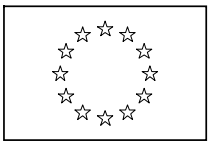

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS

Bruxelas, 18.7.2001
COM(2001) 366 final

LIVRO VERDE

Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas

(apresentado pela Comissão)

LIVRO VERDE

Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas

ÍNDICE

Síntese 5

1. Introdução 6

2. O que é a responsabilidade social das empresas? 9

2.1. Responsabilidade social das empresas: a dimensão interna 10

2.1.1. Gestão dos recursos humanos 10

2.1.2. Saúde e segurança no trabalho 11

2.1.3. Adaptação à mudança 12

2.1.4. Gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais 13

2.2. Responsabilidade social das empresas: a dimensão externa 14

2.2.1. Comunidades locais 14

2.2.2. Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores 15

2.2.3. Direitos humanos 16

2.2.4. Preocupações ambientais globais 18

3. Uma abordagem integrada à responsabilidade social das empresas 18

3.1. Gestão integrada da responsabilidade social 19

3.2. Relatórios e auditorias em matéria de responsabilidade social 20

3.3. Qualidade no trabalho 22

3.4. Rótulos sociais e ecológicos 23

3.5. Investimento socialmente responsável 24

4. O processo de consulta 26

ANEXO 29

Conceitos 29

Ligações Úteis na Internet 31

SÍNTESE

1. É cada vez maior o número de empresas europeias que promovem estratégias de responsabilidade social como reacção a diversas pressões de natureza social, ambiental e económica. Pretendem, assim, dar um sinal às diversas partes interessadas com as quais interagem: trabalhadores, accionistas, consumidores, poderes públicos e ONG. Ao procederem desta forma, as empresas estão a investir no seu futuro e esperam que este compromisso voluntário contribua para um aumento da sua rendibilidade.

2. Logo em 1993, o apelo formulado pelo Presidente Jacques Delors às empresas no sentido de estas participarem na luta contra a exclusão social resultou numa forte mobilização e na constituição de redes europeias de empresas. Mais recentemente, em Março de 2000, o Conselho Europeu de Lisboa formulou um apelo especial ao sentido de responsabilidade social do meio empresarial no que toca às melhores práticas em matéria de aprendizagem ao longo da vida, organização do trabalho, igualdade de oportunidades, inclusão social e desenvolvimento sustentável.

3. Ao afirmarem a sua responsabilidade social e assumirem voluntariamente compromissos que vão para além dos requisitos reguladores convencionais a que, de qualquer forma, estariam sempre vinculadas, as empresas procuram elevar o grau de exigência das normas relacionadas com o desenvolvimento social, a protecção ambiental e o respeito dos direitos fundamentais e adoptam uma governação aberta em que se conciliam os interesses de diversas partes, numa abordagem global da qualidade e do desenvolvimento sustentável. Embora se reconheça a importância de todos estes aspectos, o presente documento centra-se fundamentalmente nas responsabilidades das empresas em termos sociais.

4. Esta acção leva ao desenvolvimento de novas parcerias e de novos níveis nas relações existentes dentro da empresa no âmbito do diálogo social, da aquisição de competências, da igualdade de oportunidades, da previsão e gestão da mudança; a nível local ou nacional, em termos do reforço da coesão económica e social e da protecção da saúde; e, a um nível mais global, no domínio da protecção ambiental e do respeito dos direitos fundamentais.

5. O conceito de responsabilidade social é promovido sobretudo pelas grandes empresas, embora as práticas socialmente responsáveis existam em todos os tipos de empresas, públicas e privadas, incluindo PME e cooperativas.

6. A União Europeia interessa-se pela questão da responsabilidade social das empresas, uma vez que pode constituir um contributo positivo para atingir o objectivo estratégico definido em Lisboa: "tornar-se na economia baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo, capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social".

7. O presente Livro Verde visa lançar um amplo debate quanto às formas de promoção pela União Europeia da responsabilidade social das empresas tanto a nível europeu como internacional e, mais especificamente, quanto às possibilidades de explorar ao máximo as experiências existentes, incentivar o desenvolvimento de práticas inovadoras, aumentar a transparência, bem como a fiabilidade da avaliação e da

validação. Preconiza ainda uma abordagem baseada em parcerias mais estreitas, de modo a que todas as partes interessadas desempenhem um papel activo.

1. INTRODUÇÃO

8. A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Numa altura em que a União Europeia procura identificar os seus valores comuns através da adopção de uma Carta dos Direitos Fundamentais, são cada vez mais numerosas as empresas europeias que reconhecem de forma gradualmente mais explícita a responsabilidade social que lhes cabe, considerando-a como parte da sua identidade. Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afectadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados.

9. Estes progressos reflectem as expectativas crescentes dos cidadãos europeus e das partes interessadas face ao papel em evolução das empresas na nova sociedade em mutação hodierna, em consonância, aliás, com a mensagem básica da Estratégia de Desenvolvimento Sustentável, aprovada no Conselho Europeu de Gotemburgo, em Junho de 2001: a longo prazo, o crescimento económico, a coesão social e a protecção ambiental são indissociáveis.

10. São vários os factores que motivam esta evolução para a responsabilidade social pelas empresas:

- novas preocupações e expectativas dos cidadãos, consumidores, autoridades públicas e investidores num contexto de globalização e de mutação industrial em larga escala,

- critérios sociais que possuem uma influência crescente sobre as decisões individuais ou institucionais de investimento, tanto na qualidade de consumidores como de investidores,

- a preocupação crescente face aos danos provocados no meio ambiente pelas actividades económicas,

- a transparência gerada nas actividades empresariais pelos meios de comunicação social e pelas modernas tecnologias da informação e da comunicação.

<u>As empresas e a responsabilidade social</u>

11. Confrontadas com os desafios de um meio em mutação no âmbito da globalização e, em particular, do mercado interno, as próprias empresas vão também tomando consciência de que a sua responsabilidade social é passível de se revestir de um valor económico directo. Embora a sua obrigação primeira seja a obtenção de lucros, as empresas podem, ao mesmo tempo, contribuir para o cumprimento de objectivos sociais e ambientais mediante a integração da responsabilidade social, enquanto investimento estratégico, no núcleo da sua estratégia empresarial, nos seus instrumentos de gestão e nas suas operações.

12. Dado que a responsabilidade social é um processo pelo qual as empresas gerem as suas relações com uma série de partes interessadas que podem influenciar efectivamente o seu livre funcionamento, a motivação comercial torna-se evidente. Assim, à semelhança da gestão da qualidade, a responsabilidade social de uma empresa deve ser considerada como um investimento, e não como um encargo. Através dela, é possível adoptar uma abordagem inclusiva do ponto de vista financeiro, comercial e social, conducente a uma estratégia a longo prazo que minimize os riscos decorrentes de incógnitas. As empresas deverão assumir uma responsabilidade social tanto na Europa como fora dela, aplicando o princípio ao longo de toda a sua cadeia de produção.

> No parecer "Releasing Europe's employment potential: Companies' views on European Social Policy beyond 2000", a UNICE (União das Confederações da Indústria e do Patronato da Europa) sublinhou que as empresas se consideram como parte integrante da sociedade, agindo de forma socialmente responsável; encaram a obtenção de lucros como o seu objectivo principal, mas não a única razão para a sua existência; e optam por uma reflexão a longo prazo em termos de decisões e de investimento estratégicos.

O contexto político

13. A nível europeu, o desafio reside em identificar de que forma é que a responsabilidade social das empresas pode contribuir para o objectivo enunciado em Lisboa: construir uma economia dinâmica, competitiva, coesiva e baseada no conhecimento. O Conselho Europeu de Lisboa formulou um apelo especial ao sentido de responsabilidade social das empresas no que toca às melhores práticas em matéria de aprendizagem ao longo da vida, organização do trabalho, igualdade de oportunidades, inclusão social e desenvolvimento sustentável.

14. A Agenda Social Europeia, apresentada pela Comissão e posteriormente apoiada pelo Conselho Europeu de Nice, vincava o papel da responsabilidade social das empresas para fazer face às consequências da integração da economia e do mercado sobre o emprego e para adaptar as condições de trabalho à nova economia. Além disso, o Conselho Europeu de Nice convidou a Comissão a associar as empresas a parcerias com os parceiros sociais, as ONG, as autoridades locais e organismos de gestão de serviços sociais, com vista a reforçar a sua responsabilidade social. O Conselho Europeu de Estocolmo saudou as iniciativas de promoção da responsabilidade social lançadas por empresas e fez referência ao presente Livro Verde como forma de incentivar um amplo intercâmbio de ideias com vista à promoção de novas iniciativas neste domínio.

15. A comunicação da Comissão sobre desenvolvimento sustentável, aprovada no Conselho Europeu de Gotemburgo, salientou a importância da responsabilidade social das empresas: "A ordem pública desempenha igualmente um papel crucial no sentido de promover uma maior responsabilidade das sociedades e ao criar um quadro que garante a integração das considerações ambientais e sociais na actividades das empresas... As empresas deverão ser instadas a adoptar uma abordagem proactiva relativamente ao desenvolvimento sustentável nas operações que efectuam dentro e fora da UE."

16. Este debate está também ligado à reflexão conduzida pela Comissão sobre o Livro Branco relativo à governança na União Europeia, porquanto a responsabilidade social das empresas pode contribuir significativamente para a criação de um clima favorável ao espírito empresarial e articular-se ainda com outro objectivo da

Comissão: criar uma Europa aberta, inovadora e empreendedora – a "Enterprise Europe".

> A responsabilidade social das empresas tem grandes implicações para todos os agentes económicos e sociais, bem como para as autoridades públicas que deverão considerá-las ao definirem as suas próprias acções. Vários Estados-Membros reconheceram-lhe a importância e tomaram medidas activas para a sua promoção. Uma vez que enfrentam desafios semelhantes, os Estados-Membros poderão retirar ensinamentos no intercâmbio das respectivas experiências. Em termos globais, a Comissão poderá promover a responsabilidade social das empresas através dos seus programas e actividades. Além disso, importa garantir a coerência e a conformidade das abordagens à responsabilidade social das empresas com as políticas comunitárias e as obrigações internacionais. Na Dinamarca, o Ministério dos Assuntos Sociais lançou em 1994 a campanha "Our Common Concern - the social responsibility of the corporate sector" e, em 1998, instituiu o Centro de Copenhaga.
>
> No Reino Unido, em Março de 2000, foi nomeado um ministro para a Responsabilidade Social das Empresas e criado um grupo interministerial para melhorar a coordenação entre as acções governamentais neste domínio.

17. A nível internacional, através das políticas comerciais e de cooperação para o desenvolvimento, a União Europeia participa directamente em questões relacionadas com o comportamento dos mercados. Uma abordagem europeia da responsabilidade social das empresas deverá reflectir, bem como integrar, o contexto mais lato de diversas iniciativas, tais como a UN Global Compact (2000), a Tripartite Declaration on Multinational Enterprises and Social Policy (Declaração Tripartida sobre as Empresas Multinacionais e a Política Social) da OIT - 1998), as Guidelines for Multinational Enterprises (Orientações para as Empresas Multinacionais - 2000) da OCDE. Embora estas iniciativas não sejam vinculativas do ponto de vista jurídico, no caso das orientações da OCDE, beneficiam do compromisso por parte dos governos que as subscreveram para a promoção de uma efectiva observância dessas orientações[1] pelas empresas - empenho, aliás, partilhado pela Comissão Europeia. O cumprimento das normas fundamentais da OIT (liberdade de associação, igualdade, abolição do trabalho forçado e erradicação do trabalho infantil) é um aspecto nuclear da responsabilidade social das empresas, pelo que se deverá reforçar o acompanhamento da aplicação[2] dessas normas.

18. Uma abordagem europeia constituiria principalmente uma mais-valia e um complemento para as actividades em curso mediante:

- a definição de um quadro global europeu, com vista a promover a qualidade e a coerência dos procedimentos de responsabilidade social das empresas através do desenvolvimento de princípios, abordagens e instrumentos abrangentes, bem como a difundir as melhores práticas e ideias inovadoras;

- o apoio às melhores práticas em termos de avaliação rendível e de verificação independente das acções de responsabilidade social, garantindo assim a sua eficácia e credibilidade.

---

[1] O texto da OCDE prevê mecanismos de aplicação que envolvem os governos e os parceiros sociais em Pontos de Contacto Nacionais. Além disso, o seu conteúdo abrange diversas áreas da responsabilidade social das empresas, nomeadamente o trabalho infantil e o trabalho forçado, as relações sociais, a protecção do ambiente, a defesa do consumidor, a transparência e a informação, a luta contra a corrupção, as transferências de tecnologia, a concorrência e a fiscalidade.

[2] A Comissão apresentará uma comunicação sobre a Promoção das Normas Laborais Fundamentais e a Melhoria da Governação Social no Contexto da Globalização.

19. O presente Livro Verde visa lançar um amplo debate e obter pontos de vista sobre a responsabilidade social das empresas a nível nacional, europeu e internacional, esperando a Comissão que deste processo resulte um novo enquadramento para a promoção dessa responsabilidade.

2. O QUE É A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS?

20. A maioria das definições descreve a responsabilidade social das empresas como a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas.

21. Ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais - implica ir mais além através de um "maior" investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais. A experiência adquirida com o investimento em tecnologias e práticas empresariais ambientalmente responsáveis sugere que ir para além do simples cumprimento da lei pode aumentar a competitividade de uma empresa. Assim, o facto de se transcender as obrigações legais elementares no domínio social - por exemplo, em termos de formação, condições de trabalho ou das relações administração-trabalhadores - é passível de ter também um efeito directo sobre a produtividade. Possibilita igualmente uma melhor gestão da mudança e a conciliação entre o desenvolvimento social e uma competitividade reforçada.

22. No entanto, a responsabilidade social das empresas não pode ser encarada como um substituto da regulação ou legislação no domínio dos direitos sociais ou das normas ambientais, designadamente da aprovação de legislação nova e apropriada. Nos países em que esta regulação não exista, deverão ser envidados esforços no sentido de estabelecer um quadro regulador ou jurídico adequado, por forma a definir uma base equitativa a partir da qual se possam desenvolver as práticas socialmente responsáveis.

23. Embora, até à data, tenha sido promovida principalmente por um conjunto de grandes empresas ou multinacionais, a responsabilidade social é pertinente para todos os tipos de empresas em todos os sectores de actividade, desde as PME às multinacionais. A sua aplicação generalizada pelas PME, incluindo as microempresas, é de importância capital, uma vez que elas são os maiores contribuintes para a economia e o emprego. Se bem que inúmeras PME assumam já a sua responsabilidade social, designadamente através de um empenho a nível local, a prossecução das iniciativas de sensibilização e de apoio à difusão de boas práticas poderá contribuir para uma maior divulgação do conceito. As cooperativas de trabalhadores e os regimes de participação, bem como outras empresas de tipo cooperativo, mutualista e associativo, integram na sua estrutura os interesses de outras partes e assumem espontaneamente responsabilidades sociais e civis.

24. Um conjunto de empresas que obteve bons resultados em termos sociais e ecológicos indica que estas actividades podem resultar num desempenho, crescimento e capacidade de gerar lucro superiores. Para muitas empresas, trata-se de uma nova actividade que requer ainda uma avaliação a mais longo prazo. O impacto económico da responsabilidade social das empresas traduz-se em efeitos directos e indirectos. Os resultados positivos directos podem derivar, por exemplo, de um melhor ambiente de trabalho, levando a um maior empenhamento e uma maior produtividade dos

trabalhadores, ou de uma utilização mais eficaz dos recursos naturais. Os efeitos indirectos são consequência da crescente atenção dos consumidores e dos investidores, o que aumentará as oportunidades de mercado. Inversamente, as críticas dirigidas à prática de uma empresa poderão, por vezes, ter um efeito negativo sobre a sua reputação, afectando activos fundamentais - as suas marcas e a sua imagem.

25. As instituições financeiras recorrem mais sistematicamente a listas de verificação de carácter social e ambiental para avaliarem os riscos da concessão de empréstimos a empresas ou de investimento nelas. Do mesmo modo, o reconhecimento de uma empresa como socialmente responsável - através, por exemplo, da sua inscrição num índice bolsista de valores éticos - reforça sua a cotação, acarretando, assim, vantagens financeiras concretas.

> Os índices sociais dos mercados de valores constituem indicadores úteis para demonstrar o impacto positivo da selecção social em matéria de resultados financeiros: desde o seu lançamento, em Maio de 1990, o Domini 400 Social Index superou o S&P 500 por uma margem superior a 1% em termos de rendimento total anualizado e considerando um ajustamento de riscos, enquanto o Dow Jones Sustainable Index cresceu cerca de 180% desde 1993, contra os 125% do Dow Jones Global Index no mesmo período.
>
> É difícil avaliar com rigor os factores que determinam a rendibilidade financeira de uma empresa socialmente responsável. Estudos (Semana da Indústria, 15 de Janeiro de 2001) demonstraram que 50% do desempenho acima da média de empresas socialmente responsáveis se pode imputar à sua responsabilidade social, enquanto os outros 50% se devem ao seu desempenho no respectivo sector de actividade. Espera-se que os lucros financeiros das empresas socialmente responsáveis se situem acima da média, porquanto a capacidade de uma empresa de dar uma resposta cabal a questões ecológicas e sociais constitui um indicador credível da qualidade da gestão.

26. Verifica-se a necessidade de aprofundar o conhecimento e os estudos no que se refere ao impacto da responsabilidade social sobre o desempenho das empresas. Abre-se assim um domínio potencial para novos trabalhos de investigação conjunta entre empresas, entidades públicas e instituições académicas e os esforços nesse sentido poderão beneficiar do apoio dos Programas-Quadro de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico.

2.1. Responsabilidade social das empresas: a dimensão interna

27. A nível da empresa, as práticas socialmente responsáveis implicam, fundamentalmente, os trabalhadores e prendem-se com questões como o investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mundança, enquanto as práticas ambientalmente responsáveis se relacionam sobretudo com a gestão dos recursos naturais explorados no processo de produção. Estes aspectos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada.

2.1.1. Gestão dos recursos humanos

28. Um dos maiores desafios que actualmente se coloca às empresas reside em atrair trabalhadores qualificados. Neste contexto, entre as medidas pertinentes poder-se-ão incluir a aprendizagem ao longo da vida, a responsabilização dos trabalhadores, uma melhor informação dentro da empresa, um melhor equilíbrio entre vida profissional, familiar e tempos livres, uma maior diversidade de recursos humanos, a igualdade em termos de remuneração e de perspectivas de carreira para as mulheres, a instituição de regimes de participação nos lucros e no capital da empresa e uma

preocupação relativamente à empregabilidade e à segurança dos postos de trabalho. A gestão adequada da situação, bem como o acompanhamento activo, de trabalhadores que não se encontram ao serviço devido a incapacidade ou lesão resultaram também numa redução de despesas.

29. As práticas de recrutamento responsáveis, designadamente não-discriminatórias, poderão facilitar a contratação de pessoas provenientes de minorias étnicas, trabalhadores mais idosos, mulheres, desempregados de longa duração e pessoas em situação de desvantagem no mercado de trabalho. Estas acções são fundamentais para a consecução dos objectivos fixados pela Estratégia Europeia de Emprego - a redução do desemprego, o aumento da taxa de emprego e a luta contra a exclusão social.

30. Em relação à aprendizagem ao longo da vida, as empresas desempenham um papel crucial a vários níveis: através de parcerias estreitas com agentes locais responsáveis pela concepção de programas de educação e formação, contribuem para uma definição mais clara das necessidades de formação; apoiam a transição dos jovens da escola para o mercado de trabalho através, por exemplo, de tirocínios; valorizam a aprendizagem, nomeadamente a Acreditação da Aprendizagem Prévia e Prática (sigla inglesa - APEL); e participam na criação de um meio que incentiva a aprendizagem ao longo da vida por parte de todos os trabalhadores, designadamente aqueles que possuem níveis de escolaridade mais baixos, os menos qualificados e os mais idosos.

2.1.2. Saúde e segurança no trabalho

31. Tradicionalmente, a abordagem à saúde e segurança no trabalho faz-se sobretudo através de medidas legislativas e de aplicação. No entanto, a tendência para a externalização do trabalho, confiando-o a contratantes e a fornecedores, torna as companhias mais dependentes do desempenho em termos de condições de saúde e segurança dos seus contratantes, sobretudo quando trabalham em instalações próprias[3].

32. As empresas, os governos e as organizações sectoriais têm intensificado a procura de formas complementares de promoção da saúde e da segurança, utilizando-as como critérios para a aquisição de produtos e serviços de outras empresas e como elemento de *marketing* para a promoção dos seus próprios produtos e serviços. Estas iniciativas voluntárias podem ser encaradas como um complemento das actividades legislativas e de controlo das autoridades públicas, uma vez que também elas pretendem incutir uma cultura da prevenção, ou seja, níveis mais elevados de saúde e segurança no trabalho.

33. Assim como aumenta a preocupação com a saúde e segurança no trabalho ou com as qualidades dos produtos e serviços, também crescem as exigências em termos de quantificação, documentação e comunicação dessas qualidades no material de *marketing*. Os critérios de saúde e segurança no trabalho têm sido incluídos, em proporções variáveis, nos programas de certificação e de rotulagem existentes para produtos e equipamento. Foram igualmente lançados programas de certificação de

---

[3] Para mais pormenores, consulte-se: Agência Europeia para a Segurança e a Saúde no Trabalho - http://agency.osha.eu.int/publications/factsheets/facts11/).

sistemas de gestão e de subcontratação centrados essencialmente na saúde e segurança no trabalho.

> O TCO Labelling Scheme sueco, destinado a equipamento de escritório, é um sistema de rotulagem voluntária que visa incentivar os fabricantes a desenvolverem equipamento de escritório mais seguro, tanto do ponto de vista ambiental como profissional; apoiar os compradores a escolherem equipamento de escritório mais ecológico e menos problemático para os utilizadores; e fornecer tanto a compradores como aos vendedores um rótulo bem definido, o que permite uma economia de tempo, dinheiro e trabalho no processo de aquisição.

34. Além disso, a tendência das empresas e organizações para incluírem nos seus regimes de adjudicação de contratos critérios de segurança e saúde no trabalho estimulou o desenvolvimento de processos gerais de concurso baseados em critérios uniformes no que respeita aos sistemas de gestão e de formação do contratante em matéria de saúde e segurança no trabalho, possibilitando assim a uma parte terceira levar a cabo um processo de "certificação" ou aprovação inicial dos contratantes, bem como supervisionar a melhoria contínua do processo.

> A Safety Contractors Checklist (SCC), dos Países Baixos, visa a avaliação e certificação dos sistemas de gestão da saúde e segurança no trabalho das empresas contratantes, oferecendo os seus serviços à indústria química e petroquímica.
>
> O IKA Procurement, da Dinamarca, fornece orientações para a definição dos requisitos em concursos para agentes de limpeza.

2.1.3. Adaptação à mudança

35. As acções de reestruturação generalizadas que se verificam na Europa preocupam todos os trabalhadores e outras partes interessadas, uma vez que o encerramento de uma fábrica ou uma redução drástica na sua mão-de-obra poderão provocar uma grave crise económica, social ou política no seio de uma comunidade. Poucas empresas escapam ao imperativo de reestruturação, muitas vezes através de reduções de efectivos, e, em 2000, as fusões e aquisições atingiram proporções sem precedentes. De acordo com um estudo, menos de uma em cada quatro operações de reestruturação atinge os objectivos pretendidos - a saber, reduzir as despesas, aumentar a produtividade, melhorar a qualidade e o serviço aos clientes -, dado que, frequentemente, prejudicam a motivação, a lealdade, a criatividade e a produtividade dos trabalhadores.

36. Reestruturar uma empresa de forma socialmente responsável significa levar em consideração e equilibrar os interesses de todas as partes interessadas que são afectadas pelas mudanças e decisões. Na prática, a forma como decorre o processo é, muitas vezes, tão importante como o fundo para o sucesso da reestruturação, implicando, nomeadamente, a participação e a associação de todos os elementos afectados através de uma informação e consulta abertas. Além disso, a reestruturação deverá ser cuidadosamente preparada através da identificação dos riscos mais significativos, de uma previsão de custos - directos e indirectos -, a par de estratégias e políticas alternativas e da ponderação de todas as formas que permitam reduzir a necessidade de despedimentos.

37. A experiência resultante das grandes acções de reestruturação levadas a cabo na Europa nas indústrias naval, siderúrgica e carbonífera demonstra que as probabilidades de êxito aumentam com a conjugação de esforços das autoridades públicas, das empresas e dos representantes dos trabalhadores. Este processo deverá

procurar salvaguardar os direitos dos trabalhadores, permitindo-lhes receber, sempre que necessário, formação profissional suplementar; modernizar os instrumentos e processos de produção, de modo a possibilitar o desenvolvimento de actividades *in situ*; captar investimentos públicos e privados; e definir procedimentos para a informação, o diálogo, a cooperação e o estabelecimento de parcerias. As empresas deverão igualmente assumir a quota-parte de responsabilidade que lhes cabe para garantir a capacidade de inserção profissional do seu pessoal.

38. Através da sua participação no desenvolvimento local e em estratégias activas para o mercado de trabalho, mediante o seu envolvimento em parcerias locais de emprego e/ou de inclusão social, as empresas podem mitigar o impacto social, a nível local, de acções de reestruturação de larga escala.

> A Fundación Empresa y Sociedad (FES), no quadro da acção-piloto do FSE relativa ao Capital Social Local, ao abrigo do artigo 6º, constitui um exemplo interessante do envolvimento de empresas privadas na promoção da coesão social. Prevê o apoio a microprojectos, sobretudo microempresas, numa zona degradada de Madrid. Além de conceder microssubvenções, disponibiliza um sistema de orientação gratuita, prestada por profissionais de empresas privadas. A FES captou igualmente apoio suplementar sob a forma de microcrédito adicional e de doações de equipamento informático por parte de empresas privadas.

2.1.4. Gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais

39. Regra geral, uma redução na exploração de recursos, nas emissões poluentes ou na produção de resíduos contribui para atenuar o impacto ambiental. Poderá igualmente ser vantajoso para as empresas, na medida em que possibilita uma redução das despesas energéticas e de eliminação de resíduos, bem como dos custos de matéria-prima e despoluição. Determinadas empresas concluíram que uma exploração menos intensiva dos recursos naturais é passível de provocar um aumento dos lucros e uma competitividade reforçada.

No domínio ambiental, investimentos desta natureza são conhecidos por oportunidades "win-win" - vantajosas para as empresas e vantajosas para o ambiente. O princípio vigora há já alguns anos e foi, muito recentemente, reconhecido no Sexto Programa de Acção da Comunidade Europeia em Matéria de Ambiente, no qual se enuncia de que forma é que a União Europeia e os governos dos Estados-Membros podem ajudar as empresas a identificar oportunidades de mercado e a realizar investimentos vantajosos tanto para elas como para o ambiente. Apresenta ainda uma série de medidas destinadas às empresas: o estabelecimento de um programa de assistência à conformidade, que visa auxiliar as sociedades a compreenderem os requisitos ambientais da Comunidade Europeia, o desenvolvimento de sistemas nacionais, mas harmonizados, de recompensa da eficácia ambiental das empresas, identificando e recompensando os bons desempenhos e encorajando os compromissos e acordos voluntários.

40. Um bom exemplo de uma abordagem que permite às autoridades públicas trabalhar em conjunto com as empresas é a Política de Produtos Integrada (PPI). A PPI assenta na ponderação do impacto dos produtos ao longo do seu ciclo de vida e envolve as empresas, bem como outras partes interessadas, num diálogo com vista a encontrar a linha de acção mais rendível. No domínio ambiental, pode, pois, considerar-se como um sólido quadro para a promoção da responsabilidade social das empresas.

> Outra abordagem que propicia a responsabilidade social das empresas é o Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria (EMAS) ISO 19000, que incentiva as empresas a instaurarem, de

forma localizada ou em toda a sua estrutura, sistemas de ecogestão e auditoria para promover uma melhoria contínua do respectivo desempenho em termos ecológicos. A declaração ambiental é pública e é validada por instâncias de verificação acreditadas.

41. As empresas estão também conscientes das oportunidades associadas a um melhor desempenho ambiental e procuram sistematicamente tirar partido delas:

> A Iniciativa Europeia de Eco-Eficiência, lançada pelo World Business Council for Sustainable Development e pelos European Partners for the Environment, em parceria com a Comissão Europeia, visa integrar o princípio da eco-eficiência na actividade empresarial europeia, bem como nas políticas económicas e industriais da União Europeia. (http://www.wbcsd.ch/eurint/eeei.htm)

2.2. Responsabilidade social das empresas: a dimensão externa

42. A responsabilidade social de uma empresa ultrapassa a esfera da própria empresa e estende-se à comunidade local, envolvendo, para além dos trabalhadores e accionistas, um vasto espectro de outras partes interessadas: parceiros comerciais e fornecedores, clientes, autoridades públicas e ONG que exercem a sua actividade junto das comunidades locais ou no domínio do ambiente. Num mundo de investimentos multinacionais e de cadeias de produção globais, a responsabilidade social das empresas terá também de estender-se para além das fronteiras da Europa. A rápida globalização fomentou a discussão sobre o papel e o desenvolvimento de uma governação à escala planetária, para a qual contribui a definição de práticas voluntárias de RSE.

2.2.1. Comunidades locais

43. A responsabilidade social das empresas traduz-se também numa integração adequada da empresa na respectiva envolvente local, seja na Europa ou a nível internacional. As empresas dão um contributo para a vida das comunidades locais em termos de emprego, remunerações, benefícios e impostos. Por outro lado, as empresas dependem da salubridade, estabilidade e prosperidade das comunidades onde operam. Por exemplo, recrutam a maioria dos seus assalariados nos mercados de trabalho locais, pelo que têm um interesse directo na disponibilidade local das competências que requerem. Além disso, muitas vezes, as PME angariam também a maior parte dos seus clientes na área envolvente. A reputação de uma empresa na sua zona de implantação, a sua imagem não só enquanto empregador e produtor, mas também enquanto agente no plano local, são factores que influenciam a competitividade.

44. As empresas interagem igualmente com o meio físico local. Algumas apostam num ambiente limpo para a sua produção ou prestação de serviços - ar ou água limpos ou ainda redes rodoviárias descongestiondas. Pode também existir uma relação entre o meio físico local e a capacidade de uma empresa para atrair trabalhadores para a sua zona de implantação. Por outro lado, é possível imputar às empresas a responsabilidade por um conjunto de actividades poluentes: ruído, luz, poluição das águas, emissões aéreas, contaminação do solo e os problemas ambientais inerentes ao transporte e eliminação de resíduos. Assim, as empresas mais sensíveis às questões ambientais encontram-se duplamente envolvidas na educação ambiental da comunidade.

45. Muitas empresas empenham-se em causas locais, nomeadamente pela oferta de espaços adicionais de formação, o apoio de acções de promoção ambiental, o

recrutamento de pessoas vítimas de exclusão social, a disponibilização de estruturas de cuidados à infância para os filhos dos trabalhadores, parcerias com comunidades, o patrocínio de eventos culturais e desportivos a nível local ou donativos para acções de caridade.

46. O estabelecimento de relações positivas com a comunidade local e a consequente acumulação de capital social é de particular importância para as empresas que vêm do exterior. As empresas multinacionais têm vindo a intensificar estas relações para apoiar a integração das suas filiais nos diversos mercados em que operam. A familiaridade das empresas com os agentes locais, as tradições e potencialidades do meio local constitui um activo que podem capitalizar.

> As instituições financeiras podem desempenhar um papel específico, investindo directamente em projectos que beneficiam determinadas comunidades ou circunscrições, designadamente em áreas economicamente desfavorecidas. Regra geral, estes instrumentos assumem a forma de empréstimos para projectos de construção de habitações de baixo custo ou depósitos em bancos de desenvolvimento local, a taxas iguais ou inferiores às praticadas no mercado.
>
> Do mesmo modo, reconhecendo que o acesso a serviços de interesse económico geral a preços comportáveis é um direito nuclear do modelo social europeu, algumas empresas procuram assegurá-lo, como parte da sua responsabilidade social, sempre que não esteja consagrado na legislação - por exemplo, em relação a serviços bancários básicos. Além disso, a CES (Confederação Europeia de Sindicatos) e a CEEP (Confederação Europeia das Empresas Públicas e de interesse económico geral) formularam, em Junho de 2000, uma proposta conjunta de Carta dos Serviços de Interesse Geral.

2.2.2. Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores

47. Ao trabalharem estreitamente com outros parceiros comerciais, as empresas têm a possibilidade de reduzir a complexidade e os custos das suas operações, bem como de aumentar a qualidade. A selecção dos fornecedores já não se processa exclusivamente através da apresentação de propostas competitivas. As relações com parceiros de alianças ou de empresas comuns e franquiados são igualmente importantes. A longo prazo, a consolidação dessas relações poderá resultar em expectativas, preços e termos equitativos, a par de uma entrega fiável e de qualidade. No entanto, ao assumirem práticas social e ambientalmente responsáveis, todas as empresas têm de observar as disposições pertinentes a nível nacional e da UE em matéria de concorrência.

48. As grandes empresas têm relações comerciais com empresas de menores dimensões, seja como clientes, fornecedoras, subcontratantes ou concorrentes e estão cientes de que o seu desempenho social pode ser afectado pelas práticas dos seus parceiros ou fornecedores ao longo de toda a cadeia de produção. Os efeitos das actividades de responsabilidade social não se circunscrevem à empresa - afectam também os seus parceiros económicos, nomeadamente no caso de grandes empresas que tenham externalizado uma parte da sua produção ou dos seus serviços e cuja responsabilidade social aumenta em relação a esses fornecedores e respectivo pessoal; por outro lado, importa considerar que, não raro, a saúde económica desses fornecedores depende, essencial ou inteiramente, de uma grande empresa.

49. Algumas grandes empresas exercem a sua responsabilidade social pela promoção do espírito empresarial na sua área de implantação, de que são exemplo os planos de acompanhamento de grandes empresas para outras em fase de arranque e PME

locais, ou a assistência a sociedades de menores dimensões na apresentação de comunicações e relatórios sobre as suas actividades de responsabilidade social.

50. O investimento em capitais de risco é ainda outra forma pela qual as grandes empresas podem propiciar o desenvolvimento de novas empresas inovadoras. Investir em capitais de risco significa que a empresa maior adquire participações minoritárias numa empresa promissora em fase de arranque ou promove o seu desenvolvimento. Ambos os parceiros obtêm vantagens, designadamente uma melhor percepção de desenvolvimentos inovadores para a grande empresa e um acesso facilitado a recursos financeiros e ao mercado para a empresa mais pequena.

51. Como parte da sua responsabilidade social, as sociedades devem procurar fornecer, de forma ética, eficiente e ecológica, produtos e serviços que os consumidores desejam e dos quais necessitam. Das empresas que constroem relações duradouras com os clientes e que, para isso, centram toda a sua organização em compreender as expectativas e necessidades dos clientes e em corresponder-lhes com superiores qualidade, segurança, fiabilidade e serviço é legítimo esperar que obtenham lucros mais elevados. A aplicação do princípio de um design para todos (tornar os produtos e serviços utilizáveis pelo máximo número de pessoas possível, designadamente por consumidores portadores de deficiência) constitui outro exemplo importante da responsabilidade social das empresas.

2.2.3. Direitos humanos

52. A responsabilidade social possui também uma forte dimensão em termos de direitos humanos, nomeadamente em relação a operações internacionais e cadeias de produção globais, um princípio reconhecido em instrumentos internacionais como a Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy da OIT e as Guidelines for Multinational Enterprises da OCDE. Os direitos humanos são uma questão muito complexa que coloca dilemas políticos, jurídicos e morais. As empresas deparam-se com situações problemáticas, nomeadamente a distinção entre as áreas que são da sua responsabilidade e as áreas que são da responsabilidade dos governos, como controlar a observância de valores fundamentais por parte dos seus parceiros, a abordagem e o funcionamento em países onde se verificam violações generalizadas dos direitos humanos. A própria União Europeia, no quadro dos acordos de cooperação em que é parte, tem obrigação de garantir o respeito das normas laborais, da protecção ambiental e dos direitos humanos, vendo-se confrontada com o desafio de assegurar a inteira coerência entre as suas política de desenvolvimento, política comercial e estratégia de expansão do sector privado nos países em vias de desenvolvimento, nomeadamente pela promoção de investimentos europeus.

53. Uma inovação central do Acordo de Cotonu é o reconhecimento da luta contra a corrupção enquanto "elemento fundamental" e a referência explícita à corrupção como grande obstáculo ao desenvolvimento que urge ultrapassar. Os casos sérios de corrupção, "incluindo os subornos a ela conducentes", poderão constituir fundamento para a suspensão da cooperação. A inclusão de uma cláusula sobre corrupção no texto do Acordo visa não só dar um sinal inequívoco aos beneficiários da ajuda, mas também promover a transparência nas actividades de investidores europeus e outros agentes. A UE e os Estados ACP acordaram um procedimento específico destinado a lidar com essas situações (artigo 9º).

54. Mercê da pressão das ONG e associações de consumidores, as empresas e sectores adoptam, com uma frequência cada vez maior, códigos de conduta que abrangem as condições de trabalho, os direitos humanos e aspectos ambientais, destinados em particular aos seus subcontratantes e fornecedores. Fazem-no por diversas razões, nomeadamente para melhorarem a imagem da empresa e reduzirem os riscos de uma reacção negativa por parte dos consumidores. No entanto, os códigos de conduta não se substituem às disposições legais e normas vinculativas a nível nacional, da União Europeia e internacional: as disposições obrigatórias impõem a todos requisitos mínimos, enquanto os códigos de conduta e outras iniciativas voluntárias apenas as podem complementar e promover normas mais rigorosas para os seus subscritores.

> A Confederação das Indústrias Dinamarquesas lançou um conjunto de orientações em matéria de direitos humanos destinado à indústria, convidando as empresas a atingir o mesmo nível de responsabilidade social nos países de acolhimento do que no seu país de origem.
>
> É crescente o número de multinacionais que, nos seus códigos de conduta, se tem empenhado explicitamente na causa dos direitos humanos e são cada vez mais os retalhistas europeus que sujeitam a padrões éticos de produção as mercadorias importadas. Em 1998, Eurocommerce aprovou uma Recomendação relativa às Condições de Aquisição Social que cobre o trabalho infantil, forçado e prisional.
>
> Existem também vários exemplos de códigos de conduta, subscritos pelos parceiros sociais a nível europeu, designadamente nos sectores têxtil, de vestuário e comercial, com os quais a Comissão se regozija.

55. Também tem sido progressivamente reconhecido que o impacto das actividades de uma empresa sobre os direitos humanos dos seus trabalhadores e comunidades locais transcende as questões de direitos laborais. É o caso, por exemplo, de empresas que, em situações de insegurança, trabalham com forças de segurança estatais responsáveis por violações dos direitos humanos.

> O governo do Reino Unido, em cooperação com os Estados Unidos, acordou a constituição de um grupo de trabalho integrado pelas principais empresas das indústrias petrolífera, mineira e do gás, bem como por ONG ligadas aos direitos humanos. O resultado foi, em Dezembro de 2000, a aprovação de "Voluntary Principles on Security and Human Rights for Companies in the Extractive and Energy Sectors" (Princípios Voluntários em matéria de Segurança e Direitos Humanos para as empresas no sector da energia e das indústrias extractivas).

56. No entanto, embora os códigos de conduta possam contribuir para a promoção das normas internacionais do trabalho, a sua eficácia depende de uma aplicação e verificação adequadas. Os códigos de conduta podem, por exemplo, confrontar os subcontratantes que empregam trabalhadores para diversas empresas multinacionais com o imperativo de observar uma diversidade de critérios em relação a remunerações, número de horas de trabalho e outras condições sociais. Os códigos de conduta deverão, portanto, basear-se nas convenções fundamentais da OIT, tal como identificadas na Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work (Declaração sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho - 1998) da OIT e nas Guidelines for Multinational Enterprises da OCDE, envolvendo os parceiros sociais e as partes que, nos países em vias de desenvolvimento, são abrangidas por essas normas.

57. Os códigos de conduta devem ser aplicados a todos os níveis da organização e da cadeia de produção. Nesta matéria, no âmbito de um diálogo permanente, nomeadamente com as comunidades locais, é fundamental uma política de informação total. A formação de gestores, trabalhadores e comunidades locais

relativamente à aplicação dos códigos de conduta é igualmente importante. Além disso, dever-se-á incidir sobre uma "abordagem perfectiva" - que sublinha a necessidade de introduzir melhorias progressivas às normas e ao próprio código. No caso do trabalho infantil, as empresas não se deverão limitar a respeitar a letra das convenções da OIT, rejeitando os contratantes que recorrem a ele, mas deverão ajudar, por exemplo, a combater a pobreza infantil mediante o apoio à educação.

58. No que respeita aos direitos humanos, impõe-se, portanto, uma verificação contínua do cumprimento e aplicação dos códigos, verificação essa que deverá ser desenvolvida e realizada segundo normas e padrões cuidadosamente definidos, que enquadrem as organizações e os indivíduos que levam a cabo a denominada "auditoria social". O acompanhamento, que deverá envolver partes interessadas tais como as autoridades públicas, os sindicatos e as ONG, é importante para garantir a credibilidade dos códigos de conduta. Além disso, um equilíbrio entre sistemas de verificação internos e externos poderá aumentar a sua rendibilidade, sobretudo para as PME. Por conseguinte, verifica-se a necessidade de garantir uma maior transparência e de melhorar os mecanismos de apresentação de relatórios previstos nesses códigos.

> Em 15 de Janeiro de 1999, o Parlamento Europeu aprovou uma resolução sobre "Normas da UE para as empresas europeias que operam nos países em desenvolvimento: para um Código de Conduta Europeu", reclamando um código europeu de conduta que contribuiria para uma maior normalização dos códigos de conduta voluntários, com base nas normas internacionais e na instituição de uma Plataforma Europeia de Acompanhamento e contemplando disposições referentes aos procedimentos de queixa e formas de reparação.

2.2.4. Preocupações ambientais globais

59. Devido ao efeito transfronteiriço de muitos problemas ambientais relacionados com a sua actividade e a exploração de recursos mundiais, as empresas são também agentes no meio global. Por conseguinte, podem propor-se objectivos de responsabilidade social não só na Europa, mas também a nível internacional. Está ao seu alcance, por exemplo, incentivar, no âmbito da PPI, um melhor desempenho ambiental ao longo da sua cadeia de produção e recorrer mais amplamente aos instrumentos europeus e internacionais de gestão e relativos a produtos. O investimento e as actividades das empresas em países terceiros são passíveis de produzir efeitos directos no desenvolvimento económico e social desses países.

60. Na cena mundial, a relevância do papel das empresas na consecução do desenvolvimento sustentável é cada vez mais acentuada. O Secretário-Geral da ONU lançou a iniciativa "Global Compact", que procura associar as empresas como parceiros para atingir melhorias globais a nível social e ambiental. As *Guidelines for Multinational Enterprises* da OCDE promovem igualmente o desenvolvimento sustentável. A Comunicação da Comissão "Rio - dez anos volvidos: Preparação da Cimeira Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável" (COM(2001) 53) especifica a forma como as empresas podem contribuir para um desenvolvimento sustentável global.

3. UMA ABORDAGEM INTEGRADA À RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

61. Embora as empresas reconheçam, cada vez mais, a sua responsabilidade social, em muitos casos, é necessário adoptar procedimentos de gestão que reflictam esse

reconhecimento. Uma vez que têm de integrar o conceito na sua gestão corrente, envolvendo toda a cadeia de produção, os trabalhadores e gestores necessitam de formação e reconversão para adquirirem as competências necessárias. As empresas pioneiras poderão contribuir, pela difusão de boas práticas, para a generalização de procedimentos socialmente responsáveis.

62. Embora a responsabilidade social das empresas só possa ser assumida pelas próprias empresas, as partes interessadas, nomeadamente os trabalhadores, os consumidores e os investidores, podem desempenhar, no seu próprio interesse ou em nome de outras partes, um papel decisivo ao incentivarem as empresas a adoptar práticas socialmente responsáveis em domínios como as condições de trabalho, o meio ambiente ou os direitos humanos. Exigem uma transparência efectiva quanto ao desempenho social e ambiental das empresas, veiculado através de relatórios de informação social.

3.1. Gestão integrada da responsabilidade social

63. No entanto, as abordagens às responsabilidades e às relações com as diversas partes interessadas variam em função de especificidades sectoriais e de diferenças culturais. Numa fase inicial, as empresas começam por adoptar uma declaração de missão, um código de conduta ou uma declaração de princípios, em que enunciam os seus objectivos, valores fundamentais e responsabilidades para com as diversas partes interessadas. Em seguida, as empresas deverão aplicar estes valores a toda a sua organização, desde as estratégias até às decisões correntes. Este processo implica, por exemplo, acrescentar uma dimensão social ou ambientalmente responsável aos planos de actividades e orçamentos e avaliar os resultados da empresa nestes domínios, criando para o efeito "comités consultivos" de carácter social, que levem a cabo auditorias sociais ou ambientais ou implantem programas de formação contínua.

64. À medida que as questões ligadas à responsabilidade social das empresas se vão tornando parte integrante do planeamento estratégico e do normal funcionamento das empresas, aos gestores e trabalhadores são agora exigidas decisões baseadas em novos critérios, a somar àqueles que, tradicionalmente, a sua formação os leva a considerar. Os modelos tradicionais de comportamento organizacional, de gestão estratégica e até de ética empresarial nem sempre fornecem uma preparação suficiente para gerir empresas neste novo ambiente.

65. Em resposta à necessidade de integrar a responsabilidade social das empresas na reconversão de gestores e trabalhadores e no intuito de prever as competências que serão exigidas aos gestores e trabalhadores do futuro, as disciplinas ou módulos de ética empresarial são cada vez mais comuns nos cursos de gestão. No entanto, normalmente, abarcam apenas uma fracção do que se entende por responsabilidade social das empresas.

> CSR Europe e o Centro de Copenhaga lançaram um programa que visa congregar as empresas e o meio académico para a identificação e resposta às necessidades de formação do sector empresarial no domínio da responsabilidade social, de modo a introduzir ou a diversificar os cursos sobre o tema em todos os níveis de ensino.
> (http://www.csreurope.org/csr_europe/Activities/programmes/Universities/universities.htm)

3.2. Relatórios e auditorias em matéria de responsabilidade social

66. Actualmente, muitas empresas multinacionais apresentam relatórios de responsabilidade social. Se os relatórios ambientais, em matéria de saúde e de segurança são comuns, já o mesmo não se pode dizer dos que focam temas como os direitos humanos ou o trabalho infantil. Além disso, as abordagens das empresas aos relatórios sociais são tão diversificadas como as suas abordagens ao conceito de responsabilidade social. Para que estes relatórios se revelem úteis, importa chegar a um consenso global quanto ao tipo de informação a fornecer, ao formato do relatório, bem como à fiabilidade do processo de avaliação e auditoria.

67. São escassas as empresas que avançam muitos pormenores sobre as suas políticas e o seu desempenho em termos de gestão de recursos humanos e em relação a questões de emprego como a negociação e o reconhecimento, a consulta e a formação do pessoal e responsabilidade da administração. Em 1998,o Grupo de Alto Nível sobre as Implicações Económicas e Sociais da Mudança Industrial, instituído por solicitação do Conselho Europeu, convidou as empresas com mais de 1000 trabalhadores a, voluntariamente, tornarem público um "relatório de gestão da mudança", isto é, um relatório anual sobre condições de emprego e trabalho. O Grupo indicou que o relatório deveria ser elaborado em consulta com os trabalhadores e os seus representantes, de acordo com os usos nacionais. O Grupo aventou um quadro para abordar as políticas, práticas e o desempenho em termos de condições de emprego e trabalho, designadamente no que respeita à previsão da mudança estrutural, à comunicação, ao envolvimento dos trabalhadores e ao diálogo social, à educação e formação, à saúde e segurança dos trabalhadores e à igualdade de oportunidades.

68. Além disso, tal como sugerido pelo Grupo de Alto Nível para a Mudança, a Comissão, na sua Agenda de Política Social, propôs a instituição de um Centro de Acompanhamento da Mudança como meio de desenvolver uma abordagem proactiva com vista à previsão e gestão da mudança. A Fundação de Dublim integrou já esta iniciativa no seu programa de trabalho quadrienal, vincando o papel que ela desempenha na compreensão e gestão da mudança, permitindo uma melhoria no processo de decisão, bem como um apoio às partes interessadas na compreensão, previsão e gestão da mudança industrial, através da disponibilização de informação objectiva e fiável.

69. São também cada vez mais frequentes as iniciativas públicas de apoio à apresentação de relatórios de informação social e ambiental.

> Espera-se que a Recomendação da Comissão Europeia respeitante ao reconhecimento, à valorimetria e à prestação de informações sobre questões ambientais nas contas anuais e no relatório de gestão das sociedades, adoptada em 30 de Maio de 2001, contribua significativamente para a obtenção de informação pertinente e comparável em matéria de ambiente na UE. (http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=en&numdoc=32001H0453&model=guichett)
>
> No âmbito das negociações comerciais, a Comissão lançou uma Avaliação do Impacto sobre o Desenvolvimento Sustentável da proposta para uma nova ronda de negociações da OMC e comprometeu-se a realizar avaliações da mesma natureza em relação a outras negociações comerciais, tais como as que estão em curso entre a UE e o Chile/Mercosur.

O Índice Social dinamarquês é um instrumento de auto-avaliação concebido pelo Ministério dos Assuntos Sociais para verificar em que medida é que uma empresa cumpre as suas obrigações sociais. Uma vez que o Índice Social possui uma escala numérica entre 0 e 100, é fácil comunicar aos trabalhadores e intervenientes externos o grau de responsabilidade social da empresa.

O artigo 64º do diploma legal francês relativo aos novos regulamentos económicos impõe às empresas que estas levem em consideração, no respectivo relatório anual, "as consequências sociais e ambientais" das suas actividades. O diploma aplica-se ao relatório de 2001 das empresas cotadas no primeiro mercado e ao relatório de 2002 das restantes empresas. O teor dos relatórios será definido no decreto de aplicação.

70. Além disso, diversas organizações estão a elaborar normas para a contabilidade, os relatórios e as auditorias no domínio social. As abordagens são diversas - definiram-se de normas de procedimento ou de desempenho, voluntárias ou obrigatórias, gerais ou específicas -, sendo escassas as normas que abrangem todas as questões de responsabilidade social das empresas.

71. Algumas das iniciativas internacionais mais significativas, como a Social Accountability 8000 e a Iniciativa *Global Reporting*, centram-se na globalização de requisitos sociais, na disponibilização ao público de informação e no desenvolvimento de relatórios de informação social. No entanto, a complexidade inerente à definição de normas globais que possam ser aplicadas a qualquer cultura e país gerou grande controvérsia. As normas acordadas a nível internacional, designadamente as convenções fundamentais da OIT, tal como identificadas na Declaração de 1998, constituem, pela sua natureza universal, a base mais adequada para essas iniciativas.

Em resposta à diversidade dos códigos de conduta, SAI (*Social Accountability International*) desenvolveu uma norma para as condições laborais e um sistema de verificação independente das empresas. A norma, Social Accountability 8000 (SA8000) (http://www.cepaa.org/introduction.htm), e o respectivo sistema de verificação baseiam-se nas estratégias empresariais já implantadas de controlo de qualidade (tais como as utilizadas na norma ISO 9000), acrescentando diversos elementos que os peritos internacionais no domínio dos direitos humanos identificaram como essenciais para uma auditoria social.

Na vertente ambiental, a Iniciativa *Global Reporting* é actualmente a referência. As suas orientações para os relatórios de desenvolvimento sustentável possibilitam a comparação entre empresas e incluem igualmente orientações ambiciosas relativamente aos relatórios de informação social. A comunicação da Comissão sobre uma estratégia de desenvolvimento sustentável afirma: "Todas as empresas cotadas na bolsa com um mínimo de 500 trabalhadores são instadas a publicar nos seus relatórios anuais aos accionistas os "resultados tripartidos", que avaliam o seu desempenho face a critérios económicos, ambientais e sociais."

72. Além disso, constata-se a necessidade de dotar muitas empresas, nomeadamente pequenas e médias empresas (PME), de instrumentos e orientações que lhes permitam elaborar, de forma eficaz, relatórios sobre políticas, procedimentos e desempenho em matéria de responsabilidade social. Ao partilharem os seus conhecimentos e ao proporcionarem meios para o desenvolvimento de competências, as grandes empresas pioneiras poderão apoiar as PME neste domínio.

73. Para evitar a acusação de que os relatórios de responsabilidade social são acções de relações públicas sem substância, é necessária a verificação por entidades independentes da informação publicada. De facto, as principais empresas de auditoria já começam a oferecer serviços desta natureza, que deverão ser prestados

em conformidade com as normas estabelecidas. O envolvimento de sindicatos e de ONG contribuiria também para aumentar a qualidade da verificação.

3.3. Qualidade no trabalho

74. Os trabalhadores são um dos interlocutores mais importantes das empresas. Além disso, o exercício da responsabilidade social por parte destas requer o empenhamento dos quadros superiores da administração, mas também uma filosofia inovadora e as novas competências inerentes, bem como uma maior participação dos trabalhadores e dos seus representantes num diálogo bilateral que permita uma resposta e ajustamento permanentes. O diálogo social com os representantes dos trabalhadores - o principal mecanismo para definir a relação entre uma empresa e os respectivos trabalhadores - desempenha, portanto, um papel crucial na adopção mais ampla de práticas socialmente responsáveis.

75. Além disso, tendo em conta que as questões relacionadas com a responsabilidade social das empresas são muito abrangentes e afectam praticamente todas as suas actividades, os representantes dos trabalhadores devem ser amplamente consultados sobre políticas, planos e medidas, tal como prevê a proposta de directiva da Comissão que estabelece um quadro geral de informação e consulta dos trabalhadores na Comunidade Europeia (COM(98) 612). Além disso, importa alargar o diálogo social, por forma a incluir questões e instrumentos destinados a melhorar o desempenho social e ambiental das empresas - por exemplo, através da sensibilização de gestores e trabalhadores, de programas de formação, programas de orientação do desempenho social e ambiental das empresas e sistemas de gestão estratégica que integrem preocupações económicas, sociais e ambientais.

76. Algumas empresas têm também vindo a reconhecer a ligação entre o desempenho ambiental e a qualidade do emprego. O recurso a tecnologia ecológica resulta numa melhoria do desempenho ambiental, além de aquela estar associada a empregos de ponta e mais gratificantes para os trabalhadores. Assim, a utilização de tecnologias ecológicas permite melhorar simultaneamente o desempenho ambiental e a satisfação com o trabalho, o que contribui para um incremento da rendibilidade.

77. Num momento em que a escassez de competências se vai tornando mais problemática do que a escassez de empregos e em que os candidatos procuram saber cada vez mais sobre as políticas de emprego das empresas, são vários os instrumentos que podem contribuir para a melhoria da informação e um aumento da transparência em relação às melhores práticas no domínio da gestão de recursos humanos. Vários países já contribuem para a promoção das empresas que proporcionam ambientes de trabalho de qualidade através da publicação de listas dos empregadores mais atractivos.

> O inquérito "50 Best Companies to Work For in the UK", patrocinado pelo Ministério do Comércio e da Indústria e por Learndirect, um departamento da University for Industry, demonstra que as pequenas empresas de gestão familiar podem ser tão responsáveis do ponto de vista social como as empresas multinacionais de alta tecnologia.
>
> Iniciativa possível a nível da UE: a publicação anual de uma lista dos Melhores Empregadores Europeus poderia constituir um instrumento eficaz para recompensar as empresas que, através de atitudes e acções de gestão, procuram tornar-se locais de trabalho atractivos.

78. Na sequência da solicitação do Conselho Europeu de Lisboa, que salientou a importância do investimento nas pessoas, a Comissão está a estudar formas de introduzir um prémio europeu destinado a empresas especialmente progressistas, com o objectivo de conferir uma maior prioridade à aprendizagem ao longo da vida enquanto componente básica do modelo social europeu. Prémios idênticos distinguirão as empresas que desenvolveram boas práticas para a igualdade entre homens e mulheres ou que fornecem oportunidades a pessoas portadoras de deficiência.

3.4. Rótulos sociais e ecológicos

79. Inquéritos[4] recentes demonstraram que os consumidores pretendem produtos seguros e de qualidade, mas também exigem saber se eles são fabricados de forma socialmente responsável. A maioria dos consumidores europeus afirma que o compromisso de uma empresa com a sua responsabilidade social é um factor que pesa na aquisição de um produto ou serviço. Este aspecto abre oportunidades de mercado interessantes, porquanto um número significativo de consumidores estaria predisposto a pagar mais por produtos conformes aos princípios da responsabilidade social e ambiental, embora, actualmente, apenas uma minoria o faça. As questões que mais preocupam os consumidores europeus são a protecção da saúde e da segurança dos trabalhadores e o respeito dos direitos humanos em todas as operações de uma empresa e na sua cadeia de produção (sem recurso, por exemplo, ao trabalho infantil), a defesa do ambiente em geral e a redução das emissões de gases que contribuem para o efeito de estufa em particular.

80. Em resposta a esta exigência crescente dos consumidores em relação à responsabilidade social das empresas, têm vindo a proliferar os rótulos sociais, criados por fabricantes individuais (marcas autodeclaradas) ou sectores de actividade, ONG e governos. Mais do que instrumentos reguladores, trata-se de incentivos baseados no mercado, passíveis de provocarem uma evolução social positiva entre empresas, retalhistas e consumidores. No entanto, o âmbito de aplicação e o impacto potencial das iniciativas de rotulagem social são limitados, já que se restringem a nichos específicos do mercado retalhista e, no caso dos rótulos sociais, aos produtos importados, apenas acessíveis a consumidores com maior poder de compra. Por conseguinte, a quota de mercado dos produtos que ostentam um rótulo social tem crescido, mas continua a ser reduzida, o que demonstra a necessidade de melhorar a eficácia desses rótulos.

81. Geralmente, os rótulos sociais, que implicam uma garantia de que a produção de um determinado artigo se encontra isenta de qualquer exploração ou abuso, pecam por falta de transparência e de verificação independente das suas alegações. Ao contrário do que acontece com os rótulos relativos à composição ou à segurança de um produto, essas alegações não podem ser verificadas através da realização de testes ao próprio produto. Para os rótulos sociais serem credíveis, seria necessária uma verificação constante dos locais de trabalho, executada segundo normas acordadas.

> O Rótulo Ecológico Europeu incide sobre o desempenho ambiental de produtos específicos. O número de empresas que possuem produtos com este rótulo ecológico tem registado um rápido crescimento.
> (http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/)

---

[4] Fonte: MORI (2000)

82. Além disso, a proliferação dos sistemas de rótulos sociais poderá revelar-se prejudicial para a sua eficácia, tendo em conta a confusão que podem gerar nos consumidores as divergências provocadas pela diversidade de critérios utilizados e a falta de clareza entre os vários rótulos.

> Fairtrade Labelling Organizations International é uma organização de cúpula criada para coordenar iniciativas nacionais de fomento do comércio equitativo, gerir de forma mais eficaz programas de controlo e introduzir um rótulo único a nível internacional neste domínio.

83. Verifica-se igualmente a necessidade crescente de um debate em relação ao valor e à pertinência - no âmbito do mercado interno e das obrigações internacionais - de acções públicas destinadas a aumentar a eficácia dos rótulos sociais e ecológicos: por exemplo, apoio em termos de formação e sensibilização sobre as condições de trabalho, promoção das melhores práticas através do patrocínio de prémios às empresas, fomento da criação de parcerias que envolvam diversas partes interessadas, desenvolvimento de normas de rotulagem social e recurso aos contratos públicos ou aos incentivos fiscais para a promoção dos produtos rotulados.

3.5. Investimento socialmente responsável

84. A popularidade do investimento socialmente responsável (ISR) aumentou nos últimos anos junto dos principais investidores. As políticas responsáveis do ponto de vista social e ambiental fornecem aos investidores um bom indicador de uma gestão sã, tanto a nível interno como externo. Ao anteciparem e prevenirem as crises que podem afectar a reputação da empresa ou provocar quedas abruptas no valor das suas acções, essas políticas contribuem para a minimização de riscos. As principais instituições de investimento reagem positivamente ao crescimento acelerado da procura de capitais de ISR, mas a informação quanto ao número, à dimensão e aos resultados desses investimentos é escassa, salvo no Reino Unido, onde os investimentos socialmente responsáveis representam 5% dos capitais investidos.

85. Os fundos de ISR investem capital em empresas que cumprem critérios sociais e ambientais específicos. Os critérios podem ser negativos, excluindo assim as indústrias do tabaco, de bebidas alcoólicas e de armamento. Os critérios podem igualmente ser positivos e incluir empresas social e ambientalmente proactivas. Outra opção importante aberta aos investidores consiste no seu dinamismo enquanto accionistas, que lhes permite influenciar a gestão da empresa no sentido da adopção de práticas socialmente responsáveis. Espera-se que o dinamismo dos accionistas se intensifique, a par da importância das questões de governação das empresas e do desenvolvimento de fundos de pensões.

86. No entanto, para permitir uma intensificação do ISR, urge sensibilizar os mercados financeiros para a sua potencial rendibilidade. Na esteira do Fórum de Investimento Social, criado em 1991 no Reino Unido, foram recentemente instituídos fóruns de Investimento Social (FIS) em França, na Alemanha, nos Países Baixos e na Itália, com vista a fornecer informação sobre as políticas de responsabilidade social, bem como a promover e incentivar o crescimento do ISR. Espera-se que o anunciado Fórum Europeu de Investimento Social, uma rede dos FIS nacionais, apoie a expansão do ISR.

> Em Maio de 2000, a Comissão Europeia organizou, em Lisboa, a I Conferência Europeia sobre o investimento segundo a tripla abordagem na Europa.
> (http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_conf_lisbon.htm)

Em 2000, foi criada a UK Social Investment Taskforce para identificar entraves à expansão do investimento socialmente responsável e encontrar soluções para a sua supressão.

Desde Julho de 2000, o **"**Trustee Act**"**, do Reino Unido, exige a todos os gestores de fundos de pensões que comuniquem as suas políticas em termos de investimento socialmente responsável.

O diploma legal francês sobre Planos de Poupança dos Trabalhadores prevê que os fundos de investimento - que obtêm capital através dos Planos de Poupança dos Trabalhadores, dos Planos de Poupança Interempresas e dos Planos de Poupança de Parcerias Voluntárias dos Trabalhadores - apresentem relatórios sobre as suas políticas de investimento socialmente responsável.

87. O ISR constitui um mercado emergente e existem inúmeras agências de selecção (analistas não-financeiros) que se servem de um conjunto de instrumentos e de escalas. Consequentemente, as empresas parecem sobrecarregadas por pedidos de informação excessivos e divergentes, pelo que uma nova expansão do investimento socialmente responsável poderá deparar com uma resistência crescente e uma falta de cooperação das empresas. Poder-se-á encontrar uma resposta positiva para esta situação nos esforços preliminares de normalização em matéria de relatórios sociais, aos quais se associaram grandes agências de selecção. Todavia, é patente a necessidade de uma maior convergência entre os indicadores desenvolvidos pelas empresas e os critérios utilizados pelos analistas na avaliação do desempenho social e ambiental de uma empresa. Além disso, a falta de transparência nos métodos utilizados poderá obstar à realização maciça de investimentos socialmente responsáveis. É, portanto, necessário prosseguir o esforço de normalização, harmonização e transparência nos instrumentos e escalas de selecção utilizados pelas agências.

Em Agosto de 2000, 11 grupos de investigação de investimento conjugaram os seus esforços no SIRI Group, com vista à publicação em formatos comparáveis de perfis harmonizados de empresas.

Em Setembro de 2000, a associação "Global Partners for Corporate Responsibility Research" anunciou "Dez requisitos para normas de informação mais elevadas no século XXI", advogando uma combinação de abordagens voluntárias, reguladoras e de mercado para melhorar significativamente o acesso aos dados sobre empresas, bem como a sua isenção e exaustividade, permitindo assim uma auditoria e uma análise comparativa.

88. O Conselho Europeu de Estocolmo reconheceu a necessidade de criar, até ao fim de 2003, um mercado europeu de valores mobiliários dinâmico e eficiente. Neste contexto, tornar-se-ão cada vez mais importantes os índices de mercado que identificam as companhias com um melhor desempenho social e ambiental como base para o lançamento de fundos de ISR e para uma apreciação comparativa dos desempenhos neste sector. Para garantir a qualidade e a objectividade desses índices, a avaliação do desempenho social e ambiental das empresas inscritas neles deverá ser feita a partir da informação apresentada pela administração, mas também pelas partes interessadas. Além disso, as auditorias externas e os processos internos de controlo de qualidade deverão ser utilizados para acompanhar e zelar pelo rigor dos dados, dos procedimentos de avaliação e dos resultados.

4. O PROCESSO DE CONSULTA

89. O presente Livro Verde convida as autoridades públicas a todos os níveis, incluindo organismos internacionais, bem como empresas - desde PME a multinacionais -, parceiros sociais, ONG, outras partes e pessoas interessadas, a exprimirem os seus pontos de vista sobre a forma de criar uma parceria para o desenvolvimento de um novo quadro para a promoção da responsabilidade social das empresas, levando em consideração tanto os interesses destas como de outras partes. As empresas deverão trabalhar em conjunto com as autoridades públicas no sentido de encontrar formas inovadoras para o desenvolvimento da sua responsabilidade social. Esta parceria poderia contribuir significativamente para a consecução do objectivo de promover um modelo de responsabilidade social das empresas baseado em valores europeus.

90. O termo "quadro" deve ser interpretado em sentido lato. As propostas deverão basear-se na natureza voluntária da responsabilidade social das empresas e identificar as formas através das quais poderá contribuir para o desenvolvimento sustentável e uma governação mais eficaz. O nível e o conteúdo de um tal quadro deverá ser clarificado através do debate durante o período de consulta do Livro Verde.

91. As instituições europeias - o Parlamento, o Conselho de Ministros, a Comissão -, bem como o Conselho Económico e Social e o Comité das Regiões, podem fomentar o debate, dar apoio político e organizar intercâmbios de informação e conhecimentos sobre a responsabilidade social das empresas.

92. As questões principais são:

O papel da UE

Como poderá a União Europeia promover o desenvolvimento da responsabilidade social das empresas a nível europeu e internacional? Mais especificamente, deverá a UE contribuir com uma mais-valia e complementar as actividades socialmente responsáveis existentes:

- Criando um quadro global europeu, em parceria com os principais agentes da responsabilidade social das empresas, com vista a promover a transparência, a coerência e as melhores práticas neste domínio?

- Promovendo um consenso e apoiando as melhores práticas de avaliação e verificação da responsabilidade social das empresas?

- E/Ou com recurso a que outros meios?

As empresas e a RSE

- Qual o papel da responsabilidade social das empresas nas estratégias empresariais?

- Quais os motivos que levam as empresas a assumir a sua responsabilidade social? Quais são as expectativas subjacentes a compromissos desta natureza? Em que áreas se concentram esses compromissos? Quais os benefícios que daí retiram as empresas?

- Quais as melhores práticas mais relevantes para exercer e gerir a responsabilidade social das empresas? Quais as melhores práticas existentes para as PME?

- Como levar avante o convite lançado pela Comissão às empresas na sua proposta de estratégia de desenvolvimento sustentável, no sentido de estas publicarem nos seus relatórios anuais aos accionistas os "resultados tripartidos", que avaliam o seu desempenho face a critérios económicos, ambientais e sociais?

- Quais as formas mais adequadas de articular as dimensões social e ambiental da responsabilidade das empresas?

- Quais as melhores formas de aprofundar o conhecimento das empresas em relação à rendibilidade da responsabilidade social e à sua mais-valia?

Principais agentes e partes interessadas

- Quais as melhores formas para estabelecer e desenvolver um processo de diálogo estruturado em matéria de responsabilidade social das empresas entre estas e as suas diversas partes interessadas?

- Quais deverão ser os papéis a desempenhar pelos protagonistas, isto é, empresas, parceiros sociais, autoridades públicas, ONG, na promoção da responsabilidade social das empresas?

- De que forma pode a União Europeia - através das suas políticas, tanto a nível europeu como internacional, designadamente dos seus diálogo político, acordos de parceria e programas, bem como da sua presença em foros internacionais - promover uma aplicação mais intensiva dos princípios de responsabilidade social das empresas?

Avaliação e eficácia

- Quais os meios mais indicados para aumentar, avaliar e garantir a eficácia e a fiabilidade dos instrumentos de responsabilidade social das empresas tais como os códigos de conduta, as auditorias e os relatórios de informação sociais, os rótulos sociais e ecológicos ou o investimento socialmente responsável?

Acções de apoio à RSE

- Quais as acções mais adequadas para promover o desenvolvimento da responsabilidade social das empresas? Quais os níveis (empresarial, local, regional, sectorial, nacional, europeu e internacional) mais adequados para executar as referidas acções?

Entre elas, poder-se-ão incluir:

– o apoio à formação e à reconversão, por forma a garantir que os gestores possuem as habilitações e competências necessárias ao desenvolvimento e à promoção da responsabilidade social das empresas;

– a difusão e o intercâmbio de informação, designadamente no que se refere às boas práticas de responsabilidade social, definição de normas, avaliação comparativa e acompanhamento, contabilidade, auditoria e apresentação de relatórios;

– análise e investigação das políticas sociais a médio prazo,

– análise do papel do quadro jurídico.

93. Tal como se afirmou na introdução, o objectivo do presente Livro Verde consiste em sensibilizar e fomentar o debate sobre novas formas de promover a responsabilidade social das empresas. Nesta fase, a Comissão não pretende condicionar os resultados do debate, formulando propostas de acção concretas. O Livro Verde será objecto de ampla difusão e espera-se que seja discutido a nível local e nacional, bem como europeu.

94. Os comentários, formulados por escrito, deverão ser enviados até 31 de Dezembro de 2001 para o seguinte endereço:

Comissão Europeia
CSR Green Paper Consultation
Rue de la Loi/Wetstraat 200
B - 1049 Bruxelles/Brussel

CSR@CEC.EU.INT

ANEXO

CONCEITOS

- **Auditoria ética**: a aplicação de critérios éticos, não-financeiros, a decisões de investimento.

- **Auditoria social**: avaliação sistemática do impacto social de uma empresa em função de normas e expectativas.

- **Avaliação do Impacto Ambiental**: Análise do impacto de um projecto ou operação empresarial sobre o ambiente.

- **Avaliação do Impacto Social**: análise sistemática do impacto de um projecto ou de uma operação empresarial sobre a situação cultural e social das comunidades afectadas.

- **Capital social**: conjunto de valores comuns e relações de confiança no seio de uma comunidade. O capital social constitui um pré-requisito para a cooperação e para o comportamento humano organizado, incluindo as empresas. O capital social pode ser transformado, consumido ou reconstituído, tal como o capital financeiro.

- **Cidadania das empresas**: gestão do conjunto de relações entre uma empresa e as suas comunidades de acolhimento - a nível local, nacional e global.

- **Código de conduta**: declaração formal de valores e práticas comerciais de uma empresa e, por vezes, também dos seus fornecedores. Um código enuncia requisitos mínimos e constitui, simultaneamente, um compromisso solene da empresa para a sua observância e a exigência de que os seus contratantes, subcontratantes, fornecedores e concessionários os observem. Poderá tratar-se de um documento muito elaborado, que impõe uma conformidade com normas bem definidas e com um complicado mecanismo de aplicação.

- **Comércio equitativo (*fair trade*)**: define-se como uma alternativa ao comércio internacional convencional. Trata-se de uma parceria comercial que promove o desenvolvimento sustentável para os produtores em situação de exclusão ou de desvantagem, procurando, para o efeito, melhorar as condições comerciais, lançar campanhas de sensibilização e de informação. Os critérios para os produtos que ostentam o rótulo *Fair Trade* diferem de uns produtos para outros, mas contemplam questões como preços garantidos, pré-pagamento ou pagamento directo aos produtores ou às suas cooperativas.

- **Comércio ético**: visa assegurar que as condições no âmbito das principais cadeias de produção cumprem as normas mínimas, bem como erradicar as formas mais exploradoras de trabalho, tais como o trabalho infantil, o trabalho forçado e as fábricas clandestinas. Geralmente, os critérios de rotulagem baseiam-se nas convenções fundamentais da OIT.

- **Controlo**: processo de recolha periódica de informação para analisar desempenhos em função de determinados critérios.

- **Direitos do Homem**: os Direitos do Homem assentam no princípio de que o reconhecimento da dignidade intrínseca, da igualdade e inalienabilidade de direitos de todos os membros da família humana constitui o fundamento da liberdade, da paz e da justiça no mundo. Encontram-se definidos na Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948). A nível europeu, o artigo 6º do Tratado da Unidão Europeia reafirma que a União Europeia "assenta nos princípios da liberdade, da democracia, do respeito pelos direitos do Homem e pelas liberdades fundamentais, bem como do Estado de direito, princípios que são comuns aos Estados-Membros". Acresce que a Convenção Europeia dos Direitos do Homem vincula juridicamente todos os Estados-Membros. Além disso, a Carta Europeia dos Direitos Fundamentais, adoptada em Nice, em Dezembro de 2000, é um instrumento que pretende inspirar a observância dos direitos fundamentais por parte das instituições europeias e dos Estados-Membros quando aplicam o direito comunitário.

- **Eco-auditoria**: a aplicação de critérios ambientais, não-financeiros, a decisões de investimento.

- **Eco-eficiência**: conceito segundo o qual a melhoria na forma de utilização dos recursos permite reduzir os prejuízos ambientais e os custos.

- **Empresa responsável**: conceito lançado pelas Nações Unidas que reconhece o papel das empresas na consecução de um desenvolvimento sustentável e o facto de poderem gerir as suas operações de forma a fomentarem o crescimento económico e a aumentarem a competitividade, garantindo concomitantemente a protecção ambiental e a promoção da responsabilidade social.

- **Governação das empresas**: conjunto de relações entre a gestão de uma empresa, a sua direcção, accionistas e outras partes interessadas. A governação das empresas fornece também a estrutura através da qual são definidos os objectivos da empresa, os meios para os atingir e o controlo dos resultados (Código da OCDE - 1999).

- **Influência dos accionistas**: esforços envidados pelos accionistas no sentido de melhorarem a conduta ética, social e/ou ambiental através do diálogo, de pressão, do apoio a uma gestão responsável e do voto nas assembleias gerais anuais.

- **Investimento em causas sociais ou locais**: apoio a uma causa ou actividade específica por meio de investimento. Ao contrário de um donativo, os investidores em causas pretendem recuperar o investimento inicial por amortização (de empréstimo) ou por transacção (de acções).

- **Norma**: conjunto de procedimentos, práticas e encargos que gozam de um consenso alargado.

- **Parte interessada**: indivíduo, comunidade ou organização que afecta as operações de uma empresa ou é afectado por elas. As partes interessadas podem ser de tipo interno (por exemplo, os trabalhadores) ou externo (por exemplo, clientes, fornecedores, accionistas, financeiros, a comunidade local).

- **Relatório de informação social**: documento em que se apresentam as conclusões de uma avaliação do impacto social.

- **Rótulo social**: palavras e símbolos apostos aos produtos que visam influenciar as decisões de compra dos consumidores mediante o fornecimento de uma garantia quanto ao impacto ético e social de um processo comercial sobre outras partes interessadas.

- **Selecção ética**: inclusão ou exclusão de títulos de carteiras de investimento com base em motivos de natureza ética, social ou ambiental.

- **Tripla abordagem**: a noção de que o desempenho global de uma empresa deverá ser avaliado em função do seu contributo para a prosperidade económica, a qualidade ambiental e o capital social.

- **Verificação**: certificação por um auditor externo da validade, pertinência e exaustividade dos registos, relatórios ou declarações de uma empresa.

LIGAÇÕES ÚTEIS NA INTERNET

Organizações internacionais

- United Nations Global Compact (http://www.unglobalcompact.org/): código de conduta lançado em 2000 por Kofi Annan, secretário-geral das Nações Unidas. Os nove princípios da ONU para empresas multinacionais e transnacionais reconhecem diversas disposições em matéria de direitos do Homem, direitos laborais/dos trabalhadores e direitos ambientais.

- United Nations research programme on CSR (http://www.unrisd.org/engindex/research/busrep.htm): projecto que visa promover a investigação e o diálogo político sobre questões de responsabilidade social e ambiental das empresas nos países em vias de desenvolvimento.

- ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy (http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/tridecl/index.htm)

- ILO database on Business and Social Initiatives (http://oracle02.ilo.org:6060/vpi/vpisearch.first): base de dados sobre iniciativas sociais e empresariais, que incluem informação exaustiva sobre iniciativas do sector privado centradas nas condições sociais e laborais no local de trabalho e no meio em que as empresas operam.

- OECD Guidelines for Multinational Enterprises (http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines/): recomendações formuladas pelos governos dos países membros da OCDE, bem como da Argentina, do Brasil e do Chile, destinadas às empresas, cobrindo questões ligadas à responsabilidade social das empresas, desde as relações laborais à concorrência, fiscalidade e corrupção (2000).

- OECD Principles for Corporate Governance (http://www.oecd.org/daf/governance/principles.htm): normas e orientações sobre os direitos dos accionistas e outras questões ligadas à gestão (1999).

Instituições Europeias

- Sítio da Direcção-Geral do Emprego e dos Assuntos Sociais sobre responsabilidade social das empresas (http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm)

- Sítio da Direcção-Geral do Comércio sobre a responsabilidade social das empresas e as Orientações da OCDE para as Empresas Multinacionais (http://www.europa.eu.int/comm/trade/miti/invest/oecd.htm)

- Sítio do Secretariado-Geral sobre Desenvolvimento Sustentável (http://www.europa.int/comm/environment/eussd/index.htm)

- Sítio da DG do Ambiente que contém o Sexto Programa de Acção da Comunidade Europeia em matéria de Ambiente - 2001-2010 "O nosso futuro, a nossa escolha" http://europa.eu.int/comm.environnement/newprogr/index.htm)

- Sítio da DG do Ambiente que contém informação pormenorizada sobre a Política de Produtos Integrada (PPI) (http://europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm)

Organizações multipartidas

- Copenhagen Centre (http://www.copenhagencentre.org/): instituição internacional autónoma, criada em 1998 pelo governo dinamarquês, que pretende incentivar a criação de parcerias voluntárias entre os governos e as empresas, com vista a promover a coesão social.

- Business Partners for Development (http://www.bpdweb.org/): rede internacional informal, integrada por empresas, governos e representantes da sociedade civil, cujo objectivo consiste em promover a nível mundial os exemplos de parcerias trissectoriais para o desenvolvimento económico.

- CERES (http://www.ceres.org/): associação sem fins lucrativos de investidores, fundos de pensões públicos, sindicatos dos trabalhadores e grupos de interesse público, que trabalham em parceria com empresas para atingir o objectivo comum de uma responsabilidade ambiental das empresas à escala mundial.

- *International Institute for Sustainable Development* (www.iisd.ca): o sítio *Business and Sustainable Development* (BSD) constitui uma fonte de informação extensiva sobre desenvolvimento sustentável para o sector privado.

- Tomorrow: Sustainable Business Toolkit (www.tomorrow-web.com): contém as mais recentes informações a nível mundial sobre ambiente relevantes para as empresas, ligações a relatórios ambientais apresentados por empresas e outra informação de interesse para o sector empresarial.

- Sustainable Business.com (www.sustainablebusiness.com): sítio de carácter geral que contém recursos úteis para todos os agentes interessados no desenvolvimento sustentável.

Concepção de produto e eficiência de recursos

- Centre for Sustainable Design (www.cfsd.org.uk): propicia a discussão e a investigação sobre o design ecológico e considerações mais amplas em matéria de desenvolvimento sustentável na concepção de produtos e serviços.

- Working Group on Sustainable Product Design, UNEP (http://unep.frw.uva.nl/) investigação sobre produtos e serviços de desenvolvimento sustentável, incluindo uma base de dados sobre produtos e serviços.

- Rocky Mountain Institute - (www.rmi.org): "berço" do "factor 4" e do capitalismo natural.

- Greening of Industry – (www.greeningofindustry.org): rede internacional e instituto estratégico de investigação vocacionado para as questões ambientais, industriais e sociais.

Organizações de empresas

- WorldCSR (http://www.worldcsr.com): portal comum que liga os sítios de grandes organizações empresariais voltadas para as questões da responsabilidade social.

- CSREurope (http://www.csreurope.org/): rede europeia formada por empresas lançada em 1996, como resultado da Declaração Europeia das Empresas contra a Exclusão Social, numa iniciativa do ex-Presidente da Comissão Europeia, Jacques Delors, e 20 grandes grupos.

- existem associações nacionais de empresas que promovem a responsabilidade social a nível nacional, regional e local na Bélgica; Finlândia; França; Grécia; Irlanda; Itália; Países Baixos; Portugal; Suécia e Reino Unido

- Social Venture Network (SBN) Europe: rede de empresários e grupos de empresas ambiental e socialmente empenhados.

- *European Foundation for Quality Management* (EFQM) (http://www.efqm.org/): organização sem fins lucrativos, apoiada pela Comissão Europeia, com vista a incentivar a melhoria da qualidade em termos de satisfação dos consumidores, satisfação dos trabalhadores, impacto na sociedade e resultados da empresa.

- Business Impact Taskforce (http://www.business-impact.org/): grupo de trabalho criado em 1998 para fornecer referências sobre interesse comercial, melhores práticas e metodologias de aferição que abranjam todos os aspectos da responsabilidade social das empresas.

- Conference Board (http://www.conference-board.org/): rede de empresas e de investigação que visa reforçar o espírito empresarial e potenciar os contributos das empresas para a sociedade.

- International Business Leaders Forum (IBLF) (http://www.csrforum.com/): organização internacional sem fins lucrativos criada em 1990 para a promoção de práticas empresariais responsáveis, benéficas tanto para as empresas como para a sociedade, e que possibilitem um desenvolvimento sustentável do ponto de vista

social, económico e ambiental, designadamente nas novas economias de mercado ou emergentes.

- The European Bahá'í Business Forum (EBBF) (http://www.ebbf.org/framinfo.htm): rede internacional de empresas centrada na Europa.

- The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (http://www.wbcsd.ch/): rede internacional de empresas constituída em 1995 com o objectivo de desenvolver uma cooperação mais estreita entre as empresas, os governos e todas as organizações ligadas ao ambiente e ao desenvolvimento sustentável.

- Business for Social Responsibility (BSR) (http://www.bsr.org/): rede internacional de empresas criada em 1992 para fornecer aos seus membros produtos e serviços inovadores que permitam às empresas obter sucesso comercial respeitando os valores éticos, as pessoas e comunidades, bem como o ambiente.

- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) (http://www.acca.co.uk/index.html): organismo internacional de profissionais de contabilidade que promove normas éticas e de governação em relação a todos os aspectos da contabilidade financeira, social e ambiental.

- Society and Business (http://www.societyandbusiness.gov.uk): guia lançado em Março de 2001 pelo Ministério do Comércio e da Indústria do Reino Unido, no qual se fundamenta o interesse comercial da responsabilidade social das empresas e se elencam os recursos disponibilizados pelas empresas e pelo governo do Reino Unido.

- Câmara Internacional do Comércio: (www.iccwbo.org/home/menu_environment.asp) : A Carta das Empresas para o Desenvolvimento Sustentável fornece às sociedades a base para uma gestão ambiental sã.

ONG

- Human Rights Watch (http://www.hrw.org/): ONG vocacionada para a protecção dos direitos humanos em todo o mundo.

- Transparency International (http://www.transparency.de/): ONG vocacionada para o combate à corrupção a nível nacional e internacional.

- International Alert (IA) (http://www.international-alert.org/): ONG sedeada no Reino Unido que pretende ajudar as pessoas na resolução amigável de litígios por meio do diálogo a diversos níveis.

- International Corporate Governance Network (http://www.icgn.org/): rede para o intercâmbio internacional de perspectivas e informação sobre questões ligadas à governação das empresas e para a elaboração de orientações neste domínio.

- European Corporate Governance Network (http://www.ecgn.ulb.ac.be/ecgn/): rede europeia de investigação sem fins lucrativos que se debruça sobre questões europeias e comparativas de governação das empresas.

Códigos de conduta

- Codes of conduct (http://www.codesofconduct.org/): sítio na Internet que constitui um recurso útil aos interessados no texto integral de vários códigos de conduta e respectivos termos, patrocinadores e efeitos sobre as práticas empresariais.

- IEPCE (European Initiative for Ethical Production and Consumption) (http://www.iepce.org/): fórum europeu em que participam os principais agentes socioeconómicos que pretendem incentivar a produção e o consumo éticos (trabalhadores, sindicatos, ONG, instituições públicas).

- Social Accountability 8000 (SA8000) (http://www.cepaa.org/sa8000.htm): norma voluntária para a responsabilidade social das empresas lançada em 1997 pelo *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA), recentemente redenominado *Social Accountability International* (SAI). Centra-se fundamentalmente nas práticas laborais - por exemplo, o trabalho infantil, a liberdade de associação, o número de horas de trabalho e remunerações. Este código global de responsabilidade social baseia-se na norma ISO 9000 e prevê a acreditação de auditores e os controlos independentes.

- Caux Round Table Principles for Business (http://www.cauxroundtable.org/): código de conduta centrado na responsabilidade social das empresas a nível mundial adoptado por uma organização de empresas trilateral.

- Global Sullivan Principles (http://www.globalsullivanprinciples.org/): conjunto de princípios redigidos por Leon H. Sullivan para orientação da acção social, económica, política e ambiental das empresas.

- ICFTU Basic Code of Labour Practice (http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991209513&Language=EN): Código-tipo relativo aos direitos dos trabalhadores (1997) da *International Confederation of Free Trade Unions*.

- Investors in People (http://www.iipuk.co.uk/): norma de qualidade do Reino Unido que estabelece um nível de boas práticas para melhorar o desempenho de uma organização através dos seus recursos humanos.

- Ethical Trading Initiative (ETI) (http://www.eti.org.uk/): código do Reino Unido desenvolvido no âmbito de uma parceria entre empresas retalhistas e de produção de bens de consumo, ONG, sindicatos e o governo.

- Amnesty International's Human Rights Principles for Companies (http://www.amnesty.org/ailib/aipub/1998/ACT/A7000198.htm): código internacional que impõe às empresas a defesa dos direitos humanos e a observância de diversas normas laborais nos países onde possuem instalações.

- Clean Clothes Campaign Code of Labor Practices for the Apparel Industry (http://www.cleanclothes.org/codes/ccccode.htm): código-tipo para normas laborais e um sistema de controlo destinado a empresas da indústria de vestuário.

Rótulos sociais

- International Federation of Alternative Trade (IFAT) (http://www.ifat.org/): federação de produtores e de associações de comércio "alternativo"

- European Fair Trade Association (EFTA) (http://www.eftafairtrade.org/): rede europeia de organizações de comércio equitativo que importam produtos de grupos de produtores economicamente desfavorecidos na África, Ásia e América Latina.

- Network of European World Shops (NEWS!) (http://www.shared-interest.com/cust/news.htm: rede que aborda os aspectos comerciais e pedagógicos do comércio equitativo.

- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) (http://www.fairtrade.net/): organização de cúpula que visa coordenar o trabalho de iniciativas de comércio equitativo, gerir de forma mais eficaz os programas de controlo e introduzir um rótulo *Fair Trade* único. As iniciativas nacionais continuam a ser responsáveis pelo *marketing* e pela promoção do *Fair trade* nos respectivos países.

- The Fairtrade Mark (http://www.gn.apc.org/fairtrade/): rótulo de comércio equitativo atribuído por uma fundação aos produtos que cumprem as normas internacionalmente reconhecidas de comércio equitativo, com vista a melhorar as condições comerciais para os produtores do Terceiro Mundo.

- Max Havelaar (http://www.maxhavelaar.nl/english/): rótulo de comércio equitativo atribuído por uma fundação neerlandesa que visa facultar a agricultores e trabalhadores de zonas desfavorecidas do Terceiro Mundo o acesso em condições adequadas ao comércio internacional (1986).

- Transfair International (http://www.transfair.org/): iniciativa de rotulagem em matéria de comércio equitativo da EFTA e Transfair Alemanha.

- Rattvisemarkt (http://www.raettvist.se/): Rótulo sueco de comércio equitativo.

Relatórios de Informação Social

- Social & Ethical Reporting Clearinghouse (http://cei.sund.ac.uk/ethsocial/index.htm): um sítio que fornece ligações para orientações em matéria de relatórios, organizações e inquéritos de carácter ético e social.

- Global Reporting Initiative (GRI) (http://www.globalreporting.org/): esforço internacional que envolve diversos agentes com o objectivo de criar um quadro para a apresentação voluntária de relatórios sobre o conjunto das práticas económicas, sociais e ambientais de uma empresa. CERES e o Programa das Nações Unidas para o Ambiente lançaram a GRI em 1997. Em Junho de 2000, a

GRI publicou as novas *Sustainability Reporting Guidelines* (Orientações para a Elaboração de Relatórios de Desenvolvimento Sustentável).

- AccountAbility 1000 (AA1000) (http://www.accountability.org.uk/): norma para a avaliação dos progressos éticos e sociais das empresas em função de critérios objectivos lançada em Novembro de 1999 pelo *Institute of Social and Ethical Accountability* (Instituto de Responsabilidade Ética e Social), sedeado no Reino Unido.

Investimento socialmente responsável

- UK Social Investment Forum (http://www.uksif.org/): rede do Reino Unido que propugna pelo investimento socialmente responsável.

- Dow Jones Sustainability Group Index (DJSGI) (http://www.sustainabilty-index.com/): índice de empresas orientadas para o desenvolvimento sustentável fornecido por Dow Jones, em associação com SAM (*Sustainable Asset Management*).

- FTSE4Good (http://www.ftse4good.com/frm0101.asp): índice de cotação das empresas eticamente responsáveis, lançada pela FTSE em associação com o *Ethical Investment Research Service* (EIRIS) e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef).

- Sustainable Investment Research International Group (SIRI) (http://www.sirigroup.org/): grupo de 10 organismos de investigação, que visam fornecer e promover produtos e serviços de investigação de alta qualidade sobre o investimento social em todo o mundo.