilidades para com o seu pessoal, clientes e a sociedade em geral. Acreditamos que um cometimento verdadeiro com a responsabilidade Social Empresarial (RS) une a organização, fortalece a sua reputação e cria ligações importantes com a comunidade em que a KPMG opera.

Pessoal

Os projectos de RS permitem que os trabalhadores adquiram conhecimentos através de experiências desafiadoras; que ganhem novas perspectivas; melhorem as suas capacidades e trabalhem com diversos tipos de pessoas – incluindo colegas sénior.

Clientes

Estamos fortemente comprometidos com a transparência e integridade, sendo que o nosso objectivo de fazer uma diferença positiva perante o mundo reflecte as crenças e acções de muitos dos nossos clientes.

Comunidade

Existe uma causa moral por detrás da RS, e nós acreditamos que estamos certos ao pretender apoiar indivíduos e grupos necessitados – não só como uma organização, mas também como indivíduos.

BCI

Numa altura em que os mercados são afectados por uma forte instabilidade, e obrigação da Banca contribuir para o equilíbrio financeiro necessário a promoção do investimento e ao desenvolvimento económico e social do país.

Neste contexto o BCI-Fomento aposta e continua a por em prática diversas actividades de dinamização socio-cultural que procuram acrescentar valor e transferir saberes, competências e tecnologias para as comunidades que elas beneficiam.

Na implementação da sua política de Responsabilidade Social, o BCI Fomento privilegia os sectores de actividades com maior relevo para o crescimento económico de Moçambique:

Sector Agricola

O BCI Fomento linhas de credito destinadas ao financiamento das empresas produtoras de algodão, caju e chá. No ano de 2004, o BCI Fomento foi a instituição moçambicana que mais fundos disponibilizou para o incentivo ao sector algodoeiro e foi pioneiro na criação de um fundo de Fomento de caju destinado a apoiar os pequenos produtores artesanais.

Exportação

O aumento das exportações é essencial ao equilibrio da balança comercial do país e a criação de emprego. Consciente da importância do desenvolvimento de um empresariado nacional vocacionado para o escoamento internacional dos produtos moçambicanos, o BCI Fomento criou linhas de credito especializadas no apoio aos exportadores de algodão, castanha de caju e pescado.

Turismo

A beleza natural do nosso país coloca Moçambique numa rota turistica de referencia ao nivel mundial. Apostado em contribuir para a firmação de Moçambique como um destino turistico de excelência, este Banco antecipando o futuro financia projectos de investimentos ligados a implementação e modernização do sector.

Educação

A colaboracao na implementação de Universidades, no alargamento e melhoria das instalações e na aquisição de materiais didacticos para as escolas, sao algumas das actividades mais participadas.

Arte e Cultura

Neste contexto o BCI Fomento revitalizou e modernizou as suas Mediatecas, a funcionar no Espaço Joaquim Chissano, em Maputo e desde Junho de 2002 na cidade da Beira. Tem também promovido exposições de pintura, escultura, cerâmica, artesanato e fotografia. Um dos projectos que mais orgulha este banco e o mecenato da Escola Nacional de Arte.

Formação

A formação e desenvolvimento profissional do capital humano do BCI é assumida como prioritária, a atribuição de bolsas de estudo destinadas a frequência de cursos e de mestrados e as sessões de formação internas e externas tem como principal objectivo a aquisição e aperfeiçoamento dos conhecimentos dos funcionários, 80% dos funcionários do BCI Fomento frequentam pelo menos uma acção de formação por ano.

Standard Bank

Desde o inicio das suas actividades o Standard Bank tem vindo a diversificar o seu leque de apoios no seu compromisso de responsabilidade social que vem prosseguindo ao nível do País, cumprindo com um dos seus principais objectivos estrategicos, que e o de apoiar o crescimento das comunidades onde opera.

Ao longo de 2007 no ambito do projecto “Um olhar de Esperanca” o Standard Bank ofereceu duas salas de informatica, com equipamento de ponta em termos de tecnologia de informação, as escolas Secundaria Samora Machel e Franscisco Manyanga. Apoio a competição anual de estudantes universitarios na cidade de Maputo, que visa premiar o melhor projecto de investigação ao nível de estudantes de graduação.

Ofereceu a Escola Nacional de Musica um patrocínio no valor de 5000 USD que teve como objectivo a compra de instrumentos musicais.

No dia 04 de Marco de 2009, celebrou com a liga Moçambicana de Futebol um acordo de parceria, visando o apoio financeiro a organização e gestão do principal campeonato nacional de futebol.

Mais de 150 crianças receberam diversos Kits de material escolar, roupa, calçado e brinquedos oferecidos pelos filhos dos funcionários do Standard Bank.

Varios colaboradores e clientes do Standard Bank beneficiaram de medição gratuita de tensão arterial e aconselhamento em diversos balcões de atendimento existentes no País, no âmbito das

acções de responsabilidade social, visando a mitigação e combate as doenças cardiovasculares.

Barclays

O Barclays esta ciente da imensa responsabilidade que possui perante a comunidade, não nos satisfazemos em somente gerar postos de trabalho, mas sim em colaborar para o futuro da comunidade, fomentando iniciativas que estimulem o crescimento individual de cada cidadão.

Barclays faz doações de produtos alimentares e medicamentos a crianças necessitadas dando seguimento ao seu projecto de responsabilização social.

Outras acções realizadas:

1. Doação de mobiliários ao Infantário da Matola, Projecto “Um olhar de Esperança”; ADPP; Escolinha Maria Jose; Escola Primaria Completa da Machava A; Escola Primaria de Mutunhana; AMALIPO-Associação Mocambicana de Combate a Pobreza; Ndyoko-Recreação Infantil;
2. Oferta de meios de combate a malária - procedeu-se a entrega de mil redes mosquiteiras tratadas e equipamento de fumigação, a instituição Roll Back Malaria.
3. Apoio as vítimas das inundações- Barclays entregou a Cruz Vermelha de Mocambique um cheque no valor de 2.400.000.00 MT para apoio as vítimas das cheias no país.
4. Apoio as vítimas de Xenofobia- Barclays doou um cheque de 100 mil dolares para ajuda as vítimas de xenofobia.

Mips – Aprender a brincar

Desde 2004 a MIPS realiza um Concurso Infantil de Desenho onde as crianças são convidadas a desenhar e escrever mensagens sobre a segurança e o Ambiente. O objectivo do concurso é aumentar a sensibilização dos funcionários da empresa e suas respectivas famílias para a importância da Segurança e do Ambiente.

O número de crianças que participam no evento tem crescido de ano para ano o que contribui, indirectamente, para uma maior consciência dos pais sobre regras de segurança. Em 2007 participaram no concurso 33 crianças com idades compreendidas entre os 7 e os 10 anos. Em 2008, o número cresceu para 59 crianças, entre os 6 e 12 anos.

Tal como nos concursos anteriores, as crianças assistiram a uma apresentação interactiva sobre Segurança e Ambiente. Na sessão foram abordados tópicos como porque é que a segurança é importante para os funcionários e as suas famílias, o que é o ambiente e como protegê-lo, entre outros. Após a apresentação, as crianças visitaram o Terminal para verem, in loco, alguns dos aspectos focados na sessão.

Em 2008, ao contrário dos anteriores, os pais foram convidados a dar o treino inicial aos seus filhos. Desta forma, o MIPS tenciona aumentar o grau de conhecimento do seu staff em Segurança e Ambiente. À semelhança das outras edições do concurso, os desenhos vencedores serão publicados no calendário global do grupo. Serão ainda entregues prémios às famílias das três crianças que fizeram o melhor desenho.

Outros exemplos de praticas de Responsabilidade Social em Moçambique

Muitas das práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas em Moçambique, tem o seu lado negativo, mais abaixo retracto alguns desses exemplos.

Em Moçambique, existem alguns exemplos importantes que ilustram bem este tipo de situação. O impacto ambiental da produção de cimentos na área da Matola tem sido tópico de debates constantes envolvendo diversos intervenientes, desde o sector público, sociedade civil e o próprio sector privado. Neste caso, a questão centra-se em como equilibrar as necessidades de uma economia em forte expansão (e que por consequência consome cimento para a construção de suas infra-estruturas), e da geração de novos postos de trabalho, com um consequente impacto ambiental negativo para a população local? A resposta não é simples e, por isso, deve haver um debate público transparente e honesto, afim de se buscar um diálogo sério com a comunidade se o

propósito for a mitigação do risco social. Se assim não for, o que dirão os accionistas quando o valor da empresa sofrer qualquer baixa devido à uma associação negativa de sua imagem perante a comunidade internacional?

Um outro exemplo é o sector de turismo no país, uma fonte importante para geração de empregos e melhor distribuição de renda nas comunidades locais, mas que contrasta na prática com projectos que dão prioridade a um turismo exclusivo (no duplo sentido da palavra), onde muitas vezes a integração (social ou comercial) com a comunidade local é praticamente inexistente. Não por falta de vontade, mas muitas vezes por dificuldades ao se encontrarem estruturas e fornecedores locais capazes de atenderem aos altos níveis de qualidade impostos por este tipo de serviço.

Não se trata de se fazer o que é correcto simplesmente por uma questão de ética. As responsabilidades sociais e ambientais devem continuar a nortear qualquer decisão estratégica da empresa, com a visão de que o risco inerente à ignorância destes princípios, pode ter efeitos adversos e consequências bastante graves para a saúde financeira de uma empresa.

Logo, é importante que o sector privado perceba a importância do seu engajamento com a comunidade onde ele actua, de maneira a forjar uma comunicação mais estreita entre os diversos intervenientes e assim antecipar qualquer potencial conflito. Ao adoptarem esta postura, estarão também a garantir a sustentabilidade de seus investimentos a longo prazo.

O sector privado, através dos seus investimentos no país, oferece uma contribuição de extrema importância para o desenvolvimento social e económico, ao ser um dos principais agentes de impulsão do crescimento, geração de emprego, renda, e competitividade. Neste contexto, deve-se entender o potencial e a importância de uma real parceria entre os diversos intervenientes dos sectores públicos, privado, sociedade civil e associações de classe, para que possam trabalhar juntos em prol do crescimento económico e consequente apoio no processo da redução da pobreza e na melhoria da distribuição de renda

Capítulo V

Conclusões

V. Conclusões

Da análise feita sobre o trabalho, foi possível constatar que as empresas Moçambicanas tem desenvolvido algumas praticas de RS, revelando uma certa inclinação para o foco externo, ou seja para a comunidade onde esta inserida, sao exemplos praticos destas:

O BCI foca mais a sua atenção no sector agrícola, na exportação, no Turismo, na Educação, etc. Fazendo menção somente a parte da Formação, como abrangência do meio interno.

O Standard Bank, faz somente menção das suas acções exteriores e nao interior, o seu publico internos não é tão mencionando como o foco externo.

Estas duas empresas dão-nos a ideia da necessidade de se aprofundar mais o estudo das praticas de RS, tendo em conta o seu foco, os seus objectivos e as suas tendências, pois a importância ou o foco no publico interno, tras vantagens e consenquentemente influência no meio exterior.

Queiroz Cardoso afirma que para a RS ser efectivamente existente « é necessario antes de tudo que as técnicas e filosofias das empresas sejam repensadas e que o fim social não seja massacrado pelo desejo de lucro».

Melo Neto & Fróes, afirmam que uma empresa parcialmente responsavel é aquela que investe no bem estar de seus funcionarios e dependentes e num ambiente de trabalho saudavel, alem de perservar o meio ambiente e investir em acções sociais.

Da análise feita sobre o trabalho, constatou-se que a forma de fazer-se negócios em Moçambique da lugar a um futuro mais exigente, pois as novas tendências sobre a implementação de projectos sociais, éticos, investimentos sociais e RS, vai criando uma desigualdade entre as empresas e de certa forma uma nova forma de ver e conduzir as empresas.

O que de certa forma tem criado um factor estratégico na política das empresas, segundo Inácio José Fernando (2007), o termo RS implica na forma das empresas conduzirem seus negócios de tal maneira que as tornem parceiras e co-responsaveis pelo desenvolvimento Social.

No ver de algumas empresas em Moçambique, o facto de associarem os seus nomes a projectos sociais, assumem-se empresas socialmente responsáveis, agindo e não adoptando acções, elas simplesmente tem o intuito de influenciar e gerar consciência social num determinado grupo, onde elas se encontram inseridas, in Inácio José Fernando(2007), mas concretamente e o caso notorio da Sasol e da Mozal.

Com estas duas empresas acima mencionadas, foi notorio a ligação entre o Marketing Social e a Responsabilidade Social Empresarial, pois o marketing advém das acções sociais praticadas por estas; As empresas intervém nos projectos sociais, ou melhor criam os projectos sociais, nas comunidades onde elas se encontram inseridas e depois divulgam as suas acções, fazendo destas o Marketing Social.

As teorias da administração de Taylor a Drucker, nao consistiram em resolver apenas os problemas das empresas, mas tambem em solucionar as questões da propria sociedade, por isso para a empresa atingir o seu objectivo social, suas metas precisam ser alinhadas aos problemas da sociedade.

Os gestores precisam entender que tornar a empresa em uma entidade socialmente responsável, aproxima a empresa da sociedade e do seu proprio publico alvo, construindo uma imagem positiva de sua marca.

Uma empresa que se preocupa em minimizar a emissão de resíduos, que utiliza papel reciclado, que promove acções sociais, que promove apoio a educação, a cultura e aos esportes, que recolhe material para reciclagem e reutilização, entre tantas outras praticas, se antecipa as demandas sociais e a propria fiscalização, eximindo-se de problemas futuros, alem de permanecer proxima daqueles que irão consumir os seus produtos e serviços.

As questões ambientais tambem precisam estar em pauta nas reuniões executivas, com a tomada de decisões sobre como o atendimento a uma questão ambiental é importante para a sociedade e tambem para a geração do lucro. Falamos do caso concreto da CIMENTOS DE MOÇAMBIQUE, o que de certa forma, trás benefícios sociais a comunidade, mas tambem entra em conflicto com o meio ambiente, onde esta inserido, logo com a comunidade existente.

A responsabilidade social precisa estar embutida nos pressupostos da Missão, Visão e Valores de uma organização, minimizando os impactos sociais causados pela presença da empresa e do próprio homem no ambiente.

Abaixo alguns exemplos de praticas de Responsabilidade Social Brasileiras, que podem ser praticadas:

- a. Uma fabrica de moveis pode utilizar madeira de reflorestamento como materia-prima;
- b. Uma empresa que comercializa produtos esportivos pode doar bolas de futebol para um orfanato ou uma escola publica;
- c. Uma empresa pode doar uma pequena percentagem do seu lucro anual para ajudar um hospital publico ou uma entidade beneficente.
- d. Uma empresa pode se tornar mantenedora de algum projecto social ou de alguma entidade filantropica ou desenvolver e executar os seus proprios projectos sociais;.

Enfim, sao tantas as medidas que uma empresa pode adotar para ajudar o desenvolvimento da sociedade que o objectivo da empresa nao deixara de ser o lucro, mas as praticas de responsabilidade social sera um caminho para atingi-lo, sendo para isso necessario um estudo mais abrangente sobre as praticas de RS, sua influênciã no desenvolvimento, na manutenção e na existênciã de uma empresa.

Felizmente o tema tem sido alvo de debates nacionais, o que impulsiona os gestores no interesse sobre o estudo das praticas de RS, e na forma como estas podem influênciar no desenvolvimento das empresas.

VI. Referências

De Macedo, L. C, Aversa, Marcelo B. Et al: Projectos de Pesquisa-Responsabilidade Social nas empresas londrinenses. Citacao de : SOUZA, Herbert de Souza.

ANTUNES, Paulo de Bessa. *Direito Ambiental*. Rio de Janeiro: Ed. Lúmen Júris. 2001, p. 40.

GARCIA, Bruno Gaspar; SAAD, Camila Schahin; CARVALHO, Carolina Dutra.

Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São

Paulo: Peirópolis, 2002, 406 p.

ALMEIDA, Maria Christina de. A Função Social da Empresa na Sociedade Contemporânea: Perspectivas e Prospectivas. *Revista de Direito da Universidade de Marília*, Vol. 03, 2003.

NALIN, Paulo. Economia, Mercado e Dignidade do Sujeito. *In Ramos, Carmem Lúcia Silveira. Diálogos sobre Direito Civil*, Ed. Renovar, Rio de Janeiro, 2002, p. 121.

GRAU, Eros. A Ordem Econômica na Constituição de 1988. São Paulo: Ed. RT, p. 246.

FERREIRA, Jussara Suzi Assis Borges Nasser. Função Social e Função Ética da Empresa. *Revista de Direito da Universidade de Marília*, vol. 04. Marília, 2004, p. 37.

ASQUINI, Alberto. Perfis da Empresa. Tradução com anotações do Professor Fábio Comparato, *Revista de Direito Mercantil* p.104/109.

PETTER, Lafayette Josué. Princípios Constitucionais da Ordem Econômica: o significado e o alcance do art. 170 da Constituição Federal, 2005, p. 162.

PORTO, Marta (Org.). Investimento privado e desenvolvimento: balanço e desafios. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2005, 135 p.

QUEIROZ, Adele; ASHLEY, Patrícia Almeida. Ética e responsabilidade social nos negócios. 2. ed., São Paulo: Saraiva, 2005, 340 p.

TENÓRIO, Fernando Guilherme org. *Responsabilidade social empresarial: teoria e prática*. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BRETERNITZ, Vivaldo José. *Os Sistemas Integrados de Gestão "ERP-Enterprise Resource Planning" e uma aplicação em Instituição Financeira*. Dissertação de Mestrado. São Paulo. Universidade Mackenzie, 1999.

CAMPOS, Anna Maria. *Accountability: Quando poderemos traduzi-la para o português?* *Revista de Administração Pública*. Rio de Janeiro. Vol. 24. Nº 2, 1990.

DAVIS, Keith. *Five Propositions for Social Responsibility*. Business Horizons. Nova Iorque. Edição de Junho, 1975.

DRUCKER, Peter F. *Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility*. California Management Review. Berkeley. Edição do Inverno, 1984.

DUTRA, Arnaldo de Melo. *Responsabilidade Social: Um Diferencial A Ser Adotado Pelas Organizações*. Dissertação de Mestrado. Florianópolis. Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

FIGUEIREDO, Rodolfo Antonio de. *Desenvolvimento Sustentável, Paradigma ou Ocaso?* *Revista Análise*. Jundiaí. Nº 4, 2001.

FISCHER, Rosa M. e FALCONER, Andrés P. *A atuação social e o estímulo ao voluntariado nas empresas*. Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor. Programa Governamental Comunidade Solidária. Universidade de São Paulo. 1999.

FRIEDMAN, Milton. *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press, 1963.

PEDERIVA, João Henrique. *Accountability, Constituição e Contabilidade*. *Revista de Informação Legislativa*. Brasília. Nº 140, 1998.

TORRES, Ricardo Lobo. *Tratado de Direito Constitucional Financeiro e Tributário*. Vol. V: O

Orçamento na Constituição. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

CARROL, Archie B. Corporate Social responsibility: evolution of a definitional construct. 278,9

CORRADO, Frank M. A força da comunicação: quem não se comunica. São Paulo: Markon Books, 1994

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998

MELO NETO, Francisco Paulo de & FR ES, César. Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro sector. Rio de Janeiro: Qualiymark, 1999

INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis: 2003 a.v.II.

MATTAR, H. Rede Gife Boletim Informativo Semanal. São Paulo. Ano III.n.110,13 set.1999

GRAJEW, O. Responsabilidade Social empresarial na visão do consumidor, Setembro 2002.

FERNANDO, Inácio J. Responsabilidade Social Empresarial: desafios para o sector privado. Coleção Futuro Com Sorriso, 2007.

XAVIER, Adilson M. A confiança versus o consumidor, 1992

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI Gian M. Compromisso social no mundo dos negócios. In Boletim do Ibase "Orçamento e Democracia". nº.11, Fev/99, p. 10-11.

Confederação Nacional da Indústria. Responsabilidade social empresarial / CNI. – Brasília : CNI, 2006. 62p.: il.

TORRES, Ciro. *Responsabilidade Social e transparência*. In Boletim do Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas).

Confederação Nacional da Indústria. Responsabilidade social empresarial / CNI. – Brasília : CNI,

2006. 62p.: il.

Confederação Nacional da Indústria. Responsabilidade social empresarial / CNI. – Brasília : CNI, 2006. 62p.: il.

Confederação Nacional da Indústria. Responsabilidade social empresarial / CNI. – Brasília: CNI, 2006. 62p.: il.

Legislação

Sites electrónicos

<http://www.prouni-inscricao.mec.gov.br>, acessado em 05/02/2007.

<http://www.mj.gov.br/snj/oscip>, acessado em 06/02/2007.

<http://www.proinfanciafiergs.com.br>, acessado em 06/02/2007.

<http://www.cultura.gov.br>, acessado em 06/02/2007

<http://www.corar.org.br/html/artigos>, acessado em 08/02/2007

