



**Cofinanciado pela
União Europeia**

CSV@VET

Criação de Valor Partilhado@ Vet

2022 - 1 - DE02 - KA 220 - VET- 000088303



CREATING
SHARED VALUE @VET

**RELATÓRIO DE BASE
de
Responsabilidade Corporativa Social
Autor: Equipa CSV**

O CSV@VET é um projeto financiado pela Comissão Europeia no âmbito do programa "Erasmus+ - KA2 - Parcerias Estratégicas para o Ensino e Formação Profissional" 2022-2024

Financiado pela União Europeia. No entanto, os pontos de vista e opiniões expressos são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es) e não reflectem necessariamente os da União Europeia ou da Agência de Execução relativa à Educação, ao Audiovisual e à Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas pelas mesmas.

1. PREFÁCIO

Caro leitor,

o CSV - Guia de Referência foi produzido por **FA-Magdeburg** da Alemanha, **Instituto de Desenvolvimento do Empreendedorismo** (IED-GR) da Grécia, **Zavod Za Izobrazevanje In Kulturo Crnomelj Zik** da Eslovénia, **For a Better World** (DIDI-TR) da Turquia, **Instituto de Tecnologias Avançadas para a Formação Lda** (ISTEC-PT) de Portugal, **Liceul Tehnologic "Alexandru Domsa"**; (LTAD-RO) e **RoGePa SRL** da Roménia, **Lodzka Izba Przemyslowo-Handlowa** (LCIC-PL) da Polónia e **Zavod Za Izobrazevanje In Kulturo Crnomelj Zik** (ZIK-SL) da Eslovénia, no âmbito da iniciativa projeto Erasmus Plus "Creating Shared Value@Vet", financiado pela Agência Nacional Alemã, centra-se nas práticas de RSE (Responsabilidade Social das Empresas). O CSV - Guia de Referência baseia-se numa combinação de pesquisa documental e entrevistas realizadas com empresas e partes interessadas nos países dos parceiros.

De acordo com a definição da UE, a RSE implica que as empresas integram preocupações sociais e ambientais nas suas operações comerciais e interações com as partes interessadas numa base voluntária. A definição sublinha que a RSE engloba questões sociais e ambientais, deve ser integrada na estratégia e nas atividades da empresa e é um conceito voluntário. Além disso, a RSE envolve a forma como as empresas interagem com as suas partes interessadas internas e externas, tais como trabalhadores, clientes, vizinhos, organizações não governamentais e autoridades públicas.

Este CSV - Guia de Referência destaca as potencialidades da RSE/ CSV como uma ferramenta que pode beneficiar o sector privado, para além de criar a oportunidade para o desenvolvimento sustentável. Ao sublinhar a importância da Criação de Valor Partilhado para a concretização do desenvolvimento sustentável nos países em causa, esta análise pode ser utilizada como um guia sobre RSE por vários intervenientes, desde o sector privado ao governo. Não só inclui uma visão global da RSE no âmbito das normas internacionais, como também explica em profundidade o que é e o que não é a RSE. Esta publicação contém igualmente informações sobre os fatores e as condições que afetam as práticas de RSE e recomenda atividades futuras para moldar a abordagem da RSE nos países em causa.

A RSE tornou-se um conceito tão importante e popular com o aumento da importância do desenvolvimento sustentável no mundo. Tornou-se claro para o mundo dos negócios que o desenvolvimento sustentável já não é apenas uma preocupação dos governos e das ONG que lhes estão associadas, devendo também começar imediatamente a preocupar-se com a sustentabilidade dos recursos e o desenvolvimento humano, juntamente com a sua sustentabilidade financeira. Neste sentido, o estabelecimento de diálogos e parcerias entre todos os intervenientes também se tornou extremamente importante.



A RSE e o desenvolvimento sustentável já não podem ser considerados como dois conceitos separados; tornou-se evidente que este último não pode ser alcançado sem uma abordagem adequada da RSE por parte do sector privado.

Este relatório pode ser útil para empresas, organizações e instituições de ensino (maioritariamente prestadores de EFP), mas também para freelancers, investigadores, decisores políticos e outras partes interessadas no tema.

Esperamos sinceramente que este trabalho seja benéfico e contribua para a sua percepção da relação entre a RSE e o desenvolvimento sustentável!



CONTEÚDO

1. PREFÁCIO	2
2. INTRODUÇÃO	6
3. ANTECEDENTES COM ANÁLISE DO CONTEXTO LOCAL	10
I. Alemanha	10
II. Eslovénia	14
III. Turquia	18
IV. Roménia	22
V. Grécia	26
VI. Portugal	29
VII. Polónia	36
4. ACTORES NA PROMOÇÃO DA RSE	40
I. Alemanha	40
II. Eslovénia	41
III. Turquia	42
IV. Roménia	45
V. Grécia	47
VI. Portugal	48
VII. Polónia	50
5. EXEMPLOS DE BOAS PRÁTICAS	55
I. Alemanha	55
II. Eslovénia	71
III. Turquia	74
IV. Roménia	82
V. Grécia	97
VI. Portugal	102
VII. Polónia	115
6. RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO	127
I. Alemanha	127
II. Eslovénia	135
III. Turquia	136
IV. Roménia	140
V. Grécia	143
VI. Portugal	147
VII. Polónia	151
7. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES PARA atividades FUTURAS	152
I. Alemanha	152
II. Eslovénia	153
III. Turquia	155
IV. Roménia	158
V. Grécia	160
VI. Portugal	161
VII. Polónia	165



8. ANEXOS/Referências/Termos relevantes	169
9. Empresas e partes interessadas entrevistadas	173
I. Alemanha	173
II. Eslovénia	173
III. Turquia	174
IV. Roménia	176
V. Grécia	177
VI. Portugal	177
VII. Polónia	178



2. INTRODUÇÃO

O Projeto Erasmus + "Creating Shared Value@Vet" produziu um relatório sobre RSE, baseado no contexto local de cada parceiro. Este relatório destina-se a fornecer informações sobre as práticas de RSE na Alemanha, Eslovénia, Turquia, Roménia, Grécia, Portugal e Polónia, e baseia-se nos resultados da investigação documental, entrevistas com empresas e partes interessadas.

A Criação de Valor Partilhado (CSV) é um conceito desenvolvido por Michael Porter e Mark Kramer. Surgiu como resposta às limitações das abordagens tradicionais à responsabilidade social das empresas (RSE), que muitas vezes consideravam as iniciativas sociais e ambientais separadas das atividades principais da empresa. Porter e Kramer propuseram uma nova perspetiva que integra o impacto social na estratégia empresarial.

O conceito de CSV foi introduzido pela primeira vez num artigo intitulado "Creating Shared Value" publicado na Harvard Business Review em 2011. Nesse artigo, Porter e Kramer defendem que as empresas devem procurar criar valor económico de uma forma que também gere valor social. Sublinharam a importância de alinhar os objetivos empresariais com as necessidades da sociedade, salientando que a resolução dos desafios sociais pode conduzir a novas oportunidades de mercado e ao sucesso empresarial a longo prazo.

A CSV sugere que as empresas podem procurar simultaneamente a rentabilidade e o progresso social, identificando e abordando questões sociais através das suas atividades principais. Ao criar valor partilhado, as empresas podem contribuir para o bem-estar das comunidades e enfrentar os desafios sociais, ao mesmo tempo que impulsionam o seu próprio crescimento económico.

Existem três princípios fundamentais do CSV:

- Redefinir o objetivo de uma empresa: Uma empresa não deve apenas concentrar-se na maximização do valor para os acionistas, mas também procurar criar valor social e ambiental.
- Centrar-se na intersecção entre as necessidades empresariais e sociais: Uma empresa deve identificar os desafios sociais e ambientais que são relevantes para a sua atividade e desenvolver estratégias para os enfrentar de forma a criar valor económico.
- Criar valor partilhado através da inovação: Uma empresa deve utilizar as suas principais competências e conhecimentos para criar soluções inovadoras que respondam aos desafios sociais e ambientais, criando simultaneamente valor económico.

No entanto, o conceito de responsabilidade social das empresas refere-se à obrigação de uma empresa operar de forma ética e sustentável, tendo em conta o seu impacto social, ecológico e económico em vários grupos de interesse. Para além dos requisitos legais, está integrada nos processos empresariais e nas interações

com as partes interessadas. A sua abordagem vai além dos objetivos de lucro a curto prazo de uma empresa e incentiva-a a contribuir ativamente para o bem-estar da sociedade e do planeta. As iniciativas de RSE podem incluir práticas empresariais responsáveis, gestão ambiental, filantropia, envolvimento da comunidade, bem-estar dos trabalhadores, aprovisionamento ético e muito mais. O âmbito e as atividades específicas podem variar de empresa para empresa, mas o princípio subjacente é equilibrar o sucesso comercial com a responsabilidade social e ambiental.

De acordo com a definição da UE, a RSE é definida da seguinte forma:

Um conceito segundo o qual as empresas integram voluntariamente preocupações sociais e ambientais nas suas operações comerciais e na sua interação com as partes interessadas.

- o A definição comunitária de RSE acima apresentada sublinha os aspectos importantes do conceito que, apesar da expressão inglesa *corporate social responsibility*, abrange questões sociais e ambientais.

A RSE não está, ou não deveria estar, separada da estratégia e das operações da empresa, mas trata-se de integrar as preocupações sociais e ambientais na estratégia e nas operações da empresa.

A RSE é um conceito voluntário.

Outro aspecto importante da RSE é a forma como as empresas interagem com as suas partes interessadas internas e externas (trabalhadores, clientes, vizinhos, organizações não governamentais, autoridades públicas, etc.).

No CSV - Guia de Referência, o conceito de RSE baseia-se essencialmente na gestão e na resposta a questões sociais, ambientais, económicas e éticas mais vastas - e na medida em que as empresas respondem às expectativas das partes interessadas relativamente a estas questões.

A responsabilidade social das empresas, ou RSE, diz respeito à responsabilidade de uma empresa para com a sociedade no sentido de práticas empresariais sustentáveis. A RSE refere-se à responsabilidade de uma empresa pelo seu impacto na sociedade. Inclui aspectos sociais, ambientais e económicos, como por exemplo os documentos de referência internacionalmente reconhecidos sobre RSE, entre os quais se destacam a declaração fundamental da OIT sobre empresas multinacionais e política social, as directrizes da OCDE para as empresas multinacionais, os princípios orientadores das Nações Unidas sobre empresas e direitos humanos, o Pacto Global das Nações Unidas e a norma ISO 26000. Mais especificamente, a RSE envolve, por exemplo, práticas comerciais justas, gestão de recursos humanos orientada para o pessoal, utilização económica dos recursos naturais, proteção do clima e do ambiente, compromisso sincero com a comunidade local e também responsabilidade ao longo da cadeia de abastecimento global.

Desde a sua introdução, o conceito de CSV ganhou uma atenção significativa e tem sido aplicado em vários sectores e regiões de todo o mundo. Influenciou a forma



como as empresas abordam a responsabilidade social e incentivou uma mudança para abordagens mais estratégicas e integradas de impacto social. O âmbito e as atividades específicas podem variar de empresa para empresa, mas o princípio subjacente é equilibrar o sucesso comercial com a responsabilidade social e ambiental.

Eis alguns temas relacionados e áreas de concentração (na Alemanha):

Sustentabilidade: A Alemanha coloca uma forte ênfase no desenvolvimento sustentável e na responsabilidade ambiental. As empresas na Alemanha dão frequentemente prioridade a práticas de sustentabilidade, tais como a redução das emissões de carbono, a promoção de energias renováveis e a implementação de processos de fabrico amigos do ambiente.

Impacto social: As empresas alemãs participam ativamente em iniciativas sociais e contribuem para o bem-estar da sociedade. Apoiam várias causas, como a educação, os cuidados de saúde, a redução da pobreza e a promoção da diversidade e da inclusão no local de trabalho.

Governo das sociedades: A Alemanha possui um quadro de governação empresarial bem desenvolvido que privilegia a transparência, a responsabilidade e as práticas empresariais responsáveis. As empresas na Alemanha aderem aos princípios da boa governação, incluindo a conduta ética, os direitos dos accionistas e a supervisão eficaz do conselho de administração.

Cadeia de abastecimento responsável: As empresas alemãs dão importância à garantia de práticas responsáveis ao longo das suas cadeias de abastecimento. Isto inclui a promoção de práticas laborais justas, a garantia da segurança dos trabalhadores e a monitorização dos impactos ambientais nas suas cadeias de abastecimento.

Envolvimento das partes interessadas: As empresas alemãs reconhecem a importância de se envolverem com as partes interessadas, incluindo empregados, clientes, comunidades e ONGs. Procuram ativamente obter feedback e colaboram com as partes interessadas para abordar eficazmente as questões sociais e ambientais.

Empreendedorismo social: A Alemanha tem um sector de empreendedorismo social próspero, em que as empresas são movidas por uma missão social ou ambiental. Estas empresas combinam princípios empresariais com objetivos sociais para criar mudanças positivas na sociedade.

Relatórios e transparência: As empresas alemãs publicam frequentemente relatórios de sustentabilidade para divulgar as suas atividades e desempenho em matéria de RSE. Estes relatórios proporcionam transparência e responsabilidade, permitindo às partes interessadas avaliar o impacto social e ambiental de uma empresa.

Colaboração e parcerias: A colaboração entre empresas, ONG e entidades governamentais é comum na Alemanha para fazer face aos desafios sociais e



ambientais. As parcerias e iniciativas público-privadas promovem esforços colectivos para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável.

É importante notar que as práticas de RSE podem variar consoante as empresas e os sectores em cada país. Enquanto algumas empresas podem ter estratégias de RSE abrangentes, outras podem centrar-se em áreas específicas com base no seu sector, valores e expectativas das partes interessadas.



3. ANTECEDENTES COM ANÁLISE DO CONTEXTO LOCAL

I. Alemanha

Nos últimos 70 anos, a Alemanha registou desenvolvimentos significativos no domínio da Criação de Valor Partilhado (CSV). Eis alguns aspectos fundamentais a considerar:

Desenvolvimento económico sustentável: A Alemanha evoluiu para uma economia de vanguarda, dando cada vez mais importância à sustentabilidade e à responsabilidade social. Numerosas empresas adaptaram os seus modelos de negócios para incorporar considerações sociais e ambientais.

Quadro jurídico: A República Federal da Alemanha introduziu várias leis e regulamentos para obrigar as empresas a integrar fatores sociais e ambientais nas suas práticas comerciais. Estas leis incluem a Lei de Implementação da Diretiva RSE e a Lei de Melhoria da Sustentabilidade e Diversidade.

Transição energética sustentável: A Alemanha estabeleceu o objetivo de alcançar um abastecimento energético praticamente neutro em termos de carbono até 2050. Este facto conduziu a uma forte aposta nas energias renováveis e na eficiência energética. Muitas empresas investiram neste domínio e desenvolveram soluções inovadoras.

Responsabilidade social das empresas: Ao longo dos anos, as empresas alemãs têm-se empenhado cada vez mais em questões sociais. Isto manifesta-se através de iniciativas como a criação de empregos para grupos desfavorecidos da população, a promoção de programas educativos ou o apoio a projetos sem fins lucrativos.

Práticas empresariais sustentáveis: As empresas alemãs dão cada vez mais importância às aquisições sustentáveis, à eficiência dos recursos e à produção amiga do ambiente. Muitas empresas implementaram sistemas de gestão ambiental e adotaram estratégias de sustentabilidade abrangentes.

Diálogo e colaboração: A Alemanha dispõe de várias plataformas e iniciativas que promovem o diálogo entre as empresas, o governo e a sociedade civil. Esta colaboração ajuda a promover o intercâmbio de boas práticas e a encontrar soluções comuns para os desafios da sociedade.

Estes desenvolvimentos demonstram que a Alemanha fez progressos significativos na criação de valor partilhado nos últimos 70 anos. Tanto a nível legislativo como a nível das práticas empresariais, foi criada uma maior consciência da responsabilidade social e ambiental. No entanto, existem ainda desafios e margem para novos avanços no sentido de impulsionar um desenvolvimento económico sustentável e socialmente responsável.

De um modo geral, verifica-se que a sensibilização e a prática da CSV estão a aumentar em toda a Europa. Muitos países europeus criaram quadros jurídicos e culturais para incentivar as empresas a assumirem a responsabilidade social. A consciencialização para a importância da sustentabilidade e da responsabilidade

social continua a crescer, e há um intercâmbio crescente de boas práticas e de colaboração entre países.

O desenvolvimento da sensibilização para a criação de valor partilhado (CSV) foi particularmente incentivado na Alemanha pelo quadro legislativo. Em comparação com outros países europeus, a Alemanha introduziu requisitos legais muito ambiciosos para as empresas no que respeita à RSE e à atividade sustentável. A Diretiva RSE da União Europeia foi rapidamente implementada na Alemanha e vai além dos requisitos mínimos. Este facto promove um nível mais elevado de transparência e responsabilidade na Alemanha.

Além disso, existe uma forte consciência cultural e uma tradição de empenhamento social e de co-determinação na Alemanha. A importância da responsabilidade social e da ação sustentável é altamente valorizada na sociedade e reflecte-se, assim, particularmente nas atitudes dos consumidores e na procura de produtos e serviços sustentáveis.

A estrutura empresarial na Alemanha tem uma forte base industrial com um número considerável de empresas de média dimensão. Estas empresas têm frequentemente uma longa tradição e laços estreitos com a comunidade. Especialmente no sector das PME, estas empresas estão integradas em redes regionais e, por conseguinte, têm fortes laços com os seus trabalhadores e com o ambiente local. Este facto pode ter um efeito positivo na implementação do CSV, bem como na vontade de assumir a responsabilidade social.

As empresas alemãs são geralmente muito boas a comunicar o seu desempenho em termos de sustentabilidade. Este facto é reforçado pela pressão crescente exercida pelos investidores, clientes e outras partes interessadas no sentido de fornecerem informações sobre os impactos sociais e ambientais. Uma imprensa diversificada e independente garante que a qualidade dos relatórios de sustentabilidade na Alemanha é frequentemente uma das melhores da Europa.

Em geral, Alemanha:

- **é conhecida pelo seu forte empenho na sustentabilidade.** Os temas relacionados com as práticas empresariais sustentáveis, as energias renováveis, a economia circular, as iniciativas ecológicas e a redução da pegada de carbono são frequentemente debatidos.
- **dá importância a questões sociais como a diversidade, a inclusão e o bem-estar social.** São frequentemente explorados tópicos relacionados com práticas de emprego justas, igualdade de género, igualdade de oportunidades, integração social de grupos marginalizados e filantropia empresarial.
- **O programa de formação da Comissão Europeia dá ênfase ao comportamento ético e à conduta empresarial responsável.** São normalmente abordados temas relacionados com a ética empresarial, medidas anticorrupção, governação transparente, responsabilidade da cadeia de abastecimento e práticas de comércio justo.



- **valoriza o envolvimento e a colaboração das partes interessadas.** São frequentemente discutidos tópicos relacionados com o envolvimento de funcionários, clientes, comunidades, ONGs e entidades governamentais para benefício mútuo, bem como parcerias e diálogo entre várias partes interessadas.
- **O programa de trabalho da Comissão Europeia para o desenvolvimento sustentável (RSE) dá ênfase à transparência dos relatórios e à divulgação dos esforços de RSE.** Os tópicos relacionados com os relatórios de sustentabilidade, os relatórios não financeiros, a comunicação da RSE e a garantia do desempenho da sustentabilidade são de interesse.
- **tem um ecossistema de empreendedorismo social próspero.** São frequentemente explorados temas relacionados com a inovação social, as empresas sociais, o investimento de impacto e as iniciativas de apoio ao empreendedorismo social.
- **reconhece a importância das cadeias de abastecimento sustentáveis.** São discutidos tópicos relacionados com o aprovisionamento responsável, o envolvimento dos fornecedores, a rastreabilidade, os direitos laborais e a avaliação do impacto ambiental nas cadeias de abastecimento.
- **está ativa na promoção do financiamento sustentável e do investimento responsável.** São relevantes os temas relacionados com o financiamento ecológico, as estratégias de investimento sustentável, a integração das questões ambientais, sociais e de governação (ESG) e a medição e comunicação do impacto nas finanças.

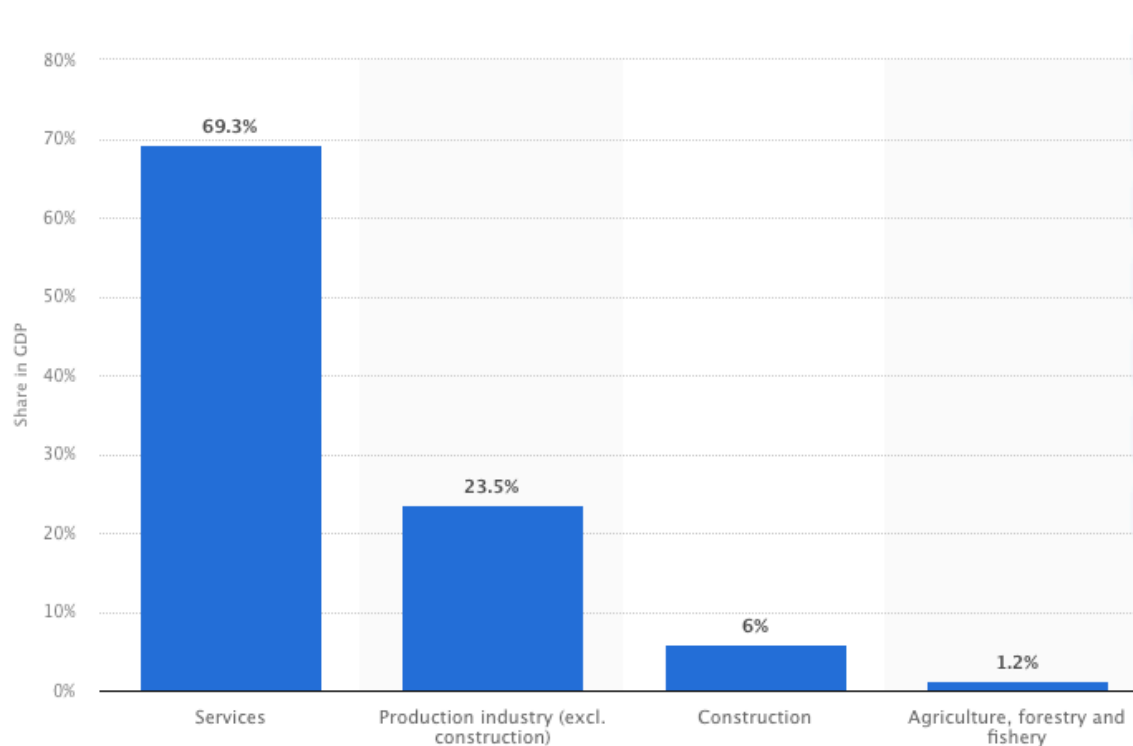
VISÃO GERAL DO SETOR

A Alemanha gera o seu maior produto interno bruto (PIB) em várias áreas significativas para o conceito de Criação de Valor Partilhado (CSV). Eis alguns dos mais importantes:

- **Indústria e fabrico:** A Alemanha tem uma forte base industrial e de produção, particularmente em sectores como o automóvel, a engenharia mecânica, os produtos químicos, a engenharia eléctrica e os produtos farmacêuticos. Estes sectores contribuem significativamente para o PIB (2022: 23,5% ≈ 1,03 mil milhões de euros) e proporcionam emprego e valor ao longo da cadeia de abastecimento.
- **Serviços:** O sector dos serviços também desempenha um papel significativo na economia alemã (2022: PIB 69,3% ≈ 2,43 mil milhões de euros)). Este sector inclui áreas como os serviços financeiros, a consultoria de gestão, as tecnologias da informação, a logística, o turismo e os cuidados de saúde. As empresas de serviços ajudam a criar valor para os clientes, os trabalhadores e a sociedade em geral.
- **Construção civil:** Este sector da indústria da construção gera 6% do valor acrescentado bruto na Alemanha. (2022: PIB 6%).



- **Investigação e desenvolvimento:** A Alemanha tem uma forte cultura de inovação e investe significativamente em investigação e desenvolvimento (I&D). Esta inclui domínios como as novas tecnologias, as energias renováveis, a medicina, a biotecnologia e a automatização. As atividades de I&D criam novos conhecimentos e tecnologias que têm o potencial de gerar benefícios económicos e sociais.
- **Tecnologia ambiental e energias renováveis:** A Alemanha assumiu um papel de liderança no desenvolvimento e aplicação da tecnologia ambiental e das energias renováveis. A expansão das energias renováveis, como a energia eólica e solar, não só tem um impacto positivo no ambiente, como também cria empregos e oportunidades económicas.
- **Ensino e investigação:** O sistema educativo alemão está fortemente centrado na formação e na investigação. As escolas superiores, as universidades e as instituições de investigação desempenham um papel importante na produção de conhecimentos e na formação de trabalhadores qualificados que contribuem para o desenvolvimento económico do país.



Fonte: <https://www.statista.com/>

PIF Alemanha 2022	3869,9 mil milhões
Indústria automóvel	506,2 mil milhões de euros
Engenharia mecânica	221 mil milhões de euros
Indústria química	161,2 mil milhões de euros
Indústria eletrónica	52,3 mil milhões de euros
Alimentação e nutrição	218,57 mil milhões de euros
Indústria têxtil	12,8 mil milhões de euros
Indústria dos plásticos	84,9 mil milhões de euros
Construção	175 mil milhões de euros



É importante notar que estes domínios não devem ser vistos isoladamente. Pelo contrário, existem frequentemente relações recíprocas e sinergias entre eles. No entanto, os sectores mencionados são importantes motores de crescimento económico e têm o potencial de gerar benefícios sociais positivos através de abordagens inovadoras e da consideração dos princípios de CSV.

Evolução histórica

Há razões históricas que contribuem para que a Alemanha seja particularmente receptiva à Criação de Valor Partilhado (CSV).

Alguns fatores importantes são o estabelecimento da economia social de mercado após a Segunda Guerra Mundial, a ênfase na responsabilidade social das empresas e o equilíbrio entre eficiência económica e justiça social. O sistema de co-determinação das empresas, único na Alemanha, permite o diálogo entre trabalhadores e empregadores e tem em conta as preocupações sociais. O forte movimento ambientalista e o empenhamento cívico criaram uma consciência da responsabilidade ecológica e social. Além disso, a reunificação alemã teve um impacto na sensibilização para a CSV, uma vez que a integração da antiga RDA e a resolução das diferenças sociais e económicas exigiram uma maior cooperação e responsabilidade social.

Estas condições históricas contribuíram para que o conceito de responsabilidade social das empresas ganhasse grande aceitação na Alemanha.

II. Eslovénia

Ao longo das últimas décadas, a responsabilidade das empresas eslovenas sofreu transformações significativas, refletindo a evolução das expectativas da sociedade e as tendências globais. Nos primeiros anos após a independência da Eslovénia em 1991, a responsabilidade empresarial centrava-se principalmente no cumprimento dos requisitos legais e na garantia da estabilidade financeira. No entanto, à medida que o país progredia e se integrava na União Europeia, as empresas eslovenas começaram a reconhecer a necessidade de alinhar as suas práticas com as normas internacionais e as melhores práticas.

Uma mudança notável foi a ênfase crescente na sustentabilidade e na responsabilidade ambiental. As empresas eslovenas tornaram-se mais conscientes dos impactos ambientais das suas operações e implementaram medidas para reduzir a sua pegada de carbono, promover a eficiência energética e adotar práticas amigas do ambiente. Muitas empresas adotaram fontes de energia renováveis, implementaram sistemas de gestão de resíduos e investiram em tecnologias que minimizem o seu impacto ambiental.

Outra mudança significativa foi o reconhecimento da importância da responsabilidade social. As empresas eslovenas aperceberam-se de que o seu sucesso está intimamente ligado ao bem-estar das comunidades em que operam. Desenvolveram iniciativas para apoiar as comunidades locais, promover a educação



e contribuir para causas sociais. As empresas estão ativamente empenhadas em atividades filantrópicas, programas de voluntariado e parcerias com organizações sem fins lucrativos para abordar questões sociais como a pobreza, a desigualdade na educação e a acessibilidade aos cuidados de saúde.

Além disso, tem havido uma atenção crescente às práticas comerciais éticas e à governação empresarial. As empresas eslovenas reconheceram a importância da transparência, da responsabilização e de práticas justas na criação de confiança junto das partes interessadas. adotaram códigos de conduta, implementaram quadros robustos de governação empresarial e criaram mecanismos internos para prevenir a corrupção, o suborno e comportamentos pouco éticos. Esta mudança foi apoiada por alterações regulamentares e pela crescente consciencialização da importância do comportamento ético na arena empresarial global.

Além disso, as empresas eslovenas também fizeram progressos na promoção da diversidade, da inclusão e da igualdade de género. adotaram iniciativas para criar locais de trabalho inclusivos, promover a igualdade de oportunidades e eliminar a discriminação. Estão a ser feitos esforços para aumentar a representação das mulheres em cargos de liderança e para colmatar as disparidades salariais entre homens e mulheres. Este enfoque na diversidade e inclusão não só reflete a mudança das normas sociais, como também aumenta a criatividade, a inovação e o desempenho organizacional global.

De um modo geral, a responsabilidade das empresas eslovenas evoluiu de uma abordagem centrada na conformidade para uma estratégia mais proactiva e abrangente. As empresas estão cada vez mais a integrar considerações sociais, ambientais e éticas nas suas práticas comerciais fundamentais. A mudança para a sustentabilidade, o compromisso social, o comportamento ético e a diversidade e inclusão refletem a evolução das expectativas das partes interessadas e o reconhecimento de que as práticas empresariais responsáveis são fundamentais para o sucesso a longo prazo, a resiliência e o impacto social positivo.

A criação de valor partilhado (CSV) nas empresas eslovenas ganhou uma importância considerável à medida que as organizações reconhecem a natureza interligada do seu sucesso com o bem-estar da sociedade e do ambiente em que operam. As empresas eslovenas estão a adotar cada vez mais a CSV como uma abordagem estratégica que alinha os objetivos empresariais com as necessidades sociais. Ao integrar considerações sociais e ambientais nas suas operações principais, as empresas eslovenas procuram ativamente oportunidades para gerar valor económico e, simultaneamente, enfrentar os desafios sociais. Estas empresas estão a adotar práticas sustentáveis que dão prioridade à eficiência dos recursos, minimizam os resíduos e reduzem a sua pegada ambiental. Além disso, estão a investir nas comunidades locais através de iniciativas que promovem a educação, a saúde e o bem-estar social. Ao envolverem-se ativamente com as partes interessadas, incluindo funcionários, clientes e comunidades, as empresas eslovenas estão a criar parcerias para co-criar soluções inovadoras que impulsionam o progresso social e o crescimento económico, assegurando assim o



sucesso a longo prazo e o desenvolvimento sustentável tanto das suas empresas como da sociedade em geral.

VISÃO GERAL DO SECTOR

O Produto Interno Bruto (PIB) esloveno é composto por vários sectores que contribuem para a produção económica global do país e são significativos para o conceito de Criação de Valor Partilhado (CSV). Segue-se uma visão geral de alguns sectores-chave e dos seus contributos:

- **Indústria transformadora:** A indústria transformadora desempenha um papel crucial na economia da Eslovénia, contribuindo significativamente para o PIB. O país tem uma forte base industrial, com destaque para sectores como o automóvel, farmacêutico, maquinaria e equipamento elétrico. Os fabricantes eslovenos são conhecidos pelos seus produtos de alta qualidade e competitividade nos mercados internacionais.
- **Serviços:** O sector dos serviços é um dos principais contribuintes para o PIB da Eslovénia. Engloba uma vasta gama de atividades, incluindo turismo, finanças, retalho, transportes e serviços profissionais. As paisagens pitorescas, os locais históricos e as atrações culturais da Eslovénia tornaram-na um destino turístico popular, impulsionando o crescimento dos sectores da hotelaria e do lazer.
- **Agricultura e silvicultura:** Embora a contribuição do sector agrícola para o PIB da Eslovénia tenha diminuído ao longo dos anos, continua a ser importante, especialmente nas zonas rurais. O país tem condições favoráveis para a produção agrícola, incluindo solos férteis e um clima diversificado. As atividades agrícolas incluem o cultivo de culturas, a criação de gado e a viticultura. O sector florestal também contribui para a economia através da produção sustentável de madeira.
- **Construção:** O sector da construção na Eslovénia tem sofrido flutuações devido aos ciclos económicos. Contribui para o PIB através de projetos residenciais, comerciais e de infra-estruturas. Nos últimos anos, tem-se dado ênfase a práticas de construção sustentáveis e a edifícios energeticamente eficientes.
- **Tecnologias da informação e da comunicação (TIC):** O sector das TIC tem vindo a crescer de forma constante na Eslovénia e tornou-se uma parte essencial da economia. Inclui o desenvolvimento de software, serviços de TI, telecomunicações e comércio eletrónico. As empresas eslovenas têm estado activas na inovação e na transformação digital, contribuindo para o crescimento económico e a criação de emprego.
- **Energia:** O sector da energia na Eslovénia engloba a produção e distribuição de eletricidade e as fontes de energia renováveis. O país investiu em projetos de energias renováveis, tais como centrais hidroelétricas, parques eólicos e instalações de energia solar. Esta aposta nas energias limpas contribui para o PIB e para a sustentabilidade ambiental.



DESENVOLVIMENTOS HISTÓRICOS

Os desenvolvimentos históricos que influenciaram as empresas eslovenas a considerar a responsabilidade empresarial e a criação de valor partilhado como partes importantes da sua economia incluem

- **Transição do socialismo:** A Eslovénia passou por uma transição significativa do socialismo para uma economia de mercado no início da década de 1990. Esta transição provocou uma mudança na mentalidade empresarial, realçando a necessidade de as empresas se adaptarem às exigências do mercado e competirem num mundo globalizado. Como parte desta transição, as empresas eslovenas reconheceram a importância de práticas empresariais responsáveis para obter uma vantagem competitiva e atrair investimento.
- **Adesão à União Europeia:** A Eslovénia tornou-se membro da União Europeia em 2004. A adesão à UE trouxe consigo a adoção de regulamentos e directivas da UE, que incluíam requisitos relacionados com a proteção ambiental, normas laborais e governação empresarial. As empresas eslovenas tiveram de alinhar as suas práticas com estas normas, o que levou a um maior enfoque na responsabilidade empresarial.
- **Globalização e internacionalização:** O processo de globalização e a crescente internacionalização das atividades empresariais expuseram as empresas eslovenas aos mercados globais e à concorrência internacional. Para ter sucesso neste ambiente globalizado, as empresas aperceberam-se da necessidade de cumprir as normas internacionais de responsabilidade e sustentabilidade empresarial. Isto permitiu-lhes criar confiança com parceiros internacionais, atrair investimento estrangeiro e aceder a cadeias de fornecimento globais.
- **Consciência ambiental:** A Eslovénia é conhecida pelas suas paisagens naturais deslumbrantes e pela sua biodiversidade. O país tem uma forte tradição de consciencialização ambiental, que influenciou a mentalidade das empresas. As empresas na Eslovénia reconheceram a necessidade de proteger e preservar o ambiente, o que levou à integração de práticas sustentáveis e de responsabilidade ambiental nas suas operações.
- **Valores sociais e culturais:** A sociedade eslovena dá importância à coesão social, à justiça e à solidariedade. Estes valores influenciaram a cultura empresarial, encorajando as empresas a participar em atividades socialmente responsáveis e a contribuir para o bem-estar das comunidades. O forte sentido de responsabilidade social na sociedade eslovena moldou as expectativas das partes interessadas, incluindo os trabalhadores, os clientes e o público em geral, levando assim as empresas a dar prioridade à responsabilidade empresarial.
- **Apoio e políticas governamentais:** O governo esloveno tem desempenhado um papel importante na promoção da responsabilidade empresarial através de políticas e incentivos de apoio. Por exemplo, o governo implementou vários programas e iniciativas para incentivar o desenvolvimento sustentável, o empreendedorismo social e as práticas

empresariais responsáveis. Este apoio criou um ambiente propício para as empresas integrarem a responsabilidade empresarial nas suas estratégias.

III. Turquia

Uma panorâmica da economia turca ao longo das últimas três décadas revela um elevado crescimento e industrialização, juntamente com a liberalização do mercado financeiro. Desde o início da década de 1980, a Turquia enviou esforços para integrar a sua economia no quadro global e implementou várias reformas económicas para esse efeito. Em contraste com as políticas económicas das décadas anteriores baseadas na substituição de importações, a década de 1980 assistiu a uma mudança para um modelo de industrialização orientado para a exportação, com uma maior dependência das forças do mercado e um declínio do domínio do sector público. Entre os principais componentes das reformas da década de 1980, podem ser enumerados o aumento das exportações, a liberalização da regulamentação das importações e do investimento de capital estrangeiro, uma política cambial flexível, a privatização das empresas económicas estatais e a desregulamentação dos mercados financeiros (CBRT, 2002).

Quando se comparam os valores de 1980 e 2000, observa-se um aumento impressionante das exportações, de tal forma que o nível das exportações aumentou dez vezes e a percentagem das exportações no PIB aumentou de 4,2% para 19,8%. A UE é o principal parceiro comercial da Turquia, com 51% do total das exportações e 45% das importações. Os outros principais parceiros comerciais da Turquia são os EUA, os países do Médio Oriente, a Europa Oriental e os países da CEI. Também se regista uma alteração na composição das exportações, com uma mudança a favor dos produtos industriais em relação aos produtos agrícolas. Para além dos produtos de exportação tradicionais, como os têxteis e o vestuário, o ferro e o aço, o vidro e a cerâmica, fazem parte das exportações produtos como os televisores a cores, os aparelhos eléctricos, os veículos a motor e as peças sobressalentes. Globalmente, registou-se um crescimento notável da capacidade de produção industrial do país (DEIK, 2006).

Apesar das reformas estruturais empreendidas na década de 1980, a integração da economia turca no sistema internacional não se concretizou plenamente e a Turquia não pôde beneficiar plenamente deste processo. Entre os muitos fatores subjacentes a este fracasso, a orientação a curto prazo das políticas económicas aplicadas pelos governos em mudança e o atraso de algumas reformas estruturais nos domínios das finanças públicas e da gestão pública constituem a prioridade. Consequentemente, os enormes défices do sector público resultaram num ambiente de elevada inflação ao longo da década de 1990. Por outro lado, os choques externos provocaram circunstâncias negativas. O aumento da vulnerabilidade aos choques externos devido à liberalização das contas de capital afectou negativamente a Turquia, tal como aconteceu com outras economias em desenvolvimento. A Guerra do Golfo, em 1990-1991, e a crise russa, em 1998, por exemplo, provocaram inversões súbitas e maciças dos fluxos de capitais a curto prazo (CBRT, 2002).

O programa económico que foi implementado entre dezembro de 1999 e fevereiro de 2001 com o FMI para controlar a inflação e manter os equilíbrios



macroeconómicos falhou e provocou uma desvalorização significativa em fevereiro de 2001.

No entanto, após a crise de 2001, foi iniciada a implementação de um conjunto de reformas estruturais impressionantes e foram atingidas elevadas taxas de crescimento anual nos anos seguintes. Em 2005, o PIB registou uma taxa de crescimento de 7,6%. Em termos de produção industrial, os anos que se seguiram à crise de 2001 registaram um aumento constante das taxas de produção e de utilização das capacidades.

O início das negociações para uma adesão plena à UE e o facto de o FMI considerar a Turquia como uma história de sucesso podem ser enumerados entre esses desenvolvimentos positivos. Neste contexto, considera-se que, a curto e médio prazo, a Turquia está a caminho de um crescimento económico estável (Argüden, 2006).

VISÃO GERAL DO SECTOR

Com terras e condições climáticas adequadas, a Turquia é um dos principais produtores de muitos produtos agrícolas e a agricultura é um sector importante na Turquia, tanto em termos sociais como económicos. Embora a importância relativa da agricultura tenha diminuído ao longo do tempo, a parte do sector na economia e no emprego turcos continua a ser muito superior à média da UE. O sector representa 11,6% do PNB a preços correntes em 2004 e cerca de um terço da mão de obra está empregada na agricultura. medida que a parte da produção industrial e dos serviços aumentou no rendimento nacional global, a parte da agricultura diminuiu drasticamente:

A quota-parte da agricultura no rendimento nacional era de 26% em 1980, 17% em 1990 e cerca de 11% em 2005. Prevê-se que a percentagem do PIB continue a diminuir, com uma estimativa de 10,2% em 2008 (DEIK, 2006).

A indústria têxtil é um sector em que a Turquia tem uma forte vantagem comparativa, com baixos custos de mão de obra e matérias-primas abundantes. A indústria têxtil é também uma das indústrias precursoras do país e o sector desenvolveu-se especialmente durante a década de 1980 devido às estratégias económicas orientadas para a exportação da época. A indústria têxtil tem uma elevada contribuição para o rendimento nacional desde a década de 1980 até à atualidade. De acordo com os dados da Associação de Exportadores de Têxteis e Vestuário de Istambul (200), a indústria têxtil e do vestuário representa 7,8% do PIB e 19,9% da produção industrial. É também importante notar aqui que o sector é um dos mais sensíveis a questões de qualidade, com a maioria das empresas têxteis a possuir certificados ISO 2001 e ISO 9002 e com medidas tomadas para evitar práticas prejudiciais para a saúde humana na produção. O mercado das telecomunicações registou um total de 17,7 mil milhões de dólares em 2005. Em 2005, o mercado registou um crescimento anual de 16%. Este crescimento é o resultado das novas empresas de *backbone* de linha fixa e dos sistemas ADSL. O mercado das telecomunicações tem uma dimensão de 21,5 milhões de linhas telefónicas e cerca de 43 milhões de assinantes móveis. O sector apresenta atualmente um elevado crescimento e, durante a próxima década, existe um



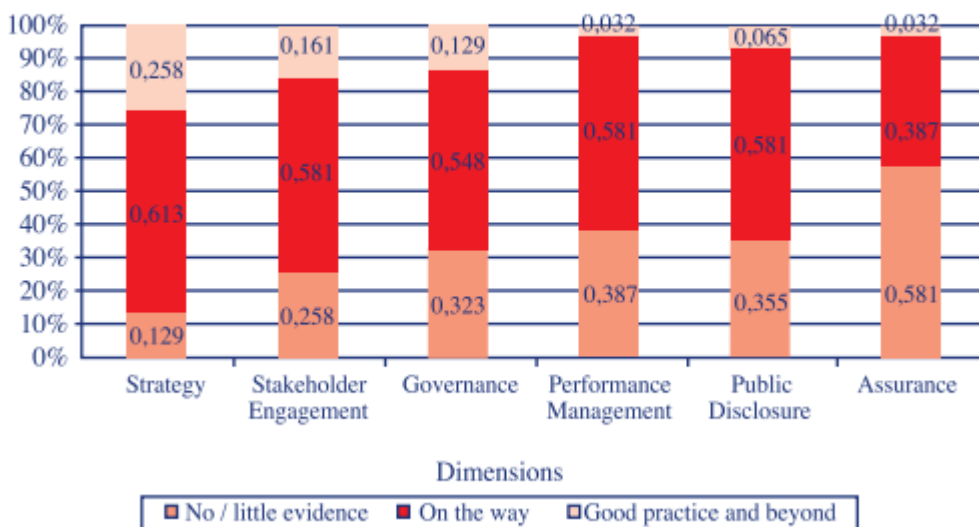
potencial de crescimento em quase todos os segmentos. A Turquia tem um dos mercados de TI de crescimento mais rápido do mundo. (DEIK, 2006).

Nas duas últimas décadas, registaram-se progressos significativos em termos de mercados de capitais. A criação da Bolsa de Valores de Istambul, em 1986, é um dos desenvolvimentos importantes que abriu os mercados de ações e obrigações aos investidores estrangeiros sem restrições quanto ao repatriamento de capitais e de lucros. A melhoria dos indicadores macroeconómicos a partir de 2002 permitiu um melhor desempenho dos mercados de capitais. Entre 2002 e 2005, registou-se um enorme aumento do valor do Índice Nacional 100 da Bolsa de Valores de Istambul (ISE), que passou de 10 369 em 2002 para 39 776. A capitalização bolsista de todas as empresas cotadas na ISE aumentou de 33,8 mil milhões de dólares no final de 2002 para 163 mil milhões de dólares no final de 2005.

Na economia da Turquia, o turismo é outro sector consideravelmente importante. Nas últimas duas décadas, observou-se um crescimento significativo do sector do turismo na Turquia. No mercado mundial do turismo, a Turquia representa uma quota de 2,5% e, com 15,9 mil milhões de dólares de receitas turísticas, é o oitavo país do mundo em termos de maiores receitas turísticas, de acordo com os dados do ano 2000. Entre 1983 e 1993, o número de turistas que visitaram a Turquia aumentou de 1,6 milhões para 14 milhões e as receitas directas do turismo aumentaram de 411 milhões de dólares para 9,7 mil milhões de dólares no mesmo período. Nos últimos anos, o sector do turismo obteve resultados ainda melhores. As receitas do turismo turco rondaram os 18,2 mil milhões de dólares em 2005, o que reflete um aumento de 118% nos últimos três anos (DEIK, 2006).

No que se refere às empresas, pode afirmar-se que a RSE na Turquia está a desenvolver-se lentamente, mas a um ritmo sustentável. Da esquerda para a direita, o gráfico abaixo ilustra que existe uma vontade ou um desejo de implementar a RSE na Turquia sem ferramentas adequadas, como a gestão do desempenho, a divulgação pública e a garantia.

Chart 1 – CSR Engagement in Turkey:



As empresas da Turquia tentam integrar a RSE na sua estratégia comercial geral. A secção "Estratégia" foi a que mais se adequou às classificações "a caminho" e "boas



práticas e mais além" (quase 75% das empresas entrevistadas). Oito empresas forneceram os critérios necessários de uma estratégia específica que aborda questões sociais e ambientais. Um exemplo é o de uma empresa multinacional líder no sector dos laticínios que define a sua estratégia como o apoio a uma geração em crescimento saudável. Em consonância com este objetivo, a empresa declara que as suas atividades de RSE começam ao nível da produção. A qualidade dos produtos, conseguida através de reuniões informativas e formações para os fornecedores de leite, juntamente com as técnicas de produção em constante aperfeiçoamento, constituem o passo básico. Seguem-se os projetos para crianças - que são considerados os próprios consumidores dos produtos - que abrangem questões de educação e saúde.

DESENVOLVIMENTOS HISTÓRICOS

A experiência da fase filantrópica da RSE na Turquia remonta à época otomana. Na era otomana, a "waqf" (fundação) era o principal mecanismo institucional para a prestação filantrópica de serviços públicos como a educação, a saúde e a segurança social. Atualmente, a maior parte dos conglomerados familiares da Turquia tem uma Waqf associada. Neste sentido, a procura pública por parte das empresas é moldada no âmbito da filosofia histórica do "waqf" e a responsabilidade social torna-se idêntica aos donativos e às ações filantrópicas das empresas. No entanto, a avaliação do montante total dos donativos não é fácil de identificar (Bökmén, 2003), o que limita a medição do impacto.

No que se refere aos últimos 50 anos da estrutura política e económica, aos golpes militares e a uma economia instável com fases de inflação elevada, é possível concluir que o contexto económico e político da Turquia não era muito favorável ao planeamento a longo prazo e, por conseguinte, às preocupações com o desenvolvimento sustentável. Para liberalizar a economia no início da década de 1980,

A Turquia tomou medidas para integrar a sua economia nos países desenvolvidos. No entanto, este processo de integração trouxe novos desafios, tais como a competitividade, que certamente funcionou como um impedimento para as empresas adotarem práticas de RSE, principalmente devido à pressão dos preços e da rentabilidade. O papel económico do Estado tem vindo a diminuir nas últimas três décadas, mas continua a ser elevado em comparação com outros países da UE. No entanto, a inflação e a taxa de crescimento estáveis nos últimos 5 anos criaram um ambiente propício a um maior envolvimento das empresas nas questões sociais. A crescente integração da Turquia nos organismos, desenvolvimentos, eventos e campanhas internacionais também tem sido um elemento importante para a consciencialização do país em matéria de RSE e questões conexas. A Conferência das Nações Unidas sobre Assentamentos Humanos (Habitat II), realizada em Istambul em 1996, desempenhou um papel importante ao permitir que os cidadãos de Istambul observassem as pessoas a discutir questões relacionadas com a erradicação da pobreza e da discriminação, a promoção e a proteção de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais para todos e a satisfação das necessidades básicas, como a educação, a nutrição e os serviços de saúde ao longo



da vida. Este facto criou uma atmosfera para que as questões relacionadas com o desenvolvimento sustentável fossem discutidas e debatidas na Turquia.

A estes desenvolvimentos positivos seguiu-se outro incidente que afetou a maioria dos grupos interessados: organizações da sociedade civil, empresas, governo e outros. O primeiro foi o terramoto de Izmit, em 1999, que matou mais de 17 000 pessoas no noroeste da Turquia e que foi fortemente sentido nas zonas destruídas. A Associação de Busca e Salvamento (AKUT), uma pequena associação voluntária de busca e salvamento, tornou-se o elemento mais proeminente desta mobilização cívica. De facto, foi declarada como a segunda instituição mais confiável do país, depois das forças armadas (Adaman e Şenatalar 2000). O terramoto, a este respeito, teve um impacto crucial nos valores do voluntariado e da participação entre os cidadãos turcos, realçando a necessidade do ativismo para o desenvolvimento.

A crise económica de 2001 reduziu a taxa de crescimento anual para 7,5% e o PIB caiu de 199,6 mil milhões de dólares para 145,2 mil milhões de dólares, deixando milhares de desempregados, especialmente no sector bancário, e provocando a falência de muitas pequenas e médias empresas. Este resultado sublinhou a necessidade de aprofundar as questões relacionadas com a governação das empresas e a necessidade de tomar novas medidas para aumentar a transparência e a responsabilidade. Nos últimos anos, os ajustamentos da lei de associação turca à União Europeia aceleraram os processos de mudança nas organizações não governamentais e criaram um melhor ambiente para a participação civil. Consequentemente, tanto as questões internacionais como as crises económicas e sociais na Turquia criaram um ambiente propício ao debate sobre a RSE, em que as empresas tinham o papel principal a desempenhar e a sociedade civil a controlar e a beneficiar.

IV. Roménia

Na Roménia, várias empresas estão a começar a adotar o conceito de CSV e a integrá-lo nas suas estratégias comerciais. Estas empresas reconhecem a importância de criar valor a longo prazo tanto para os acionistas como para a comunidade em que operam. O sector da CSV (Criação de Valor Partilhado) na Roménia tem assistido a vários desenvolvimentos nos últimos anos, mas é importante notar que a implementação do conceito de CSV na Roménia está ainda numa fase inicial e o nível de adoção pode variar entre diferentes empresas e sectores. No entanto, existe um interesse crescente por parte de algumas empresas em assumir a responsabilidade social e criar valor a longo prazo para todas as partes envolvidas.

VISÃO GERAL DO SECTOR

No primeiro semestre de 2022, a atividade económica intensificou-se, com um aumento do PIB de 5,7% em relação ao período homólogo do ano anterior, após um aumento de 6,4% no primeiro trimestre e de 5,1% no segundo trimestre.

O principal sustentáculo do avanço da economia foi **o sector dos serviços** que, num contexto de regresso à normalidade de todas as atividades económicas, mas



também de desempenhos consideráveis registados em áreas com maior aporte de valor acrescentado (como as do **sector informático**), registou um aumento de 8,2%, o que se traduziu num contributo de 5,1 pontos percentuais para a dinâmica do PIB, representando cerca de 90% do crescimento económico total.

Nos serviços, é de salientar o desempenho especial do **ramo da informação e comunicação**, que manteve a boa evolução do último período e registou um aumento do valor acrescentado bruto de 24,1%, apoiando o crescimento económico em 1,6 pontos percentuais.

Outro ramo que obteve um resultado significativo foi **o que inclui as atividades de comércio, transportes, hotéis e restaurantes**, com um aumento do VAB de 8,8% e um apoio ao crescimento real do PIB de 1,8 pontos percentuais. Esta evolução foi favorecida pelo levantamento das restrições no domínio do HoReCa, mas também pela inclinação para o consumo demonstrada pela população.

O sector da construção registou um aumento do valor acrescentado bruto de 4%, com os problemas enfrentados por este sector em consequência do aumento significativo dos preços dos materiais a afectar o volume de atividade.

A atividade na **indústria** continuou a sentir o agravamento dos problemas relacionados com o abastecimento, mas também o aumento dos preços dos produtos energéticos. Assim, no primeiro semestre, o valor acrescentado bruto na indústria registou uma contração de 1%.

As seguintes atividades económicas tiveram contributos positivos para o crescimento do PIB no primeiro semestre de 2023, em comparação com o primeiro semestre de 2022:

- **Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos; transportes e armazenagem; hotelaria e restauração** (+0,5%), com um peso de 21,3% no PIB da formação e cujo volume de atividade aumentou 2,2%;
- **Informação e comunicação** (+0,4%), com um peso de 7,5% na formação do PIB e cujo volume de atividade aumentou 5,8%;
- **Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares; atividades de serviços administrativos e atividades dos serviços de apoio** (+0,4%), com um peso de 7,0% na formação do PIB e cujo volume de atividade aumentou 5,4%;
- **A construção** (+0,3%) com um peso de 4,1% na formação do PIB e cujo volume de atividade aumentou 6,8%;
- **Transacções imobiliárias** (+0,2%) com um peso de 7,4% na formação do PIB e cujo volume de atividade aumentou 2,8%;
- **Atividades de espectáculos, culturais e recreativas; reparação de produtos domésticos e outros serviços** (+0,2%) com um peso de 3,3% na formação do PIB e cujo volume de atividade aumentou 6,7%;
- **Administração pública e defesa; seguros sociais do sistema público; educação; saúde e assistência social** (+0,1%) com um peso de 13,3% na formação do PIB e cujo volume de atividade aumentou 1,1%.



DESENVOLVIMENTOS HISTÓRICOS

Eis algumas tendências e desenvolvimentos notáveis:

- **Aumento dos esforços de Responsabilidade Social das Empresas (RSE):** As empresas de vários sectores na Roménia estão a reconhecer a importância da RSE e a integrar os princípios da RSE nas suas estratégias comerciais. Estão a participar ativamente em iniciativas destinadas a enfrentar os desafios sociais e ambientais, tais como a redução da pobreza, a educação, os cuidados de saúde, a sustentabilidade ambiental e o desenvolvimento comunitário.
- **Colaboração com ONG e empresas sociais:** As empresas estão a estabelecer parcerias e colaborações com organizações não governamentais (ONG) e empresas sociais para ampliar o impacto das suas iniciativas de CSV. Esta colaboração permite a partilha de recursos, de conhecimentos e de redes para abordar eficazmente as questões sociais.
- **Foco nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS):** Os objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas ganharam uma atenção significativa na Roménia. Muitas empresas estão a alinhar os seus esforços de CSV com os ODS, reconhecendo que a abordagem destes desafios globais pode contribuir para o sucesso social e empresarial.
- **Integração da CSV nos modelos de negócio:** Em vez de tratarem as iniciativas de CSV como atividades filantrópicas separadas, as empresas na Roménia estão cada vez mais a integrar os princípios de CSV nos seus modelos de negócio principais. Esta integração garante que as considerações de carácter social e ambiental são inerentes às suas operações, cadeias de abastecimento e propostas de valor.
- **Apoio e regulamentação governamental:** O governo romeno tem vindo a tomar medidas para encorajar as iniciativas de CSV. Isto inclui o fornecimento de incentivos, subsídios e benefícios fiscais para as empresas que se envolvem em práticas sustentáveis e socialmente responsáveis. Além disso, os regulamentos relacionados com a proteção ambiental, os direitos laborais e a transparência foram reforçados, criando um ambiente propício à implementação da CSV.
- **A procura de empresas responsáveis por parte dos consumidores:** Os consumidores romenos estão a tornar-se mais conscientes do impacto social e ambiental das suas decisões de compra. Estão a favorecer cada vez mais as empresas que demonstram práticas empresariais responsáveis, incluindo aquelas com fortes iniciativas de CSV. Esta procura dos consumidores está a levar as empresas a adotar e a expandir os seus esforços de CSV.
- **Medição e comunicação do impacto:** Para garantir a responsabilidade e a transparência, há uma ênfase crescente na medição e comunicação do impacto social e ambiental das iniciativas de CSV na Roménia. As empresas estão a utilizar várias ferramentas e enquadramentos para avaliar e



comunicar os seus contributos, permitindo às partes interessadas avaliar o seu desempenho e progresso.

Estes desenvolvimentos indicam uma mudança positiva no sentido de um panorama empresarial mais sustentável e socialmente responsável na Roménia, onde a CSV é cada vez mais reconhecida como uma abordagem estratégica para o sucesso a longo prazo.

No entanto, começamos a ver um certo número de boas iniciativas entre empresas, organizações e o governo, onde o CVS ganhou um reconhecimento notável. Eis alguns aspectos notáveis da implementação do CVS na Roménia:

- **Empreendedorismo social:** A abordagem CSV tem alimentado o crescimento do empreendedorismo social na Roménia. As empresas sociais centram-se na criação de valor social e ambiental enquanto geram negócios sustentáveis. Estas empresas abordam vários desafios sociais, como o desemprego, a pobreza, a educação e o desenvolvimento comunitário.
- **Parcerias e colaboração:** A colaboração entre empresas, ONGs, entidades governamentais e instituições académicas é crucial para a implementação eficaz da CSV na Roménia. As parcerias permitem a partilha de recursos, conhecimentos e redes para abordar coletivamente problemas sociais e ambientais complexos.
- **Iniciativas no domínio da educação e do emprego:** Várias iniciativas da CSV na Roménia estão centradas na educação e no emprego. As empresas colaboram com instituições de ensino e ONG para oferecer formação, orientação e oportunidades de emprego a grupos vulneráveis, incluindo jovens, mulheres e comunidades desfavorecidas.
- **Sustentabilidade ambiental:** Muitas empresas romenas estão a integrar a sustentabilidade ambiental nas suas operações. Adoptam medidas para reduzir os resíduos, conservar os recursos, minimizar as emissões de carbono e promover as energias renováveis. Algumas empresas estão ativamente envolvidas em projetos relacionados com a conservação ecológica e a economia circular.
- **Iniciativas filantrópicas:** Embora a filantropia não seja o único foco da CSV, muitas empresas romenas envolvem-se em atividades filantrópicas como parte das suas estratégias mais amplas de CSV. Contribuem para projetos de desenvolvimento comunitário, apoiam causas sociais e prestam assistência financeira a ONG e organizações de caridade.
- **Apoio governamental:** O governo romeno reconheceu a importância da CSV e introduziu políticas para apoiar as empresas nos seus esforços de CSV. Isto inclui a oferta de incentivos, subsídios e oportunidades de financiamento para projetos que se alinham com objetivos sociais e ambientais.

Estes desenvolvimentos indicam uma sensibilização e um compromisso crescentes para com os princípios da CSV na Roménia. A integração de considerações sociais e ambientais nas estratégias empresariais é vista como uma forma de criar valor sustentável tanto para as empresas como para a sociedade.

V. Grécia

A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) na Grécia resulta de um movimento mundial mais alargado que teve início no final do século XX. No entanto, o reconhecimento institucional e a promoção da RSE começaram a ganhar força na Grécia no início da década de 2000. As empresas gregas reconheceram a importância de integrar preocupações sociais e ambientais nas suas atividades. Eis alguns aspectos fundamentais a considerar:

Instabilidade económica: A Grécia tem enfrentado enormes desafios económicos nos últimos anos, incluindo uma grave crise económica que teve início em 2009. A crise levou a medidas de austeridade, ao aumento do desemprego e à redução da despesa pública. Estas condições económicas alteraram as prioridades das organizações e a sua capacidade de participar em atividades de RSE.

Regulamentação e apoio governamental: O governo grego tem promovido a RSE através de legislação e iniciativas. A Iniciativa para o Empreendedorismo Sustentável e a Responsabilidade Social das Empresas (SECSR), criada em 2013, fornece às organizações orientações, ferramentas e incentivos para a adoção de práticas de RSE. Contudo, a aplicação e o acompanhamento das atividades de RSE podem ser diferentes.

Património cultural e ambiente: A Grécia é conhecida pelo seu rico património cultural, bem como pela sua beleza natural. A preservação e promoção deste património é uma parte importante da RSE na Grécia. Muitas empresas estão envolvidas na preservação cultural, no turismo sustentável e na proteção do ambiente.

Pequenas e médias empresas (PME): A Grécia tem um número significativo de PME, que representam uma parte importante da economia do país. Devido aos recursos limitados e às diferentes estruturas organizacionais, as práticas de RSE nas PME podem diferir das das empresas de maior dimensão. Por outro lado, as PME desempenham um papel importante nas comunidades locais e podem contribuir para a RSE através das suas interações com os empregados e as partes interessadas locais.

Solidariedade social: A solidariedade social tem uma longa história na Grécia, que é em parte motivada por ideais culturais e religiosos. Estes ideais estão frequentemente no centro da filantropia empresarial e da participação social. As empresas podem contribuir para o bem-estar social, alinhando as suas iniciativas de RSE com as necessidades sociais locais.

Envolvimento das partes interessadas: A sociedade grega valoriza as relações estreitas e o empenhamento das partes interessadas. A implementação efectiva da RSE exige frequentemente a comunicação e o envolvimento dos trabalhadores, das comunidades locais, das organizações não governamentais (ONG) e de outras partes interessadas relevantes. O envolvimento das partes interessadas pode ajudar as empresas a satisfazer as exigências locais e a obter aprovação social.

objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): A Grécia, tal como outros países, comprometeu-se a atingir os objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas. O alinhamento das iniciativas de RSE com os ODS



proporciona às empresas um enquadramento para contribuir para as agendas de desenvolvimento nacionais e internacionais.

Embora as políticas de RSE estejam a generalizar-se na Grécia, podem existir diferenças entre as organizações em termos de empenho e implementação. A amplitude e a profundidade das iniciativas de RSE podem ser influenciadas por fatores como o sector industrial, a dimensão da empresa, a localização geográfica e a estrutura de propriedade.

Globalmente, o quadro grego de RSE caracteriza-se pela contribuição dos desafios económicos, do património cultural, do apoio governamental, do envolvimento das partes interessadas e de um sentido de dever social. A RSE pode desempenhar um papel fundamental na promoção do desenvolvimento sustentável e na resposta às necessidades sociais, à medida que o país recupera dos problemas económicos.

Panorama do sector

O PIB da Grécia é gerado através de uma série de atividades económicas em vários sectores importantes para o conceito de Criação de Valor Partilhado (CSV). Eis alguns dos mais importantes:

Turismo: A Grécia é um destino popular para os turistas devido ao seu rico legado cultural e à sua beleza natural. O turismo é importante para a economia grega, contribuindo para o PIB através de hotéis, agências de viagens, transportes e indústrias associadas. Este sector contribui significativamente para o PIB (2021: 75% ≈ 27 mil milhões de euros).

Serviços: O sector dos serviços, que inclui finanças, seguros, imobiliário, telecomunicações, retalho e serviços profissionais, é extremamente importante para a economia grega. As transacções financeiras, as operações comerciais e as despesas de consumo contribuem para o PIB. (2021: 68,15 %).

Indústria transformadora: Os sectores da indústria transformadora na Grécia contribuem para o PIB através do fabrico de produtos de base para consumo interno e exportação, tais como a transformação de alimentos, os têxteis, os produtos químicos, a maquinaria e a eletrónica. (2021: 15,31%).

Agricultura: Embora a contribuição do sector agrícola para o PIB da Grécia tenha diminuído ao longo do tempo, continua a desempenhar um papel importante, em especial na produção de culturas como as azeitonas, as uvas e os produtos lácteos. (2021: 3,87%).

DESENVOLVIMENTOS HISTÓRICOS

Na Grécia, tal como em muitos outros países, o desenvolvimento da RSE foi influenciado por vários fatores históricos, económicos e sociais. Eis alguns dos principais desenvolvimentos históricos relacionados com a RSE na Grécia:

Antes da década de 2000: ênfase limitada na RSE. Antes da década de 2000, a RSE não era um conceito amplamente reconhecido ou enfatizado na Grécia. As empresas centravam-se principalmente nas suas atividades económicas e havia



uma consciência limitada das suas responsabilidades sociais e ambientais mais amplas.

Início dos anos 2000: Sensibilização e primeiros passos. No início da década de 2000, verificou-se uma sensibilização global crescente para a RSE e esta tendência começou também a influenciar a Grécia. Algumas empresas gregas de maior dimensão começaram a adotar práticas de RSE, muitas vezes sob pressão das partes interessadas internacionais e para melhorar a sua imagem corporativa.

Meados da década de 2000: Iniciativas legislativas. O primeiro passo notável para a formalização da RSE na Grécia foi a adoção da Lei 3588/2007, que obrigava as grandes empresas a publicar relatórios anuais com informações sobre as suas atividades ambientais e sociais. Esta lei tinha como objetivo aumentar a transparência e a responsabilidade das empresas relativamente aos seus esforços de RSE.

Impacto da crise financeira. A crise financeira global que começou em 2008 teve um impacto significativo na economia e na sociedade da Grécia. Durante este período, algumas empresas enfrentaram desafios que as levaram a reavaliar as suas responsabilidades para além do lucro. As práticas de RSE, como o apoio às comunidades locais e a resolução de problemas sociais, ganharam importância como forma de contribuir para a recuperação do país.

Crescente consciencialização para a sustentabilidade: À medida que a sustentabilidade se tornou uma preocupação global mais proeminente, as empresas gregas começaram a reconhecer a importância da responsabilidade ambiental e social. Sectores como o turismo, que é crucial para a economia grega, começaram a adotar práticas sustentáveis para atrair viajantes com consciência ambiental.

Iniciativas e normas de informação da UE: A adesão da Grécia à União Europeia (UE) também influenciou a evolução da RSE. As directivas da UE sobre relatórios não financeiros levaram as empresas gregas a melhorar a divulgação das suas atividades e impactos de RSE. Estas directivas estão em conformidade com as normas internacionais de informação, como a Global Reporting Initiative (GRI).

Envolvimento das ONG e da sociedade civil: As organizações não governamentais (ONG) e os grupos da sociedade civil têm desempenhado um papel na promoção da sensibilização para a RSE e no incentivo às empresas para adotarem práticas responsáveis. A sua defesa e colaboração com as empresas contribuíram para o avanço da RSE na Grécia.

Ensino e investigação: A integração da RSE nos currículos académicos e nos programas de investigação das universidades contribuiu para aumentar a sensibilização e a compreensão do conceito entre os futuros líderes empresariais. Este facto facilitou o desenvolvimento de uma nova geração de profissionais mais atentos às preocupações sociais e ambientais.

Considerações culturais e éticas: O património cultural e histórico da Grécia, que valoriza a comunidade e a partilha de responsabilidades, também influenciou os debates sobre a RSE. Conceitos como "filotimo" (um forte sentido de honra, dever e responsabilidade) estão em sintonia com a essência da RSE, reforçando a ideia de contribuir positivamente para a sociedade.



É importante notar que a RSE na Grécia, tal como noutros países, é um conceito em evolução influenciado por uma complexa interação de fatores. A trajetória do seu desenvolvimento continua a ser moldada pelas mudanças no panorama empresarial global, pelas expectativas da sociedade, pelos quadros regulamentares e pela procura contínua de práticas empresariais sustentáveis e responsáveis.

VI. Portugal

Em Portugal, a importância da RSE tem sido reconhecida como um meio de contribuir para o desenvolvimento sustentável e a coesão social. Portugal tem sofrido mudanças económicas, sociais e ambientais significativas nos últimos anos, com a crise financeira global de 2008 a provocar uma grave recessão, elevados níveis de desemprego e desigualdade social. Consequentemente, a RSE tornou-se cada vez mais importante para as organizações portuguesas enfrentarem os desafios com que se deparam de uma forma sustentável.

Para além disso, a RSE tornou-se mais crítica para as empresas portuguesas à medida que estas se tornam mais integradas na economia global. As exportações portuguesas representam uma parte significativa do PIB do país e as empresas que operam em mercados internacionais devem cumprir as normas internacionais, como o Pacto Global das Nações Unidas e as Directrizes da OCDE para as Empresas Multinacionais.

De uma forma geral, este CSV - Guia de Referência evidenciou que a RSE é de vital importância para as organizações que operam em Portugal e tem vindo a assumir uma importância crescente como forma de contribuir para o desenvolvimento sustentável e para a coesão social.

Para além disso, a RSE tornou-se mais crítica para as empresas portuguesas à medida que estas se tornam mais integradas na economia global. As exportações portuguesas representam uma parte significativa do PIB do país e as empresas que operam nos mercados internacionais devem cumprir as normas internacionais, como o Pacto Global das Nações Unidas e as Directrizes da OCDE para as Empresas Multinacionais.

Neste projeto e, mais concretamente, neste CSV - Guia de Referência, esperamos mostrar que a RSE é de importância vital para as organizações que operam em Portugal, pelo que iremos explorar o estado atual da RSE em Portugal e fornecer informações sobre a forma como as organizações podem integrar a RSE nas suas práticas empresariais para alcançar o sucesso a longo prazo.

O contexto e a justificação para a criação de valor partilhado estão enraizados na convicção de que as empresas podem e devem desempenhar um papel na resolução dos problemas sociais e ambientais. Ao adotar a CSV, as empresas podem criar valor económico e, simultaneamente, enfrentar os desafios sociais, aumentar a competitividade, melhorar as relações com as partes interessadas e promover a sustentabilidade a longo prazo.



Ao longo das últimas décadas, Portugal deu passos significativos na promoção da CSV, tornando-se um exemplo brilhante de um país dedicado a alcançar um desenvolvimento económico sustentável, ao mesmo tempo que promove um impacto positivo na sociedade e no ambiente. Seguem-se alguns exemplos de desenvolvimentos dignos de nota no percurso de Portugal em matéria de CSV, centrados no seu quadro jurídico, na transição para a energia sustentável, nas práticas empresariais e na ênfase no diálogo e na colaboração.

Desenvolvimento económico sustentável: Portugal tem feito progressos notáveis na adoção da Criação de Valor Partilhado (CSV) através do desenvolvimento económico sustentável. O forte compromisso do país para com a sustentabilidade conduziu à implementação de um quadro jurídico sólido que incentiva as empresas a integrarem considerações sociais e ambientais nas suas operações. A ênfase de Portugal na transição energética sustentável, promovendo fontes de energia renováveis e fomentando indústrias amigas do ambiente, como o ecoturismo e a agricultura sustentável, reduziu significativamente a sua pegada de carbono e preservou os recursos naturais.

Enquadramento legal: Como já foi referido, uma das pedras angulares do progresso de Portugal na CSV é o seu sólido enquadramento legal. O governo português reconheceu a importância de alinhar o crescimento económico com o bem-estar social e ambiental. Foi promulgada legislação para apoiar as empresas que dão prioridade à CSV e demonstram um compromisso com a sustentabilidade. Foram disponibilizados incentivos fiscais, subsídios e oportunidades de financiamento para encorajar as empresas a integrar considerações sociais e ambientais nas suas operações, impulsionando efetivamente os seus esforços no sentido da criação de valor partilhado. Uma das medidas mais eficazes é o Fundo Ambiental para empresas e cidadãos, criado pela legislação em 2016.

Transição para energias sustentáveis: Portugal tem feito progressos notáveis na transição para fontes de energia sustentáveis. O país investiu significativamente em infra-estruturas de energias renováveis, com especial destaque para a energia eólica, solar e hidroelétrica. Nomeadamente, Portugal alcançou um marco significativo em 2018 ao funcionar exclusivamente com energias renováveis durante um período consecutivo de quatro dias. Este compromisso com a energia sustentável não só reduziu a pegada de carbono do país, como também criou oportunidades para empresas sustentáveis e para o crescimento do emprego no sector das energias renováveis, contribuindo para a criação de valor partilhado.

Práticas empresariais sustentáveis: As empresas portuguesas têm demonstrado uma consciência crescente das suas responsabilidades sociais e ambientais. Muitas empresas adotaram práticas empresariais sustentáveis, integrando considerações éticas e de gestão ambiental nas suas estratégias. A ênfase na redução de resíduos, o fornecimento responsável e as iniciativas de impacto social tornaram-se componentes essenciais das operações de várias empresas. Ao adotar a sustentabilidade, estas empresas não só contribuem para o bem maior da sociedade, como também melhoram a sua reputação e competitividade no mercado global.



Diálogo e colaboração: A criação de Valor Partilhado requer a colaboração entre empresas, entidades governamentais e a sociedade civil. Portugal promoveu um ambiente que incentiva o diálogo aberto e as parcerias entre as várias partes interessadas. Foram estabelecidas colaborações entre o sector público e o sector privado para enfrentar desafios sociais como a pobreza, a educação e os cuidados de saúde. Além disso, o governo tem colaborado ativamente com as empresas para identificar e eliminar os obstáculos à implementação da CSV, permitindo uma transição mais suave para práticas sustentáveis. Ao incentivar o diálogo e a colaboração, Portugal construiu uma base sólida para promover a criação de valor partilhado em diferentes sectores.

VISÃO GERAL DO SETOR

A economia portuguesa sofreu várias transformações profundas, especialmente após a revolução de 1974. Assim, nos últimos cerca de 50 anos, Portugal abriu-se ao mercado internacional e passou de uma economia maioritariamente baseada na indústria e na agricultura para uma economia global maioritariamente baseada nos serviços (sendo o turismo um dos maiores impulsionadores).

Assim, os principais sectores de atividade nos últimos anos em Portugal são:

Serviços: Com cerca de 75% do PIB, o sector dos serviços é o que mais contribui para a economia portuguesa, englobando vários subsectores como o **turismo**, as **finanças**, o **retalho** e as **tecnologias da informação (TI)**. O turismo, em particular, desempenha um papel significativo, com as belas paisagens e atrações culturais de Portugal a atraírem milhões de visitantes todos os anos. O sector dos serviços financeiros também está bem desenvolvido, fornecendo serviços bancários, seguros e outros produtos financeiros aos mercados nacionais e internacionais. O sector das TI registou um crescimento e uma transformação significativos nos últimos anos, tornando-se um dos principais motores da economia do país. O sector engloba uma vasta gama de atividades, incluindo o desenvolvimento de software, serviços de TI, telecomunicações e inovação digital. A localização estratégica de Portugal, a mão de obra qualificada e as políticas governamentais de apoio têm atraído numerosas empresas multinacionais de TI para estabelecerem a sua presença no país. Para além disso, Portugal tem vindo a promover um ambiente favorável às startups, o que levou ao aparecimento de um ecossistema vibrante de startups tecnológicas. O compromisso do país com a investigação e o desenvolvimento também contribuiu para os avanços nas tecnologias emergentes, como a inteligência artificial, a análise de dados e a cibersegurança. Com um enfoque na digitalização e na inovação, o sector das TI em Portugal continua a desempenhar um papel crucial no aumento da produtividade em várias indústrias e na promoção do crescimento económico na economia global moderna.

Indústria e manufatura: com cerca de 18% do PIB e uma aposta na produção de alta qualidade e na inovação, Portugal estabeleceu uma forte presença em várias indústrias. O sector industrial em Portugal inclui a indústria transformadora, os têxteis, a alimentação e as bebidas, o sector automóvel e a eletrónica. O sector têxtil e do vestuário tem sido historicamente proeminente, tirando partido do



artesanato especializado para produzir marcas de moda de renome. Além disso, a indústria automóvel tem registado um crescimento substancial, atraindo investimentos de fabricantes mundiais de automóveis. As capacidades de produção de Portugal estendem-se à eletrónica, maquinaria e alimentos e bebidas, onde as empresas produzem uma vasta gama de produtos para consumo interno e exportação internacional. O apoio do governo à investigação e ao desenvolvimento, aliado a condições comerciais favoráveis, incentivou o crescimento de práticas de fabrico inovadoras e de métodos de produção sustentáveis, posicionando Portugal como um interveniente competitivo no panorama mundial da indústria transformadora.

Construção e imobiliário: com cerca de 4% do PIB, o sector da construção e do imobiliário em Portugal tem registado um crescimento devido à crescente procura de habitação, desenvolvimento de infra-estruturas e projetos relacionados com o turismo. Este sector passou por altos e baixos no passado, mas continua a ser uma parte importante da economia, especialmente com a aposta do país no desenvolvimento urbano sustentável e em projetos de energias renováveis. Nos últimos anos, sustentado no sistema português de Golden Visa para investidores, este sector tornou-se muito importante tanto economicamente como para alcançar os ODS. As empresas estão a adotar cada vez mais a tecnologia para gerir eficientemente as propriedades, utilizando plataformas online para a gestão de arrendamentos e sistemas de monitorização de propriedades. A gestão sustentável de propriedades também está a ganhar força, com soluções inovadoras de eficiência energética, gestão de resíduos e a implementação de práticas sustentáveis a tornarem-se mais comuns nos edifícios. Além disso, há um interesse crescente em investimentos imobiliários alternativos, como a promoção de investimentos em propriedades turísticas e o desenvolvimento de soluções alternativas de habitação, como espaços de co-living e co-working. Além disso, as empresas de gestão imobiliária estão a colaborar com as autoridades locais para desenvolver soluções inovadoras de mobilidade urbana, incluindo projetos de mobilidade sustentável como bicicletas partilhadas e carros eléctricos.

Agricultura e Pescas: embora representem uma parte relativamente pequena da economia, com cerca de 2% do PIB, a agricultura e as pescas têm um significado cultural em Portugal. O sector agrícola produz uma gama diversificada de produtos, incluindo vinho, azeite, cortiça, frutas e legumes. As terras férteis e o clima favorável de Portugal tornaram-no propício à agricultura, e as práticas agrícolas tradicionais coexistem com técnicas modernas e sustentáveis. Além disso, o país ganhou reconhecimento pelos seus vinhos de alta qualidade, com várias regiões vinícolas a obterem o estatuto de denominação de origem protegida (DOP). No sector das pescas, Portugal possui uma vasta linha costeira e uma rica tradição marítima, o que sustenta uma próspera indústria pesqueira. O sector fornece uma variedade de produtos do mar, incluindo sardinhas, bacalhau, atum e polvo, tanto para consumo local como para exportação. Para garantir a sustentabilidade das pescas, o Governo português implementou medidas para proteger os ecossistemas marinhos e promover práticas de pesca responsáveis, alinhadas com os princípios de conservação ambiental e gestão de recursos. O sector da Agricultura e Pescas continua a ser um contribuinte vital para a economia e identidade cultural de

Portugal, refletindo a forte ligação do país aos seus recursos terrestres e marítimos. De facto, se considerarmos o mar como parte do território, Portugal é a 3ª maior zona económica da Europa e a 10º do Mundo, sendo 97% do território português composto por mar.

DESENVOLVIMENTOS HISTÓRICOS

A criação de valor partilhado surgiu como um conceito fundamental no panorama empresarial global, refletindo uma mudança para práticas mais sustentáveis e socialmente conscientes. No contexto português, o percurso de desenvolvimento da CSV (e da RSE) é moldado por fatores históricos, culturais e económicos.

Portugal, com a sua história rica e profundamente ligada à exploração e ao comércio, testemunhou a evolução das práticas empresariais ao longo dos séculos. O conceito de responsabilidade social começou a ganhar proeminência no final do século XX, quando Portugal transitou, como já foi referido, de uma ditadura para uma nação democrática na década de 1970. Esta mudança na governação criou um ambiente em que se esperava cada vez mais que as empresas contribuíssem positivamente para a sociedade.

As fases iniciais da RSE em Portugal foram marcadas por esforços filantrópicos e pelo envolvimento da comunidade por parte de empresas pioneiras. Nas décadas de 1980 e 1990, as empresas portuguesas começaram a reconhecer a importância da sustentabilidade ambiental e das práticas empresariais éticas. As iniciativas de RSE começaram a incluir aspectos como o bem-estar dos trabalhadores, a gestão ambiental e o envolvimento com as comunidades locais.

À medida que o panorama empresarial global evoluiu, também o conceito de Criação de Valor Partilhado evoluiu. As empresas portuguesas reconheceram a necessidade de alinhar o sucesso empresarial com o progresso social. A CSV ganhou força no século XXI como uma abordagem estratégica que vai para além da RSE tradicional, enfatizando a criação de valor económico ao mesmo tempo que aborda os desafios sociais. Esta abordagem tornou-se particularmente relevante em Portugal, onde o desenvolvimento económico era visto como estando interligado com o bem-estar social.

O Governo português desempenhou um papel significativo na promoção da RSE e da CSV através de medidas legislativas e de incentivos. Foram desenvolvidos enquadramentos políticos para incentivar as empresas a adotarem práticas responsáveis, refletindo um compromisso com a sustentabilidade. Este apoio governamental facilitou a integração da RSE e da CSV nas principais estratégias empresariais.

Embora as empresas portuguesas tenham feito progressos na adoção da RSE e da CSV, persistem desafios. As incertezas económicas, especialmente durante a crise financeira global, colocaram obstáculos à adoção generalizada de práticas empresariais responsáveis. No entanto, nos últimos anos, um número crescente de empresas portuguesas tem demonstrado um compromisso com a sustentabilidade,



evidenciado por uma maior transparência, um abastecimento ético e o envolvimento da comunidade.

O compromisso de Portugal com o desenvolvimento económico sustentável tem sido fundamental no seu percurso de CSV. O país mudou o seu foco dos modelos de crescimento tradicionais para modelos que dão prioridade à sustentabilidade e à inclusão a longo prazo. Ao adotar os princípios da economia circular e da inovação ecológica, Portugal promoveu o crescimento económico, minimizando o impacto ambiental.

- **Ecoturismo e agricultura sustentável:** Uma área significativa de progresso é a promoção de indústrias amigas do ambiente, como o ecoturismo e a agricultura sustentável. O sector do turismo, que contribui de forma vital para a economia de Portugal, tem sido orientado para práticas sustentáveis, a fim de preservar os recursos naturais e proteger o património cultural. Além disso, as práticas agrícolas sustentáveis ganharam força, reduzindo a utilização de produtos químicos nocivos e promovendo produtos biológicos e de origem local.
- **Tecnologias verdes:** Além disso, Portugal tem investido ativamente na investigação e desenvolvimento de tecnologias verdes, posicionando-se como líder em energias renováveis e infra-estruturas inteligentes. Ao promover tecnologias limpas e fomentar a inovação, Portugal atraiu investimentos e colaborações internacionais, impulsionou o crescimento económico e atenuou as alterações climáticas. Portugal foi o primeiro país¹ do mundo a comprometer-se com a neutralidade carbónica.

Ao alinhar o desenvolvimento económico com os valores sociais e ambientais, Portugal criou um quadro em que as empresas são incentivadas a contribuir para o bem-estar das comunidades e do ambiente. Esta abordagem holística do desenvolvimento económico sustentável não só melhorou a qualidade de vida global dos cidadãos, como também reforçou a posição de Portugal na economia global como uma nação responsável e com visão de futuro.

Apesar de ter uma agenda e estratégia muito ambiciosa, há ainda um grande caminho a percorrer em alguns domínios, como é o caso da transição verde. De acordo com o relatório da Oliver Wyman (2023), Portugal encontra-se em 18º lugar no Índice de Transição Verde (GTI) entre 29 países europeus, alinhado com a média europeia. As categorias em que Portugal está bem classificado são Edifícios e Energia em que aparece em segundo e quinto lugar respetivamente, destacando-se a utilização de energias renováveis para aquecimento doméstico.

1

<https://www.portugal.gov.pt/pt/gc21/comunicacao/noticia?i=portugal-foi-o-primeiro-pais-no-mundo-a-afirmar-o-compromisso-da-neutralidade-carbonica>



GTI – Edifícios

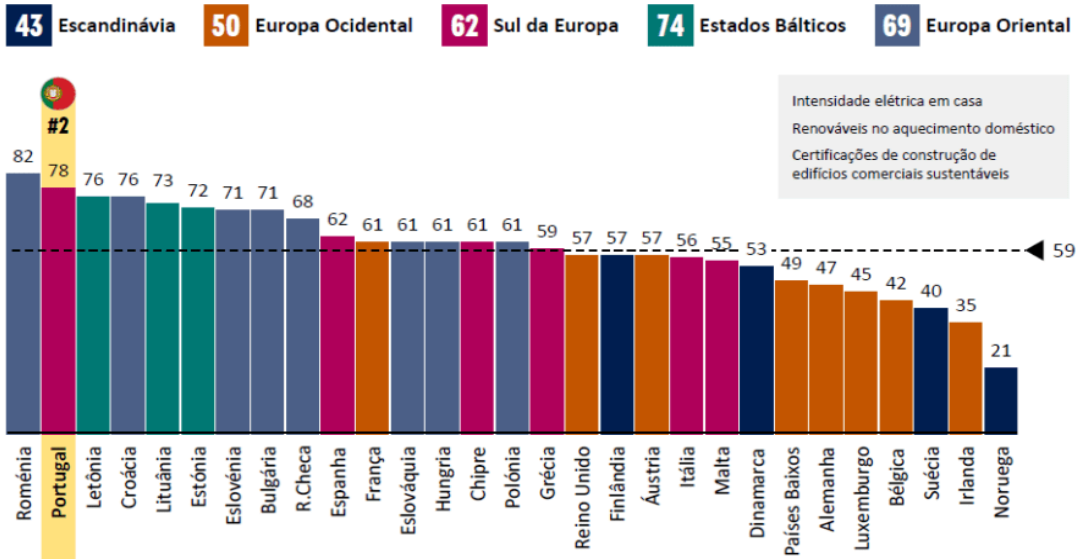


Figura 1 - Índice de categorias de edifícios de acordo com o GTI, retirado da "Revista Líder"
<https://lidermagazine.sapo.pt/ranking-de-sustentabilidade-portugal-no-18o-lugar/>

Por outro lado, no que respeita à categoria de gestão de resíduos, Portugal situa-se no 27º lugar. Embora nos últimos anos tenham sido tomadas algumas iniciativas, ainda há muito a fazer.

No entanto, as empresas e organizações, bem como as entidades governamentais, estão conscientes destas problemáticas e estão comprometidas com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e com a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. As principais dificuldades enfrentadas pelas empresas portuguesas (especialmente as PME, que representam a grande maioria das empresas em Portugal) estão relacionadas com os recursos (principalmente humanos) e o conhecimento sobre o assunto (exatamente o que este projeto pretende superar). De acordo com os objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Observatório das Empresas Portuguesas, um projeto de investigação do Center for Responsible Business & Leadership da Universidade Católica de Lisboa, citado no Jornal de Negócios (2023), 95% das grandes empresas e 77,7% das PME vêm a sustentabilidade como uma oportunidade estratégica, num contexto em que 90% das grandes empresas e 65% das PME descrevem a estratégia geral da sua empresa como sendo a criação de valor para todos os seus stakeholders.

Estas empresas reconhecem também algumas dificuldades, sendo que 1/3 considera que a falta de um *business case* é uma barreira à operacionalização dos ODS, sendo o seu défice de conhecimento e recursos as principais razões para o handicap. Reconhecem também que ainda estão aquém do que gostariam de estar neste momento. O novo quadro legal em Portugal, mais ambicioso, também

representa um desafio (mas também uma grande oportunidade) para estas empresas, especialmente para as PME.

Mesmo com algumas dificuldades, existem grandes exemplos de empresas portuguesas com um elevado nível de Sustentabilidade.

VII. Polónia

O caminho da Polónia para o desenvolvimento da responsabilidade social das empresas (RSE) nasceu de três vias principais: a via do ecodesenvolvimento, a via da pressão não governamental e a via da sensibilização das empresas. Embora muito menos desenvolvidos do que no Ocidente, estes caminhos começaram a cruzar-se na Polónia no final da década de 1990, dando forma ao conceito de RSE.

A via do ecodesenvolvimento na Polónia foi sobretudo uma reação às ameaças ambientais da segunda metade do século XX. A implementação do desenvolvimento sustentável centrou-se inicialmente nas questões ambientais, o que era compreensível dado o estado desastroso do ambiente na Polónia após o comunismo. Com o tempo, as empresas começaram a investir na proteção ambiental e a introduzir eco-inovações. Em resposta às normas introduzidas pelo Estado, às taxas e impostos ambientais, as empresas fizeram investimentos na área da proteção ambiental. Inicialmente, aplicaram sobretudo soluções de "fim-de-linha", tendo depois aumentado o interesse por compromissos ambientais voluntários (norma EMAS da UE de 1993 e norma de gestão ambiental ISO 14001 de 1996). Por último, as empresas começaram a introduzir eco-inovações e eco-produtos (embora esta fase tenha sido precedida por um período de greenwashing bastante generalizado).

O percurso da pressão não governamental foi diferente na Polónia, devido ao baixo nível de ativismo cívico e de capital social. Em vez de movimentos sociais, o desenvolvimento da RSE foi apoiado por organizações internacionais e nacionais, bem como por indivíduos que contribuíram para o conceito e o seu desenvolvimento. As internacionais foram o Banco Mundial, o PNUD, o Fórum Internacional de Líderes Empresariais, e as nacionais foram a Academia para o Desenvolvimento da Filantropia, criada em 1998, e, um ano mais tarde, o Centro de Ética Empresarial - CEBI, uma iniciativa conjunta da Universidade de Kozminski e do Instituto de Filosofia e Sociologia da Academia Polaca de Ciências, e, finalmente, em 2000. Fórum para as Empresas Responsáveis (Forum for Responsible Business - FOB). Um papel importante no apoio à RSE na Polónia foi também desempenhado por personalidades proeminentes (por exemplo, Boleslaw Rok, um dos membros fundadores do FOB, durante muitos anos praticamente o único e insubstituível guru polaco da RSE), a quem devemos, antes de mais, o surgimento e o desenvolvimento da ideia, especialmente nos primeiros tempos.

O caminho da consciência empresarial desenvolveu-se na Polónia sob a influência de uma maior consciência ambiental e dos consumidores, bem como de escândalos empresariais. Nos primeiros tempos, a responsabilidade empresarial estava sobretudo associada à filantropia estratégica ou a atividades caritativas levadas a



cabo pelas empresas. Com o tempo, as empresas envolveram-se cada vez mais na criação de relações positivas com a comunidade local e aumentaram os seus compromissos para com a comunidade.

A via polaca para a RSE foi fortemente influenciada por grandes empresas transnacionais, que introduziram soluções responsáveis na Polónia. É certo que estas atividades não estavam tão avançadas como nos países da sede, apenas adaptadas às necessidades e expectativas da sociedade polaca, que não as esperava nem as compreendia plenamente, desconfiando dos motivos que moviam as empresas.

O conceito de responsabilidade social das empresas chegou à Polónia vindo da Europa Ocidental e, tal como muitas outras soluções, começou a ser implementado depois de 1989. Na Polónia, é possível observar um percurso semelhante que conduziu ao nascimento desta ideia, fases análogas de desenvolvimento e evolução da abordagem à compreensão da responsabilidade social das empresas. É certo que estes processos foram mais tardios e em menor escala, mas o desenvolvimento do conceito na Polónia teria sido ainda mais lento se não tivéssemos aderido à UE em 2004.

Por esta razão, o entendimento polaco da RSE está mais próximo da visão europeia, que coloca mais ênfase nos aspectos sociais da responsabilidade das empresas, do que da americana, que se limita principalmente a questões relacionadas com a ética empresarial e a governação adequada das empresas. A compreensão da ideia de RSE está em constante mudança e evolução no terreno polaco.

VISÃO GERAL DO SECTOR²

Os sectores dominantes da economia polaca nos últimos anos têm sido principalmente o sector dos serviços gerais, o sector industrial e o sector agrícola. Além disso, os sectores importantes que geram o PIB da Polónia são os sectores da construção e das TI; no entanto, devido ao problema de atribuir algumas atividades a um sector específico, existe uma maior percentagem de erro estatístico nos sectores da construção e das TI.

Sector dos serviços: Este sector inclui uma variedade de atividades, tais como comércio, transportes, finanças, seguros, educação, cuidados de saúde, turismo e entretenimento. Este sector gera cerca de 63,5% do PIB da Polónia. O crescimento do sector dos serviços é impulsionado pelos avanços tecnológicos, pela urbanização e pelas mudanças nos estilos de vida e nas preferências dos consumidores.

Sector industrial: na Polónia, inclui indústrias como a automóvel, a construção naval, a química, a alimentar, a metalúrgica, a energética e outras. Este sector gera cerca de 31,2% do PIB da Polónia.

2

<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-statystyczny-rzeczypospolitej-polskiej-2020,2,20.html>

<https://businessinsider.com.pl/gospodarka/sektory-gospodarki-w-polsce-oto-jej-podzial-i-definicja/hnvm0ml>



Sector agrícola: o sector agrícola, que inclui a agricultura, a silvicultura e a pesca, representa cerca de 2,6% do PIB da Polónia. Embora a sua parte no PIB seja relativamente pequena, a agricultura desempenha um papel fundamental na Polónia, fornecendo alimentos para o país e para exportação. A Polónia é um dos maiores produtores de alimentos da União Europeia.

Sector da construção: A indústria da construção na Polónia representa cerca de 7,3% do PIB. Este sector inclui empresas envolvidas na construção de infra-estruturas, edifícios residenciais e comerciais, bem como renovações e melhoramentos.

Sector das TI: O sector das tecnologias da informação é uma parte crescente da economia polaca, embora a sua contribuição direta para o PIB seja difícil de estimar devido ao seu amplo impacto noutros sectores. A Polónia é conhecida como um destino atrativo para o investimento em TI, com uma forte base de talentos e um mercado de startups em crescimento.

EVOLUÇÃO HISTÓRICA³

A RSE na Polónia passou por várias fases de desenvolvimento:

começando por um total desinteresse em 1997-2000,
a emergência de reticências e oposições em 2000-2002,
a moda das declarações públicas de ética e responsabilidade social em 2002-2004,
o desenvolvimento de projetos específicos em 2004-2007,
e a procura de novas medidas de desempenho e a combinação da RSE com a inovação social desde 2014.

Desde 2014, é possível observar a combinação da RSE com a inovação social e novos fenómenos na economia, como a economia de partilha, a economia colaborativa ou a economia social. O início da RSE na Polónia é frequentemente considerado como sendo o ano 2000, quando foi criado o Forum Odpowiedzialnego Biznesu - Fórum Empresarial Responsável (FOB). É a ONG mais antiga e mais conhecida, que promove a ideia de uma forma abrangente. No período inicial, o FOB era praticamente a única fonte de conhecimento sobre o novo conceito de responsabilidade social das empresas e as várias soluções adoptadas neste domínio nas sociedades desenvolvidas.

De acordo com a definição da FOB, a responsabilidade empresarial é uma estratégia de gestão que contribui para aumentar a competitividade de uma empresa e para criar condições favoráveis ao desenvolvimento económico, social e ambiental.

Em 2010, foi introduzida a norma ISO 26000, que define a RSE como a responsabilidade de uma organização pelo impacto das suas decisões e ações na sociedade e no ambiente. A publicação da norma ISO 26000 contribuiu para o desenvolvimento de um consenso internacional sobre a definição de RSE. Surgiu também o conceito de criação de valor partilhado (CSV), que sublinha que a

³ Este parágrafo baseia-se em E.Jastrzębska, Ewolucja Społecznej Odpowiedzialności biznesu w Polsce, Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego Studia i Prace / Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2016



responsabilidade social deve ser integrada na estratégia empresarial e beneficiar tanto a empresa como os seus intervenientes.

No contexto da nova realidade digital, Wayne Visser propôs o conceito de RSE 2.0, que exige que as empresas adotem uma abordagem muito mais interactiva e centrada na co-criação e incluam o aspecto da inovação social como fatores importantes na RSE.

4. ACTORES NA PROMOÇÃO DA RSE

I. Alemanha

Na Alemanha, a promoção da RSE envolve vários actores de organismos governamentais, organizações internacionais, sociedade civil e sector privado. Eis alguns dos principais actores e o seu envolvimento na promoção da RSE:

Organismos governamentais: O governo alemão tem promovido ativamente a RSE através de políticas, regulamentos e iniciativas. O Ministério Federal da Cooperação Económica e do Desenvolvimento (BMZ) desempenha um papel importante na promoção do desenvolvimento sustentável, incluindo a RSE, tanto a nível nacional como internacional. O governo alemão criou também a Rede Alemã do Pacto Global, que apoia as empresas na implementação dos princípios do Pacto Global das Nações Unidas.

Organizações internacionais: A Alemanha colabora ativamente com organizações internacionais que trabalham na área da RSE, como a United Nations Global Compact e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). Estas organizações fornecem quadros, directrizes e plataformas para a promoção de práticas empresariais responsáveis.

Sociedade civil: As organizações da sociedade civil na Alemanha desempenham um papel crucial na promoção da RSE e na defesa de uma conduta empresarial responsável. ONGs como a German Watch, a Oxfam Alemanha e a Transparency International Alemanha trabalham em questões relacionadas com direitos humanos, sustentabilidade ambiental, comércio justo e transparência da cadeia de abastecimento. Colaboram frequentemente com empresas, instituições governamentais e organizações internacionais para promover iniciativas de RSE.

Sector privado: Muitas empresas alemãs adotaram a RSE como parte integrante das suas estratégias empresariais. Algumas grandes empresas, como a Siemens, a BMW e o Deutsche Bank, criaram departamentos dedicados à RSE ou unidades de sustentabilidade. Estas empresas implementam iniciativas de sustentabilidade, prestam informações sobre o seu desempenho social e ambiental e empenham-se numa gestão responsável da cadeia de abastecimento. O Fórum Alemão de RSE oferece uma plataforma para as empresas trocarem boas práticas e colaborarem em questões relacionadas com a RSE.

Relatórios de sustentabilidade: Na Alemanha, é dada uma grande ênfase aos relatórios de sustentabilidade. O Código Alemão de Sustentabilidade (DNK) fornece directrizes para as empresas divulgarem o seu desempenho em termos de sustentabilidade. Muitas empresas publicam voluntariamente relatórios de sustentabilidade seguindo padrões internacionais reconhecidos, como a estrutura da Global Reporting Initiative (GRI).

Globalmente, a Alemanha tem um panorama de RSE bem estabelecido, com o envolvimento ativo de organismos governamentais, organizações internacionais,



sociedade civil e sector privado. O país coloca uma forte ênfase na sustentabilidade, na conduta empresarial responsável e na transparência das práticas empresariais.

II. Eslovénia

Na Eslovénia, a promoção da RSE envolve vários intervenientes de organismos governamentais, organizações internacionais, sociedade civil e sector privado. Eis alguns dos principais actores e o seu envolvimento na promoção da RSE:

1. Organismos governamentais:

- **Ministério do Desenvolvimento Económico e da Tecnologia:** O ministério é responsável pela promoção do desenvolvimento sustentável, incluindo a RSE, através de políticas, programas e iniciativas.
- **Ministério do Trabalho, da Família, dos Assuntos Sociais e da Igualdade de Oportunidades:** Este ministério centra-se nos direitos laborais, no bem-estar social e na igualdade de oportunidades, que estão intimamente ligados aos princípios da RSE.
- **Fundo Empresarial da Eslovénia:** O fundo fornece apoio financeiro e incentivos para práticas empresariais sustentáveis e socialmente responsáveis.

2. Organizações internacionais:

- **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD):** O PNUD apoia iniciativas de RSE na Eslovénia, promovendo o desenvolvimento sustentável, práticas empresariais responsáveis e parcerias entre o sector privado e a sociedade civil.
- **Comissão Europeia:** Enquanto Estado-membro da UE, a Eslovénia alinha-se com a agenda de RSE da Comissão Europeia e implementa as directivas e iniciativas da UE relacionadas com a RSE.

3. Organizações da sociedade civil:

- **Associação Eslovena de Negócios e Investigação (SBRA):** A SBRA promove o desenvolvimento sustentável, as práticas empresariais éticas e o empreendedorismo responsável na Eslovénia.
- **Centro Esloveno para a Responsabilidade Empresarial (SLO-CRO):** O SLO-CRO é uma organização não governamental que trabalha para promover a RSE e apoia as empresas na implementação de práticas empresariais responsáveis.
- **ONG e grupos de defesa:** Várias organizações não governamentais e grupos de defesa na Eslovénia centram-se em questões específicas relacionadas com a RSE, como a proteção do ambiente, os direitos humanos, os direitos laborais e os direitos dos consumidores.

4. Sector privado:



- **Câmara de Comércio e Indústria da Eslovénia:** A câmara fornece orientação, recursos e oportunidades de trabalho em rede às empresas, promovendo a RSE e os princípios de desenvolvimento sustentável.
- **Associações sectoriais:** As associações sectoriais específicas, como a Associação Eslovena de Directores de Empresas e a Associação Eslovena para a Responsabilidade Social das Empresas, contribuem para a promoção da RSE nos respectivos sectores.
- **Empresas e redes empresariais:** Muitas empresas eslovenas, tanto grandes como pequenas, participam ativamente em iniciativas de RSE, implementando práticas empresariais responsáveis e colaborando com as partes interessadas para criar valor partilhado.

Estes atores colaboram coletivamente, defendem e fornecem recursos para aumentar a sensibilização, reforçar as capacidades e incentivar as empresas eslovenas a adotarem a RSE e a integrarem práticas empresariais responsáveis nas suas operações. Os seus esforços combinados contribuem para a promoção e o avanço global da RSE na Eslovénia.

III. Turquia

Na Turquia, a sociedade civil não é um termo novo, pois já na época otomana existia a Vakf - sociedade civil que colaborava com o sector público e o sector privado. No Islão, existe o conceito de "Fitre "5 , que significa que, no final do Ramadão6 , os crentes doam dinheiro a pessoas necessitadas. Assim, tanto a sociedade civil como os donativos fazem parte da religião e da prática da maioria dos turcos, historicamente. No entanto, a RSE não significa apenas donativos e sociedade civil, o conceito de RSE significa o processo pelo qual o sector privado é social, ambiental, ética e transparentemente responsável perante a sociedade e o mundo através dos seus planos de ação e estratégias. Ou seja, as ações e decisões tomadas pelas empresas são importantes para definir as atividades de RSE do sector privado. Para compreender a RSE e a sustentabilidade na Turquia, realizámos entrevistas com empresas do sector privado, nacionais e internacionais, que operam na Turquia, agências de desenvolvimento, sector público e actores da sociedade civil activos em toda a Turquia, a fim de traçar um quadro da situação prática da RSE e da sustentabilidade. 99,8% de todas as empresas na Turquia são PME e representam 76,7% do emprego total nestas empresas.7 Entrevistámos sobretudo algumas das principais empresas que operam na Turquia, que representam 0,2% do total das empresas. Assim, os nossos dados ilustram melhor a forma como as grandes empresas consideram a RSE e a sustentabilidade. O facto de o conceito de RSE não ser totalmente compreendido na Turquia, algumas das PME também participam em projetos de responsabilidade social, mas podem não ter estratégias claras em matéria de RSE.

- **Sector empresarial:** A responsabilidade social das empresas (RSE) tem sido um dos conceitos mais dinâmicos da literatura económica. Evolui ao longo do tempo e varia significativamente consoante os contextos. O efeito conjunto destas duas dimensões exige que a noção de responsabilidade

social seja analisada com mais frequência do que a maioria dos conceitos. O presente estudo procura contribuir para a literatura, centrando-se nas práticas atuais de RSE na Turquia. Para além do efeito em grande escala das tendências industriais globais e dos avanços tecnológicos, a Turquia também passou por uma transição política, económica e social altamente complexa durante a década de 2000. Tendo em conta o impacto de lógicas institucionais dinâmicas e concorrentes, o estudo tenta fornecer uma compreensão mais profunda da forma como a perceção e as práticas de RSE evoluíram no contexto empresarial turco até à data. O estudo revela que a componente filantrópica da RSE foi reforçada como um fenómeno no nexo das lógicas da família, da religião, da comunidade e do mercado. Por outro lado, as componentes ética e ambiental não estão totalmente integradas na agenda da RSE das organizações empresariais turcas. A RSE foi também polarizada durante a década de 2000, em consonância com o clima político geral do país. Sob a política do partido do governo, que está no poder desde 2002, as organizações empresariais são muito cautelosas quanto às questões que devem abordar ou com quem devem trabalhar.

- **Organizações Não Governamentais (ONG):** as instituições como as ONG e as empresas de relações públicas suprem esta procura com os seus conhecimentos - ou seja, pessoas, conceitos e campanhas nos meios de comunicação social - para se sustentarem financeiramente, combinando a definição de RSE com projetos relacionados com questões sociais. Um exemplo deste processo é o projeto "Turkcell's Kardelenler". A Turkcell, uma empresa líder em redes móveis e telecomunicações, tem vindo a realizar o projeto "Kardelenler" (Snowdrops) em conjunto com a Associação de Apoio à Vida Contemporânea (CYDD) desde 2000. O projeto destina-se a conceder bolsas de estudo todos os anos para apoiar a educação de estudantes do sexo feminino que têm dificuldades em frequentar a escola devido a dificuldades financeiras. Crescendo em tamanho e diversidade com a adição de novos subprojetos todos os anos, o projeto "Kardelenler" concedeu até agora bolsas de estudo a 12 300 estudantes e colocou 6 300 *Snowdrops* no ensino secundário, dos quais 950 entraram em universidades e 67 conseguiram obter um diploma universitário. O projeto tornou-se amplamente conhecido na Turquia através do livro de Ayşe Kulin intitulado Kardelenler, no qual ela contava as mudanças que o projeto provocou na vida das raparigas, e do álbum Kardelen, de 2005, da diva pop Sezen Aksu, com a série de concertos que lhe estavam associados, em que ela lançou o apelo: "Vamos dar educação às nossas raparigas; as nossas raparigas são o nosso futuro". O projeto é um projeto contínuo com novos intervenientes que se envolvem através da educação e da orientação das alunas. Devido ao grande sucesso, com o apoio da campanha mediática e a boa reputação do CYDD, o projeto tornou-se a atividade de RSE de referência mais proeminente para muitas empresas, promovendo-as a organizar esquemas de bolsas de estudo para estudantes e apoiando a educação.

Governo e instituições públicas: Ao longo dos últimos três anos, o Ministério da Educação turco tem vindo a lançar campanhas educativas apoiadas pelo sector privado e pelas comunidades locais, tais como "100% de apoio à educação", "Meninas, vamos à escola" e "Apoio à educação baseada em computadores". O êxito destas campanhas, que angariaram grandes quantidades de fundos suplementares para o sistema de ensino na Turquia, deve-se em grande parte ao facto de a sociedade turca considerar a educação uma prioridade para os seus filhos e também aos incentivos fiscais previstos no artigo 89.º da Lei n.º 193 relativa ao imposto sobre o rendimento, que prevê incentivos fiscais para as contribuições de caridade e os donativos no domínio da educação. Portanto, a expectativa da sociedade em atender aos incentivos do governo ajudou as empresas a atuarem na questão por meio de doações. As Nações Unidas estão ativamente envolvidas nas questões de RSE na Turquia. O PNUD da Turquia tem por objetivo encontrar soluções práticas para os desafios de desenvolvimento do país e implementou mais de 80 programas em todo o país desde 1986. A estratégia do PNUD para 2006-2010, formulada com o Governo turco e por ele acordada, destaca três áreas fundamentais, através das quais o PNUD apoiará a execução da agenda de desenvolvimento da Turquia mediante a execução de projetos e o aconselhamento político. Trata-se dos seguintes domínios: 1) reforço das capacidades para uma governação democrática; 2) ação e defesa da redução da pobreza; e 3) ambiente e desenvolvimento sustentável. Para além destas áreas fundamentais, o PNUD da Turquia está a dar ênfase ao papel das mulheres, do sector privado, do desenvolvimento de capacidades e das tecnologias da informação e da comunicação nas suas políticas e programas.

Todos estes esforços criaram uma atmosfera de RSE que está a tentar encontrar um lugar para si própria entre a sua natureza filantrópica e um caso de negócio. Da natureza filantrópica às iniciativas de desenvolvimento, aumentou a sensibilização da comunidade para o papel económico e social mais vasto que as empresas podem desempenhar no desenvolvimento, reforçando dinâmicas positivas.

Associações empresariais e câmaras de comércio: Filantropos como Vehbi Koç (fundador do Grupo Koç, a primeira empresa turca na Fortune 500), Sakıp Sabancı (fundador do Grupo Sabancı, com 50 000 empregados e 10,6 mil milhões de dólares de volume de negócios em 2005), İzzet Baysal e Kadir Has participaram ativamente em programas de desenvolvimento comunitário através de doações a hospitais, escolas e museus, etc. No entanto, na última década, mais empresários se envolveram ativamente em esforços para a erradicação de problemas sociais. A Fundação TEMA (Fundação Turca de Combate à Erosão do Solo, Reflorestação e Proteção dos Habitats Naturais) foi fundada por dois proeminentes empresários turcos, Hayrettin Karaca e Nihat Gökyiğit. A Fundação TOG (Fundação de Voluntários da Comunidade) foi fundada por

İbrahim Betil, um diretor executivo de um banco reformado. Ali Koç (Presidente do Grupo Koç) liderou recentemente a iniciativa Global Compact na Turquia através de uma campanha mediática. Assim, é possível afirmar que a sociedade empresarial na Turquia está a passar da filantropia passiva para o envolvimento ativo com a sociedade.

- Os eventos têm desempenhado um papel fundamental na partilha de informação e na sensibilização. A Conferência Internacional de Patrocínios organizada pela Arya Sponsorships and Communications pode ser considerada um tema importante para refletir a RSE na Turquia. A ordem de trabalhos e os oradores representam a perceção da RSE, que é largamente moldada pelos patrocínios. A sociedade exige o apoio das empresas através de donativos e patrocínios - à semelhança da filosofia waqf.
- **Instituições académicas: Muitas universidades têm um bom historial de lançamento de campanhas educativas apoiadas** pelo sector privado e pelas comunidades locais, tais como o **apoio a 100%** ao ambiente e a questões relacionadas com as capacidades humanas. Organizam programas e cursos sobre RSE, sustentabilidade e ética empresarial, equipando os futuros líderes empresariais com os conhecimentos e competências necessários para adaptar a RSE às suas carreiras profissionais. As instituições académicas também realizam investigação e colaboram com empresas e ONG para desenvolver soluções inovadoras de RSE.

Media e Comunicação: A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) é um conceito generalizado associado à contribuição do mundo empresarial para o progresso e o bem-estar social na Turquia. É considerada uma componente importante da gestão da reputação das empresas, pelo que a comunicação sobre a RSE, em especial as relações com os meios de comunicação social, é considerada crucial. A tendência ascendente das iniciativas de RSE na Turquia atrai cada vez mais a atenção da investigação académica, no entanto, mais na perspetiva das empresas ou da sociedade do que na dos meios de comunicação social.

IV. Roménia

Na Roménia, vários sectores desempenham um papel importante na promoção das iniciativas de responsabilidade social das empresas (RSE). Eis alguns dos principais sectores ativamente envolvidos na promoção da RSE:

- **Sector empresarial:** O próprio sector empresarial desempenha um papel significativo na promoção da RSE na Roménia. Muitas empresas, tanto grandes como pequenas, criaram departamentos de RSE ou equipas dedicadas responsáveis pelo desenvolvimento e implementação de estratégias de RSE. Estas empresas participam ativamente em iniciativas relacionadas com a sustentabilidade ambiental, o desenvolvimento da

comunidade, o bem-estar dos trabalhadores e as práticas comerciais éticas.

- **Organizações não governamentais (ONG):** As ONG na Roménia são fundamentais na promoção e defesa das práticas de RSE. Trabalham em estreita colaboração com as empresas para desenvolver programas de RSE, fornecer orientações sobre as melhores práticas e monitorizar a implementação de iniciativas de RSE. As ONG também desempenham um papel vital na sensibilização para as questões sociais e ambientais e no incentivo às empresas para que assumam a responsabilidade pelos seus impactos.
- **Governo e instituições públicas:** O governo romeno desempenha um papel crucial na promoção da RSE através de políticas, regulamentos e iniciativas. As instituições governamentais fornecem orientação e apoio às empresas, encorajam a adoção de práticas de RSE e oferecem incentivos às empresas envolvidas em atividades socialmente responsáveis. As instituições públicas, como as universidades e os centros de investigação, também contribuem através da realização de estudos, da oferta de programas de formação e da promoção do diálogo sobre temas relacionados com a RSE.
- **Associações empresariais e câmaras de comércio:** As associações empresariais e as câmaras de comércio na Roménia promovem ativamente os princípios da RSE entre as empresas suas associadas. Organizam workshops, conferências e sessões de formação para aumentar a sensibilização para a RSE, partilhar as melhores práticas e facilitar a colaboração entre empresas. Estas organizações também defendem políticas favoráveis à RSE e representam os interesses dos seus membros no contexto da sustentabilidade e de práticas empresariais responsáveis.
- **Instituições académicas:** As universidades e instituições de ensino na Roménia desempenham um papel crucial na promoção da RSE. Oferecem programas e cursos sobre RSE, sustentabilidade e ética empresarial, equipando os futuros líderes empresariais com os conhecimentos e competências necessários para integrar a RSE nas suas carreiras profissionais. As instituições académicas também realizam investigação e colaboram com empresas e ONG para desenvolver soluções inovadoras de RSE.
- **Media e comunicação:** Os meios de comunicação social, incluindo jornais, revistas, plataformas online e estações de televisão, desempenham um papel vital na sensibilização para as iniciativas de RSE e na promoção de práticas empresariais responsáveis. Destacam histórias de sucesso de RSE, realizam entrevistas com líderes de RSE e informam sobre tópicos relacionados com a sustentabilidade, moldando assim a opinião pública e incentivando as empresas a adotar a RSE.

Coletivamente, estes sectores trabalham em conjunto para promover práticas de RSE na Roménia, fomentando uma cultura de conduta empresarial responsável e de sustentabilidade. Os seus esforços de colaboração contribuem para o



desenvolvimento de um ambiente empresarial mais consciente do ponto de vista social e ambiental no país.

V. Grécia

A RSE é incentivada na Grécia através de uma variedade de programas e mecanismos. Na Grécia, a RSE é promovida através de uma combinação de atividades governamentais, grupos industriais, organizações sem fins lucrativos e envolvimento das empresas. Eis alguns exemplos de como a RSE está a ser promovida na Grécia:

- **Iniciativa para o Empreendedorismo Sustentável e a Responsabilidade Social das Empresas:** Em 2013, o governo grego lançou a Iniciativa para o Empreendedorismo Sustentável e a Responsabilidade Social das Empresas (SECSR), que fornece às empresas normas, ferramentas e incentivos para as encorajar a utilizar práticas empresariais responsáveis. Presta assistência na formulação de estratégias de RSE, no envolvimento das partes interessadas, na elaboração de relatórios de sustentabilidade e nas opções de financiamento.
- **Rede Grega para a Responsabilidade Social das Empresas (CSR Hellas):** A CSR Hellas é uma associação sem fins lucrativos fundada em 2001 para promover a RSE na Grécia. Desempenha um papel fundamental na sensibilização, orientação e promoção da cooperação entre empresas, agências governamentais e organizações da sociedade civil. A CSR Hellas organiza eventos, programas de formação e iniciativas para trocar as melhores práticas, facilitar a partilha de conhecimentos e defender um comportamento empresarial responsável.
- **Associações industriais e redes de empresas:** Na Grécia, várias organizações industriais e redes empresariais promovem ativamente a RSE entre os seus membros. Estas organizações fornecem plataformas para a partilha de experiências, organizam workshops e conferências e fornecem informações e ferramentas para ajudar as empresas a incorporar a RSE nas suas operações. Os exemplos incluem a Câmara de Comércio e Indústria Helénico-Alemã (Hellenic-German Chamber of Commerce and Industry), a Associação das Indústrias Gregas de Alimentação e Bebidas (SEVT) e a Associação das Indústrias Químicas Gregas (SEVE).
- **Sistemas de informação e certificação:** As empresas podem recorrer a sistemas de informação e certificação para medir, comunicar e certificar as suas práticas de RSE, seguindo enquadramentos e regras. Os métodos da Global Reporting Initiative (GRI) e da ISO 26000, por exemplo, são amplamente utilizados na Grécia para melhorar a abertura e a responsabilização. Incentivam as empresas a declarar o seu desempenho ESG e a alinhar as suas operações com as normas internacionais.
- **Parcerias público-privadas:** A colaboração entre os sectores público e comercial é fundamental para a promoção da RSE na Grécia. As PPP são parcerias público-privadas desenvolvidas para responder a preocupações sociais e ambientais específicas. Estas colaborações utilizam os recursos,



as competências e as redes de ambos os sectores para realizar projetos de desenvolvimento sustentável, beneficiar as comunidades locais e atingir objetivos comuns.

- **Ensino e investigação:** Os cursos, programas e projetos de investigação sobre RSE e sustentabilidade estão disponíveis nas instituições académicas gregas. Estes programas educativos tentam sensibilizar os futuros líderes empresariais, encorajar práticas de gestão responsáveis e promover uma cultura de sustentabilidade.

De um modo geral, o governo, as associações industriais, as organizações sem fins lucrativos e as empresas estão a trabalhar em conjunto para criar um ambiente propício, fornecer orientações e recursos e promover a adoção de práticas empresariais responsáveis na Grécia.

VI. Portugal

Em Portugal, a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) é promovida por vários actores, cada um desempenhando um papel distinto na promoção de práticas empresariais sustentáveis. Estes actores incluem o governo, organizações não governamentais (ONG), associações empresariais, empresas individuais e instituições de ensino.

- **Organismos governamentais:** O governo português desempenha um papel significativo na promoção da RSE através do desenvolvimento de políticas, legislação e incentivos. Os organismos governamentais, como o Ministério da Economia, o Ministério do Ambiente e da Ação Climática e a Direção-Geral das Atividades Económicas, estão envolvidos na formulação de estratégias e iniciativas nacionais que incentivam as empresas a adotar práticas sustentáveis. Podem oferecer incentivos fiscais, subsídios e programas de apoio às empresas que implementam projetos de RSE, contribuindo para os objetivos gerais de desenvolvimento sustentável do país. O quadro jurídico está também a ser reformulado nos últimos anos, quer através da incorporação de directivas europeias como o plano de ação: "Financiamento do Crescimento Sustentável", publicado em março de 2018, e uma Nova Estratégia de Financiamento Sustentável, adoptada em julho de 2021.
- **Organizações não governamentais:** Várias ONG em Portugal trabalham ativamente na promoção da RSE e do desenvolvimento sustentável. Organizações como o Conselho Empresarial Português para o Desenvolvimento Sustentável (BCSD Portugal) e a Associação Portuguesa para a Responsabilidade Empresarial (APCOR) colaboram com empresas e outras partes interessadas na defesa de práticas empresariais sustentáveis. Estas ONG fornecem frequentemente orientações, melhores práticas e recursos para ajudar as empresas a integrar a RSE nas suas estratégias, promovendo uma cultura de responsabilidade social e ambiental.



- **Associações empresariais:** estas associações, bem como as câmaras de comércio, também desempenham um papel na promoção da RSE entre as empresas que as integram. Por exemplo, a Confederação Empresarial de Portugal (CIP) e a Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (APAVT) incentivam práticas responsáveis nos respectivos sectores. Estas associações organizam eventos, workshops e campanhas para aumentar a sensibilização para a RSE e para partilhar conhecimentos sobre abordagens empresariais sustentáveis.
- **Empresas individuais:** As próprias empresas são actores fundamentais na promoção da RSE em Portugal. Muitas empresas, tanto grandes como pequenas e médias empresas (PME), reconheceram a importância de integrar considerações sociais e ambientais nas suas operações. Estas empresas participam em várias atividades de RSE, tais como projetos de desenvolvimento comunitário, iniciativas de proteção ambiental e gestão responsável da cadeia de abastecimento. Algumas empresas publicam relatórios de sustentabilidade para comunicar de forma transparente os seus esforços de RSE às partes interessadas e ao público. Mais adiante neste relatório, partilharemos algumas Boas Práticas entre as empresas portuguesas.
- **Instituições de ensino e centros de investigação:** As instituições académicas e os centros de investigação em Portugal também contribuem para a promoção da RSE através da realização de estudos, investigação e programas educativos centrados na sustentabilidade e em práticas empresariais responsáveis. Estas instituições ajudam a disseminar o conhecimento sobre a RSE e a formar futuros líderes para darem prioridade à responsabilidade social e ambiental nas suas carreiras.

Através dos esforços combinados de todos estes actores, Portugal está a fazer progressos na promoção de uma cultura de sustentabilidade e de criação de valor partilhado, assegurando que as empresas contribuem positivamente para a sociedade e o ambiente.

VII. Polónia

Na Polónia, a promoção da RSE envolve vários intervenientes de organismos governamentais, organizações internacionais, sociedade civil e sector privado. Eis alguns dos principais actores e o seu envolvimento na promoção da RSE:

- **Organismos governamentais⁴:** Embora a ideia de RSE esteja mais frequentemente associada às empresas, de acordo com a norma ISO 26000, estas questões aplicam-se a todos os tipos de organizações. A administração pública tem um papel a desempenhar na implementação da responsabilidade social - cria leis e quadros de sistema para o desenvolvimento da área, bem como promove atitudes e comportamentos responsáveis entre os cidadãos, as entidades empresariais e as suas próprias estruturas administrativas. As atividades da administração polaca na área da RSE remontam a 2006, ano em que foram criados vários organismos, cuja tarefa era criar um espaço para um fórum de consulta sobre a RSE e a implementação desta ideia na Polónia. O primeiro destes organismos foi o Grupo de Trabalho Interministerial informal sobre RSE, criado em 2006 no Ministério do Trabalho e da Política Social (MPiPS). O grupo incluía representantes do Ministério da Economia, do Ministério do Ambiente, do Ministério do Desenvolvimento Regional e do Ministério das Finanças. Subsequentemente, o MPiPS enviou esforços para criar uma Comissão RSE no Conselho de Ministros, cujo objetivo era desenvolver uma estratégia polaca de RSE e que constituiria um passo intermédio para a criação de um Fórum Nacional de RSE.
- **Equipa de RSE no Gabinete do Primeiro-Ministro:** Como resultado destas atividades, em 8 de maio de 2009, o Primeiro-Ministro nomeou a Equipa de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) como um órgão subsidiário do Primeiro-Ministro. A função de presidente da equipa foi desempenhada por um representante do ministro responsável pelos assuntos económicos e o vice-presidente foi um representante do ministro responsável pelo trabalho e segurança social. A tarefa da equipa era desenvolver recomendações para a administração governamental na promoção e implementação dos princípios da responsabilidade social das empresas. A equipa de RSE foi extinta em 2013.
- **Equipa de RSE junto do Ministro da Economia:** Em 2014, a Equipa de Responsabilidade Social das Empresas foi reativada como um órgão subsidiário do Ministro da Economia. Partiu-se do princípio de que as ações da Equipa permitiriam, em particular, a continuação do diálogo entre a administração pública e as empresas no domínio da responsabilidade social das empresas. As tarefas da Equipa consistiam em elaborar recomendações sobre a orientação da aplicação dos princípios da responsabilidade social das empresas no processo de desenvolvimento da política económica do país. No seio da equipa, foram criados os seguintes

⁴ Esta parte é baseada em: <https://www.gov.pl/web/dialog/spoleczna-odpowiedzialnosc-przedsiębiorstw--csr>



grupos de trabalho: aplicação dos princípios da RSE, consumo e produção sustentáveis, acompanhamento das tendências da RSE e educação e divulgação da RSE⁵.

- **Equipa para o Desenvolvimento Sustentável e a Responsabilidade Social das Empresas no Ministério do Desenvolvimento:** A Equipa para o Desenvolvimento Sustentável e a Responsabilidade Social das Empresas, reativada em 2016, incluía representantes de instituições públicas, organizações de empregadores, ONG, autarquias económicas, empresários, peritos em desenvolvimento sustentável e RSE e representantes da comunidade científica, convidados pelo Ministro do Desenvolvimento. O objetivo do trabalho da equipa era desenvolver recomendações sobre as orientações de implementação dos princípios da responsabilidade social das empresas em relação à Estratégia para o Desenvolvimento Responsável. A equipa também tratou de questões de diálogo, de troca de experiências entre a administração pública, as empresas, os parceiros sociais e as ONG e as instituições científicas e de investigação no domínio do desenvolvimento sustentável e da responsabilidade social das empresas, bem como da divulgação do princípio da solidariedade social e das empresas responsáveis.
- **Equipa para o Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social das Empresas do Ministério dos Fundos e da Política Regional:** É composta por representantes da administração governamental, do lado social, das organizações de empregadores, dos sindicatos, da indústria e das associações sectoriais, da comunidade científica e académica e das organizações não governamentais. As áreas temáticas para o trabalho da Equipa resultam dos desafios socioeconómicos mais atuais da Polónia e também das direcções actuais das políticas públicas fundamentais. As tarefas da Equipa são realizadas no âmbito de grupos de trabalho especializados. O objetivo dos grupos de trabalho é desenvolver propostas de instrumentos e ferramentas de mercado específicas para apoiar as empresas e outras organizações na implementação de práticas de responsabilidade social e políticas de diligência devida na condução das operações comerciais diárias.
- **Organizações internacionais:** Comissão Europeia: Enquanto Estado-Membro da UE, a Polónia aplica a agenda de RSE da Comissão Europeia e implementa as directivas e iniciativas da UE relacionadas com a RSE.
- **Organizações da sociedade civil:** Fórum Empresarial Responsável - Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB). Criada em 2000, esta associação é uma organização de reflexão e ação que aborda o conceito de responsabilidade social das empresas (RSE) de uma forma abrangente. ONG e grupos de defesa: Várias organizações não governamentais e grupos de defesa na Polónia centram-se em questões específicas relacionadas com a RSE, como a proteção ambiental, os direitos humanos, os direitos laborais e os direitos dos consumidores.

⁵ Ibidem



- **Sector privado:** As empresas, tanto privadas como estatais, estão ativas no domínio da RSE - as mais ativas são parceiras da FOB, com a qual tentam criar sinergias e uma nova dimensão da RSE na Polónia. De acordo com os relatórios anuais elaborados pela FOB, mais de dois terços dos gestores das maiores empresas polacas estão familiarizados com o conceito de empresa responsável. Para a maioria deles, a sua base é a observância de normas éticas nas operações da empresa e a remuneração regular e justa dos trabalhadores. Um número crescente de empresas manifesta a sua convicção quanto à necessidade de melhorar os seus sistemas de gestão, no sentido de estabelecer relações mutuamente benéficas com todas as partes interessadas.

É também importante mencionar que não são só as grandes empresas ou corporações que estão ativas no domínio da RSE. As pequenas empresas têm frequentemente uma origem local, operando onde os seus proprietários e empregados vivem e residem, pelo que estão próximas dos problemas locais. Além disso, as pequenas empresas estão envolvidas na resolução de problemas locais relativos, por exemplo, à educação ou ao apoio ao mercado de trabalho, sem que esta assistência seja definida como RSE. Além disso, a RSE pode ser implementada utilizando diferentes ferramentas e meios, consoante as necessidades, as preferências ou a dimensão da empresa.

O FOB gere o "Programa de Parceria" com empresas, que consiste em dois níveis de cooperação, dependendo do avanço da empresa em projetos empresariais responsáveis e do grau de compromisso de cooperação com o Fórum. As empresas que se podem orgulhar de um certo historial em matéria de responsabilidade social empresarial e que querem partilhar a sua experiência com os outros, ao juntarem-se às fileiras dos Parceiros Estratégicos do Fórum, comprometem-se a dar apoio a longo prazo ao desenvolvimento desta ideia na Polónia. Os Parceiros de Apoio, por sua vez, são empresas e instituições que, ao partilharem os seus conhecimentos e ferramentas com o Fórum, o apoiam na gestão profissional e eficiente da associação⁶.

São várias as acções empreendidas pela FOB para promover a ideia de RSE entre as empresas e incluem⁷:

1. A Carta da Diversidade é uma iniciativa internacional, implementada em 24 países da União Europeia. A Carta é uma declaração escrita, assinada por organizações, empresas e instituições que se comprometem a proibir a discriminação no local de trabalho e a tomar medidas para criar e promover a diversidade, manifestando a sua disponibilidade para envolver todos os trabalhadores e parceiros sociais e empresariais nestas atividades. As organizações que decidem implementar este instrumento trabalham em prol da coesão social e da igualdade. Na Polónia, o

⁶ <https://odpowiedzialnybiznes.pl/wspolpraca-z-biznesem/>

⁷ Esta parte baseia-se em <https://odpowiedzialnybiznes.pl/wspolpraca-z-biznesem/> e <https://odpowiedzialnybiznes.pl/ranking-odpowiedzialnych-firm/>



coordenador da Carta é o Fórum das Empresas Responsáveis. A edição polaca da Carta foi inaugurada em fevereiro de 2012. Qualquer empregador, independentemente da sua forma jurídica, pode aderir à Carta.

2. O Concurso de Relatórios de Sustentabilidade é uma iniciativa para promover as ideias de empresa responsável (RSE), desenvolvimento sustentável, proteção ambiental e compromisso social. Destina-se a empresas e organizações que publicam relatórios sobre as suas atividades nestas áreas. As candidaturas podem ser apresentadas por instituições sediadas na Polónia, cujos relatórios tenham sido publicados em língua polaca e digam respeito a atividades realizadas no país. O concurso realiza-se desde 2007 e os seus organizadores na Polónia são: Responsible Business Forum e Deloitte.
3. A Feira RSE é um evento que promove periodicamente, de dois em dois anos, as melhores práticas de responsabilidade social das empresas na Polónia. Os expositores incluem não só grandes empresas, mas também pequenas empresas inovadoras em fase de arranque, entidades da economia social e ONG. Atrai expositores de toda a Polónia, tornando-se um dos mais importantes eventos de RSE no nosso país.
4. Ranking das empresas responsáveis. Trata-se de uma compilação das maiores empresas da Polónia, avaliadas em termos da qualidade da sua gestão da responsabilidade social das empresas (RSE). O questionário enviado às empresas é modificado anualmente, tendo em conta as alterações no mercado, o aumento do número de empresas em determinados sectores avançados no processo de implementação de soluções de responsabilidade empresarial, bem como os comentários e sugestões expressos pelos participantes em edições anteriores do Ranking. A cada resposta é atribuído um número adequado de pontos, consoante a importância da questão. É possível obter um máximo de 100 pontos em cada área, o que também significa que o peso atribuído a cada área é igual.
5. Visão de Desenvolvimento Sustentável para as Empresas Polacas 2050 (Visão 2050)⁸

Não existem actos oficiais polacos que implementem a RSE nas empresas a uma escala geral. No entanto, existe uma iniciativa que poderia funcionar como tal - sendo ainda uma ação voluntária. Trata-se de um projeto conduzido em 2015 pelo Ministério da Economia, o Fórum Empresarial Responsável e a empresa de consultoria Deloitte. O documento programático da iniciativa é a Declaração das Empresas Polacas para o Desenvolvimento Sustentável, que identifica 10 desafios-chave nos quais as empresas devem-se empenhar para apoiar a mudança social e económica. Atualmente, 99 empresas⁹ fazem parte dos signatários da Declaração das Empresas Polacas para o Desenvolvimento Sustentável.

⁸ <https://odpowiedzialnybiznes.pl/wizja-zrownowazonego-rozwoju-dla-polskiego-biznesu-2050/>

⁹ A partir de 2023



A Visão 2050 foi criada para integrar as empresas em torno da ideia de desenvolvimento sustentável, identificar desafios nesta área e reforçar o diálogo entre a administração e as empresas para a realização dos objetivos de desenvolvimento da Polónia. O Ministério da Economia, o Fórum Empresarial Responsável e a equipa da Deloitte Sustainability Consulting Central Europe prestam apoio substancial ao trabalho dos quatro grupos de trabalho criados no âmbito da Visão 2050, que operam nas seguintes áreas: produção e consumo sustentáveis, fontes de energia renováveis e eficiência energética, inovação social, pequenas e médias empresas.

Os grupos de trabalho do Visão 2050 são um espaço de diálogo e de troca de experiências entre representantes das empresas polacas e outras entidades, incluindo o Ministério da Economia. As empresas envolvidas no seu trabalho participam diretamente nos processos de consulta de importantes documentos governamentais relativos às áreas de interesse dos respectivos grupos. Em 24 de abril de 2015, foi inaugurada a quarta fase da Visão 2050, com 18 empresas a juntarem-se aos signatários existentes. Ao mesmo tempo, as empresas signatárias da Declaração das Empresas Polacas para o Desenvolvimento Sustentável comprometeram-se a implementar projetos específicos na área do desenvolvimento sustentável.



5. EXEMPLOS DE BOAS PRÁTICAS

I. Alemanha

A Alemanha é conhecida pelo seu forte empenhamento na Responsabilidade Social das Empresas (RSE). Eis alguns exemplos de empresas alemãs que são líderes na implementação de práticas de RSE no seu perfil empresarial:

A Allianz está envolvida em várias áreas, como a proteção do clima, as energias renováveis e a responsabilidade social. Estabeleceu o objetivo de tornar as suas atividades empresariais sustentáveis e apoia iniciativas para promover normas ambientais e sociais.

A empresa química e farmacêutica **Merck** tem uma estratégia de sustentabilidade abrangente e persegue o objetivo de reduzir a pegada ecológica e assumir a responsabilidade social. A empresa investe na investigação e desenvolvimento de tecnologias amigas do ambiente e está envolvida em programas de educação e saúde.

A empresa de telecomunicações **Telefonica Deutschland** tem várias iniciativas de sustentabilidade, como a expansão das energias renováveis nas suas instalações comerciais e a promoção da educação digital. A empresa esforça-se por alcançar efeitos positivos na sociedade e no ambiente e também persegue objetivos sociais.

Como empresa de resseguros, a **Hannover Rück** estabeleceu a sustentabilidade como uma componente central da sua estratégia empresarial. Apoia iniciativas de prevenção de riscos, promove as energias renováveis e está envolvida em projetos de proteção climática e ambiental.

O fabricante de eletrodomésticos e aparelhos comerciais **Miele** tem uma longa tradição em termos de sustentabilidade e persegue o objetivo de conservar recursos e fabricar produtos amigos do ambiente. A empresa está empenhada na economia circular e na eficiência energética e está cada vez mais envolvida em projetos sociais.

O Talanx é um grupo segurador que integrou a sustentabilidade nas suas práticas empresariais. Promove as energias renováveis, apoia projetos de infra-estruturas sustentáveis e está envolvido em programas de educação e saúde.

A MAN é uma empresa do sector dos veículos comerciais e da engenharia mecânica e está empenhada no desenvolvimento sustentável. A empresa trabalha no desenvolvimento de tecnologias de acionamento amigas do ambiente e promove a eficiência energética nos seus produtos.

A SMA Solar Technology é um fabricante líder de inversores solares e sistemas de armazenamento de energia. A empresa contribui para a promoção das energias renováveis e permite a utilização da energia solar em aplicações privadas e comerciais.

A BMW é um dos principais fabricantes de automóveis que fez da sustentabilidade uma prioridade fundamental. A empresa está a trabalhar ativamente para reduzir o seu impacto ambiental, promovendo a mobilidade



eletrónica, processos de produção sustentáveis e uma gestão responsável da cadeia de fornecimento. Além disso, a BMW apoia vários projetos e iniciativas sociais com enfoque na educação, cultura e assuntos sociais.

O fabricante de artigos desportivos **Puma** estabeleceu o objetivo de se tornar neutro para o clima até 2030 e está a seguir uma estratégia de economia circular. A Puma também está empenhada em condições de trabalho justas na cadeia de abastecimento e em projetos sociais.

A Aixtron é uma empresa tecnológica especializada no fabrico de equipamento de semicondutores. A empresa segue uma estratégia empresarial sustentável e estabeleceu como objetivo o desenvolvimento de soluções eficientes em termos energéticos. A Aixtron também apoia projetos sociais no domínio da educação e da ciência.

A Beiersdorf é uma empresa líder no sector dos cosméticos e está empenhada numa gestão sustentável. A empresa tem como objetivo tornar todas as embalagens recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2025. A Beiersdorf também está envolvida em iniciativas sociais, como a educação e o trabalho comunitário.

O DekaBank é um dos maiores gestores de ativos na Alemanha. A empresa segue uma estratégia de investimento sustentável, tendo em conta os aspectos ambientais, sociais e de governação. Oferece também produtos de investimento sustentável e está envolvida em vários projetos sociais.

A Stratec é uma empresa especializada no desenvolvimento e produção de sistemas de análise para diagnósticos médicos. A empresa tem uma estratégia de sustentabilidade abrangente e tem como objetivo oferecer soluções amigas do ambiente. A Stratec também está empenhada em práticas comerciais éticas e no envolvimento dos seus colaboradores.

A Deutsche Telekom é uma das maiores empresas de telecomunicações da Alemanha. A empresa tem uma estratégia de sustentabilidade centrada na proteção do ambiente, na inclusão digital e na responsabilidade social. A Deutsche Telekom investe em energias renováveis, promove a educação digital e está envolvida em vários projetos de caridade.

A REWE é uma das maiores cadeias de supermercados da Alemanha. A empresa baseia-se em aquisições sustentáveis, na expansão de produtos ecológicos e no compromisso social. A REWE promove a utilização de energias renováveis, a proteção da biodiversidade e apoia organizações sem fins lucrativos.

A Hugo Boss é uma empresa de moda bem conhecida, centrada em vestuário de alta qualidade. A empresa tem uma estratégia de sustentabilidade que se centra na produção ecológica, nas cadeias de abastecimento éticas e no envolvimento social. A Hugo Boss está empenhada na transparência e na responsabilidade no sector da moda.

SA é uma empresa global de software com sede na Alemanha, conhecida pelas suas iniciativas abrangentes de RSE. A empresa centra-se na promoção da sustentabilidade, da diversidade e da inclusão, bem como do empreendedorismo social. As atividades de RSE da SAP incluem iniciativas para reduzir as emissões de gases com efeito de estufa, promover a inclusão digital, apoiar empresas sociais e capacitar grupos sub-representados na força de trabalho.



O Deutsche Bank estabeleceu-se como líder em RSE entre as instituições financeiras. O banco estabeleceu objetivos de sustentabilidade ambiciosos e está a trabalhar ativamente para reduzir a sua pegada de carbono e promover o financiamento sustentável. O Deutsche Bank também apoia várias iniciativas sociais, incluindo programas de literacia financeira, projetos educativos e empreendedorismo social.

A Siemens é um conglomerado multinacional que fez da sustentabilidade uma parte essencial da sua estratégia empresarial. A empresa concentra-se no desenvolvimento de soluções inovadoras para infra-estruturas sustentáveis, eficiência energética e energias renováveis. A Siemens também dá ênfase às práticas empresariais responsáveis e ao comportamento ético nas suas operações em todo o mundo.

A BASF é uma empresa química líder, empenhada no desenvolvimento sustentável e em práticas empresariais responsáveis. A empresa tem como objetivo contribuir para um futuro sustentável através dos seus produtos, processos e colaborações. A BASF concentra-se em áreas como a proteção do clima, a eficiência dos recursos e o compromisso social. Envolve-se ativamente com as partes interessadas e parceiros para impulsionar iniciativas de sustentabilidade.

A Volkswagen (VW) tem um papel importante na implementação da Criação de Valor Partilhado (CSV) na Alemanha. Como uma das empresas líderes na indústria automóvel, a VW é um exemplo proeminente de como uma empresa pode combinar o sucesso económico com a responsabilidade social e a consciência ambiental.



Volkswagen em pormenor

A Volkswagen, um dos maiores fabricantes de automóveis do mundo, fez esforços significativos para se envolver na responsabilidade social das empresas (RSE). Eis alguns dos principais aspectos das iniciativas de RSE da Volkswagen:

1. **Sustentabilidade e proteção do ambiente:** A Volkswagen tem colocado uma forte ênfase na sustentabilidade e na proteção ambiental. A empresa comprometeu-se a reduzir a sua pegada de carbono e estabeleceu objetivos de neutralidade de carbono até 2050. Investiu na tecnologia de veículos eléctricos, com o objetivo de se tornar um fornecedor líder de mobilidade eléctrica.
2. **Cadeia de abastecimento responsável:** A Volkswagen implementou medidas para promover o aprovisionamento responsável e a gestão da cadeia de abastecimento. A empresa elaborou diretrizes para os fornecedores, que destacam o cumprimento das normas laborais e ambientais, e trabalha ativamente para garantir que os seus parceiros da cadeia de abastecimento cumpram estas normas.
3. **Diversidade e inclusão:** A Volkswagen reconheceu a importância da diversidade e da inclusão na sua força de trabalho. A empresa implementou iniciativas para promover a igualdade de género e estabeleceu objetivos para aumentar o número de mulheres em posições de liderança. Além disso, a Volkswagen esforça-se por criar um ambiente de trabalho que valorize a diversidade e respeite os direitos de todos os colaboradores.
4. **Envolvimento social:** A Volkswagen tem estado envolvida em várias atividades de envolvimento social. A empresa tem apoiado iniciativas educativas, especialmente nas áreas da ciência, tecnologia, engenharia e matemática (STEM), com o objetivo de inspirar e desenvolver futuros talentos. A Volkswagen também tem estado envolvida em projetos comunitários e esforços de auxílio em caso de catástrofes, demonstrando o seu empenho no bem-estar social.
5. **Conduta ética e conformidade:** A Volkswagen tomou medidas para melhorar a conduta ética e a conformidade dentro da organização. Na sequência do escândalo das emissões em 2015, a empresa implementou medidas de conformidade mais rigorosas e reforçou os seus sistemas de controlo interno. A Volkswagen também estabeleceu medidas para garantir a transparência e a integridade nas suas práticas comerciais.

Estes exemplos mostram a diversidade de práticas de RSE implementadas pelas empresas alemãs. Demonstram um compromisso com a sustentabilidade, o impacto social e uma conduta empresarial responsável, em linha com a forte ênfase da Alemanha na responsabilidade empresarial.

*informações mais pormenorizadas: [Relatório de Responsabilidade Social Corporativa da VW 2022](#)

NOVA AUTO Estratégia do grupo e posicionamento para o futuro (VW)

Tópicos em foco

Descarbonização: O Grupo Volkswagen quer tornar-se uma empresa neutra em termos de carbono até 2050. Ao longo do caminho, estabelecemos um objetivo intermédio: até 2030, o Grupo Volkswagen quer reduzir a pegada de carbono dos seus automóveis de passageiros e veículos comerciais ligeiros em 30% por veículo (em comparação com 2018). Queremos atingir este objetivo exclusivamente através da nossa ofensiva elétrica, de medidas de redução e da mudança para energias renováveis.

Economia circular: A natureza finita dos recursos naturais e as consequências sociais e ambientais da extração de matérias-primas fazem com que o desenvolvimento de uma economia circular seja um tema fundamental para a sustentabilidade. Um importante motor da economia circular é a atual descarbonização do Grupo Volkswagen: A crescente utilização de materiais secundários e o estabelecimento de circuitos fechados de materiais estão a ajudar a reduzir significativamente as nossas emissões de CO2.

As pessoas na transformação: O Grupo Volkswagen está a passar por uma mudança radical e, com ela, os seus colaboradores. O nosso objetivo é uma transição bem sucedida e socialmente responsável dos colaboradores para a nova era da mobilidade sustentável. Queremos continuar a empregar o maior número possível de colaboradores em áreas profissionais atractivas e promissoras, pagar-lhes bons salários e proporcionar-lhes empregos seguros.

Diversidade: Pretendemos criar um ambiente de trabalho em que talentos de qualquer idade ou género, independentemente da sua origem e contexto cultural, possam contribuir de forma óptima com as suas competências e pontos de vista. A base para tal é uma cultura aberta, positiva e baseada em parcerias, um elevado nível de diversidade na força de trabalho e uma liderança exemplar e inspiradora. A diversidade, o respeito, a tolerância e a igualdade de oportunidades são fatores críticos de sucesso para uma cultura empresarial aberta.

Integridade: Para nós, integridade significa fazer o que é correto num contexto profissional com base nas nossas próprias convicções. Isto inclui a firmeza na adesão a estes princípios. Para além da integridade pessoal, a integridade organizacional também é importante para nós. Baseia-se na ancoragem da integridade nos processos e decisões do Grupo. Numa terceira dimensão, entendemos a integridade como um ativo empresarial intangível: reforça a



confiança dos nossos accionistas e torna-nos mais atrativos para investidores, clientes e colaboradores.

Cadeia de abastecimento e direitos humanos: O Grupo Volkswagen persegue a visão de permitir uma mobilidade sustentável para as gerações vindouras. Isto inclui o cumprimento da nossa responsabilidade jurídica, social e ambiental, não só no nosso próprio Grupo, mas também nas nossas cadeias de abastecimento.

Tópicos adicionais de ESG

A biodiversidade na nossa estratégia GotoZero: A biodiversidade salvaguarda a base para a nossa existência contínua: alimentos saudáveis, água limpa, solos férteis e um clima equilibrado. A indústria transformadora, que inclui o sector automóvel, tem um efeito largamente indireto na biodiversidade. Para que uma empresa possa identificar o seu próprio impacto e dependência, deve analisar em pormenor toda a sua cadeia de valor. Os fatores de influência e as áreas de ação resultantes incluem, entre outros, a extração de recursos minerais e de terras raras. Esta extração ocorre frequentemente em países com ecossistemas diversos e normas pouco rigorosas - implicando muitas vezes uma destruição grave da natureza e do ambiente. Outras influências resultam da utilização de recursos naturais através do cultivo de borracha natural para a produção de pneus e de plantas oleaginosas para a produção de combustível. O cultivo destas matérias-primas ocupa muita terra e desloca a biodiversidade, frequentemente devido à degradação dos ecossistemas florestais. Também a criação industrial de gado, que fornece o couro para volantes e assentos, tem influência na biodiversidade.

O nosso Compromisso com a Biodiversidade: No nosso Compromisso com a Biodiversidade, comprometemo-nos com os três objetivos da Convenção Internacional sobre a Diversidade Biológica (CBD):

- Conservação da diversidade biológica
- Utilização sustentável dos seus componentes
- Partilha justa e equitativa dos benefícios decorrentes da utilização dos recursos genéticos

Estes objetivos são prosseguidos em 6 áreas de ação:

- Compromisso com o Acordo de Paris sobre o Clima e, por conseguinte, de se tornar neutro em termos de carbono até 2050.
- Avaliação dos riscos e oportunidades relacionados com as nossas atividades empresariais com impactos na biodiversidade e nos serviços dos ecossistemas.
- Integração da biodiversidade no sistema de gestão da conformidade ambiental.
- Execução de projetos de proteção e promoção da diversidade biológica.
- Aumento da biodiversidade nos locais de produção e introdução de um indicador de biodiversidade.
- Redução da utilização de recursos naturais ao longo da cadeia de abastecimento.



A nossa contribuição para outros aspetos ambientais com impacto na biodiversidade: Na nossa "Declaração de Missão Ambiental do Grupo", comprometemo-nos com o Acordo de Paris e com o objetivo de 1,5°. Ao descarbonizar o Grupo, visamos práticas empresariais neutras em termos de carbono até 2050 para proteger o clima e, por conseguinte, também a biodiversidade.

As nossas atividades de proteção da biodiversidade: Nos países onde operamos, apoiamos projetos de biodiversidade sob a forma de colaboração com parceiros e iniciativas locais. Pode ler sobre os projetos de biodiversidade atualmente em curso nas nossas páginas de sustentabilidade.



Os projetos que se seguem são exemplos das diferentes atividades desenvolvidas nas instalações do Grupo Volkswagen.

Desde 2008 que a Volkswagen do México apoia projetos de conservação da natureza e de reflorestação para preservar os ecossistemas. Estas medidas criam habitat para animais selvagens e ajudam a desenvolver a biodiversidade.

As medidas de reflorestação inibem a erosão do solo através de processos de erosão e facilitam o armazenamento de água subterrânea. A criação de trincheiras também apoia a infiltração da água da chuva. Isto protegerá novamente o solo e encorajará a formação de águas subterrâneas, por exemplo, nas encostas dos vulcões Popocatépetl e Iztaccíhuatl, onde foram criadas áreas abertas por anos de desflorestação, criação de gado e incêndios.

Com parceiros como a UNESCO e a Seabird Life, apoiamos projetos para a mobilidade sustentável e a eliminação de danos causados por tempestades nas reservas da biosfera da UNESCO em Espanha e outros projetos para proteger e restaurar charnecas em reservas na Polónia e na Alemanha.

O Grupo Volkswagen da China, juntamente com as marcas Volkswagen, Audi e ŠKODA, lançou o projeto de reflorestação "Green Belt" para proteger os habitats e promover o desenvolvimento sustentável. Até 2030, terão sido plantadas mais de 8,5 milhões de árvores em 10 regiões ambientalmente sensíveis do Norte da China, em mais de 40 milhões de m² de terreno. A reflorestação atua como um sumidouro de carbono, apoia a biodiversidade e contribui para evitar a erosão eólica e a perda de solo.



Gestão sustentável e transparente da água: O Grupo Volkswagen estabeleceu o objetivo de melhorar ainda mais a eficiência dos seus recursos e promover abordagens de reutilização e reciclagem nas áreas dos materiais e da água.

Cerca de 49% do consumo total de água doce é atribuível a instalações situadas em zonas de elevado stress hídrico. Estas regiões são identificadas pela Maplecroft. Um ciclo fechado ou a reciclagem de água de arrefecimento e de processo reduz significativamente o consumo de água doce e a quantidade de águas residuais, garantindo uma utilização responsável do recurso água. Em 2022, o Grupo necessitou de 39,34 milhões de m³ de água doce, tendo a Volkswagen AG utilizado 3,56 milhões de m³. Estes dados são recolhidos anualmente. Como parte da nossa estratégia "goTOzero", a nossa gestão sustentável da água concentra-se nas seguintes áreas de ação:

- Redução do consumo de água doce e da eficiência da utilização da água, nomeadamente em zonas de stress hídrico
- Minimização das cargas poluentes introduzidas e ausência de degradação do estado ambiental e químico das águas receptoras (gestão dos efluentes)

Representação de interesses: O Grupo Volkswagen e as suas marcas operam num ambiente complexo e fortemente regulamentado. Consideramos que é nossa responsabilidade contribuir ativamente para a definição do enquadramento da nossa atividade económica e do seu impacto na sociedade e no ambiente, em diálogo com as nossas partes interessadas.

Princípios e directrizes para os assuntos públicos | Função

Os Assuntos Públicos introduzem as posições do Grupo nos processos de decisão política, fornecendo informações verdadeiras e completas, bem como aconselhamento fiável e competente. Podem também contribuir com ideias para estratégias de inovação ou para abordagens regulamentares orientadas para o futuro. A informação sobre as posições-chave do Grupo é publicada anualmente.

Princípios e directrizes para as redes de relações públicas

Os Assuntos Públicos estão representados a nível do Grupo, nas instalações do Grupo e em várias capitais do mundo. As suas tarefas no diálogo com a política e com as partes interessadas também podem ser assumidas por funcionários de Public Affairs em marcas e empresas.

Princípios e directrizes para os assuntos públicos | Transparência

Os Assuntos Públicos atuam de acordo com os princípios de integridade, abertura e verificabilidade. As informações sobre as estruturas e os recursos são publicadas anualmente.

Princípios e orientações para os assuntos públicos | Contacto com a política

O cumprimento das convenções internacionais e das leis e regulamentos de todos os países em que o Grupo Volkswagen opera é uma questão natural para os Assuntos Públicos. Todos os contactos com a política obedecem rigorosamente



às leis e regulamentos aplicáveis e aos respectivos Códigos de Conduta, às medidas de prevenção da corrupção e ao direito da concorrência e *antitrust*.

Princípios e directrizes para os assuntos públicos | Eventos

Os Assuntos Públicos dialogam com a política através de vários formatos de comunicação. As informações sobre os formatos regulares são publicadas anualmente.

Princípios e directrizes para os assuntos públicos | Patrocínios e donativos

O sistema político da República Federal da Alemanha assenta num sistema partidário funcional. A Lei Fundamental da República Federal da Alemanha estabelece princípios para o financiamento dos partidos políticos que exigem que estes gerem as suas próprias receitas para além do reembolso dos custos da campanha eleitoral pelo Estado.

Marketing responsável

Enquanto ator global, o Grupo Volkswagen e as suas marcas estão empenhados numa gestão sustentável, transparente e responsável. Isto aplica-se, em particular, à comunicação interna e externa. Os nossos colaboradores, os nossos clientes, as nossas partes interessadas e o público em geral merecem, por direito, uma comunicação com respeito, integridade e sinceridade. Assim, todos os parceiros comerciais envolvidos na comunicação em nome do Grupo Volkswagen têm a responsabilidade de garantir que, na nossa comunicação e publicidade, tanto online como offline, os seres humanos, os animais e o ambiente sejam tratados com o máximo respeito. Estamos sempre conscientes de que não se trata apenas da nossa intenção, mas da forma como a mensagem é percebida na mentalidade do consumidor. As expectativas que o Grupo Volkswagen tem para com os seus parceiros comerciais no que respeita à prestação de serviços de publicidade e comunicação para o Grupo Volkswagen e as suas marcas estão especificadas nos Princípios de Comunicação e Publicidade do Grupo Volkswagen.

Segurança informática

Atualmente, está a surgir uma série de mudanças inevitáveis em resultado da digitalização, do número crescente de funções ligadas à Internet e da utilização de TI modernas para gerir processos comerciais, logísticos e técnicos na Internet. Estas mudanças têm de ser ativamente controladas para se ter êxito na concorrência global. Ao mesmo tempo, porém, a crescente digitalização também oferece aos cibercriminosos uma margem de manobra significativa para ataques e dá origem a novos riscos para a empresa e os seus clientes.

Qualidade e segurança dos produtos

Segurança automóvel

A indústria automóvel está a enfrentar novos desafios. Com a crescente digitalização, como a conectividade, a condução autónoma e a mobilidade



partilhada, a cadeia de valor está a mudar e oferece uma vasta gama de oportunidades para ciberataques.

A fim de proteger ainda melhor os veículos contra ciberataques e permitir atualizações de software seguras, a Volkswagen implementou um sistema de gestão da cibersegurança (CSMS).

O objetivo do CSMS é garantir e manter a cibersegurança automóvel ao longo de todo o ciclo de vida do produto de um veículo e específica, em termos de orientações e medidas de controlo, o modo como a cibersegurança automóvel deve ser estabelecida e mantida para garantir também a segurança contra o acesso não autorizado à eletrónica de bordo.

O Kraftfahrtbundesamt (KBA) confirmou a eficácia do CSMS com a respectiva certificação. Este facto foi precedido de uma auditoria em que a TÜV Nord verificou o novo regulamento 155 da UNECE.

Segurança funcional

Para além de assegurar a segurança dos sistemas electrónicos, a Volkswagen está também empenhada em garantir a sua segurança funcional. Por isso, a Volkswagen adotou a ISO 26262, uma norma global para a segurança funcional na indústria automóvel. Esta norma define os requisitos para a conceção, desenvolvimento e ensaio de sistemas automóveis.

A conformidade com a norma é documentada e sujeita a auditorias internas e externas regulares. Ao aderir à norma ISO 26262, garantimos que os nossos veículos são concebidos e construídos com uma abordagem sistemática à segurança.

Isto inclui a identificação de potenciais perigos, a avaliação dos riscos associados a esses perigos e a implementação de medidas de segurança adequadas para atenuar esses riscos. A segurança dos clientes é uma das principais prioridades da Volkswagen.

Ligação: <https://www.volkswagen-group.com>

Governança empresarial e instituições de financiamento

Na Alemanha, a governança empresarial e as instituições financeiras desempenham um papel vital na promoção e no avanço das práticas de responsabilidade social das empresas (RSE). Eis um resumo da forma como a RSE está integrada na governança empresarial e nas instituições financeiras na Alemanha:

Códigos de governo das sociedades: A Alemanha dispõe de um sistema bem estabelecido de códigos de governo das sociedades que fornecem diretrizes e recomendações às empresas para garantir práticas empresariais responsáveis e sustentáveis. O código mais proeminente é o Código Alemão de Governança Empresarial, que sublinha a importância da RSE e incentiva as empresas a integrarem preocupações sociais e ambientais nas suas estratégias empresariais.



Envolvimento dos acionistas: Os investidores institucionais e os acionistas na Alemanha consideram cada vez mais os fatores de RSE quando tomam decisões de investimento. As iniciativas de envolvimento dos accionistas e as orientações de voto por procuração incentivam os investidores a envolverem-se ativamente com as empresas em questões de RSE, como as alterações climáticas, as normas laborais e a ética empresarial. Este envolvimento ajuda a promover práticas responsáveis e responsabiliza as empresas pelo seu impacto social e ambiental.

Relatórios de sustentabilidade: Muitas empresas alemãs publicam voluntariamente relatórios de sustentabilidade que fornecem informações detalhadas sobre as suas atividades de RSE, objetivos e indicadores de desempenho. Estes relatórios seguem estruturas reconhecidas internacionalmente, tais como as directrizes da Global Reporting Initiative (GRI) ou o Código de Sustentabilidade, que foi desenvolvido especificamente para as empresas alemãs. Ao divulgarem os seus esforços de RSE, as empresas aumentam a transparência e permitem que as partes interessadas avaliem o seu desempenho em termos de sustentabilidade.

Instituições de financiamento: Os bancos e as instituições financeiras na Alemanha também desempenham um papel na promoção da RSE. Integram fatores ambientais, sociais e de governação (ESG) na sua avaliação de risco e nos critérios de concessão de empréstimos. Os bancos podem exigir que os mutuários cumpram determinadas normas de RSE, como o cumprimento da regulamentação ambiental ou a manutenção dos direitos laborais, antes de concederem financiamento. Além disso, as iniciativas de financiamento sustentável, como as obrigações verdes e o investimento de impacto, estão a ganhar força, permitindo às empresas angariar fundos especificamente para projetos ambiental e socialmente responsáveis.

Envolvimento das partes interessadas: A governação empresarial e as instituições financeiras na Alemanha reconhecem a importância de envolver as partes interessadas nos processos de tomada de decisão. Isto inclui a consulta de colaboradores, clientes, fornecedores e comunidades locais para compreender as suas preocupações e expectativas relativamente à RSE. São criadas plataformas de diálogo com as partes interessadas e comités de sustentabilidade para promover a colaboração e garantir que as diferentes perspectivas são consideradas nos processos de tomada de decisão.

Regulamentação e conformidade: A governação empresarial e as instituições financeiras alemãs aderem às leis e regulamentos nacionais que abrangem questões relacionadas com a RSE. Por exemplo, as empresas são obrigadas a cumprir as leis laborais, os regulamentos ambientais e a legislação anti-corrupção. Além disso, foram criadas iniciativas como o Comité de Finanças Sustentáveis para fornecer orientações e recomendações sobre a incorporação da sustentabilidade na regulamentação do sector financeiro.

De um modo geral, a RSE está integrada na governação empresarial e nas instituições financeiras na Alemanha através de códigos, envolvimento dos

acionistas, relatórios de sustentabilidade, práticas de financiamento, envolvimento das partes interessadas e cumprimento da regulamentação relevante. Estes esforços visam promover práticas empresariais responsáveis, aumentar a transparência e impulsionar o desenvolvimento sustentável no sector empresarial.

Organismos reguladores da RSE

Na Alemanha, existem vários organismos reguladores e instituições que supervisionam e promovem as práticas de responsabilidade social das empresas (RSE). Estes organismos fornecem orientações, estabelecem padrões e monitorizam o cumprimento dos regulamentos relacionados com a RSE. Eis alguns organismos reguladores importantes para a RSE:

Ministério Federal da Cooperação Económica e do Desenvolvimento (BMZ): O BMZ é responsável pela política de desenvolvimento internacional da Alemanha, que inclui a promoção do desenvolvimento sustentável, práticas empresariais responsáveis e RSE no contexto das cadeias de abastecimento globais. O ministério fornece orientação e apoia iniciativas destinadas a melhorar as práticas de RSE, particularmente em relação aos direitos humanos, normas laborais e proteção ambiental.

Código Alemão de Governação Empresarial (DCGK): Embora não seja um organismo regulador, o DCGK desempenha um papel significativo na promoção da RSE na governação empresarial. O código fornece diretrizes e recomendações para as práticas de governação empresarial na Alemanha, incluindo a transparência, a responsabilidade e o envolvimento das partes interessadas. Sublinha a importância da RSE e incentiva as empresas a integrarem preocupações sociais e ambientais nas suas estratégias de negócio.

Painel de Controlo da Informação Financeira (FREP): O FREP é um organismo independente que monitoriza e aplica a informação financeira na Alemanha. Embora o seu foco principal seja a informação financeira, também presta atenção à informação não financeira, incluindo as divulgações de RSE. A FREP assegura o cumprimento dos requisitos de informação, incluindo os relatórios de sustentabilidade, e toma medidas contra as empresas que não cumprem as normas de informação.

Código Alemão de Sustentabilidade (DNK): O DNK é um quadro de comunicação voluntário especificamente concebido para as empresas alemãs divulgarem o seu desempenho em matéria de sustentabilidade. Fornece diretrizes e indicadores para a elaboração de relatórios sobre aspectos ambientais, sociais e de governação. O DNK tem como objetivo aumentar a transparência e a comparabilidade dos relatórios de sustentabilidade e é apoiado por várias partes interessadas, incluindo organismos governamentais, empresas e organizações da sociedade civil.

Ministério Federal Alemão do Ambiente, da Proteção da Natureza e da Segurança Nuclear (BMU): O BMU é responsável pelas políticas e



regulamentos ambientais na Alemanha. Promove o desenvolvimento sustentável e apoia iniciativas relacionadas com a proteção ambiental e a eficiência dos recursos. O ministério desempenha um papel na definição das práticas de RSE, estabelecendo normas ambientais, regulando as emissões e promovendo práticas empresariais sustentáveis.

Serviço Federal para os Assuntos Económicos e o Controlo das Exportações (BAFA): O BAFA é uma autoridade dependente do Ministério Federal Alemão dos Assuntos Económicos e da Energia. Administra vários programas e iniciativas relacionados com a sustentabilidade e a eficiência energética. O BAFA fornece apoio e incentivos para que as empresas adotem práticas sustentáveis, incluindo esquemas de financiamento para investimentos em eficiência energética e projetos de energias renováveis.

Estes organismos reguladores, entre outros, contribuem para a promoção da RSE na Alemanha, fornecendo orientações, controlando o cumprimento e apoiando iniciativas que visam o desenvolvimento sustentável, práticas empresariais responsáveis e transparência. Enquanto alguns regulamentos são voluntários, outros podem ser juridicamente vinculativos, garantindo que as empresas aderem aos princípios da RSE e cumprem as suas responsabilidades sociais e ambientais.

Organizações da sociedade civil

Na Alemanha, as organizações da sociedade civil (OSC) desempenham um papel significativo na promoção e no avanço das iniciativas de responsabilidade social das empresas (RSE). Estas organizações colaboram com empresas, organismos governamentais e outras partes interessadas na defesa de práticas empresariais responsáveis e do desenvolvimento sustentável.

Eis algumas OSC notáveis na Alemanha que estão ativamente envolvidas na RSE:

Germanwatch: é uma organização sem fins lucrativos que se centra na equidade global e no desenvolvimento sustentável. Trabalha em várias questões, incluindo as alterações climáticas, a justiça comercial e a responsabilidade das empresas. A Germanwatch envolve-se com as empresas para promover práticas de RSE e responsabiliza-as pelos seus impactos ambientais e sociais.

Sítio Web: <https://germanwatch.org/>

Transparency International Germany: é um movimento global que trabalha contra a corrupção. A Transparency International Germany defende a transparência, a integridade e a governação responsável no sector empresarial. Promove medidas anti-corrupção e incentiva as empresas a adotarem práticas éticas e normas de transparência.

Sítio Web: <https://www.transparency.de/>



Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG): é uma associação sem fins lucrativos que promove o investimento sustentável e as finanças responsáveis. Fornece diretrizes e normas para produtos de investimento sustentável e colabora com instituições financeiras para integrar critérios ambientais, sociais e de governança (ESG) nas suas estratégias de investimento.

Sítio Web: <https://www.forum-ng.org/>

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Associação das Fundações Alemãs): A Associação das Fundações Alemãs representa mais de 4.000 fundações na Alemanha. Apoia e promove a filantropia e as iniciativas de RSE entre as fundações. A associação incentiva as fundações a envolverem-se ativamente em projetos de desenvolvimento sustentável e de impacto social.

Sítio Web: <https://www.stiftungen.org/>

Verbraucherzentrale Bundesverband (Federação das Organizações Alemãs de Consumidores): A Federação das Organizações de Consumidores Alemãs representa os interesses dos consumidores na Alemanha. Defende práticas empresariais responsáveis e os direitos dos consumidores. A organização promove a consciencialização sobre questões de RSE e envolve-se com as empresas para garantir um tratamento justo e ético dos consumidores.

Sítio Web: <https://www.vzbv.de/>

Estes são apenas alguns exemplos de organizações da sociedade civil na Alemanha que promovem ativamente a RSE e contribuem para o desenvolvimento sustentável. Existem muitas outras organizações e redes a nível local, regional e nacional que trabalham para objetivos semelhantes.

Media

Os meios de comunicação social desempenham um papel importante na formação da opinião pública e na influência das práticas de responsabilidade social das empresas (RSE) na Alemanha. Por exemplo:

Sensibilização e informação: Os meios de comunicação social, incluindo os jornais, a televisão, a rádio e as plataformas em linha, contribuem para aumentar a sensibilização para as questões e iniciativas de RSE. Informam sobre preocupações ambientais e sociais, má conduta empresarial e práticas empresariais responsáveis, informando assim o público e criando um sentimento de urgência para que as empresas abordem estas questões.

Exposição e responsabilização: A cobertura mediática pode expor comportamentos empresariais pouco éticos ou irresponsáveis, pressionando as empresas a melhorar as suas práticas de RSE. A atenção negativa dos media pode prejudicar a reputação de uma empresa e levar a consequências financeiras e legais. Consequentemente, é mais provável que as empresas se envolvam proativamente na RSE para manter uma imagem positiva e evitar o escrutínio público.



Advocacia e campanhas: Os meios de comunicação social actuam muitas vezes como defensores das causas da RSE, informando sobre questões sociais e ambientais e apoiando campanhas de mudança. Proporcionam plataformas para as partes interessadas, incluindo OSC e peritos, expressarem as suas opiniões e promoverem práticas empresariais responsáveis. As campanhas nos meios de comunicação social podem mobilizar o apoio do público e incentivar as empresas a adotarem abordagens mais sustentáveis e éticas.

Relatórios e transparência: Os meios de comunicação social desempenham um papel importante na responsabilização das empresas, exigindo transparência e relatórios sobre o seu desempenho em termos de RSE. Podem investigar e publicar artigos, entrevistas e documentários sobre os impactos ambientais das empresas, as condições de trabalho, as práticas da cadeia de fornecimento e o envolvimento da comunidade. Esta informação incentiva as empresas a serem mais transparentes e a melhorarem as suas práticas de informação e divulgação da RSE.

Opinião pública e comportamento dos consumidores: A cobertura mediática pode moldar a opinião pública sobre questões de RSE, influenciando o comportamento e as preferências dos consumidores. Os consumidores têm cada vez mais em conta as práticas de RSE de uma empresa quando tomam decisões de compra. Uma cobertura mediática positiva de empresas responsáveis pode melhorar a sua reputação e atrair consumidores socialmente conscientes, enquanto uma cobertura negativa pode levar a boicotes ou à diminuição das vendas.

Diálogos e debates: As plataformas dos media proporcionam espaços para diálogos e debates sobre temas relacionados com a RSE. Organizam painéis de discussão, entrevistas e artigos de opinião que reúnem várias partes interessadas, incluindo líderes empresariais, especialistas, OSC e decisores políticos, para discutir e trocar ideias sobre os desafios e oportunidades da RSE. Estes debates podem fomentar a colaboração e incentivar as empresas a adotarem práticas mais sustentáveis.

Globalmente, a influência dos meios de comunicação social na RSE na Alemanha é significativa. Através da sua informação, defesa, responsabilização e formação da opinião pública, os meios de comunicação social desempenham um papel crucial na promoção de práticas empresariais responsáveis, no incentivo à transparência e na mudança positiva do comportamento das empresas.

Vários meios de comunicação social desempenham um papel importante no desenvolvimento e na sensibilização para a importância da Criação de Valor Partilhado (CSV), embora a sua importância e influência variem.

Os meios de comunicação social, tais como **jornais, revistas, blogues de negócios e estações de televisão** dedicadas a notícias de negócios, desempenham um papel central na divulgação da CSV. Ao publicarem artigos, análises e entrevistas, podem informar as empresas, os empresários e o público em geral sobre os benefícios e os princípios da CSV.



É importante notar que **as empresas publicam regularmente relatórios de sustentabilidade e corporativos** que detalham as suas iniciativas, ações e resultados de CSV. Estes relatórios são muitas vezes publicados online e podem ser uma fonte importante de informação para as partes interessadas e para os meios de comunicação social, de modo a obterem informações sobre as práticas de CSV de uma empresa.

Além disso, **as redes sociais** estão a desempenhar um papel cada vez mais importante na divulgação de informações sobre a CSV através de plataformas como o Facebook®, Twitter®, LinkedIn® e Instagram. Através dos canais das redes sociais, as empresas e organizações podem partilhar as suas iniciativas de CSV diretamente com os seus públicos, divulgando informação e criando uma consciência e atenção específicas. Os influenciadores e líderes de opinião podem informar sobre a CSV e estimular o debate.

As publicações académicas e a investigação em revistas académicas e publicações científicas contribuem para o desenvolvimento do conhecimento e da compreensão da CSV. Os trabalhos de investigação e os estudos podem fornecer novas perspectivas e promover o debate sobre a eficácia das práticas de CSV.

As organizações não governamentais e as organizações da sociedade civil que trabalham com questões sociais e ambientais desempenham um papel importante na promoção da CSV. Podem sensibilizar para a CSV através de campanhas, eventos, relatórios e advocacia, testar a veracidade e agir de forma regulamentar para incentivar as empresas a adotarem iniciativas empresariais responsáveis.

II. Eslovénia

Eis algumas boas práticas de RSE na Eslovénia:

Krka PLC: A Krka, uma empresa farmacêutica eslovena líder de mercado, é conhecida pelo seu forte empenho na responsabilidade social das empresas (RSE) e na criação de valor partilhado. Mantém os mais elevados padrões éticos nas suas operações comerciais. A empresa assegura a transparência, a integridade e o cumprimento dos requisitos legais e regulamentares. A Krka dá prioridade à sustentabilidade ambiental e à eficiência dos recursos. A empresa implementou numerosas medidas para reduzir o seu impacto ambiental, tais como o investimento em tecnologias de eficiência energética, a otimização do consumo de água e a gestão responsável dos resíduos e das emissões. A Krka reconhece a importância dos seus colaboradores e investe no seu bem-estar e desenvolvimento profissional. A empresa proporciona um ambiente de trabalho seguro e inclusivo, oferece programas de formação e desenvolvimento e promove o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal.

Lek PLC: A Lek está empenhada em melhorar o acesso a cuidados de saúde de qualidade na Eslovénia e não só. A empresa trabalha em estreita colaboração com profissionais de saúde, organizações de doentes e decisores políticos para desenvolver medicamentos inovadores e económicos que respondam a



necessidades médicas não satisfeitas. A empresa cumpre rigorosas normas de qualidade e requisitos regulamentares ao longo de todo o processo de desenvolvimento e fabrico de medicamentos. A Lek envolve-se ativamente com as comunidades locais e apoia iniciativas sociais. A empresa participa em programas de desenvolvimento comunitário, patrocina iniciativas educativas e colabora com organizações sem fins lucrativos para enfrentar os desafios sociais. A empresa esforça-se por ter um impacto positivo nos doentes, nos funcionários, nas comunidades e no ambiente, mantendo operações comerciais sustentáveis e responsáveis na Eslovénia e a nível mundial.

Akrapovič PLC: A Akrapovič atribui grande importância às práticas de fabrico sustentáveis. A empresa investe continuamente em tecnologias e processos que minimizem o seu impacto ambiental. A Akrapovič foca-se na eficiência energética, na redução de resíduos e na gestão responsável de recursos ao longo do seu ciclo de produção. Trabalha ativamente para minimizar a sua pegada de carbono e o seu impacto ambiental. A empresa procura soluções inovadoras para reduzir as emissões, conservar energia e implementar iniciativas ecológicas. Dá prioridade ao fornecimento de materiais sustentáveis e apoia programas de reciclagem e gestão de resíduos. A Akrapovič colabora com várias partes interessadas, incluindo fornecedores, clientes e instituições académicas. Através destas parcerias, a empresa promove a inovação, a troca de conhecimentos e as práticas sustentáveis.

Alples PLC: A Alples, um importante fabricante de mobiliário esloveno, dedica-se a promover a responsabilidade social das empresas (RSE) e a criar valor partilhado. A empresa implementa várias iniciativas para contribuir para o bem-estar social e a sustentabilidade. A Alples centra-se em práticas de fabrico responsáveis, dando prioridade à utilização de materiais sustentáveis, otimizando a eficiência energética nos processos de produção e reduzindo os resíduos. Além disso, a Alples está ativamente envolvida no desenvolvimento da comunidade, apoiando projetos locais e estabelecendo parcerias com organizações sem fins lucrativos para enfrentar os desafios sociais.

Javno podjetje Ljubljanski potniški promet, empresa pública: A LPP trabalha ativamente em prol de soluções de mobilidade sustentável, fornecendo serviços de transportes públicos eficientes e amigos do ambiente. A empresa investe numa frota moderna de autocarros e eléctricos, incorporando tecnologias que reduzem as emissões e melhoram a eficiência energética. A LPP também se concentra na acessibilidade, assegurando que os seus serviços são inclusivos e estão disponíveis para todos os membros da comunidade. Adicionalmente, a LPP envolve-se na comunidade, colaborando com organizações locais e iniciativas que promovem o bem-estar social, a educação e o desenvolvimento cultural. Ao dar prioridade às práticas sustentáveis, à acessibilidade e ao envolvimento da comunidade, a LPP não só melhora a qualidade dos serviços de transporte como também contribui para o bem-estar e a habitabilidade de Liubliana, criando valor partilhado tanto para a empresa como para a comunidade que serve.



Na Eslovénia, há várias empresas que servem de exemplo de boas práticas no domínio das empresas responsáveis. Algumas destas empresas receberam certificados e reconhecimentos Horus, que são prémios nacionais para empresas sustentáveis. Eis alguns exemplos:

Telekom Slovenije: A Telekom Slovenije é a principal empresa de telecomunicações da Eslovénia. Recebeu o certificado Horus de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável. A empresa centra-se em soluções inovadoras que contribuem para o desenvolvimento de uma sociedade digital. A Telekom Slovenije trabalha para reduzir a sua pegada de carbono, promover o desenvolvimento de competências digitais e apoiar projetos e eventos locais.

Lidl Slovenija: A Lidl Slovenija é uma cadeia de supermercados de desconto que está empenhada em práticas empresariais responsáveis. A empresa recebeu o certificado Horus de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável. A Lidl Slovenija esforça-se por reduzir o seu impacto ambiental, promove o abastecimento local e apoia numerosos projetos de caridade e sustentáveis.

Estes exemplos representam apenas algumas empresas na Eslovénia que receberam certificados e reconhecimentos Horus e que se dedicam a práticas empresariais responsáveis e ao desenvolvimento sustentável. Existem muitas outras empresas no país que perseguem objetivos semelhantes e servem de exemplo de boas práticas.

Adria Home Ltd: A Adria Home Črnomelj fabrica e vende casas móveis e tendas de *glamping* de alta qualidade. A empresa produz produtos inovadores que tornam a vida ao ar livre confortável e segura. Isto é conseguido, entre outras coisas, através de uma série de atividades de fabrico, design, marketing e serviços que garantem um ambiente de trabalho saudável e um design de alta tecnologia, e cuidam da natureza através da utilização de matérias-primas amigas do ambiente.

Receberam o prémio Red Dot Best of the Best de 2022 pela gama de casas móveis XLine. Preocupam-se com o bem-estar e o desenvolvimento dos seus funcionários e desenvolvem e criam produtos através da filosofia "Mais perto da natureza" e, em última análise, mais perto das pessoas. A organização está totalmente certificada como uma Empresa Amiga da Família.

Comark Ltd: A Comark é uma empresa familiar bem estabelecida, especializada em transportes e embalagens. Alguns dos pontos fortes da empresa no domínio da responsabilidade social das empresas incluem: Sustentabilidade ambiental: A Comark está empenhada em reduzir o seu impacto no ambiente. A Comark envolve-se ativamente com as comunidades locais em que opera. Patrocina e apoia projetos locais, instituições de caridade e contribui para o desenvolvimento da comunidade. Ao fazê-lo, constroem relações fortes com a comunidade e contribuem para o seu progresso. A Comark incentiva a inovação nos seus serviços e processos para melhorar a eficiência das operações logísticas, reduzindo simultaneamente os impactos ambientais negativos. Ao fazê-lo, criam benefícios sociais e adaptam-se às necessidades do mercado em rápida evolução.



Smithers-Oasis Adria Ltd: A Smithers-Oasis Adria produz esponjas de floricultura para arranjos de flores frescas e secas, bem como esponjas para subplantação. A marca OASIS® é atualmente a marca mais reconhecida na indústria da floricultura a nível mundial. Uma rede de empresas em todo o mundo permite-lhe oferecer produtos e serviços adequados a todos os mercados, independentemente das diferentes culturas e costumes. Todas as empresas locais partilham o mesmo objetivo - oferecer produtos, soluções, educação e técnicas e inspiração a floristas e designers através de parcerias e colaborações a longo prazo. Ao fazê-lo, preocupam-se com o ambiente e com o desenvolvimento dos seus empregados.

Dom starejših občanov Črnomelj (DSO Črnomelj): O Lar de Idosos de Črnomelj é uma instituição pública criada pelo Governo da República da Eslovénia para prestar serviços sociais e de saúde a pessoas idosas e jovens que não podem trabalhar e precisam de assistência no desempenho das funções da vida e que vivem na área onde o Lar está localizado. Além disso, as atividades do lar incluem a preparação do ambiente para a velhice e a prestação de serviços de ajuda ao domicílio, bem como todos os outros serviços destinados às necessidades e desejos dos idosos e à coexistência intergeracional. A organização está totalmente certificada como Empresa Amiga da Família e Empresa Amiga da Saúde. Ao longo dos anos, a DSO tem vindo a expandir e a melhorar a sua rede de intervenientes, como "Base de Aprendizagem", participa na reabilitação profissional, coopera com o Conselho de Reinserção Social, participa regularmente em projetos a nível local e nacional. A instituição é um empregador certificado como socialmente responsável.

III. Turquia

A RSE tem um efeito na transformação social através de atividades como a benevolência, o patrocínio e as campanhas e de temas como a educação, a saúde, a cultura e a arte, o desporto, o ambiente e o empreendedorismo social, que têm sido tentados para traçar um quadro amplo e dinâmico da abordagem da RSE na Turquia. Por exemplo:

Eczacıbaşı - İpek Kağıt De acordo com o Ministério da Saúde turco, durante a última década, cerca de 589 000 pessoas na Turquia foram sujeitas a doenças causadas por excreções que poderiam ter sido evitadas através da utilização de papel higiénico e de métodos correctos de higiene pessoal. Por outro lado, o consumo médio anual de papel higiénico per capita na Turquia é de 580 gramas, cerca de 8% da média europeia de 6,9 kg. Neste contexto, o Ipek Kağıt organizou cursos de higiene pessoal para crianças com idades compreendidas entre os 7 e os 11 anos nos últimos 6 anos para quase 4,3 milhões de alunos. A missão do Projeto Solo de Educação para a Higiene Pessoal nas Escolas Primárias visava contribuir para a obtenção de uma melhor saúde e de padrões de vida mais elevados, ensinando aos alunos das escolas primárias de todo o país os fundamentos da higiene pessoal. Para além de melhorar a saúde, o aumento da



sensibilização e do conhecimento dos princípios de higiene deverá levar ao aumento do consumo de papel higiénico na Turquia, contribuindo assim para a sustentabilidade a longo prazo da Ipek Kağıt, líder de mercado. Desta forma, o projeto proporciona benefícios mútuos para todas as partes, fazendo com que o desenvolvimento social seja um caso de negócio.

Sunjut (Drawn from Desktop Research) A Sunjut é uma fábrica de têxteis situada em Istambul, na Turquia, que produz principalmente têxteis técnicos desde 1968. Para reforçar a sua posição no mercado nacional e internacional, a direção decidiu produzir uma parte da sua energia elétrica através da energia eólica. O projeto de turbina eólica na SUNJUT foi premiado pela EUROSOLAR na categoria de "Proprietário de uma instalação que utiliza energias renováveis" por ser a primeira energia eólica privada instalada para utilização numa empresa industrial. A energia eólica de 1,2 MW instalada fornece a maior parte das necessidades de energia da unidade de produção. Uma vez que se trata do primeiro parque eólico construído numa zona fabril, a Sunjut desempenhou um papel fundamental na resolução dos múltiplos obstáculos burocráticos. Para outras empresas que queiram seguir este caminho, a realização tornou-se agora menos difícil.

Aygaz A empresa estabelecida no âmbito da Koç Holding opera no sector da energia, principalmente na produção e distribuição de GPL, com cerca de 1400 trabalhadores e 500 trabalhadores. A Aygaz define-se como sendo a empresa mais próxima da sociedade, em conformidade com a estratégia empresarial do Grupo Koç. O conceito de atividades de RSE também evolui em torno do mesmo conceito e as preocupações são principalmente classificadas como educação, saúde, cultura e artes. A Aygaz gere a sua comunicação com as partes interessadas principalmente com a ajuda da sua rede de concessionários em toda a Turquia. Recebe opiniões e feedbacks das comunidades e dos retalhistas. Existe também um centro de atendimento telefónico onde as pessoas podem partilhar as suas opiniões e queixas sobre os produtos ou as atividades da Aygaz numa determinada província. A Aygaz também vê as crianças como uma parte interessada, na medida em que serão os futuros clientes que precisam de estar bem informados. Com isso em mente, a Campanha "Criança Cautelosa" de 2002 tem como objetivo informar e educar os alunos do ensino básico sobre incêndios, terremotos, trânsito, primeiros socorros e acidentes domésticos e escolares. As campanhas "Ateşböceği Learning Units Project" e "Aygaz Alerts for Indoor Accidents" são outros projetos de RSE que a Aygaz tem vindo a implementar para promover a sensibilização. Os relatórios financeiros da Aygaz, juntamente com os relatórios de RSE, são totalmente divulgados ao público. Além disso, o impacto de todos os projetos da Aygaz é avaliado por universidades de renome e estão a ser elaborados relatórios de avaliação de retorno. A Aygaz leva muito a sério a necessidade de medir os efeitos e os resultados dos seus projetos.

Os fatores impulsionadores da RSE no contexto nacional podem ser classificados por diferentes grupos de intervenientes. Por este motivo, a secção seguinte tenta

analisar os possíveis motores e as suas capacidades de RSE na Turquia. Os possíveis fatores são os seguintes:

1. Governança empresarial e instituições de financiamento
2. Empresas Multinacionais
3. Organismos reguladores da RSE: Governo - Tratados Internacionais Reconhecidos
4. Organizações da sociedade civil
5. Meios de comunicação

Governança empresarial e instituições de financiamento: A propriedade das empresas turcas é altamente concentrada, sendo as famílias ou indivíduos o acionista dominante. Demirağ e Serter (2003) indicaram que as empresas turcas não têm a estrutura de accionistas ilimitados, mas sim de acionistas limitados, que são dominados por membros da família. Por conseguinte, os motores da RSE no ambiente empresarial anglo-saxónico, como os investidores institucionais ou o ativismo dos investidores, não são válidos na Turquia. Outros motores da RSE na Europa Continental, como os bancos, também não são válidos no ambiente empresarial turco, porque a maioria dos bancos privados locais estão sob o controlo das mesmas empresas ricas (Demirağ e Serter, 2003). Por conseguinte, as operações destes bancos estão concentradas nas empresas da família.

Name of the Group	Name of the Bank
Koç Group	Yapı Kredi Bank
Sabancı Group	Akbank
Doğuş Group	Garanti Bank
Zorlu Group	Sold its shares to Dexia – Previously Denizbank
Doğan Group	Sold its shares to Fortis – Previously Disbank

Empresas multinacionais: As multinacionais têm mais influência na agenda da RSE na Turquia do que qualquer outro fator, como as agências e regulamentos governamentais, a estrutura de governança empresarial ou a cultura. As multinacionais têm, na sua maioria, estratégias de RSE que abrangem todo o grupo, uma vez que fatores como as estruturas de governança empresarial, os investidores e as ONG estão a exercer mais pressão sobre as multinacionais. Por conseguinte, com um maior controlo sobre elas, as práticas de RSE, bem como as experiências, são frequentemente mais avançadas e mais profundamente integradas na atividade principal. Com a adoção de novas práticas e o desenvolvimento de estratégias de parceria com as partes interessadas e de empresas comuns com os habitantes locais, iniciou-se uma transferência de práticas de RSE para os parceiros locais. As atividades relacionadas com a educação e a saúde das crianças, o voluntariado, o patrocínio de atividades de ONG e as parcerias com agências governamentais podem ser consideradas as principais atividades de RSE das empresas multinacionais na Turquia. Estas



atividades visam apoiar o nome da marca e a reputação da empresa, ao mesmo tempo que facilitam e contribuem para o desenvolvimento da sociedade. No entanto, algumas delas mantiveram-se apenas ao nível dos patrocínios diretos ou foram apoiadas por consultores de relações públicas e não por qualquer parte dos grupos de interessados. As principais práticas de RSE são acompanhadas pela pressão dos compradores internacionais no que respeita às normas ambientais e sociais. A pressão é especialmente elevada no sector têxtil, quando questões como o trabalho infantil e as "fábricas de exploração" nos países em desenvolvimento receberam mais atenção. Tem havido uma grande sensibilização no sector, tanto do lado dos compradores como das organizações internacionais e ONG locais. Neste sentido, os esforços da iniciativa conjunta para melhorar as condições e o cumprimento dos direitos laborais dos trabalhadores do sector do vestuário e das suas famílias num determinado número de fábricas de vestuário turcas é uma atividade importante. Para além destas acções de voluntariado, o quadro jurídico dos organismos internacionais também tem sido um importante motor da RSE. A Diretiva relativa à restrição do uso de substâncias perigosas (RoHS) 2002/95/CE restringe a utilização de seis materiais perigosos no fabrico de vários tipos de equipamento eletrónico e eléctrico. Está estreitamente ligada à Diretiva relativa aos resíduos de equipamentos eléctricos e electrónicos (REEE) 2002/96/CE, que estabelece objetivos de recolha, reciclagem e valorização para os produtos eléctricos e faz parte de uma iniciativa legislativa para resolver o problema das enormes quantidades de resíduos electrónicos tóxicos. As exportações de produtos de linha branca da Turquia têm de seguir esta diretiva, uma vez que são também intervenientes importantes que exportam para os mercados europeus através do fabricante de equipamento original, bem como com as suas próprias marcas. Este caso exemplifica claramente a importância da pressão exercida pelos compradores internacionais. Assim, as multinacionais desempenham um papel importante tanto na criação de oportunidades como no controlo das questões de RSE na Turquia.

Organismos reguladores da RSE: Governo - Tratados Internacionais Reconhecidos: Na discussão sobre a implementação da RSE, o quadro voluntário versus o quadro regulamentar tem sido um tema de debate importante que gera uma discussão frutuosa. Para identificar os elementos de discussão no contexto turco, foi efectuada uma pesquisa de verbos no jornal oficial e no sítio Web da Grande Assembleia Nacional Turca (TGNA). Os resultados indicam que não existe nenhuma lei que contenha as traduções turcas de Responsabilidade Social das Empresas, "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" ou "Şirketlerin Sosyal Sorumluluğu". Embora não exista uma lei específica sobre RSE na Turquia, há questões que encontraram espaço em duas fontes. A primeira fonte são as leis nacionais relacionadas com a RSE. Odaman (2004) afirma que a constituição 172 confirma a lei de protecção dos consumidores número 4077 e a lei laboral número 4587 obriga as empresas a empregar pessoas com deficiência, o que representa uma discriminação positiva. As outras são as seguintes: 1. Lei n.º 4734 relativa aos contratos públicos 2. Lei n.º 2872 relativa ao ambiente 3. Lei da União n.º 2821 4. Declaração de riqueza, para combater a corrupção e o



suborno Lei n.º 3628 5. Lei bancária n.º 5411 6. Lei das energias renováveis n.º 5346 A Lei n.º 4077 rege a proteção dos consumidores na Turquia. Embora a lei não inclua qualquer disposição diretamente relacionada com a responsabilidade social das empresas, algumas disposições facilitam os procedimentos para os consumidores serem compensados pelas perdas que tiveram de suportar devido à aquisição de bens e serviços defeituosos. A lei prevê a criação de tribunais de consumo, onde os consumidores podem intentar acções contra qualquer empresa por venda de bens ou prestação de serviços defeituosos, sem quaisquer encargos ou taxas. A lei também prevê o encerramento de produtores de bens e prestadores de serviços se os seus bens e/ou serviços forem considerados defeituosos. A lei prevê igualmente a indemnização dos consumidores. Na Lei dos Contratos Públicos n.º 4734, de 22 de janeiro de 2002, seguida de sete alterações, afirma-se claramente que as empresas com dívidas fiscais e de prémios sociais comprovadas não podem participar em nenhum dos concursos públicos. Além disso, na Lei n.º 4735 relativa aos contratos públicos, de 22 de janeiro de 2002, seguida de uma alteração, afirma-se que é da responsabilidade do contratante (a empresa) tomar todas as precauções para garantir a segurança de terceiros durante o fornecimento da mercadoria à administração pública em causa. Declaração de riqueza, luta contra o suborno e a corrupção A Lei n.º 3628 visa dispor de um instrumento de apoio para lutar contra o suborno e a corrupção, obrigando os indivíduos relacionados com o trabalho público - incluindo os proprietários de meios de comunicação social e os presidentes de organizações cujas atividades são consideradas benéficas para o público - a apresentarem as suas listas de bens e propriedades. A Lei bancária n.º 5411, de 1 de novembro de 2005, inclui disposições relativas aos princípios de gestão das empresas. Estes princípios dizem respeito, sobretudo, à gestão dos bancos e à constituição de órgãos relevantes. No entanto, a lei refere-se ao Conselho do Mercado de Capitais e determina que os princípios de gestão empresarial devem ser definidos em cooperação com o Conselho.

Organizações da sociedade civil: Os exemplos do Greenpeace contra a Shell no caso Brent Spar, do grupo Baby Milk Action contra a Nestlé e da Amnistia Internacional contra a Blood Diamonds mostram que as organizações da sociedade civil (OSC) são grandes grupos de pressão para que as empresas sejam socialmente responsáveis a nível internacional. O sistema jurídico turco define dois tipos de OSC, as associações e as fundações, que estão sob a autoridade de dois organismos institucionais. De acordo com os dados do Departamento de Associações, existem cerca de 75.000 ONG activas na Turquia e as fundações não estão incluídas nestes números. Todas as OSC (fundações e associações) empreenderam muitas iniciativas para reforçar as suas próprias capacidades em matéria de competências administrativas, jurídicas e financeiras. São elas a Associação de RSE da Turquia e o Conselho Empresarial Turco para o Desenvolvimento Sustentável. Todas as outras fundações têm o tema da RSE/sustentabilidade como um tópico subordinado na sua agenda. A Associação Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável representa a Turquia a nível internacional como membro do Conselho Empresarial Mundial para o



Desenvolvimento Sustentável (WBCSD). A Associação Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável presta grande atenção às suas relações com as organizações oficiais e as administrações locais na comunicação e adoção da abordagem do Desenvolvimento Sustentável numa base individual e social. A este respeito, a associação apoia todas as atividades das organizações oficiais e das administrações locais relacionadas com a questão e tomará iniciativas para aumentar o papel de liderança do governo. A Associação RSE na Turquia foi criada em 2005 com a missão de criar ferramentas, recursos e metodologias para que as empresas se comportem de forma socialmente responsável em questões sociais, económicas e ambientais, de modo a que as empresas possam ter um impacto positivo no desenvolvimento da sociedade. As suas atividades envolvem investigação, conferências e promoção da RSE. Existem muitas outras ONG que trabalham efetivamente nas áreas relacionadas com a RSE. Algumas das mais influentes são as seguintes: A Associação de Governança Empresarial da Turquia (TKYD) é uma ONG no domínio da Governança Empresarial. A sua missão é estabelecer, desenvolver e apoiar as melhores práticas de governança empresarial na Turquia, tanto em instituições privadas como públicas. A TKYD lidera iniciativas de governança empresarial na Turquia através da promoção da cultura e do apoio à implementação das melhores práticas e tem 350 membros que representam as empresas. O programa de formação "Effective Governance in Boardrooms" visa promover a boa governação entre as empresas turcas. Além disso, a TKYD fornece às empresas turcas dados de investigação valiosos e guias úteis para a implementação eficaz da boa governação. O projeto de investigação "Corporate Governance Map of Turkey" foi concluído em 2005 em cooperação com o Boston Consulting Group. Os princípios revistos de governação empresarial da OCDE e o futuro estudo sobre governação realizado com a Universidade de Istambul Bilgi são outras das publicações do TKYD.

A missão do TEDMER (Centro de Valores Éticos da Turquia) é desenvolver projetos em instituições e melhorar as relações entre instituições, independentemente do sector, oferecer apoio e serviços a instituições e organizações, definir códigos éticos empresariais e criar referências e normas. Em consonância com estes trabalhos, a missão do TEDMER é contribuir para a vida económica, cultural e social na Turquia, fazendo com que a qualidade de vida social atinja os padrões dos países desenvolvidos. Algumas das atividades envolvem a realização de investigação na área da ética em todos os sectores, o lançamento de um "Barómetro da Ética", uma ferramenta de investigação para monitorizar e medir a consciência ética e as melhorias no sector privado numa base trimestral, a recolha de dados sobre áreas problemáticas e questões críticas relativas à tomada de decisões éticas e a sua partilha com o público, a oferta de "Programas de Ética", centrados em sectores pré-selecionados, tanto para as pequenas e médias empresas como para as grandes empresas na Turquia, organizando anualmente uma "Cimeira da Ética", atribuindo prémios de "Conduta Ética" aos principais decisores no âmbito da "Cimeira da Ética", realizando semestralmente "Programas de Formação em Ética" para funcionários, consultores e formadores em ética. As seguintes organizações não se dedicam à



RSE, mas são actores importantes na promoção das questões de RSE. A Fundação de Voluntários do Sector Privado (OSGD) é outra organização que desenvolve atividades relacionadas com a RSE. Foi criada em julho de 2002 para promover o voluntariado no mundo empresarial da Turquia, criando uma relação dinâmica entre a sociedade e o sector privado. Os seus projetos podem ser classificados como atividades de envolvimento da comunidade no âmbito da RSE. A sua principal atividade consiste em estabelecer a ligação entre as empresas e as ONG. A missão da TÜSEV (Fundação do Terceiro Sector da Turquia) é reforçar a infraestrutura jurídica, fiscal e operacional do terceiro sector na Turquia e a fundação gere programas e projetos com uma combinação de financiamento proveniente de rendimentos de dotações, financiamento anual de parceiros de redes locais (fundações e associações turcas) e parceiros internacionais. A comunicação intersectorial (para facilitar as parcerias ONG-governo e ONG-sector privado) é um dos objetivos da TUSEV. Em 6 de julho de 2004, a TUSEV, com o apoio da Charities Aid Foundation, e em parceria com o Corporate Volunteer Council, organizou uma conferência para representantes do sector privado sobre Investimento Comunitário Empresarial. Este é um exemplo único que mostra que a RSE é apenas uma parte das atividades que as ONG desenvolvem. Não existe uma definição, linguagem e conhecimentos comuns sobre RSE, o que afeta as práticas de RSE. A Sociedade Turca para a Qualidade (KalDer) tem como missão motivar e preparar um ambiente adequado para todas as organizações públicas, privadas ou sem fins lucrativos, no qual estas organizações possam atingir um nível de qualidade de classe mundial e aumentar a sua competitividade. Como o ciclo de gestão da qualidade envolve a RSE, espera-se que a Sociedade Turca para a Qualidade esteja disposta a trabalhar connosco. Entretanto, é de notar que o conceito de RSE tem sido discutido nas suas Conferências Nacionais de Qualidade nos últimos dois anos. A atividade mais importante da KalDer é a organização do Congresso Nacional da Qualidade, que se centra na qualidade e nas tendências da gestão. A criação da KalDer foi fortemente apoiada pela TÜSİAD (Associação Turca de Industriais e Empresários) que se dedicou ao desenvolvimento da Turquia. A TÜSİAD é uma associação voluntária não governamental composta por membros individuais e estruturada em conformidade com a lei turca sobre associações. Em outubro de 2005, contava com 541 membros. Os seus membros geraram 47,2% das exportações turcas e 18,2% das importações turcas de bens e serviços. Além disso, o volume de exportações e importações geradas pelos membros da TÜSİAD é de 13 mil milhões de dólares e 9,9 mil milhões de dólares, respetivamente. A TÜSİAD considera a RSE um tema importante para a Turquia, sobre o qual tem relatórios [Handbook on Business Ethics (1992)].

A União das Câmaras e Bolsas de Mercadorias da Turquia (TOBB) é a mais alta entidade jurídica na Turquia que representa o sector privado e tem 364 membros sob a forma de câmaras locais de comércio, indústria, comércio e indústria, comércio marítimo e bolsas de mercadorias. O TOBB tem por objetivo, paralelamente aos desenvolvimentos no resto do mundo e na sua qualidade de representante ao mais alto nível do sector privado turco, assegurar a unidade e a



solidariedade entre as câmaras e as bolsas de mercadorias, reforçar o desenvolvimento das profissões em conformidade com o interesse geral, facilitar o trabalho profissional dos membros, promover a honestidade e a confiança nas relações dos membros entre si e com o público em geral e preservar a disciplina e a ética profissionais. O TOBB organizou eventos no âmbito da campanha de informação sobre a RSE para as PME (Pequenas e Médias Empresas) em 2005, com o apoio do Diretório de Comércio e Indústria da Comissão Europeia.

Estas organizações conseguiram criar uma melhor atmosfera para o desenvolvimento da RSE. Ararat (2003) afirmou que "Depois de ter sofrido 3 golpes de estado militares em 20 anos, a Turquia foi privada de iniciativas fortes da sociedade civil e muitas das ONG existentes estão a servir como clubes sociais em vez de cumprirem o seu papel de agentes de desenvolvimento da sociedade", o que criou um espaço para o desenvolvimento das ONG, que ainda é lento e inadequado na Turquia.

Meios de comunicação social : Em muitos países, os meios de comunicação social podem ser um forte motor de sensibilização do público para comportamentos incorretos, formando assim a opinião pública. Na Turquia, a crescente monopolização tem suscitado críticas à independência da imprensa, uma vez que alguns grandes grupos de comunicação social dominam a imprensa, a rádio, a Internet e, sobretudo, a televisão. Além disso, alguns grupos de meios de comunicação social estão também envolvidos noutros sectores económicos, não tendo assim um incentivo para criticar as empresas. Durante a investigação documental, a NET efectuou uma pequena análise dos meios de comunicação social. Para o efeito, foram pesquisadas as palavras-chave "Responsabilidade Social" e todas as notícias que abrangiam as palavras-chave para os anos 2005-2006 foram reunidas numa base de dados. As notícias/colunas incluídas na análise foram obtidas através da base de dados de monitorização dos meios de comunicação social Mediaprof7 da PRNet Inc.

O quadro 1 apresenta o número acumulado de notícias/colunas nos 5 jornais seleccionados e o número total de notícias/colunas no período de 2 anos. O número de notícias/artigos que contêm as palavras-chave "Responsabilidade Social" é de 751 no âmbito do limite dos 5 jornais.



Table 1 The Number of Social Responsibility News by Selected Newspaper by Years 2005 and 2006

Newspaper	Years		Ranking acc.to news #
	2005	2006	
Dünya	105	162	267
Hürriyet	55	110	165
Sabah	60	54	114
Zaman	56	52	108
Cumhuriyet	41	56	97
TOPLAM	317	434	751

Quando se analisa a distribuição das notícias/colunas por anos, o jornal que lidera a publicação de notícias/colunas sobre questões de responsabilidade social é o Dünya em 2005 e 2006, com 105 e 162. O Dünya é seguido pelo Hürriyet (165 notícias), Sabah (114 notícias), Zaman (108 notícias) e Cumhuriyet (97 notícias). Estes resultados mostraram que o jornal Dünya, que tem conteúdos sobre o mundo dos negócios na Turquia, está no topo da lista de notícias/artigos sobre RSE. No Hürriyet, registou-se um aumento significativo do número de notícias/artigos em 2006 em comparação com o ano anterior. Observou-se também que os jornais orientados para a esquerda e para a direita - Cumhuriyet e Zaman - estão menos preocupados com as questões de RSE. As 751 notícias dos jornais seleccionados são categorizadas de acordo com o tema da notícia. Se analisarmos o número de notícias/artigos por temas, verificámos que os temas "educação" relacionados com a RSE obtiveram a percentagem mais elevada, com 37,7%. Seguiram-se os temas "ambiente" (18,2%), "saúde" (12,3%), "arte e cultura" (11,4%) e "desenvolvimento" (7,4%). O restante foi partilhado por questões sobre notícias/artigos de responsabilidade social para pessoas com deficiência, instalações desportivas, projetos para mulheres e anúncios de atividades.

IV. Roménia

Existem várias empresas romenas que adotaram os princípios da Criação de Valor Partilhado (CSV) e implementaram iniciativas que contribuem para o bem-estar da sociedade, ao mesmo tempo que impulsionam o crescimento do negócio. Estas empresas demonstram que a CSV é uma abordagem versátil e adaptável que pode ser incorporada em vários sectores e modelos de negócio. Ao alinharem as suas operações com as necessidades da sociedade e as preocupações ambientais, estas empresas não só contribuem positivamente para as suas comunidades, como também criam valor sustentável para os seus negócios. Eis alguns exemplos:

Farmec Cluj, Empoderamento das Mulheres e Aprovisionamento Sustentável: A Farmec Cluj, uma empresa de cosméticos romena, está empenhada na capacitação das mulheres e no fornecimento sustentável de ingredientes. A empresa apoia organizações e iniciativas locais de mulheres que promovem a



igualdade de género e proporcionam formação profissional às mulheres. Para além disso, a Farmec obtém ingredientes naturais de agricultores locais, contribuindo para o desenvolvimento rural e apoiando práticas amigas do ambiente.

Ursus Breweries, gestão da água e envolvimento da comunidade: A Ursus Breweries, um fabricante de cerveja romeno, concentrou-se na gestão da água e no envolvimento da comunidade. A empresa investe em esforços de conservação da água para minimizar a sua pegada hídrica e colabora com as comunidades locais em projetos relacionados com a água. A Ursus Breweries também apoia programas de desenvolvimento comunitário, incluindo iniciativas de educação e saúde, nas regiões onde opera.

Dedeman, venda a retalho responsável e apoio aos fornecedores locais: A Dedeman, um retalhista romeno de artigos para a casa, pratica um comércio retalhista responsável e apoia os fornecedores locais. A empresa implementou medidas de eficiência energética nas suas lojas e centros de distribuição, reduzindo o seu impacto ambiental. A Dedeman também adquire uma parte significativa dos seus produtos a fabricantes e artesãos locais, contribuindo para o desenvolvimento económico local e para a criação de emprego.

Banca Transilvania, Inclusão Financeira e Investimentos Sociais: Banca Transilvania, um banco romeno, dedica-se à inclusão financeira e aos investimentos sociais. O banco presta serviços bancários a comunidades carenciadas e apoia micro e pequenas empresas através de opções de crédito acessíveis. Além disso, o Banca Transilvania participa em investimentos sociais, financiando projetos que abordam desafios sociais, como a educação, os cuidados de saúde e a sustentabilidade ambiental.

ROMATSA, Segurança da Aviação e Formação em Gestão do Tráfego Aéreo: A ROMATSA (Administração dos Serviços de Tráfego Aéreo da Roménia) é uma empresa pública romena responsável pela gestão do tráfego aéreo. A organização dá prioridade à segurança da aviação e investe em programas de formação para controladores de tráfego aéreo e pessoal da aviação. Ao assegurar uma gestão segura e eficiente do tráfego aéreo, a ROMATSA contribui para o bem-estar dos passageiros e do sector da aviação.

Petrom, Desenvolvimento Comunitário e Iniciativas Ambientais: A Petrom, uma empresa romena de petróleo e gás, está empenhada no desenvolvimento da comunidade e em iniciativas ambientais. A empresa investe em projetos sociais centrados na educação, saúde e infra-estruturas nas regiões onde opera. A Petrom também implementa projetos de conservação ambiental, como a proteção da biodiversidade e medidas de eficiência energética, para minimizar o seu impacto ambiental.

Arctic SA, Eficiência Energética e Fabrico Ecológico: A Arctic SA, um fabricante romeno de eletrodomésticos, centra-se na eficiência energética e em processos de fabrico ecológicos. A empresa produz eletrodomésticos energeticamente eficientes que cumprem normas ambientais rigorosas. A Arctic também investe



em práticas de fabrico amigas do ambiente, na redução de resíduos e em iniciativas de reciclagem para minimizar o seu impacto ambiental.

Eco-Rom Ambalaje, Soluções de Reciclagem e Economia Circular: A Eco-Rom Ambalaje é uma empresa romena especializada em serviços de gestão de resíduos e reciclagem. A empresa dedica-se a promover uma economia circular através da recolha e reciclagem de resíduos de embalagens. A Eco-Rom Ambalaje colabora com as comunidades e empresas locais para sensibilizar para a reciclagem e a responsabilidade ambiental.

Groupama Asigurări, Segurança Comunitária e Resposta a Catástrofes: A Groupama Asigurări é uma companhia de seguros romena que se envolve ativamente em iniciativas de segurança comunitária e de resposta a catástrofes. A empresa investe em programas que promovem a segurança e a prevenção de riscos, tais como campanhas de segurança rodoviária e workshops de prevenção de incêndios. Além disso, a Groupama presta apoio durante catástrofes naturais e emergências para ajudar as comunidades afetadas.

ROMSILVA, Reflorestação e Conservação do Ambiente: A ROMSILVA (Administração Nacional das Florestas) é uma empresa pública romena responsável pela gestão e conservação das florestas do país. A organização dedica-se aos esforços de reflorestação e à conservação do ambiente, incluindo a proteção da vida selvagem e a preservação da biodiversidade. A ROMSILVA também promove práticas de gestão florestal sustentável.

Dendrio Solutions, formação em TI para jovens desfavorecidos: A Dendrio Solutions é uma empresa romena de TI que gere um programa social que oferece formação gratuita em TI e oportunidades de desenvolvimento de carreira a jovens desfavorecidos, incluindo órfãos e jovens de meios vulneráveis. Ao oferecer competências em TI e colocações profissionais, a Dendrio Solutions permite que estas pessoas tenham melhores perspectivas de carreira e melhorem os seus meios de subsistência.

SIVICO Romania, Tecnologia Educativa e Inclusão Digital: A SIVICO Romania é uma empresa de software líder que se centra na tecnologia educativa e na inclusão digital. A empresa desenvolve plataformas de e-learning, software educativo e recursos digitais para escolas e instituições de ensino. As iniciativas da SIVICO visam melhorar o acesso a uma educação de qualidade e reforçar a literacia digital entre estudantes e educadores.

Altex Romania, Reciclagem de eletrónica e gestão de resíduos electrónicos: A Altex Romania, um dos principais retalhistas de produtos electrónicos, estabeleceu um programa sólido de reciclagem de produtos electrónicos e de gestão de resíduos electrónicos. A empresa recolhe e recicla dispositivos electrónicos de forma responsável, reduzindo o impacto ambiental dos resíduos electrónicos. A Altex também educa os clientes sobre a eliminação adequada dos resíduos electrónicos, contribuindo para a sensibilização ambiental e a sustentabilidade.



Azomureș, sustentabilidade agrícola e formação de agricultores: A Azomureș é uma empresa química romena especializada em fertilizantes agrícolas. A empresa promove ativamente a sustentabilidade agrícola, fornecendo formação e apoio aos agricultores. A Azomureș oferece orientação sobre o uso adequado de fertilizantes, práticas agrícolas sustentáveis e conservação ambiental para aumentar a produtividade das culturas, minimizando o impacto ambiental.

Farmacia Tei, programas de acessibilidade aos cuidados de saúde e de impacto social: A Farmacia Tei, um retalhista de farmácias romeno, dá ênfase à acessibilidade aos cuidados de saúde e ao impacto social. A empresa oferece medicamentos com desconto a doentes com baixos rendimentos e colabora ativamente com organizações de saúde para promover campanhas de sensibilização para a saúde. A Farmacia Tei também apoia vários programas sociais centrados na saúde e na educação.

Star Transmission, bem-estar dos trabalhadores e desenvolvimento de competências: A Star Transmission, uma empresa automóvel romena, atribui uma importância significativa ao bem-estar dos trabalhadores e ao desenvolvimento das suas competências. A empresa investe em programas de formação e desenvolvimento para melhorar as competências da sua força de trabalho e promover oportunidades de progressão na carreira. A Star Transmission também promove um ambiente de trabalho positivo que dá prioridade à saúde e segurança dos funcionários.

Sano Vita, Agricultura Biológica e Nutrição Saudável: A Sano Vita, um produtor romeno de alimentos biológicos, dedica-se às práticas de agricultura biológica e à promoção de uma alimentação saudável. A empresa produz uma vasta gama de produtos biológicos, contribuindo para uma agricultura sustentável e para a conservação do ambiente. A Sano Vita também defende hábitos alimentares saudáveis e apoia iniciativas educativas sobre nutrição e escolhas de estilos de vida saudáveis.

Estes exemplos ilustram a diversidade das empresas romenas que adoptam a CSV em diferentes sectores, desde o retalho e a indústria transformadora até aos seguros, à gestão de resíduos e à tecnologia. Ao incorporar considerações sociais e ambientais nas suas estratégias de negócio, estas empresas não só contribuem para o bem-estar das suas comunidades, como também criam valor sustentável para os seus accionistas.

O NOME DA BOA PRÁTICA (pode ser cativante, orientado para o marketing, mas	Empresas e responsabilidade social andam de mãos dadas
--	--



reflectindo a essência da prática);	
Autor	StarTransmission & StarAssembly
País	Roménia
<p>BREVES CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA SOCIAL/HUB EM QUE A BOA PRÁTICA FOI IMPLEMENTADA</p> <p>(nome da organização e 2-3 frases sobre as suas características, o país em que a organização opera, etc.)</p>	<p>A Star Transmission S.R.L (STC) é uma filial do Grupo Mercedes-Benz situada em Cugir, no concelho de Alba, sendo um fornecedor internacional de componentes para a indústria automóvel. Na STC são produzidos tubos de alta pressão, rodas dentadas e componentes processados mecanicamente para motores, transmissões e sistemas de direção.</p> <p>A Star Assembly S.R.L. (STA) é uma filial do Grupo Mercedes-Benz situada em Sebes, no distrito de Alba, sendo um fornecedor internacional de componentes para a indústria automóvel. Na empresa, são montadas transmissões automáticas (transmissões de dupla embraiagem de oito velocidades e transmissões de nove velocidades) para a Mercedes-Benz Group AG.</p> <p>A empresa é, por isso, um pilar importante da rede global de produção de grupos electrogéneos do Mercedes-Benz Group AG e da rede global de produção de sistemas de propulsão do Mercedes-Benz Group AG.</p>
<p>RAZÕES PARA SELECIONAR ESTA PRÁTICA</p> <p>(assinalar os aspectos mais adequados)</p>	<p>O empenho da empresa na proteção do ambiente é parte integrante das suas estratégias a longo prazo e da sua responsabilidade social.</p> <p>A empresa apoia a filosofia de uma relação mutuamente benéfica entre o cliente, o fornecedor e o fabricante, sendo um parceiro seguro e competente que pode satisfazer múltiplos requisitos com uma elevada qualidade.</p> <p>A Star Transmission e a Star Assembly, enquanto empresas globais, têm um grande nível de responsabilidade para com a sociedade. Elas só podem ser bem sucedidas se operarem num ambiente onde as pessoas possam levar uma vida boa como elas vêem. Com o seu compromisso social, querem fazer contribuições tangíveis para o bem comum e para as comunidades a que pertencem, tais como a educação, a cultura, a saúde e o ambiente.</p>



	<p>O seu objetivo é encontrar um equilíbrio entre o crescimento saudável e a satisfação das necessidades da sociedade, apoiando projetos em áreas como a caridade, os cuidados de saúde, a cultura, o desporto e a sustentabilidade, mas também envolver os seus empregados em diferentes programas de voluntariado.</p>
<p>A ESSÊNCIA DA PRÁTICA</p> <p>Descrição pormenorizada / essência da prática</p> <p>(trata-se de uma abordagem ou de um instrumento? etc.; descrição das atividades e dos efeitos mais importantes implementados, caso já tenham surgido)</p>	<p>A responsabilidade social da empresa é um processo contínuo, porque o seu objetivo é construir de forma sustentável.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Os seus quatro valores - integridade, disciplina, paixão e respeito - estão na base de tudo o que fazem. - De acordo com esta filosofia, a Star Transmission e a Star Assembly registaram em 2022 um valor total recorde de 2,5 milhões de euros em patrocínios a vários projetos comunitários, bem como, em 2021, quase 2 milhões de euros. <p>Eis alguns dos maiores projetos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A construção do Centro Pediátrico Nacional Maria Beatriz para a Terapia e Acompanhamento de Prematuros, vítimas de lesões e crianças com paralisia cerebral, dedicado a crianças de todo o país. Para além dos 600 000 EUR concedidos em 2021 para a construção das piscinas de hidroterapia, este ano deram um apoio adicional de 700 000 EUR para a conclusão da construção do Módulo de Terapia. Aqui, mais de 2 000 crianças da Roménia, feridas, operadas ou com problemas congénitos, poderão beneficiar de tratamentos de longa duração todos os anos. - A Cruz Vermelha desempenha um papel significativo na sua estratégia de RSE, sendo um dos nossos colaboradores de longa data. A fim de responder de forma mais eficiente às necessidades da comunidade, apoiam a sede da Cruz Vermelha em Alba Iulia com o montante de 900 000 EUR em 2022 e 240 000 EUR em 2021, para a construção de um novo edifício para o serviço de ambulâncias. Há muitos anos que trabalham em estreita colaboração para desenvolver uma parceria adaptada que seja mutuamente benéfica, para melhor apoiar as comunidades e as necessidades crescentes em todo o condado de Alba. Entre outras parcerias realizadas ao longo do ano, conta-se a ajuda humanitária aos refugiados ucranianos, a campanha "Regresso à Escola", em que mais de 500 crianças desfavorecidas receberam mochilas totalmente equipadas com material escolar e produtos de



higiene, e campanhas de educação sanitária para alunos e pré-escolares.

- Apoiou o Centro de Transfusão de Sangue do Concelho de Alba com o montante de 40.000 euros para a instalação de estações de aquecimento, renovação da sala de colheitas e modernização da sede.

- O Hospício Eliana, uma associação em Alba Iulia que oferece serviços de cuidados paliativos a doentes que sofrem de doenças incuráveis, recebeu uma ajuda financeira no valor de 50 000 euros, que foi utilizada para comprar dois carros para o transporte da equipa de cuidados aos doentes e para a expansão do edifício sede.

- A aprendizagem e a educação sustentável vão para além da sala de aula: participa na modernização da base de ensino das escolas do concelho de Alba, doando 380 novos computadores portáteis, 2 videoprojectores e 3 fotocopiadoras, num valor total superior a 330.000 euros. Desta forma, asseguram a igualdade de oportunidades de aprendizagem e o acesso dos alunos a um ensino de qualidade. Para além deste projeto, as suas empresas concederam o montante de 48 000 euros à extensão de Alba Iulia da Universidade Técnica de Cluj-Napoca, para a construção e equipamento de um laboratório técnico.

- Escola dupla:

Em setembro de 2013, teve lugar a inauguração da Escola Profissional Alemã de Alba, como parceira da Escola Superior de Tecnologia "Alexandru Domșa". Neste ano letivo, 109 alunos frequentam os cursos da Escola Profissional Alemã, numa das especializações: modelista e eletromecânica de máquinas e instalações industriais, tendo sido posteriormente acrescentada a especialização de operador CNC. Esta colaboração contínua e atualmente existem 7 turmas apoiadas pelo STA & STC.

A Star Assembly e a Star Transmission oferecem oportunidades reais de emprego aos estudantes através da aprendizagem prática com especialistas da indústria num espaço moderno.

Se queres aprender e construir uma carreira nas suas empresas, então estas são as vantagens que precisas de conhecer:



	<ul style="list-style-type: none"> - Os estudantes podem beneficiar de uma bolsa mensal de 400 RON - 200 RON da nossa parte e 200 RON do Estado romeno. - Dispõem de espaços de aprendizagem renovados e de laboratórios equipados com material moderno. Assim, os estudantes podem ter a oportunidade de pôr em prática o que aprenderam e fazer uma transição mais eficiente da escola para o trabalho. - Preparam os estudantes para o mercado de trabalho e oferecem oportunidades reais de emprego após a conclusão do curso. Os estudantes só precisam de ser apaixonados, persistentes e empenhados. Os bons resultados e o feedback positivo vêm com eles. - Os estudantes estarão sob a supervisão e orientação contínuas de especialistas da empresa. - Oferecem também a possibilidade de prosseguir os estudos para obter o diploma de bacharelato.
<p>Como é que esta prática apoia uma empresa sustentável e ética?</p>	<p>Como parte do Grupo Mercedes-Benz AG, a proteção ambiental está fortemente enraizada na filosofia da STAR TRANSMISSION e da STAR ASSEMBLY, porque estão bem conscientes da sua responsabilidade para com o ambiente. A implementação do sistema de proteção ambiental consiste em três etapas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. identificar os fatores que podem prejudicar o ambiente 2. avaliar cuidadosamente os processos de produção e os produtos, desde a fase de conceção 3. tomar decisões com base nos procedimentos acima referidos. <p>Com base nos requisitos da política ambiental do Grupo Mercedes-Benz AG, na situação particular do local e da atividade, foram estabelecidos princípios de ação concretos e específicos para a fábrica. Todas as medidas têm como objetivo evitar a poluição ambiental ou reduzir ao mínimo a poluição do ar, da água e do meio ambiente.</p> <p>As directivas relativas à proteção do ambiente são as seguintes:</p> <p>As unidades de Cugir e Sebeş devem continuar a ser exemplos a seguir pelas empresas da região e não só;</p> <ul style="list-style-type: none"> - os produtos são fabricados com uma utilização económica das matérias-primas e dos serviços públicos.



	<p>Promovem circuitos ecológicos dos nossos materiais e utilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Na fase de planeamento, execução e produção, observam todos os aspectos relativos à proteção do ambiente; - supervisionam as atividades de produção e a produção de resíduos na fábrica de Cugir e esforçam-se por reduzir, a longo prazo, os efeitos negativos sobre o ambiente; - informam, formam e instruem os seus colaboradores. Transferem a responsabilidade para os seus empregados e envolvem-nos no sistema de gestão ambiental; - cooperam com confiança com as autoridades e outras associações industriais; - possuem todas as aprovações necessárias para o funcionamento da nossa empresa.
Ligação à prática:	<p>https://www.stcu.ro/en/responsabilitate-sociala/</p> <p>https://www.stcu.ro/en/managementul-mediului-inconjurator/</p> <p>https://www.stcu.ro/en/star-transmission-si-star-assembly-retrospetiva-csr-2021/</p> <p>https://www.stcu.ro/en/star-transmission-si-star-assembly-suma-record-in-anul-2022-pentru-proiecte-de-responsabilitate-sociala-corporativa/</p> <p>https://www.stcu.ro/en/scoala-duala/</p>

<p>O NOME DA BOA PRÁTICA</p> <p>(pode ser cativante, orientado para o marketing, mas reflectindo a essência da prática);</p>	<p>Bosch actua por preocupação com o futuro da sociedade romena</p> <p>MOTTO: "Inventado para a vida".</p>
Autor	<p>Grupo Bosch</p> <p>Vendas Bosch Rexroth em Blaj (Circunscrição de Alba)</p> <p>Bosch Automotive SRL em Blaj (Circunscrição de Alba)</p>



País	Roménia
<p>BREVES CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA SOCIAL/HUB EM QUE A BOA PRÁTICA FOI IMPLEMENTADA</p> <p>(nome da organização e 2-3 frases sobre as suas características, o país em que a organização opera, etc.)</p>	<p>A Bosch- Roménia faz parte do Grupo Bosch, um fornecedor líder mundial de tecnologia e serviços. O objetivo estratégico do Grupo Bosch é fornecer inovações para uma vida conectada. A Bosch melhora a qualidade de vida em todo o mundo com produtos e serviços que são inovadores e despertam entusiasmo. Em suma, a Bosch cria tecnologia que é "Inventada para a vida".</p> <p>Na Roménia, a Bosch Gorup inclui seis entidades em diferentes locais do país. A sede da empresa está localizada em Bucareste, onde a Bosch também tem um escritório de vendas. Na capital do país existe também uma sucursal da BSH Hausgeräte GmbH, ativa no mercado dos electrodomésticos. Em Cluj, a Bosch opera um centro de investigação e desenvolvimento, bem como uma unidade de produção de tecnologia automóvel. Uma unidade de produção de tecnologia de movimento linear e outra de tecnologia automóvel estão localizadas em Blaj. A empresa gere também um centro de Outsourcing de Processos Empresariais em Timisoara.</p> <p>A Bosch Rexroth Sales, localizada em Blaj (Alba County), é a unidade de negócio que vende acionamentos e controlos eléctricos sob o nome Rexroth. Mais de 32.300 colaboradores em todo o mundo trabalham em soluções seguras, eficientes, inteligentes e potentes. A tecnologia Rexroth para aplicações móveis, automação industrial e de fábrica acciona máquinas e sistemas de qualquer dimensão.</p> <p>A Bosch Automotive SRL - Blaj (Alba County) abrange dois sectores de atividade: Tecnologia Industrial e Soluções de Mobilidade. Para aumentar a competitividade e otimizar a produção, a Bosch introduziu soluções da Indústria 4.0 na fábrica de Blaj. Como reconhecimento dos seus produtos de alta qualidade, a unidade de fabrico em Blaj tornar-se-á a fábrica líder global da Bosch para sensores de batida a partir de 2020.</p> <p>Além disso, é um dos parceiros da Escola Secundária Tecnológica "Alexandru Domșa" na Escola Dual.</p>



<p>RAZÕES PARA SELECIONAR ESTA PRÁTICA</p> <p>(assinalar os aspectos mais adequados)</p>	<p>Na Roménia, a Bosch tem aumentado constantemente as suas atividades de responsabilidade social empresarial (CSR). Como vizinho responsável nas suas comunidades, a Bosch concentra a sua atividade de RSE em áreas próximas das suas instalações na Roménia, seguindo três pilares principais: desenvolvimento da comunidade local, educação, ciência, ambiente e sustentabilidade. Para ter um impacto através dos três pilares, são desenvolvidas ações específicas de RSE nas cinco localizações na Roménia.</p> <p>Além disso, criou a Fundação Bosch Roménia em 2020 como parte do seu compromisso com as comunidades locais. A fundação gere programas para pessoas necessitadas, mas também para a sociedade em geral. A partir deste ano, a Fundação Bosch Roménia apoiará atividades no âmbito do programa guarda-chuva EduCare, que inclui iniciativas como o Science Fund for STEAM (Science, Tecnologia, Engenharia, Arte e Matemática) e os Centros de Gerações, que desenvolvem atividades no domínio das atividades pós-escolares que juntam crianças e idosos. Além disso, o Grupo Bosch Roménia e a Fundação Bosch Roménia uniram esforços para apoiar os refugiados ucranianos.</p>
<p>A ESSÊNCIA DA PRÁTICA</p> <p>Descrição pormenorizada / essência da prática</p> <p>(trata-se de uma abordagem ou de um instrumento? etc.; descrição das atividades e dos efeitos mais importantes implementados, caso já tenham surgido)</p>	<p>Desde a sua criação em 2020, a Fundação Bosch Roménia tem perseguido o objetivo de provocar mudanças sociais positivas para os mais desfavorecidos, mas também para a sociedade em geral. Em várias iniciativas e projetos, a fundação aborda os desafios sociais, unindo forças com outros actores relevantes e partilhando recursos.</p> <p>Para 2022, a fundação tinha um orçamento de cerca de 300.000 euros. Em relação à guerra na Ucrânia, a Fundação Bosch Roménia estabeleceu parcerias com outras organizações de ajuda a curto prazo e forneceu um financiamento de mais de 80 000 euros em 2022. Além disso, foi lançada a plataforma de informação Educare. O objetivo da plataforma é informar os refugiados sobre oportunidades e iniciativas educativas nas línguas ucraniana, romena e inglesa e reunir os diferentes intervenientes. Desta forma, a plataforma também contribui para a educação das cerca de 40 000 crianças que fugiram da Ucrânia e vivem atualmente na Roménia.</p>



Domínios de intervenção

Sociedade

- Cuidam das pessoas mais vulneráveis. Acreditam numa sociedade funcional, cujos grupos sociais se apoiam mutuamente e estão conscientes de que precisam de ajuda mútua. Querem gerar mudanças positivas na sociedade e investir nas gerações atuais e futuras.
- Baseiam a sua formação, enquanto sociedade, no património e na história transmitidos de geração em geração, razão pela qual estão ativamente envolvidos na preservação e revitalização do património nacional.
- A tónica neste domínio:
- Melhorar as condições de vida das crianças, dos jovens, das famílias e dos idosos com necessidades ou dificuldades
- Apoiar os centros sociais para crianças, jovens e idosos para proporcionar condições de vida dignas
- Preservar e proteger o património nacional

Saúde

A esperança de vida na Roménia é uma das mais baixas da Europa e a pandemia de COVID-19 inverteu alguns dos progressos realizados desde 2000. Os serviços e a saúde pública são afectados, num sistema de saúde que depende atualmente em grande medida dos cuidados hospitalares. A falta de mão de obra no sector da saúde, a incapacidade do sistema para fornecer tratamentos modernos e os elevados custos que estes implicam são os principais obstáculos ao acesso aos cuidados de saúde. A Fundação Bosch Romania visa apoiar programas dedicados a melhorar a saúde das pessoas vulneráveis, das pessoas de meios desfavorecidos e da grande população.

Concentram-se em:

- Apoio a programas de educação para a saúde
- Apoiar projetos, missões e programas dedicados a doentes com várias doenças e com possibilidades financeiras reduzidas

Habitação

As condições de vida têm um impacto essencial na qualidade de vida e influenciam-nos em todos os seus aspectos. O acesso a uma habitação adequada deve ser considerado um direito fundamental, uma vez que é uma condição necessária para o acesso e o exercício de outros direitos fundamentais. O objetivo é contribuir para a



melhoria das condições de habitação através de programas dedicados especialmente às pessoas que vivem em instituições residenciais públicas ou privadas. Investem recursos para tornar estas instituições seguras e adequadas às necessidades das crianças, dos jovens e dos idosos.

O foco:

- Renovação de centros sociais, lares de idosos e outras instituições
- Apoio às comunidades em caso de catástrofes

Resposta de emergência

Alguns dos seus recursos destinam-se a respostas de emergência. Tentarão reagir prontamente e dar prioridade às necessidades das pessoas afectadas por estas situações e não à sua necessidade de se envolverem, de responderem com base em emoções fortes. Estabelecerão parcerias com os intervenientes relevantes que possuem as competências necessárias para atuar nestas situações de emergência, a fim de atenuar o seu impacto. Apoiarão igualmente intervenções a longo prazo em resposta a situações de emergência, uma vez que o efeito das catástrofes e das crises humanitárias se prolongará por muito tempo.

Educação

Prémios RSE romenos de 2020, segundo lugar com o projeto CSR@Bosch "Educação, fique atento!"

Acreditam que a educação tem um papel essencial na formação das gerações atuais e futuras. A sua visão é que a educação deve ser a única preocupação dos estudantes romenos, de modo a atingirem o seu pleno potencial.

O papel da Fundação Bosch Roménia na mudança do sistema educativo

- Melhorar o ato educativo e a sua qualidade através do apoio a projetos de educação formal e não formal
- Apoio a projetos dedicados à educação de crianças de zonas desfavorecidas
- Acesso dos estudantes à educação ancorado na realidade atual e adaptado ao futuro
- Otimizar as infraestruturas escolares, renovando e equipando as escolas em conformidade



A Bosch está ativamente envolvida na educação e apoio de jovens talentos. Todos os anos, a Empresa prepara alunos e estudantes através de programas específicos de desenvolvimento profissional. Abaixo estão listados alguns dos programas importantes:

- A nona edição do **Junior Managers Program (JMP)** traz **oito novas posições** para jovens que aspiram a tornar-se líderes nos domínios comercial e técnico.
- **Três programas de mestrado e três cursos universitários** conduzidos pelo Centro de Engenharia da Bosch de Cluj em colaboração com importantes universidades locais.
- **Programas especiais dedicados aos estudantes:** Working Student, um programa que decorre tanto a tempo parcial, como a tempo inteiro e permite o acesso a outros programas da Bosch.
- O Centro de Engenharia da Bosch e a fábrica da Bosch em Cluj, em parceria com a Universidade Técnica de Cluj-Napoca, organizaram o **evento #LikeABoschExperience**, no qual mais de 1000 estudantes puderam aprender sobre as mais recentes tecnologias diretamente com os especialistas da Bosch em 2021.
- Produção da Bosch em Blaj e Cluj e 125 lugares disponíveis em 2022-2023.
- A quinta edição do **Bosch Future Mobility Challenge**, um concurso técnico para estudantes de todo o mundo apaixonados pela criação de algoritmos para a condução autónoma.
- A fábrica de Blaj lançou, em 2020, a **Bosch Academy**, um programa desenvolvido em colaboração com a Universidade de Targu Mures. O programa continuou em 2021.
- A fábrica da Bosch em Cluj inaugurou um **laboratório de indústria 4.0** no TUCN, dentro da Universidade Técnica de Cluj-Napoca, facilitando assim a formação de pessoal qualificado para o futuro.
- Na Bosch Service Solutions, **mais de 150** pessoas concluíram um dos cursos desde 2018 dos programas de desenvolvimento oferecidos pela Bosch Academy: Bosch 4 Beginners, DevOps Academy, Project Management Academy, Controlling Academy, Junior Accounting Program.



	<ul style="list-style-type: none"> - Mais de 500 estudantes receberam formação no programa Bosch Dual School em áreas específicas, sendo alguns deles estudantes do Liceu Tecnológico "Alexandru Domșa" com a estrutura da Escola Profissional Alemã Alba.
<p>Como é que esta prática apoia uma empresa sustentável e ética?</p>	<p>Ambiente</p> <ul style="list-style-type: none"> • A proteção do ambiente é uma preocupação constante para a BOSCH. 88% dos romenos acreditam que o ambiente tem um impacto direto na sua qualidade de vida e consideram a redução da poluição como o maior desafio do século XXI. De acordo com estudos da OMS, a qualidade do ar na Roménia é considerada moderadamente insegura e o relatório de 2021 da Greenpeace mostra que a Roménia é o 15.º país mais poluído da Europa. Os cidadãos romenos querem construir em conjunto um clima saudável e estão empenhados em desenvolver um futuro adequado a uma vida saudável para cada um de nós. Cuidar do ambiente significa cuidar das gerações futuras. <p>A tónica neste domínio de intervenção:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoio a programas educativos no domínio da proteção do ambiente • Tornar as comunidades mais verdes: campanhas de florestação, ações de ecologização e reciclagem. • Apoio a iniciativas dedicadas à conservação da vida selvagem. <p>O Grupo Bosch vê a sustentabilidade como o equilíbrio entre as dimensões económica, ecológica e social das nossas atividades comerciais como parte de uma governação empresarial responsável.</p> <p>A estratégia de sustentabilidade da Bosch baseia-se em objetivos concretos em seis áreas de foco:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ação climática <ul style="list-style-type: none"> Reduzir as emissões de CO₂ Eficiência energética e energias renováveis 2. Água <ul style="list-style-type: none"> Escassez de água Qualidade da água 3. Economia circular <ul style="list-style-type: none"> Eficiência dos materiais



	<p>Segunda vida</p> <p>4. Diversidade Património Inclusão</p> <p>5. Direitos do Homem Responsabilidade Transparência</p> <p>6. Saúde Saúde e segurança no trabalho Substâncias que suscitam preocupação</p>
Ligação à prática:	<p>https://www.bosch.com/</p> <p>https://www.bosch.ro/en/</p> <p>https://www.bosch.ro/en/our-company/bosch-in-romania/</p> <p>https://fundatiabosch.ro/en/</p> <p>https://www.bosch.ro/en/our-company/our-responsibility/</p> <p>https://www.bosch.com/sustainability/responsibility/</p>

V. Grécia

Várias empresas gregas desenvolveram programas de RSE dignos de nota e provaram o seu empenhamento em práticas empresariais responsáveis. Eis alguns exemplos:

Alpha Bank: O Alpha Bank, um dos maiores bancos da Grécia, incorporou a RSE na sua estratégia empresarial. Concentrou-se em questões como a literacia financeira, o incentivo ao empreendedorismo e o bem-estar social. Entre os projetos do Alpha Bank contam-se programas de educação financeira para vários grupos etários, apoio a empresas em fase de arranque e a empresários sociais, e colaborações com ONG para abordar questões sociais.

Coca-Cola Tria Epsilon: A Coca-Cola Tria Epsilon, a empresa de engarrafamento da The Coca-Cola Company na Grécia, tem estado ativamente envolvida em projetos de RSE. A empresa tem-se concentrado na sustentabilidade ambiental, na gestão da água, na reciclagem e na sensibilização da comunidade. Os projetos de conservação da água, as campanhas de reciclagem e de redução de resíduos, os programas de desenvolvimento dos jovens e as operações de socorro em caso de catástrofe são alguns dos seus esforços.

Grupo Mytilineos: O Grupo Mytilineos, um grupo de empresas multi-industriais, lançou programas de RSE numa variedade de indústrias, incluindo energia,



metalurgia e engenharia. Concentraram os seus esforços nas energias renováveis, na proteção ambiental, no bem-estar social e na educação. Os objetivos do Grupo Mytilineos incluem o desenvolvimento de projetos de energias renováveis, a redução das emissões de carbono, a assistência às comunidades locais através de programas de saúde e educação e a promoção do bem-estar dos funcionários.

Grupo Papadimitriou: A empresa de produtos alimentares e bebidas Papadimitriou Group adotou os princípios da RSE de várias formas. Concentrou-se na agricultura sustentável, na produção responsável e nas contribuições sociais. Os objetivos do Grupo Papadimitriou incluem ajudar os agricultores a adotar práticas agrícolas sustentáveis, minimizar o desperdício alimentar, promover hábitos alimentares saudáveis e fazer donativos a organizações filantrópicas.

Vodafone Grécia: A Vodafone Grécia, uma empresa de telecomunicações, tem estado envolvida em inúmeras iniciativas de RSE. Concentrou os seus esforços em questões como a inclusão digital, a capacitação dos jovens e a sustentabilidade ambiental. As iniciativas da Vodafone Grécia incluem programas de educação digital para grupos vulneráveis, iniciativas da divisão digital, ajuda ao emprego e ao empreendedorismo dos jovens e a promoção de uma utilização ética da tecnologia.

Governança empresarial e instituições de financiamento

Na Grécia, a governança empresarial e as instituições financeiras desempenham um papel vital na promoção e no avanço das práticas de responsabilidade social das empresas (RSE). Eis uma visão geral da forma como a RSE está integrada na governança empresarial e nas instituições financeiras na Grécia:

Códigos de governança empresarial: Através de legislação, normas e esforços, o governo grego e as organizações reguladoras ajudam a promover a RSE. O Ministério grego do Desenvolvimento e do Investimento, por exemplo, desenvolveu a Iniciativa de Empreendedorismo Sustentável e RSE (SECSR) para incentivar as práticas de RSE e prestar assistência às empresas. A iniciativa SECSR ajudou a aumentar a consciencialização e a desenvolver a colaboração entre as empresas gregas e as partes interessadas.

Envolvimento dos acionistas: Os códigos sublinham a importância de as empresas se envolverem com um conjunto diversificado de partes interessadas, tais como trabalhadores, clientes, fornecedores, comunidades locais e o ambiente. O envolvimento efetivo das partes interessadas é visto como uma componente essencial da boa governança empresarial.

Transparência e relatórios: Os conceitos de governança empresarial envolvem frequentemente requisitos de abertura e de apresentação de relatórios, que obrigam as empresas a revelar os seus esforços, políticas e resultados em



matéria de RSE. A transparência dos relatórios ajuda as partes interessadas a avaliar o empenhamento da empresa na RSE.

Instituições de financiamento: Os bancos, as empresas de investimento e os fundos de capitais privados estão a incorporar cada vez mais considerações ambientais, sociais e de governação (ESG) nas suas decisões de investimento. Quando afetam fundos, examinam o desempenho das empresas em termos de RSE e têm em conta as suas iniciativas sustentáveis.

Regulamentação e conformidade: Os regulamentos anti-corrupção e os quadros de conformidade destinam-se a proibir o suborno, a corrupção e as atividades comerciais não éticas. A conformidade com estas normas promove uma cultura organizacional de integridade e comportamento ético, que se alinha com os ideais de RSE.

Globalmente, a combinação de procedimentos sólidos de governação empresarial, estratégias de investimento responsável por parte das instituições financeiras e assistência governamental contribui para o avanço das atividades de RSE na Grécia. Estes elementos proporcionam um enquadramento para as empresas integrarem a RSE nas suas atividades, melhorarem a transparência, envolverem as partes interessadas e contribuírem para o desenvolvimento a longo prazo.

Organismos reguladores da RSE

Existem várias autoridades reguladoras e organizações na Grécia que supervisionam e promovem iniciativas de Responsabilidade Social das Empresas (RSE). Estas organizações desenvolvem critérios, controlam a conformidade e prestam assistência em projetos de RSE. Eis alguns dos importantes organismos reguladores da RSE na Grécia:

Ministério do Desenvolvimento e do Investimento: O Ministério do Desenvolvimento e dos Investimentos grego é um importante defensor da RSE e da sustentabilidade. Criou a Iniciativa de Empreendedorismo Sustentável e Responsabilidade Social das Empresas (SECSR), que oferece diretrizes, assistência e recompensas às empresas que implementam práticas empresariais responsáveis.

Comissão Helénica do Mercado de Capitais (HCMC): A HCMC é a autoridade reguladora do mercado de capitais grego. É responsável por supervisionar a implementação e o cumprimento dos regulamentos das empresas cotadas, tais como os relativos à transparência, divulgação de informações e governação empresarial. A HCMC incentiva as empresas a incorporarem os princípios da RSE e a fornecerem informações adequadas aos investidores e às partes interessadas.

Federação Helénica de Empresas (SEV): O SEV é uma grande organização empresarial grega que promove práticas empresariais responsáveis e incentiva a adoção de iniciativas de RSE. A SEV tem estado ativamente envolvida em



projetos de RSE, tais como o desenvolvimento do código grego de governação empresarial e a defesa de práticas empresariais sustentáveis.

Autoridade Estatística Helénica (ELSTAT): O ELSTAT é a autoridade estatística nacional da Grécia, responsável pela recolha e divulgação de dados estatísticos. Embora não se preocupe apenas com a RSE, o ELSTAT fornece estatísticas e indicadores sobre sustentabilidade, emprego e questões sociais que ajudam a compreender e medir as questões relacionadas com a RSE.

Em conjunto com outras partes interessadas, estas agências reguladoras, associações e instituições têm como objetivo proporcionar um ambiente propício à implementação da RSE, garantir o cumprimento das regras relevantes e apoiar práticas empresariais sustentáveis na Grécia.

Organizações da sociedade civil

Na Grécia, as Organizações da Sociedade Civil (OSC) desempenham um papel importante na promoção e no desenvolvimento de projetos de Responsabilidade Social das Empresas (RSE). Estes grupos promovem práticas empresariais responsáveis, interagem com empresas e partes interessadas e têm como objetivo melhorar a sociedade e o ambiente. Eis algumas OSC gregas que apoiam ativamente a RSE:

Rede grega para a responsabilidade social das empresas (CSR Hellas): A CSR Hellas é uma OSC bem conhecida na Grécia que promove atividades de RSE. Reúne empresas, organizações não governamentais (ONG) e outras partes interessadas para partilhar informações, aumentar a sensibilização e colaborar nos esforços de RSE. A CSR Hellas realiza eventos, programas de formação e iniciativas para incentivar práticas empresariais éticas e o desenvolvimento a longo prazo.

Sítio Web: <https://csrhellas.org/>

Action Aid Grécia: A Action Aid Grécia é uma organização internacional dedicada à abolição da pobreza e da injustiça. Colabora com empresas para promover o desenvolvimento sustentável, cadeias de abastecimento responsáveis e práticas éticas que beneficiam as populações desfavorecidas.

Sítio Web: <https://www.actionaid.gr/>

Greenpeace Grécia: A Greenpeace Grécia é uma organização não governamental que defende a conservação do ambiente e a sustentabilidade. Promovem boas práticas ambientais e trabalham com empresas para promover projetos de sustentabilidade.

Sítio Web: <https://www.greenpeace.org/greece/>

Media

Na Grécia, os meios de comunicação social desempenham um papel importante na promoção da responsabilidade social das empresas (RSE). Os meios de comunicação, enquanto ferramenta de comunicação poderosa, têm o poder de afetar a opinião pública, promover a sensibilização e influenciar a ação das



empresas. Eis algumas das formas como os media podem ajudar a promover a RSE na Grécia:

Sensibilização e informação: Os media sensibilizam as organizações, as partes interessadas e o público em geral para os conceitos, princípios e boas práticas da RSE. Os meios de comunicação social realçam a importância de um comportamento empresarial responsável, as questões sociais e ambientais e a influência da RSE na sociedade através de notícias, artigos e artigos de opinião.

Relatórios sobre iniciativas de RSE: As iniciativas e atividades de RSE das empresas gregas são divulgadas nos meios de comunicação social. Esta seção destaca exemplos de práticas empresariais responsáveis, esforços de sustentabilidade e participação na comunidade, dando destaque e reconhecimento às organizações que são líderes em RSE.

Responsabilidade das empresas: Os meios de comunicação social funcionam como um cão de guarda, investigando e relatando a atividade empresarial, bem como divulgando casos de táticas pouco éticas ou de irregularidades empresariais. Uma vez que as empresas estão conscientes de que as suas ações estão a ser escrutinadas, é mais provável que adiram aos princípios da RSE e mantenham a abertura.

Opinião pública e comportamento dos consumidores: Os meios de comunicação social têm a capacidade de afetar a opinião pública e o comportamento dos consumidores. Os meios de comunicação social podem ajudar a criar uma procura de produtos e serviços responsáveis, informando sobre preocupações relacionadas com a RSE e considerações éticas, incitando as empresas a implementar práticas de RSE nas suas operações.

Opinião pública e comportamento dos consumidores: A cobertura mediática pode moldar a opinião pública sobre questões de RSE, influenciando o comportamento e as preferências dos consumidores. Os consumidores têm cada vez mais em conta as práticas de RSE de uma empresa quando tomam decisões de compra. Uma cobertura mediática positiva de empresas responsáveis pode melhorar a sua reputação e atrair consumidores socialmente conscientes, enquanto uma cobertura negativa pode levar a boicotes ou à diminuição das vendas.

Colaborações e parcerias: Para promover atividades de RSE, as empresas de comunicação social cooperam frequentemente com empresas, ONGs e outras partes interessadas. Isto pode incluir o patrocínio de eventos, a criação de informação sobre sustentabilidade e negócios responsáveis, e a formação de parcerias para aumentar o alcance e o efeito dos esforços de RSE.

Jornalismo de investigação: As reportagens de investigação são cruciais para descobrir a má conduta das empresas, as infracções ambientais e as injustiças sociais. Estas reportagens põem em evidência as áreas em que as empresas podem não cumprir os seus compromissos de RSE, o que resulta numa maior responsabilidade e pressão para a mudança.



Os meios de comunicação social contribuem para a formação de uma cultura de RSE na Grécia, divulgando temas relacionados com a RSE, dando ênfase a práticas empresariais responsáveis e responsabilizando as empresas. Incentivam as empresas a dar ênfase às questões sociais e ambientais, promovem a abertura e facilitam a comunicação entre empresas, partes interessadas e o público em geral.

VI. Portugal

São vários os bons exemplos de empresas portuguesas (ou a operar em Portugal) que apostam na Responsabilidade Social das Empresas.

Merco (2023), o monitor de reputação corporativa, faz um relatório anual das empresas que operam em Portugal de acordo com 3 indicadores principais, Ambiente (A), Social (S) e Governação (G). De acordo com o último relatório, estas são as 15 empresas mais responsáveis:

Posição	Empresa	Pontuação	Previous
1	GRUPO NABEIRO (DELTA CAFÉS)	10000	—
2	SONAE	8114	—
3	EDP	8062	—
4	IKEA	8031	↑ 6
5	JERÓNIMO MARTINS	7555	↓ 4
6	VODAFONE	7194	↑ 9
7	LIDL	7049	↑ 8
8	GALP	7042	↓ 5
9	MICROSOFT	7003	↓ 7
10	GOOGLE	6943	↑ 12
11	CONTINENTE HIPERMERCADOS	6702	↓ 10
12	NESTLÉ	6649	↓ 11
13	AMORIM CORTICEIRA	6479	—
14	GRUPO AUCHAN	6378	↑ 21
15	GRUPO VOLKSWAGEN	6316	↑ 24

Figura 2 - Top 15 das empresas mais responsáveis de acordo com o estudo Merco ESG. Obtido em <https://www.merco.info/pt/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>



Grupo Nabeiro/Grupo Nabeiro: Um proeminente conglomerado empresarial português, que se dedica principalmente à indústria do café. Sendo a empresa-mãe da Delta Cafés, uma das marcas de café líderes em Portugal, a atividade principal do Grupo Nabeiro gira em torno da produção, distribuição e venda a retalho de café, sendo um exemplo brilhante de uma empresa de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) em Portugal. Fundada por Rui Nabeiro em 1961, a empresa tornou-se numa das principais marcas de café em Portugal e expandiu-se internacionalmente. A Delta Cafés tem demonstrado um profundo empenhamento na RSE através de várias iniciativas e práticas. A empresa dá prioridade ao abastecimento sustentável de grãos de café, apoiando os princípios do comércio justo e trabalhando diretamente com os produtores de café em diferentes regiões. A empresa investe em tecnologias e práticas amigas do ambiente, como a eficiência energética e a redução de resíduos, para minimizar a sua pegada ecológica. Além disso, a Delta Cafés participa ativamente em projetos de desenvolvimento comunitário, apoiando iniciativas educativas e sociais em Portugal. A sua dedicação a práticas comerciais éticas, ao bem-estar dos seus colaboradores e a causas sociais fazem da Delta Cafés uma empresa de Responsabilidade Social notável, contribuindo positivamente para as comunidades que serve e para o ambiente em geral. O Grupo Nabeiro, lidera os três Rankings do estudo Merco (Ambiente, Social e Governance) repetindo a primeira posição do relatório de 2021 com uma pontuação máxima de 10000 pontos (máximo).

SONAE: A empresa portuguesa SONAE foi reconhecida como uma empresa de RSE devido ao seu firme compromisso com práticas sustentáveis e com o bem-estar da sociedade. Sendo um dos maiores conglomerados de retalho e serviços de Portugal, a SONAE tomou medidas proativas para minimizar o seu impacto ambiental. A empresa investe em tecnologias amigas do ambiente e promove ativamente iniciativas de aprovisionamento responsável e de redução de resíduos. A SONAE tem também demonstrado a sua dedicação ao bem-estar dos seus colaboradores, implementando práticas laborais justas e apoiando oportunidades de desenvolvimento profissional. Além disso, a empresa envolve-se em atividades filantrópicas, apoiando vários projetos de desenvolvimento comunitário e causas sociais. Ao dar prioridade à sustentabilidade, ao bem-estar dos colaboradores e ao envolvimento com a comunidade, a SONAE exemplifica uma Empresa de Responsabilidade Social, desempenhando um papel significativo na promoção de mudanças positivas em Portugal e no estrangeiro.

EDP: A empresa Energias de Portugal (EDP) estabeleceu-se como um dos principais defensores da RSE através do seu compromisso inabalável com práticas sustentáveis e impacto social. Como uma das maiores empresas de energia de Portugal, a EDP está ativamente envolvida na promoção de fontes de energia renováveis e na redução das emissões de carbono. A empresa tem investido significativamente em projetos de energia limpa, como a energia eólica, solar e hidroelétrica, contribuindo para a transição energética sustentável do país. A EDP também se dedica a promover a eficiência energética e a participar



em iniciativas para educar os consumidores sobre o consumo responsável de energia. Além disso, a EDP envolve-se ativamente com as comunidades locais, apoiando projetos sociais e ambientais e promovendo o diálogo para responder às necessidades da comunidade. Ao dar prioridade à sustentabilidade, abraçando as energias renováveis e demonstrando um profundo compromisso com as comunidades, a EDP é um exemplo brilhante de uma empresa dedicada à Responsabilidade Social Empresarial e à criação de mudanças positivas no sector da energia em Portugal e não só.

IKEA: O reconhecido retalhista de mobiliário e artigos para o lar, exemplifica um forte compromisso com a RSE em Portugal, bem como nos outros países onde está presente, tendo uma visão global sobre este tema. Sendo uma empresa internacional com uma presença significativa em Portugal, a IKEA coloca a sustentabilidade no centro das suas operações. A empresa dedica-se à aquisição responsável de materiais, à promoção de processos de produção amigos do ambiente e à redução de resíduos ao longo da sua cadeia de abastecimento. Em Portugal, a IKEA tomou medidas para minimizar a sua pegada de carbono, investindo em energias renováveis e práticas de eficiência energética nas suas lojas e instalações. Além disso, a empresa envolve-se ativamente em iniciativas sociais, apoiando as comunidades locais através de vários projetos e parcerias que respondem a necessidades sociais, tais como educação, emprego e habitação a preços acessíveis. Ao dar prioridade à sustentabilidade, às práticas de negócio éticas e ao envolvimento com a comunidade, a IKEA é um modelo notável de Responsabilidade Social Corporativa, causando um impacto positivo tanto no ambiente como na sociedade em Portugal.

Jerónimo Martins: Este é um grupo de retalho português proeminente, que tem como principal objetivo fornecer produtos e serviços de qualidade aos seus clientes. Como empresa-mãe da popular cadeia de supermercados Pingo Doce, o Jerónimo Martins tem como objetivo satisfazer as diversas necessidades dos consumidores, mantendo elevados padrões de responsabilidade social e ambiental. O compromisso da empresa com a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) está profundamente enraizado na sua filosofia de negócio. O Grupo Jerónimo Martins empenha-se ativamente no abastecimento sustentável, estabelecendo parcerias com fornecedores locais para apoiar os pequenos produtores e reduzir o impacto ambiental da sua cadeia de abastecimento. Dá prioridade ao bem-estar dos colaboradores, oferecendo oportunidades de formação e desenvolvimento e assegurando condições de trabalho justas em todas as suas operações. Além disso, Jerónimo Martins envolve-se ativamente em projetos filantrópicos e comunitários para responder aos desafios sociais. A empresa investe em iniciativas que se centram na educação, saúde e segurança alimentar, dando um contributo positivo para as comunidades que serve. Ao alinhar as suas práticas de negócio com os princípios de RSE, Jerónimo Martins demonstra um forte empenho na promoção da sustentabilidade, no apoio às comunidades e na tomada de decisões éticas que contribuem para uma sociedade mais responsável e inclusiva em Portugal.



Vodafone (Portugal): como empresa líder no sector das telecomunicações, a Vodafone centra a sua atividade na prestação de serviços de comunicação inovadores e fiáveis aos seus clientes. Com o compromisso de conectar pessoas e empresas, a empresa estabeleceu-se como um ator proeminente no mercado português de telecomunicações. A dedicação da empresa à RSE é evidente na sua abordagem abrangente à sustentabilidade. A Vodafone Portugal investe ativamente na redução do seu impacto ambiental, concentrando-se na eficiência energética, na gestão de resíduos electrónicos e na redução da pegada de carbono. A empresa também dá prioridade a práticas empresariais responsáveis, garantindo a privacidade e a segurança dos dados dos seus clientes. Para além das suas operações, a Vodafone Portugal está empenhada em contribuir para a sociedade. A empresa está envolvida em várias iniciativas sociais que visam a inclusão digital, a educação e o bem-estar social. Lançou projetos para promover a literacia digital, apoiar comunidades desfavorecidas e prestar assistência em tempos de crise. Ao incorporar a RSE nos seus valores fundamentais, a Vodafone Portugal demonstra um compromisso genuíno com a gestão ambiental, uma conduta empresarial ética e um impacto positivo na sociedade. Os seus esforços exemplificam como uma empresa de telecomunicações pode desempenhar um papel crucial na condução do desenvolvimento sustentável e na promoção de um Portugal mais inclusivo e conectado.

Lidl: Uma conhecida cadeia de supermercados de desconto, o Lidl oferece aos seus clientes produtos de alta qualidade a preços acessíveis. Com um forte compromisso com a satisfação do cliente, o Lidl tornou-se uma escolha popular para muitos consumidores portugueses que procuram valor e conveniência na sua experiência de compras. A dedicação do Lidl à Responsabilidade Social das Empresas (RSE) está profundamente enraizada no seu modelo de negócio. A empresa envolve-se ativamente em práticas de abastecimento sustentáveis, colaborando com produtores locais para oferecer produtos frescos e de origem local. Ao apoiar os fornecedores locais, a Lidl contribui para o desenvolvimento económico das comunidades, ao mesmo tempo que reduz a sua pegada de carbono na cadeia de abastecimento. Além disso, a Lidl está empenhada na gestão ambiental. A empresa investe em tecnologias energeticamente eficientes, na redução de resíduos e em iniciativas de reciclagem para minimizar o seu impacto ambiental. A Lidl também promove práticas de embalagem sustentáveis, incentivando a utilização de materiais amigos do ambiente e reduzindo os resíduos de plástico. Para além das suas práticas sustentáveis, o Lidl Portugal envolve-se ativamente em iniciativas sociais que têm um impacto positivo na comunidade. Apoiam bancos alimentares, programas educativos e projetos de assistência social, abordando questões relacionadas com a fome, a educação e a inclusão social. Ao alinhar os seus valores fundamentais com os princípios da Responsabilidade Social Empresarial, o Lidl exemplifica como uma empresa de retalho pode dar um contributo significativo e positivo para a sociedade e o ambiente em Portugal.

GALP: A Galp é uma proeminente empresa portuguesa do sector da energia, envolvida em vários aspectos do sector. Como empresa verticalmente integrada,



a GALP opera em toda a cadeia de valor da energia, incluindo a exploração e produção de petróleo e gás natural, a refinação, distribuição e comercialização de produtos petrolíferos e a produção de eletricidade. O compromisso da GALP com a RSE está profundamente enraizado na sua visão de contribuir para um futuro energético mais sustentável. A empresa reconhece os desafios globais colocados pelas alterações climáticas e dedica-se a mitigar o seu impacto ambiental. A Galp investe em fontes de energia renováveis, como a energia solar e eólica, impulsionando a transição para soluções energéticas mais limpas e sustentáveis. Além disso, a GALP está ativamente envolvida na promoção da eficiência energética e na redução das emissões de gases com efeito de estufa em todas as suas operações. A empresa adota a tecnologia e a inovação para melhorar a eficiência energética nos seus processos e serviços, conduzindo a uma redução das emissões de carbono e a uma menor pegada ecológica. Para além disso, a GALP está empenhada em colaborar com as comunidades locais e com as partes interessadas de uma forma responsável e transparente. A empresa apoia ativamente iniciativas sociais, projetos de conservação ambiental e programas educativos que beneficiam as comunidades que serve. Como líder no sector da energia em Portugal e no estrangeiro, a GALP esforça-se por ter um impacto positivo no ambiente, na sociedade e no sector energético como um todo.

Microsoft (Portugal): É um gigante tecnológico, especializado no desenvolvimento de software, computação em nuvem e serviços digitais. Como líder global na indústria tecnológica, a Microsoft fornece uma vasta gama de produtos e soluções, incluindo sistemas operativos, ferramentas de produtividade e serviços baseados na nuvem. O compromisso da Microsoft para com a Responsabilidade Social das Empresas decorre da sua missão de capacitar as pessoas e as organizações para alcançarem mais. A empresa reconhece o papel significativo que desempenha na formação do mundo digital e dedica-se a usar a sua influência para uma mudança positiva. A Microsoft Portugal investe ativamente em iniciativas que promovem a inclusão digital, o desenvolvimento de competências digitais e o acesso à tecnologia por parte de comunidades desfavorecidas. Além disso, a Microsoft está empenhada na sustentabilidade ambiental. A empresa tem como objetivo ser negativa em carbono e positiva em água até 2030, reduzindo a sua pegada de carbono e repondo mais água do que a que consome. A Microsoft Portugal também está empenhada em promover a diversidade e a inclusão, apoiando iniciativas para aumentar a representação e as oportunidades para grupos sub-representados no sector tecnológico. A Microsoft dedica-se à RSE, com o objetivo de criar uma influência significativa e positiva na sociedade, no ambiente e no futuro da tecnologia. Ao utilizar os seus recursos e conhecimentos, a Microsoft serve como um modelo exemplar de como um líder tecnológico global pode promover mudanças positivas não só em Portugal, mas também numa escala mais alargada.

Google: Até 2018, a presença do gigante da Internet era pouco mais do que uma pequena delegação num país periférico, mas em 2018 instalaram um centro de fornecedores em Oeiras com mais de 500 colaboradores. A Google é uma empresa líder em tecnologia, conhecida pelo seu motor de pesquisa, publicidade



digital, computação em nuvem e serviços de software. Enquanto ator global na indústria tecnológica, a Google oferece uma vasta gama de produtos e soluções que permitem aos indivíduos, empresas e organizações aceder e utilizar a informação de forma eficaz. A dedicação da Google à Responsabilidade Social Empresarial está profundamente enraizada nas suas convicções fundamentais. A empresa reconhece a influência significativa que exerce na vida das pessoas e continua determinada a empregar os seus recursos e tecnologia para a melhoria da sociedade. Em Portugal, a Google direciona ativamente os investimentos para projetos que promovem a literacia digital, a inclusão e a igualdade de acesso à tecnologia para todos. Ao apoiar uma variedade de programas educativos, a Google capacita estudantes e educadores com competências digitais essenciais para os preparar para o futuro. Além disso, a empresa está empenhada na sustentabilidade ambiental. A empresa trabalha ativamente para reduzir a sua pegada de carbono e apoia projetos de energia renovável, envolvendo-se também em iniciativas para preservar a biodiversidade e proteger o ambiente. Ao demonstrar um alinhamento com as práticas de RSE, a Google serve de modelo, mostrando como um gigante da tecnologia pode contribuir significativamente para promover transformações positivas na sociedade, no ambiente e na esfera digital. Utilizando o seu engenho e recursos abundantes, a Google pretende forjar um futuro mais inclusivo, sustentável e responsável não só para Portugal, mas também à escala global.

Continente Hipermercados: São uma das principais cadeias de retalho em Portugal (e uma das marcas da SONAE), operando hipermercados e supermercados em todo o país, oferecendo uma gama diversificada de produtos para satisfazer as várias necessidades dos consumidores, incluindo mercearias, artigos para o lar, eletrónica e vestuário. Classificado em 11th na análise Merco, o compromisso da empresa com a Responsabilidade Social Corporativa está enraizado nos seus valores fundamentais. O Continente reconhece o seu impacto nas comunidades locais e dedica-se a efetuar mudanças positivas através de medidas sustentáveis. Promove ativamente o fornecimento responsável de produtos, colaborando com fornecedores locais para apoiar a economia regional e minimizar a pegada ambiental da sua cadeia de fornecimento. O Continente Hipermercados também investe em iniciativas de bem-estar social e desenvolvimento comunitário. Através de atividades filantrópicas, apoiam causas relacionadas com a educação, saúde e segurança alimentar, contribuindo para o bem-estar e crescimento das comunidades que servem. A dedicação do Continente à RSE sublinha o impacto que um gigante do retalho pode ter na promoção de mudanças positivas na sociedade, no ambiente e nas comunidades locais. Através da adoção de práticas empresariais responsáveis, o Continente procura forjar um futuro para Portugal que seja mais sustentável e inclusivo, beneficiando tanto as pessoas como o ambiente.

Nestlé: Trata-se de uma empresa global de alimentos e bebidas, que opera em vários sectores, como a nutrição, os cuidados de saúde e os cuidados com animais de estimação. Enquanto ator proeminente na indústria alimentar, a Nestlé oferece uma vasta gama de produtos, incluindo alimentos para bebés,



café, produtos de confeitaria e água engarrafada, satisfazendo as diversas preferências dos consumidores e as suas necessidades nutricionais. A empresa está também empenhada na Responsabilidade Social das Empresas, incorporando os seus valores na cultura empresarial. A Nestlé reconhece o seu papel na promoção da nutrição, da saúde e do bem-estar entre os consumidores, respeitando simultaneamente o ambiente e as comunidades em que opera, concentrando-se ativamente no aprovisionamento sustentável de matérias-primas, na utilização responsável da água e na redução da sua pegada de carbono para mitigar os impactos ambientais. Além disso, a Nestlé dedica-se à promoção da educação nutricional e de estilos de vida saudáveis, envolvendo-se em várias iniciativas destinadas a combater as deficiências de micronutrientes e a melhorar a consciência nutricional dos consumidores. Além disso, a Nestlé investe em programas de desenvolvimento comunitário, apoiando os agricultores locais e capacitando as comunidades nas áreas onde opera. Ao adotar práticas empresariais responsáveis e ao dar prioridade ao bem-estar dos consumidores e do planeta, a Nestlé pretende criar um futuro mais sustentável e mais saudável para as pessoas em todo o mundo.

Amorim Corticeira (cortiça): Esta é uma empresa portuguesa de renome que opera na indústria da cortiça e é líder na produção e distribuição de cortiça, dando ênfase a práticas sustentáveis na extração, fabrico e venda de produtos de cortiça. A firme dedicação à Responsabilidade Social Empresarial (RSE) está claramente refletida nos seus valores fundamentais e princípios orientadores. A empresa reconhece a importância essencial dos montados de sobreiro na salvaguarda da biodiversidade e no combate às alterações climáticas, defendendo ativamente uma gestão florestal responsável e sustentável para assegurar o bem-estar duradouro dos ecossistemas de sobreiro. Além disso, a Amorim Corticeira investe em investigação e inovação para melhorar os processos de produção de cortiça, minimizando o desperdício e otimizando a utilização de recursos. A empresa apoia incondicionalmente os princípios da economia circular, com o objetivo de reduzir o seu impacto ambiental em toda a cadeia de valor da cortiça. Para além dos seus esforços ambientais, a Amorim Corticeira estende a sua dedicação à RSE ao bem-estar dos seus colaboradores e das comunidades em que opera. A empresa pretende estabelecer ambientes de trabalho seguros e inclusivos, promovendo oportunidades de crescimento profissional e participando ativamente em projetos comunitários a nível local.

Auchan (Portugal): Esta é também uma cadeia de retalho que oferece uma vasta gama de produtos, desde mercearias e produtos electrónicos a vestuário moderno e artigos para o lar. Orgulham-se de satisfazer as diversas necessidades dos clientes, mantendo os preços acessíveis e garantindo que todos recebem a sua dose de qualidade. Como parte integrante da sua visão empresarial, demonstram um compromisso com a RSE, estando plenamente conscientes do seu papel na sociedade e abraçando de todo o coração a responsabilidade de ter um impacto positivo no ambiente e nas comunidades que servem. Com práticas sustentáveis em vigor, a Auchan defende apaixonadamente o aprovisionamento consciente, a redução de resíduos e iniciativas amigas do ambiente, fazendo a



sua parte para deixar uma pegada ecológica mais pequena. Para além disso, a Auchan Portugal também investe no bem-estar dos seus funcionários, proporcionando um ambiente de trabalho seguro e inclusivo com uma variedade de oportunidades de crescimento. A empresa também colabora com organizações locais, envolvendo-se em projetos comunitários que respondem a necessidades sociais e contribuem para a melhoria da comunidade local. A Auchan subiu da posição 21 para a 14 no ranking Merco entre 2021 e 2022.

Grupo Volkswagen: Esta é uma empresa automóvel proeminente, conhecida pela sua gama de veículos inovadores e fiáveis. Enquanto líder da indústria automóvel, a Volkswagen oferece uma gama diversificada de automóveis que satisfazem várias necessidades e preferências dos consumidores. O compromisso do grupo com os princípios da Responsabilidade Social das Empresas está também ligado à visão e aos valores da sua própria empresa. A Volkswagen Portugal reconhece o seu impacto significativo na sociedade e no ambiente e está determinada a contribuir positivamente para ambos. Ao dar prioridade a processos de fabrico sustentáveis, a tecnologias amigas do ambiente e a uma gestão responsável dos resíduos, a Volkswagen pretende reduzir a sua pegada ambiental e promover um futuro mais verde. Através da sua dedicação à RSE, a Volkswagen Portugal mostra como uma grande empresa automóvel pode desempenhar um papel fundamental na promoção de mudanças positivas. A empresa subiu 9 posições entre 2021 e 2022, passando a ocupar um importante 15º lugar no ranking Merco.

De referir que, segundo José Segundo (CEO da Merco), ao analisar a perceção dos consumidores sobre as empresas portuguesas, as duas variáveis com menor classificação são a responsabilidade social e a responsabilidade ambiental. Este é um desafio para as empresas, que devem estar conscientes de que, apesar dos grandes progressos alcançados, as expectativas dos consumidores estão mais avançadas do que os progressos efetivamente realizados (in *Imagens de Marca*, 2023). Este facto demonstra uma consciencialização para a problemática por parte das instituições, mas também por parte da população e dos consumidores.

Governança empresarial e instituições de financiamento

A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) tem vindo a tornar-se cada vez mais crucial no panorama empresarial português, em particular nos domínios da governança empresarial e das instituições financeiras. À medida que Portugal abraça a importância das práticas sustentáveis e do impacto social, as empresas e as entidades financeiras estão a dar maior ênfase à integração dos princípios da RSE nas suas operações. Este ensaio explora os principais aspectos da RSE no contexto português, incluindo os códigos de governo das sociedades, o envolvimento dos accionistas e das partes interessadas, os relatórios de sustentabilidade, o papel das instituições financeiras e a importância da regulamentação e da conformidade.

Os códigos de governo das sociedades em Portugal estabelecem as bases para práticas empresariais responsáveis. A incorporação dos princípios de RSE



nestes códigos garante que as empresas dão prioridade à transparência, à responsabilidade e à tomada de decisões éticas. Ao incorporar a RSE nas directrizes do governo das sociedades, as empresas portuguesas defendem valores que estão alinhados com as expectativas da sociedade e promovem o crescimento sustentável.

O envolvimento dos acionistas está a assistir a uma mudança transformadora no que diz respeito à RSE. Os acionistas reconhecem agora o impacto a longo prazo da sustentabilidade no desempenho de uma empresa e incentivam ativamente as empresas a adotar práticas de RSE. Este maior envolvimento promove um diálogo significativo entre investidores e empresas, instando as empresas a alinhar as suas estratégias com as preocupações sociais e a preservação do ambiente.

Os relatórios de sustentabilidade estão a ganhar proeminência no panorama empresarial como um aspeto fundamental da RSE. Ao fornecerem informações transparentes sobre o seu desempenho ambiental, social e de governação (ESG), as empresas demonstram o seu empenho nos princípios da RSE. Os relatórios de sustentabilidade criam confiança e credibilidade junto das partes interessadas, fornecendo informações sobre os contributos sociais e ambientais positivos das empresas portuguesas.

As instituições financeiras desempenham um papel fundamental na promoção da RSE. Os bancos, gestores de ativos e outras entidades financeiras estão a integrar cada vez mais critérios ESG nas suas decisões de investimento. Esta abordagem incentiva as empresas a adotarem práticas sustentáveis e coloca a sustentabilidade na linha da frente das decisões empresariais.

O envolvimento das partes interessadas é essencial para uma implementação eficaz da RSE. As empresas e as instituições financeiras envolvem ativamente as partes interessadas, incluindo os trabalhadores, as comunidades locais, os fornecedores e as ONG, nos seus processos de tomada de decisão. O envolvimento das partes interessadas garante que as estratégias de RSE respondem às necessidades locais e às preocupações da sociedade, promovendo relações positivas e um impacto social mais alargado.

Além disso, **a regulamentação e a conformidade** são os principais fatores de integração da RSE em Portugal. O governo introduziu leis e regulamentos que obrigam à elaboração e divulgação de relatórios de RSE, reforçando a importância das práticas sustentáveis. Ao cumprirem estes regulamentos, as empresas e as instituições financeiras demonstram o seu empenhamento num comportamento ético e numa conduta empresarial responsável.

Podemos resumir que a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) tem um valor significativo no contexto português, moldando a governação empresarial e as instituições financeiras. A inclusão de princípios de RSE nos códigos de governo das sociedades promove a transparência e a responsabilização, enquanto o envolvimento dos acionistas incentiva as empresas a dar prioridade a práticas sustentáveis. Os relatórios de sustentabilidade criam confiança entre as



partes interessadas, demonstrando o empenhamento de uma empresa no bem-estar social e ambiental. No panorama empresarial português, as instituições financeiras desempenham um papel fundamental na promoção da RSE através de decisões de investimento responsáveis. Por último, o cumprimento da regulamentação garante que a RSE continua a ser parte integrante das práticas empresariais éticas e sustentáveis, posicionando Portugal para um futuro socialmente mais responsável e resiliente.

Organismos reguladores da RSE

Para promover e regular as iniciativas de RSE, Portugal criou organismos reguladores específicos (alguns deles anteriores ao conceito de RSE, mas que os supervisionam/regulam). Estas entidades supervisionam as práticas de RSE, asseguram o cumprimento dos regulamentos e orientam as empresas nos seus esforços para criar um impacto positivo na sociedade e no ambiente. Neste ponto, exploramos os principais organismos reguladores da RSE em Portugal e o seu papel na promoção de práticas empresariais responsáveis.

A Comissão do Mercado de Valores **Mobiliários (CMVM)** desempenha um papel crucial na regulação dos relatórios de RSE das empresas cotadas em bolsa. A CMVM assegura que as empresas cumprem os requisitos de relato de sustentabilidade e divulgam informações ESG (ambientais, sociais e de governação) relevantes aos acionistas e às partes interessadas. Ao impor a transparência e a responsabilização, a CMVM promove um comportamento responsável e aumenta a confiança dos investidores nos mercados financeiros portugueses.

A **Agência Portuguesa do Ambiente (APA)**, enquanto principal entidade reguladora das questões ambientais em Portugal, desempenha um papel fundamental na supervisão da sustentabilidade ambiental e das práticas de RSE. A APA assegura que as empresas cumprem os regulamentos ambientais e aderem a práticas amigas do ambiente. A agência colabora com as empresas para mitigar os impactos ambientais, apoiando a sua transição para modelos de negócio sustentáveis.

A **Autoridade da Concorrência Portuguesa (AdC)** aborda a RSE na perspetiva da concorrência leal e das práticas empresariais éticas. A AdC monitoriza a dinâmica do mercado para evitar comportamentos anti-concorrenciais que possam afetar negativamente os consumidores, os trabalhadores ou o ambiente. Ao encorajar uma conduta responsável e um comércio justo, a AdC contribui para um ambiente empresarial mais consciente em Portugal.

A **Inspecção-Geral da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território (IGAMAOT)** é responsável pela inspeção e regulamentação de vários sectores relacionados com a agricultura, as pescas e o ambiente. Este organismo regulador supervisiona o cumprimento das normas ambientais por parte das empresas e incentiva práticas sustentáveis nestes sectores. Ao



promover a RSE nestes sectores, a IGAMAOT contribui para a preservação dos recursos naturais e do equilíbrio ecológico.

Em Portugal, os organismos reguladores da Responsabilidade Social das Empresas desempenham um papel fundamental na promoção de práticas empresariais éticas, sustentáveis e socialmente responsáveis. A Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM) assegura a transparência através de relatórios de sustentabilidade. A Agência Portuguesa do Ambiente (APA) centra-se na sustentabilidade ambiental, enquanto a Autoridade da Concorrência (AdC) monitoriza a concorrência leal e as práticas éticas. Além disso, a Inspeção Geral da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território (IGAMAOT) supervisiona sectores vitais para a preservação do ambiente. Ao colaborar com as empresas, estas entidades reguladoras ajudam a moldar um futuro mais responsável e sustentável para Portugal, beneficiando a sociedade, o ambiente e a economia como um todo.

Organizações da sociedade civil

As Organizações da Sociedade Civil (OSC) desempenham um papel vital na definição, influência e promoção de iniciativas de RSE. Estas organizações, que incluem organizações não governamentais (ONG), grupos comunitários e organismos de defesa, colaboram com empresas e entidades governamentais para promover práticas empresariais responsáveis. Aqui exploramos os principais contribuintes e contributos das OSC no contexto português e o seu impacto na RSE. Existem várias Organizações da Sociedade Civil (OSC) em Portugal que estão ativamente envolvidas na promoção da Responsabilidade Social das Empresas (RSE) e de práticas sustentáveis. Apresentamos de seguida algumas das principais e mais conhecidas organizações que se dedicam a esta temática:

O BCSD Portugal (Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável de Portugal) é uma associação empresarial de referência que reúne empresas empenhadas no desenvolvimento sustentável. A organização centra-se na promoção de práticas de RSE, no apoio a modelos de negócio sustentáveis e na promoção do diálogo entre o sector privado e outras partes interessadas para enfrentar os desafios ambientais e sociais.

A ACEGE (Associação Cristã de Gestores e Executivos de Empresas) é uma associação de executivos de empresas que defende práticas empresariais éticas e responsáveis. A organização promove os princípios da RSE, a ética empresarial e a responsabilidade social entre os seus membros e não só, contribuindo para o desenvolvimento de um ambiente empresarial mais sustentável e justo.

A Zero - Associação Sistema Terrestre Sustentável é uma CSO dedicada à sustentabilidade ambiental e às alterações climáticas. Embora não se dedique exclusivamente à RSE, a organização desempenha um papel crucial na sensibilização para as práticas sustentáveis e na defesa de políticas ambientais responsáveis em Portugal.



A ONGD - Plataforma Portuguesa das Organizações Não-Governamentais para o Desenvolvimento é uma plataforma que representa numerosas organizações não governamentais (ONG) portuguesas que atuam na área da cooperação para o desenvolvimento. Estas organizações desempenham frequentemente um papel importante na promoção de iniciativas de RSE em vários sectores, em particular os relacionados com a assistência social, a educação e a redução da pobreza.

A Quercus - Associação Nacional de Conservação da Natureza é uma ONG ambiental proeminente em Portugal, conhecida pelos seus esforços na defesa de práticas sustentáveis e da proteção ambiental. A organização colabora com empresas e decisores políticos para promover princípios de RSE e iniciativas amigas do ambiente.

A Fundação Calouste Gulbenkian é uma instituição privada que apoia diversos projetos centrados no desenvolvimento social, nas artes, na ciência e na educação. Financia iniciativas alinhadas com os princípios da RSE e da sustentabilidade, causando um impacto positivo na sociedade e no ambiente.

Os seus principais contributos para a RSE em Portugal e no estrangeiro são:

As Organizações da Sociedade Civil em Portugal são defensoras de **causas sociais e ambientais**. Sensibilizar para questões prementes como a pobreza, a desigualdade, a degradação ambiental e as alterações climáticas. Ao defenderem práticas empresariais responsáveis e políticas sustentáveis, as OSC pressionam as empresas a integrarem os princípios da RSE nas suas estratégias fundamentais.

As OSC desempenham um papel crucial na **facilitação do envolvimento das partes interessadas**. Através do diálogo e da colaboração, as OSC fazem a ponte entre as empresas e as comunidades locais, dando a estas últimas a possibilidade de exprimir as suas preocupações e necessidades. Este envolvimento ajuda as empresas a identificar questões sociais e ambientais relevantes, conduzindo a iniciativas de RSE mais significativas que respondem aos desafios locais.

As OSC influentes em Portugal **defendem políticas e regulamentos de RSE**, tanto a nível nacional como europeu. Colaboram com os decisores políticos para incentivar a criação de um quadro regulamentar de apoio às práticas de RSE. Ao defenderem uma conduta empresarial responsável, as OSC contribuem para moldar um ambiente empresarial que promova práticas sustentáveis e éticas.

As organizações da sociedade civil **monitorizam os compromissos de RSE das empresas** e responsabilizam-nas pelas suas ações. Através de avaliações e relatórios independentes, as OSC asseguram que as empresas cumprem as suas promessas de RSE. Esta responsabilização promove a transparência e incentiva a melhoria contínua das práticas de RSE.

As OSC em Portugal também se têm concentrado na **promoção de cadeias de abastecimento responsáveis**. Defendem que as empresas assegurem práticas



laborais justas, um aprovisionamento ético e processos de produção sustentáveis nas suas cadeias de abastecimento. Esta defesa incentiva as empresas a adotarem uma abordagem holística da RSE, alargando o impacto das práticas responsáveis a toda a cadeia de valor.

As OSC **colaboram com as empresas para implementar projetos de RSE com impacto** que beneficiam as comunidades locais e o ambiente. Ao reunir recursos e conhecimentos, as OSC e as empresas podem enfrentar os desafios sociais e ambientais de forma mais eficaz, conduzindo a um desenvolvimento sustentável e a uma mudança positiva.

No contexto português, as Organizações da Sociedade Civil (OSC) emergiram como atores-chave na condução dos esforços de Responsabilidade Social das Empresas (RSE). Em conjunto, as empresas e as OSC podem trabalhar para um futuro em que as práticas empresariais responsáveis estejam no centro do desenvolvimento económico e social de Portugal.

Media

A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) desempenha um papel crucial na configuração do sector dos meios de comunicação social em Portugal. Enquanto influenciador fundamental da opinião pública e dos valores sociais, o sector dos media tem uma responsabilidade significativa na promoção do jornalismo ético, da consciência ambiental e do progresso social. Neste subcapítulo, aprofundamos os vários aspectos da RSE no panorama dos media portugueses, explorando a forma como as organizações de media se envolvem em práticas responsáveis para ter um impacto positivo na sociedade.

Jornalismo ético e rigor: Os órgãos de comunicação social portugueses defendem os princípios do jornalismo ético, assegurando a exatidão, imparcialidade e justiça nas suas reportagens. Esforçam-se por fornecer informações fiáveis e imparciais, promovendo assim a transparência e a responsabilidade entre empresas, entidades governamentais e a sociedade civil. Este compromisso com o jornalismo ético aumenta a confiança do público nos media, promovendo uma sociedade bem informada.

Consciência ambiental: As iniciativas de RSE no sector dos media estendem-se à consciência ambiental. As organizações de comunicação social adotam práticas amigas do ambiente, como escritórios sem papel, conservação de energia e programas de reciclagem, para minimizar a sua pegada de carbono. Além disso, podem informar sobre questões ambientais, aumentando a consciencialização sobre sustentabilidade e esforços de conservação.

Promoção de questões sociais e do discurso público: Os meios de comunicação social em Portugal, orientados para a RSE, aproveitam a sua influência para destacar questões sociais prementes e facilitar o discurso público sobre temas como a pobreza, a educação e os cuidados de saúde. Ao fornecer uma plataforma para discussões significativas, os meios de comunicação social promovem o envolvimento cívico e incentivam mudanças sociais positivas.



Inclusão e Diversidade: Os órgãos de comunicação social responsáveis em Portugal dão prioridade à inclusão e à diversidade nos seus conteúdos, força de trabalho e processos de decisão. Ao refletir diversas perspectivas e histórias, os meios de comunicação social contribuem para uma sociedade mais tolerante e inclusiva.

Defesa de uma publicidade responsável: As empresas e organizações de comunicação social estão conscientes do impacto da publicidade na sociedade. Os meios de comunicação social responsáveis podem defender uma publicidade responsável, recusando-se a promover produtos nocivos ou informações enganosas. Este compromisso garante que a publicidade está de acordo com os valores da RSE e não compromete a saúde pública ou o bem-estar social.

Envolvimento social e comunitário: Os meios de comunicação social em Portugal envolvem-se frequentemente em iniciativas sociais e comunitárias. Podem estabelecer parcerias com ONG, organizações de caridade e comunidades locais para apoiar causas sociais, angariar fundos para caridade e participar em projetos de desenvolvimento comunitário. Este tipo de envolvimento demonstra um empenho em ter um impacto positivo para além da cobertura jornalística. Este facto é especialmente notório no contexto português, com um grande conjunto de iniciativas entre os meios de comunicação social e as ONG ao longo do ano.

Em suma, a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) desempenha um papel significativo na configuração do panorama dos media em Portugal. As organizações de comunicação social responsáveis defendem o jornalismo ético, a consciência ambiental e a inclusão, ao mesmo tempo que promovem o discurso público sobre questões sociais. Ao defender uma publicidade responsável e ao envolver-se em iniciativas comunitárias, o sector dos media influencia mudanças sociais positivas e contribui para uma sociedade mais sustentável e informada. À medida que os meios de comunicação social continuam a evoluir, uma atenção contínua aos princípios da RSE garante que continuam a ser um agente fundamental de transformação positiva em Portugal.

VII. Polónia

A empresa Certes, cujo nome deriva da palavra latina que significa "fiabilidade", foi fundada em 2005 e dedica-se à prestação de formação empresarial e de consultoria online e presencial, webinars, coaching, conceção e implementação de programas de desenvolvimento, consultoria empresarial e melhoria dos processos de RH. A Certes é também líder na obtenção de subsídios para o desenvolvimento de funcionários e organizações, ocupando o primeiro lugar no ranking de empresas de formação de 2021, de acordo com o Financial Newspaper. Apesar de ser uma empresa de formação focada na realização de reuniões em torno de negócios e consultoria, a sua missão é aumentar a eficácia, fornecendo continuamente novos conhecimentos, desenvolvendo competências e inspirando a mudança e a auto-realização. A Certes teve em conta o grau de satisfação dos seus colaboradores com o seu emprego, pretendendo melhorar o



nível de fidelização e de ligação do grupo. Para o efeito, a empresa realizou uma auditoria interna à sua cultura organizacional no âmbito do projeto "Implementação de soluções de RSE na Certes". Com base nos resultados da auditoria e do relatório, a implementação de soluções de RSE foi realizada através da participação no Programa de Cooperação Suíça-Polónia, que é uma forma de ajuda externa não reembolsável concedida pela Suíça à Polónia, como parte da ajuda suíça a dez estados membros da União Europeia.

A Certes iniciou os seus esforços para implementar a Responsabilidade Social Corporativa obtendo a certificação ISO 9001 em 2014 (sistema de gestão da qualidade). No mesmo ano, recebeu também o Certificado de Qualidade Empresarial "Business Fair Play". Um ano depois, a empresa foi incluída na lista de Laureados da 18ª edição do programa nacional Customer Friendly Company, publicado pela revista Forbes. A CERTES voltou a integrar o leque de empresas que têm um cuidado especial com as relações e a qualidade do atendimento ao cliente. O título é atribuído com base na opinião de clientes e parceiros de negócio.

As atividades de RSE da empresa, baseadas na sua prática "Fazer da RSE uma norma, não uma moda", incluem

1. Assinatura da adesão ao programa Parceria para a Acessibilidade (atividades para pessoas com necessidades especiais, incluindo pessoas com deficiência)
2. Doação de um vale no valor de 10 000 PLN para apoiar a Fundação Akogo (uma organização não governamental polaca dedicada a soluções sistémicas para os problemas das pessoas em coma). O voucher é leiloado para ganhar qualquer formação ou serviço de consultoria da Certes. A empresa também participou numa campanha nacional a favor das crianças doentes na Grande Orquestra de Beneficência de Natal, para a qual doou outro vale no valor de 10 000 PLN.
3. Solidária com a Ucrânia na sequência da agressão russa. A empresa organizou uma recolha considerável dos bens mais necessários para os refugiados e migrantes que fugiam do terror da guerra. A Certes também foi solidária com os portadores de Síndrome de Down no âmbito do 21 de março, associando-se à organização de eventos destinados a sensibilizar a opinião pública, promover o direito à plena participação na sociedade e a integração das pessoas com esta deficiência genética.
4. Apoio jurídico na obtenção de fundos comunitários para o funcionamento da "Linha Azul" - Serviço Nacional de Emergência para Vítimas de Violência Familiar.
5. Em maio de 2023, por ocasião do Dia dos Direitos dos Animais, a empresa organizou - com grande sucesso - uma recolha de alimentos para animais de abrigo.
6. Apoio jurídico na obtenção de fundos comunitários para o funcionamento da "Linha Azul" - Serviço Nacional de Emergência para Vítimas de Violência Familiar.



Com referência a estes pontos importantes mencionados para a empresa no domínio das atividades de RSE, é possível distinguir uma vasta gama de atividades que afetam a imagem da empresa de uma forma muito positiva. Estes não são todos os exemplos de atividades de RSE, o que mostra claramente o empenho da Certes.

Embora a empresa baseie as suas atividades em serviços prestados a empresas e pessoas da comunidade empresarial, as suas extensas atividades de RSE destinam-se, em grande medida, a um público completamente diferente. As atividades destinadas a proteger a saúde das crianças, a ajudar os animais de abrigos ou a apoiar as atividades de ONG que trabalham em benefício de pessoas necessitadas não só atestam uma grande imaginação e uma abordagem criativa para promover a filosofia da RSE, como também, através dessas atividades, têm um impacto muito positivo na equipa de funcionários da empresa. Graças a estas atividades, os trabalhadores têm um maior sentido de missão e, conseqüentemente, de ligação à empresa. A produtividade do trabalho aumenta e a rotação dos trabalhadores diminui devido à quebra dos padrões das atividades diárias.

Em termos morais e éticos, a Certes, através das atividades de RSE, torna-se uma empresa exemplar, e a construção de uma base de clientes e a divulgação de uma boa imagem corporativa baseiam-se em princípios limpos e claros. Um vasto leque de atividades, desde o desporto, animais, crianças doentes ou pessoas da Ucrânia até à formação de menores e apoio a atividades comunitárias, mostra as diferentes direcções que uma empresa pode seguir ao considerar a Responsabilidade Social Empresarial.

Ligação à prática: <https://szkolenia.certes.pl/csr/>

A LUMAG é uma empresa especializada na produção de materiais de fricção, ou seja, pastilhas de travão, discos e revestimentos. Possui a mais moderna fábrica de materiais de fricção da Europa Central e Oriental. A empresa fornece aos utilizadores de automóveis e camiões produtos de alta qualidade que garantem conforto e uma travagem eficaz. Os produtos cumprem os padrões e normas mais elevados, confirmados por certificados. De acordo com a estratégia da empresa, têm a ambição de ocupar uma posição forte no mercado de pós-venda no segmento de revestimentos e pastilhas. Pretendem expandir o seu mercado para toda a Europa, ao mesmo tempo que constroem a sua imagem de marca para ser diretamente associada à segurança.

A LUMAG tem uma vasta gama de atividades destinadas a melhorar a sua imagem através de ações reais em benefício do ambiente, bem como da comunidade local, para a qual é um empregador significativo. Além disso, os objetivos implementados nas atividades da empresa incluem aspectos como:

- recolher as reações dos clientes e responder às suas expectativas
- otimização da produção
- aumentar a eficiência da produção
- ação pró-ambiental e gestão responsável dos resíduos



- desenvolvimento e melhoria contínuos das competências e qualificações dos trabalhadores
- utilizar o Sistema de Gestão Integrado e o Lead Manufacturing na empresa

Em linha com a comunicação e construção de imagem da empresa, visível no site da LEMAG, a empresa promove o âmbito das suas atividades de responsabilidade social corporativa de forma ampla e diversificada. Estas têm um impacto real no funcionamento da comunidade local, participam ativamente na vida da região e dos seus habitantes e apoiam jovens talentos como forma de resposta às necessidades de quem procura apoio profissional.

Cuidar da energia verde - Em 2021, a empresa instalou mais de 4162 painéis fotovoltaicos na sua área de trabalho. Conscientes da importância de proteger o ambiente, conseguem cobrir 17% das necessidades de eletricidade da fábrica desta forma. Além disso, a empresa utiliza uma bomba de calor de fonte de ar para aquecer e abastecer o edifício com água doméstica. Foram também instalados permutadores de calor cruzados de gases de combustão. Desta forma, foi possível recuperar a energia térmica necessária para aquecer o espaço do pavilhão de produção. Além disso, foram utilizados filtros de óleo hidráulico para prolongar várias vezes a vida útil do óleo das máquinas utilizadas na linha de prensagem. Deste modo, quase 12.000 litros de óleo por ano não serão eliminados.

A empresa LUMAG preocupa-se com os jovens mecânicos - Desde 2016 que a empresa é mecenas de jovens mecânicos, no âmbito da sua cooperação com a Escola Técnica, onde são formados técnicos de mecânica. A empresa tomou a seu cargo 28 estudantes que estão a melhorar as suas qualificações. A empresa supervisionou um ciclo de formação de quatro anos, ao mesmo tempo que permitiu que os jovens estagiários participassem em estágios organizados na sede da empresa e no Departamento de I&D. Para além disso, a LUMAG presta apoio a outras instituições com perfil técnico, sob a forma de acesso a materiais didáticos e informativos.

A empresa está também envolvida na luta contra vários fenómenos sociais negativos, apoiando as autoridades locais no desenvolvimento físico dos jovens. A LUMAG co-organiza competições desportivas e desenvolve atividades de patrocínio. Apoia uma equipa de pequenos jogadores de futebol, bem como a fundação "To the Children of Europe", cujo principal objetivo é fornecer ajuda financeira e material a jovens de famílias pobres.

As atividades da empresa estão igualmente ligadas à proteção do ambiente, através de medidas tomadas em conformidade com a norma ISO 14001. O fabrico de produtos em condições que não sobrecarregam nem poluem o planeta é fundamental para a empresa. As pastilhas de travão, os revestimentos e outros produtos usados são reciclados e depois eliminados.

As atividades de responsabilidade social corporativa da LUMAG testemunham a sua extraordinária sensibilidade às necessidades da comunidade local e, tendo em mente o ambiente, não é indiferente à forma como as suas atividades afetam o planeta.

O facto de acolher um grande grupo de jovens estudantes do ensino secundário e de supervisionar a sua aprendizagem para se tornarem mecânicos é um testemunho da importância que a empresa atribui à formação de uma nova geração de trabalhadores desde o início das suas carreiras. Graças a estas atividades, os jovens não só estão solidamente preparados para o trabalho, como também têm uma sensação de segurança em relação ao seu futuro numa localidade onde é normalmente difícil encontrar uma boa profissão.

Ao mesmo tempo, cuidar do desenvolvimento físico de jovens da área circundante mostra que a construção de uma boa imagem corporativa pode ser realizada não só com palavras, mas também com actos reais, enquanto o apoio a uma fundação para benefício de crianças de famílias pobres é um exemplo perfeito de uma abordagem humanitária ao destino de pessoas com quem a empresa, no âmbito das suas atividades, nada tem a ver.

O desenvolvimento sustentável e a atitude ética da LUMAG em relação ao ambiente, aos seus funcionários e à comunidade local é um exemplo exemplar da atividade de uma empresa que compreende perfeitamente a ideia de responsabilidade social empresarial.

Ligação à prática: <https://lumag.pl/csr/>

NOME DA BOA PRÁTICA	Fazer da RSE uma norma, não uma moda
País	Polónia



<p>BREVES CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA SOCIAL/HUB EM QUE A BOA PRÁTICA FOI IMPLEMENTADA</p>	<p>A empresa Certes, cujo nome deriva da palavra latina que significa "fiabilidade", foi fundada em 2005 e dedica-se à prestação de formação empresarial e de consultoria online e presencial, webinars, coaching, conceção e implementação de programas de desenvolvimento, consultoria empresarial e melhoria dos processos de RH. A Certes é também líder na obtenção de subsídios para o desenvolvimento organizacional e dos trabalhadores, ocupando o primeiro lugar no ranking das empresas de formação de 2021, segundo o Financial Newspaper.</p>
<p>RAZÕES PARA SELECIONAR ESTA PRÁTICA</p>	<p>Apesar de ser uma empresa de formação centrada na realização de reuniões em torno de negócios e consultoria, a sua missão é aumentar a eficácia, proporcionando continuamente novos conhecimentos, desenvolvendo competências e inspirando a mudança e a auto-realização. A Certes teve em conta o grau de satisfação dos seus colaboradores com o seu emprego, pretendendo melhorar o nível de lealdade e de ligação do grupo. Para o efeito, a empresa realizou uma auditoria interna à sua cultura organizacional no âmbito do projeto "Implementação de soluções de RSE na Certes". Com base nos resultados da auditoria e do relatório, a implementação de soluções de RSE foi realizada através da participação no Programa de Cooperação Suíça-Polónia, que é uma forma de ajuda externa não reembolsável concedida pela Suíça à Polónia, como parte da ajuda Suíça a dez estados membros da União Europeia.</p>



A
ESSÊNCIA
PRÁTICA

DA

A **Certes** iniciou os seus esforços para implementar a Responsabilidade Social Corporativa obtendo a certificação ISO 9001 em 2014 (sistema de gestão da qualidade). No mesmo ano, recebeu também o Certificado de Qualidade Empresarial "Business Fair Play". Um ano depois, a empresa foi incluída na lista de Laureados da 18ª edição do programa nacional Customer Friendly Company, publicado pela revista Forbes. A CERTES voltou a integrar o leque de empresas que têm um cuidado especial com as relações e a qualidade do atendimento ao cliente. O título é atribuído com base na opinião de clientes e parceiros de negócio.

As atividades de RSE da empresa incluem:

7. Assinatura da adesão ao programa Parceria para a Acessibilidade (atividades para pessoas com necessidades especiais, incluindo pessoas com deficiência)
8. Doação de um voucher no valor de 10 000 PLN para apoiar a Fundação Akogo (uma organização não governamental polaca dedicada a soluções sistémicas para os problemas das pessoas em coma). O voucher será leiloado para ganhar qualquer formação ou serviço de consultoria da Certes. A empresa também participou numa campanha nacional a favor das crianças doentes na Grande Orquestra de Beneficência de Natal, para a qual doou outro vale no valor de 10 000 PLN.
9. Solidária com a Ucrânia na sequência da agressão russa. A empresa organizou uma recolha considerável dos bens mais necessários para os refugiados e migrantes que fugiam do terror da guerra. A Certes também foi solidária com os portadores de Síndrome de Down no âmbito do 21 de março, associando-se à organização de eventos destinados a sensibilizar a opinião pública, promover o direito à plena participação na sociedade e a integração das pessoas com esta deficiência genética.
10. Apoio jurídico na obtenção de fundos comunitários para o funcionamento da "Linha



	<p>Azul" - Serviço Nacional de Emergência para Vítimas de Violência Familiar.</p> <p>11. Em maio de 2023, por ocasião do Dia dos Direitos dos Animais, a empresa organizou - com grande sucesso - uma recolha de alimentos para animais de abrigo.</p>
<p>Como é que esta prática apoia uma empresa sustentável e ética?</p>	<p>Com referência a estes pontos importantes mencionados para a empresa no domínio das atividades de RSE, é possível distinguir uma vasta gama de atividades que afetam a imagem da empresa de uma forma muito positiva. Estes não são todos os exemplos de atividades de RSE, o que mostra claramente o empenho da Certes.</p> <p>Embora a empresa baseie as suas atividades em serviços prestados a empresas e pessoas da comunidade empresarial, as suas extensas atividades de RSE destinam-se, em grande medida, a um público completamente diferente. As atividades destinadas a proteger a saúde das crianças, a ajudar os animais de abrigos ou a apoiar as atividades de ONG que trabalham em benefício de pessoas necessitadas não só atestam uma grande imaginação e uma abordagem criativa para promover a filosofia da RSE, como também, através dessas atividades, têm um impacto muito positivo na equipa de funcionários da empresa. Graças a estas atividades, os trabalhadores têm um maior sentido de missão e, conseqüentemente, de ligação à empresa. A produtividade do trabalho aumenta e a rotação dos trabalhadores diminui devido à quebra dos padrões das atividades diárias.</p> <p>Em termos morais e éticos, a Certes, através das atividades de RSE, torna-se uma empresa exemplar, e a construção de uma base de clientes e a divulgação de uma boa imagem corporativa baseiam-se em princípios limpos e claros. Um vasto leque de atividades, desde o desporto, animais, crianças doentes e/ou pessoas da Ucrânia, até à formação de menores e apoio a atividades comunitárias, mostra as diferentes direcções que uma empresa pode seguir ao considerar a Responsabilidade Social Empresarial.</p>



Ligação à prática:	https://szkolenia.certes.pl/csr/
NOME DA BOA PRÁTICA	Preocupamo-nos com o ambiente e apoiamos os jovens talentos
País	Polónia
BREVES CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA SOCIAL/HUB EM QUE A BOA PRÁTICA FOI IMPLEMENTADA	Uma empresa especializada na produção de materiais de fricção, ou seja, pastilhas de travão, discos e revestimentos. Possui a mais moderna fábrica de materiais de fricção da Europa Central e Oriental. Fornecem aos utilizadores de automóveis e camiões produtos de alta qualidade que garantem conforto e uma travagem eficaz. Os produtos cumprem os padrões e normas mais elevados, confirmados por certificados. De acordo com a estratégia da empresa, têm a ambição de ocupar uma posição forte no mercado de pós-venda no segmento de revestimentos e pastilhas. Pretendem expandir o seu mercado para toda a Europa, ao mesmo tempo que constroem a sua imagem de marca para ser diretamente associada à segurança.
RAZÕES PARA SELECIONAR ESTA PRÁTICA	<p>A LUMAG tem uma vasta gama de atividades destinadas a melhorar a sua imagem através de ações reais em benefício do ambiente, bem como da comunidade local, para a qual é um empregador significativo. Além disso, os objetivos implementados nas atividades da empresa incluem aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - recolher as reações dos clientes e responder às suas expectativas - otimização da produção - aumentar a eficiência da produção



	<ul style="list-style-type: none"> - ação pró-ambiental e gestão responsável dos resíduos - desenvolvimento e melhoria contínuos das competências e qualificações dos trabalhadores - utilizar o Sistema de Gestão Integrado e o Lead Manufacturing na empresa
<p>A ESSÊNCIA PRÁTICA</p>	<p>DA</p> <p>Em linha com a comunicação e construção de imagem da empresa, visível no site da LEMAG, a empresa promove o âmbito das suas atividades de responsabilidade social corporativa de forma ampla e diversificada. Estas têm um impacto real no funcionamento da comunidade local, participam ativamente na vida da região e dos seus habitantes e apoiam jovens talentos como forma de resposta às necessidades de quem procura apoio profissional.</p> <p>Cuidar da energia verde - Em 2021, a empresa instalou mais de 4162 painéis fotovoltaicos na sua área de trabalho. Conscientes da importância de proteger o ambiente, conseguem cobrir 17% das necessidades de eletricidade da fábrica desta forma. Além disso, a empresa utiliza uma bomba de calor de fonte de ar para aquecer e abastecer o edifício com água doméstica. Foram também instalados permutadores de calor cruzados de gases de combustão. Desta forma, foi possível recuperar a energia térmica necessária para aquecer o espaço do pavilhão de produção. Além disso, foram utilizados filtros de óleo hidráulico para prolongar várias vezes a vida útil do óleo das máquinas utilizadas na linha de prensagem. Deste modo, quase 12.000 litros de óleo por ano não serão eliminados.</p> <p>A empresa LUMAG preocupa-se com os jovens mecânicos - Desde 2016 que a empresa é mecenas de jovens mecânicos, no âmbito da sua cooperação com a Escola Técnica, onde são formados técnicos de mecânica. A empresa tomou a seu cargo 28 estudantes que estão a melhorar as suas qualificações. A empresa supervisionou um ciclo de formação de quatro anos, ao mesmo tempo que permitiu que os jovens estagiários participassem em estágios organizados na sede da</p>



	<p>empresa e no Departamento de I&D. Para além disso, a LUMAG presta apoio a outras instituições com perfil técnico, sob a forma de acesso a materiais didáticos e informativos.</p> <p>A empresa está também envolvida na luta contra vários fenómenos sociais negativos, apoiando as autoridades locais no desenvolvimento físico dos jovens. A LUMAG co-organiza competições desportivas e desenvolve atividades de patrocínio. Apoia uma equipa de pequenos jogadores de futebol, bem como a fundação "To the Children of Europe", cujo principal objetivo é fornecer ajuda financeira e material a jovens de famílias pobres.</p> <p>As atividades da empresa estão igualmente ligadas à proteção do ambiente, através de medidas tomadas em conformidade com a norma ISO 14001. O fabrico de produtos em condições que não sobrecarrega nem poluem o planeta é fundamental para a empresa. As pastilhas de travão, os revestimentos e outros produtos usados são reciclados e depois eliminados.</p>
<p>Como é que esta prática apoia uma empresa sustentável e ética?</p>	<p>As atividades de responsabilidade social corporativa da LUMAG testemunham a sua extraordinária sensibilidade às necessidades da comunidade local e, tendo em mente o ambiente, não é indiferente à forma como as suas atividades afetam o planeta.</p> <p>O facto de acolher um grande grupo de jovens estudantes do ensino secundário e de supervisionar a sua aprendizagem para se tornarem mecânicos é um testemunho da importância que a empresa atribui à formação de uma nova geração de trabalhadores desde o início das suas carreiras. Graças a estas atividades, os jovens não só estão solidamente preparados para o trabalho, como também têm uma sensação de segurança em relação ao seu futuro numa localidade onde é normalmente difícil encontrar uma boa profissão.</p>



	<p>Ao mesmo tempo, cuidar do desenvolvimento físico de jovens da área circundante mostra que a construção de uma boa imagem corporativa pode ser realizada não só com palavras, mas também com actos reais, enquanto o apoio a uma fundação para benefício de crianças de famílias pobres é um exemplo perfeito de uma abordagem humanitária ao destino de pessoas com quem a empresa, no âmbito das suas atividades, nada está relacionado.</p> <p>O desenvolvimento sustentável e a atitude ética da LUMAG em relação ao ambiente, aos seus funcionários e à comunidade local é um exemplo exemplar da atividade de uma empresa que compreende perfeitamente a ideia de responsabilidade social empresarial.</p>
Ligação à prática:	https://lumag.pl/csr/



6. RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO

I. Alemanha

Com base na investigação documental e nas entrevistas realizadas no âmbito do estudo com empresas e grupos de partes interessadas, podem determinar-se os seguintes aspectos relativos à situação da RSE na Alemanha:

A Alemanha tem uma forte tradição de responsabilidade social das empresas (RSE) entre as suas empresas. O conceito de RSE está profundamente enraizado na cultura empresarial alemã e muitas empresas incorporam ativamente práticas de RSE nas suas operações.

As empresas alemãs colocam uma ênfase significativa na sustentabilidade e na responsabilidade ambiental. Esforçam-se por minimizar a sua pegada de carbono, promovem a eficiência energética e desenvolvem produtos e processos amigos do ambiente. Muitas empresas alemãs adotaram objetivos ambiciosos de sustentabilidade alinhados com as normas internacionais, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas.

As empresas alemãs dão prioridade ao bem-estar e ao desenvolvimento dos seus empregados. Investem em programas de formação e desenvolvimento dos trabalhadores, iniciativas de saúde e segurança e medidas de equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. As empresas fomentam frequentemente uma cultura de inclusão, diversidade e igualdade de oportunidades, promovendo um ambiente de trabalho saudável e solidário.

As empresas alemãs colaboram ativamente com as partes interessadas, incluindo trabalhadores, clientes, fornecedores e comunidades locais. Procuram obter informações e envolver as partes interessadas nos processos de tomada de decisão e comunicam regularmente as suas iniciativas de RSE. As empresas alemãs também colaboram com ONGs, agências governamentais e outras organizações para enfrentar coletivamente os desafios sociais e ambientais.

Muitas empresas alemãs participam em atividades filantrópicas e apoiam causas sociais. Contribuem para projetos de desenvolvimento comunitário, apoiam a educação e a investigação e prestam ajuda financeira durante crises e catástrofes naturais. Além disso, as empresas alemãs encorajam frequentemente os seus empregados a fazer voluntariado e a participar em iniciativas sociais.

As empresas alemãs respeitam elevados padrões éticos nas suas atividades. Promovem o comércio justo, combatem a corrupção, asseguram a transparência da cadeia de abastecimento e aderem a práticas de marketing responsáveis. O cumprimento dos requisitos legais e a adesão a diretrizes éticas são considerados essenciais para a realização de negócios na Alemanha.

As empresas alemãs valorizam a transparência e a responsabilidade nos esforços de RSE. Publicam frequentemente relatórios anuais de sustentabilidade que detalham as suas atividades de RSE, objetivos e indicadores de desempenho. Estes relatórios fornecem às partes interessadas informações sobre as práticas



de sustentabilidade de uma empresa e os seus progressos no sentido de atingir os seus objetivos de RSE.

Em geral, o compromisso de RSE na Alemanha caracteriza-se por uma abordagem holística que integra considerações económicas, sociais e ambientais nas estratégias empresariais. Reflete um compromisso para com o desenvolvimento sustentável, o envolvimento das partes interessadas e uma conduta empresarial responsável, em consonância com a forte ênfase do país na responsabilidade empresarial.

Para atingir as metas climáticas que estabeleceu para si própria, há várias áreas em que a Alemanha pode melhorar os seus esforços de Criação de Valor Partilhado (CSV). Eis alguns aspectos importantes:

Expandir as energias renováveis:

A Alemanha deve continuar a expandir as fontes de energia renováveis, como a solar, a eólica e a biomassa. Para tal, são necessários investimentos em infra-estruturas, investigação e desenvolvimento e a criação de incentivos para que as empresas e os cidadãos utilizem energias renováveis.

Promover a eficiência energética:

Uma utilização mais eficiente da energia é crucial para reduzir o consumo de energia e diminuir as emissões de gases com efeito de estufa. A Alemanha deve tomar medidas para promover a eficiência energética nos edifícios, na indústria e no sector dos transportes, nomeadamente através da promoção de tecnologias eficientes do ponto de vista energético e da introdução de normas de eficiência energética mais rigorosas.

Impulsionar a transformação do sector dos transportes:

O sector dos transportes é um dos maiores emissores de gases com efeito de estufa na Alemanha. É necessária uma reorientação dos transportes para formas de mobilidade mais sustentáveis, como a mobilidade elétrica, os transportes públicos, a bicicleta e a circulação pedonal. Para tal, é necessário expandir a infraestrutura de carregamento de veículos elétricos, promover meios de transporte amigos do ambiente e criar incentivos à mudança de comportamentos.

Agricultura e alimentação sustentáveis:

A agricultura contribui tanto para as emissões de gases com efeito de estufa como para a perda de biodiversidade. A Alemanha deve adotar medidas para promover uma agricultura mais sustentável, como a promoção da agricultura biológica, a utilização de métodos agrícolas mais respeitadores do ambiente e a redução dos resíduos alimentares.

Promover a economia circular:

A Alemanha deve promover a transição para uma economia circular, em que os produtos e materiais são reutilizados, reciclados ou reparados. Para tal, é necessário promover infra-estruturas de reciclagem, introduzir incentivos à conceção de produtos respeitadores do ambiente e sensibilizar os consumidores para o consumo sustentável.



Sensibilização e educação:

É fundamental uma sensibilização abrangente para a importância das alterações climáticas, da ação sustentável e da CSV. A Alemanha deve desenvolver programas educativos para crianças e adultos que promovam a compreensão destas questões e proporcionem competências de ação.

Estas ações exigem uma estreita colaboração entre o governo, as empresas, a sociedade civil e os cidadãos. É importante que a Alemanha estabeleça objetivos ambiciosos, utilize instrumentos políticos, crie incentivos e promova a inovação para permitir a transição para uma economia sustentável e respeitadora do clima.

Para alcançar a Criação de Valor Partilhado (CSV) e os objetivos climáticos auto-impostos, a Alemanha deve melhorar os seus esforços nos seguintes sectores:

Produção industrial

Descarbonização da produção

A Alemanha deve concentrar-se mais na descarbonização da produção industrial. Isto pode ser conseguido através da utilização de tecnologias com emissões baixas ou nulas, como as energias renováveis, o calor de processo elétrico ou à base de hidrogénio e processos de produção energeticamente eficientes.

Eficiência dos recursos e economia circular

A promoção da eficiência dos recursos e a transição para uma economia circular são cruciais para reduzir o consumo de recursos e o impacto ambiental da produção industrial. A Alemanha deve criar incentivos para tratar os resíduos como um recurso, promover a reciclagem, fechar os circuitos dos materiais e aumentar a utilização de materiais sustentáveis.

Inovação tecnológica

A Alemanha deve promover a inovação para desenvolver tecnologias e processos de produção mais respeitadores do ambiente. Isto pode ser apoiado através do investimento em investigação e desenvolvimento, da criação de centros de inovação e da colaboração entre a indústria, as universidades e o governo.

Eficiência energética e gestão da energia

O aumento da eficiência energética na produção industrial é um passo importante para reduzir o consumo de energia e as emissões de gases com efeito de estufa. A Alemanha deve criar incentivos para tecnologias energeticamente eficientes, sistemas de gestão da energia e auditorias energéticas e apoiar as empresas na melhoria da sua eficiência energética.

Cooperação e intercâmbio de conhecimentos

O intercâmbio de conhecimentos e de melhores práticas entre empresas, associações industriais, instituições de investigação e agências governamentais é crucial para alcançar progressos no domínio da produção industrial sustentável. A Alemanha deve criar plataformas de intercâmbio de conhecimentos e de colaboração para facilitar a aplicação de medidas respeitadoras do clima.



Educação e desenvolvimento de competências

Para apoiar a transição para uma produção industrial sustentável, é importante dotar os trabalhadores qualificados dos conhecimentos e competências necessários. A Alemanha deve desenvolver programas de educação e formação centrados nas técnicas de produção sustentável, na eficiência dos recursos e na proteção do clima.

Estas medidas exigem uma estreita cooperação entre empresas, governo, instituições de investigação e outras partes interessadas relevantes. Através da descarbonização da produção, da promoção da economia circular, das inovações tecnológicas, da eficiência energética, da cooperação e da educação, a Alemanha pode aumentar a contribuição da produção industrial para a consecução dos objetivos climáticos que se propôs.

Sector dos serviços

Eficiência energética e conservação dos recursos

As empresas do sector dos serviços devem tomar medidas para reduzir o seu consumo de energia e de recursos. Isto pode ser feito melhorando a eficiência energética dos edifícios de escritórios, utilizando energias renováveis, introduzindo tecnologias amigas do ambiente e promovendo uma utilização consciente dos recursos.

Promoção da mobilidade sustentável

O sector dos serviços deve envidar esforços para tornar a mobilidade dos trabalhadores e dos clientes mais respeitadora do ambiente. Isto pode ser conseguido através da promoção da partilha de automóveis, da expansão das infra-estruturas para andar de bicicleta e a pé, do apoio aos transportes públicos locais e da promoção de opções de escritório em casa.

Transformação digital

A transformação digital pode ajudar a reduzir o consumo de recursos no sector dos serviços. Ao utilizar plataformas digitais, serviços em nuvem e ferramentas de comunicação virtual, as empresas podem reduzir a necessidade de recursos físicos e o consumo de energia. A Alemanha deve melhorar as infra-estruturas digitais e apoiar as empresas na transição para os processos digitais.

Aprovisionamento sustentável

As empresas do sector dos serviços podem ter um impacto positivo no ambiente através da implementação de práticas de aquisição sustentáveis. A Alemanha deve aumentar a sensibilização para os contratos públicos sustentáveis, desenvolver diretrizes e critérios para os contratos públicos sustentáveis e criar incentivos para que as empresas utilizem produtos e serviços respeitadores do ambiente.

Sensibilização e comunicação com os clientes

Uma tarefa importante é educar os clientes sobre a importância do consumo sustentável e dos serviços amigos do ambiente. A Alemanha deve lançar campanhas de informação para aumentar a sensibilização para as opções respeitadoras do clima no sector dos serviços e apoiar as empresas na comunicação dos seus esforços de sustentabilidade.



Colaboração e parcerias

A colaboração entre empresas, associações industriais, agências governamentais e outras partes interessadas é fundamental para encontrar soluções comuns e partilhar as melhores práticas no domínio dos serviços sustentáveis. A Alemanha deve criar plataformas de intercâmbio e cooperação para promover a aplicação de iniciativas respeitadoras do clima no sector dos serviços.

Sector da construção

Promoção de edifícios energeticamente eficientes

A Alemanha deve criar incentivos para promover edifícios energeticamente eficientes. Este objetivo pode ser alcançado através de incentivos financeiros, como reduções fiscais ou subsídios. Além disso, devem ser introduzidos códigos e normas de construção mais rigorosos para reduzir o consumo de energia dos edifícios.

Utilização de materiais de construção sustentáveis

A utilização de materiais de construção sustentáveis é um aspeto importante da construção respeitadora do clima. A Alemanha deve promover a utilização de materiais respeitadores do ambiente, como a madeira, materiais de construção reciclados ou materiais energeticamente eficientes. Este objetivo pode ser alcançado através do desenvolvimento de sistemas de certificação, campanhas de informação e formação para as empresas de construção.

Promover as energias renováveis na construção

A utilização de energias renováveis na construção pode reduzir significativamente as emissões de CO₂. A Alemanha deve adotar medidas para promover a integração da energia solar, da energia geotérmica ou de outras energias renováveis nos edifícios. Isto pode ser feito através de incentivos financeiros e da prestação de apoio técnico.

Reduzir o desperdício de materiais de construção

O sector da construção é responsável por uma quantidade significativa de resíduos e desperdícios. A Alemanha deve desenvolver estratégias para reduzir os resíduos de materiais de construção, tais como a reciclagem de materiais de construção, a promoção da utilização de componentes modulares ou pré-fabricados e a introdução de planos de gestão de resíduos nos estaleiros de construção.

Qualificação dos trabalhadores qualificados

Para atingir os objetivos no domínio da construção sustentável, é importante que os trabalhadores qualificados da indústria da construção possuam os conhecimentos e as competências necessárias. A Alemanha deve oferecer formação e educação contínua para sensibilizar e qualificar as empresas de construção e os artesãos para métodos de construção sustentáveis.

Colaboração e intercâmbio de informações

É necessária uma maior colaboração entre o governo, as empresas de construção, os arquitetos, os urbanistas e outras partes interessadas para partilhar as melhores práticas e promover soluções inovadoras. A Alemanha deve



criar plataformas de partilha de conhecimentos e experiências para apoiar a execução de projetos de construção sustentável.

Estas medidas exigem uma estreita colaboração entre o governo, as empresas de construção, as associações comerciais e outras partes interessadas do sector da construção. Ao promover a construção eficiente do ponto de vista energético, os materiais de construção sustentáveis e as energias renováveis, o sector da construção alemão pode contribuir para alcançar os objetivos climáticos que se propôs.

Sector da agricultura, silvicultura e pescas

Práticas agrícolas sustentáveis

A Alemanha deve promover a transição para práticas agrícolas sustentáveis que apoiem a proteção do clima. Isto inclui a redução da utilização de fertilizantes químicos e pesticidas, a promoção da agricultura ecológica, a utilização de métodos de cultivo respeitadores do clima, como a agrossilvicultura, e o apoio a medidas de proteção dos solos.

Redução das emissões na criação de animais

As emissões provenientes da criação de animais, especialmente da criação de gado, contribuem significativamente para as alterações climáticas. A Alemanha deve tomar medidas para reduzir estas emissões, por exemplo, promovendo condições de criação favoráveis aos animais, melhorando a eficiência alimentar, utilizando instalações de biogás para a conversão do metano e desenvolvendo alternativas à produção animal.

Promoção da gestão sustentável das florestas

A Alemanha deve continuar a promover a proteção e a gestão sustentável das suas florestas. Isto inclui a florestação de áreas, a preservação de florestas naturais, a gestão sustentável da madeira e a prevenção da desflorestação. As florestas desempenham um papel importante na fixação do carbono e podem contribuir para a redução do CO₂.

Gestão das pescas e aquicultura

A pesca e a aquicultura sustentáveis são cruciais para proteger o ambiente marinho e evitar a sobrepesca. A Alemanha deve concentrar-se na gestão sustentável das unidades populacionais de peixes e na promoção de métodos de pesca respeitadores do ambiente. Além disso, a expansão de práticas de aquicultura sustentáveis pode ajudar a reduzir a pressão sobre as unidades populacionais de peixes selvagens.

Promoção de uma nutrição respeitadora do clima

A Alemanha deve apoiar a promoção de uma alimentação respeitadora do clima que reduza o consumo de alimentos prejudiciais ao clima. Este objetivo pode ser alcançado através da sensibilização para uma dieta baseada em vegetais, do apoio aos produtos locais e sazonais e da prestação de informações sobre o impacto climático dos diferentes alimentos.



Educação e aconselhamento

A educação e o aconselhamento dos agricultores, proprietários florestais e pescadores desempenham um papel importante. A Alemanha deve desenvolver programas educativos e serviços de aconselhamento para promover a transferência de conhecimentos sobre práticas sustentáveis nos sectores agrícola, florestal e das pescas e para permitir o intercâmbio de boas práticas.

As empresas multinacionais (MNC) e as médias empresas têm um impacto positivo nas práticas de RSE na Alemanha. Geram uma consciencialização crescente entre as partes interessadas, exercendo assim uma pressão positiva sobre as filiais e os fornecedores locais. Isto tem um efeito positivo na aplicação das normas e padrões internacionais de trabalho, especialmente na área das cadeias de abastecimento.

No entanto, as atividades nas agências locais e nas zonas rurais ficam por vezes aquém das especificações centrais e são geralmente mais temporárias ou relacionadas com projetos. Estas são frequentemente mais dependentes de indústrias tradicionais como a agricultura ou a exploração mineira e podem ter menos acesso a informação sobre novas abordagens como o CSV.

As pessoas com rendimentos mais baixos ou níveis de educação mais baixos têm menos acesso a informações sobre a CSV, uma vez que podem enfrentar necessidades básicas e desafios financeiros que podem não fazer da CSV a sua principal prioridade.

As pessoas mais velhas estão, por vezes, menos familiarizadas com o conceito de CSV, porque este pode não ter estado tão presente na sua juventude ou porque as barreiras digitais as impedem de o perceberem em conformidade. Estão mais centrados nos valores e abordagens tradicionais e podem estar menos abertos a modelos empresariais inovadores.

Em alguns círculos conservadores, o CSV pode ser menos reconhecido ou mesmo rejeitado. Isto pode dever-se a uma preferência por abordagens económicas tradicionais e a uma menor aceitação das preocupações sociais e ambientais. Isto também é verdade em certos sectores que são tradicionalmente menos associados à responsabilidade social. Pode ser o caso, por exemplo, da indústria pesada ou de certas áreas do sector financeiro.

Em resumo, pode afirmar-se que as estatísticas e os relatórios publicados sobre a CSV nem sempre são familiares a todos os níveis e áreas, mas são cada vez mais notados.

A RSE no país é apoiada por fatores externos, como organizações internacionais e ONG. As iniciativas locais, como as ONG e os clientes, devem ser mais desenvolvidas e promovidas, a fim de pressionar as empresas a cumprirem as normas e os compromissos voluntários.

Muitas empresas e grupos de partes interessadas tentam desempenhar um papel ativo no patrocínio de projetos e ajudar a moldar este processo. Em alguns casos, as discussões sobre RSE na Alemanha também estão a sofrer de uma



polarização crescente, causada por uma falta de liderança política e institucional, que impede ou atrasa o estabelecimento de uma melhor compreensão, melhores instrumentos e sistemas.

A falta de determinados quadros jurídicos e incentivos dificulta o desenvolvimento da CSV na Alemanha. Em certos domínios, é difícil estabelecer normas uniformes e incentivar as empresas a ir além dos requisitos legais mínimos.

Não existe uma definição uniforme de CSV a nível jurídico. A falta de normas claras e coerentes que apoiem as empresas na implementação de abordagens de CSV cria incerteza e dificulta a implementação das suas iniciativas de CSV.

No domínio dos relatórios e da divulgação de informações, não existem requisitos legais específicos sobre as medidas de CSV e o seu impacto. As empresas têm a liberdade de escolher a informação a publicar nos seus relatórios. Este facto dificulta a comparação e a análise do desempenho das empresas em matéria de sustentabilidade.

Na Alemanha, existem incentivos fiscais limitados para as empresas que participam em iniciativas de responsabilidade social das empresas, mas faltam frequentemente benefícios ou incentivos fiscais específicos que encorajem as empresas a investir em práticas sustentáveis e socialmente responsáveis a longo prazo e de forma mais intensa.

As formas jurídicas e o direito das sociedades aplicáveis ainda não oferecem oportunidades suficientes para apoiar ativamente os objetivos da CSV. Seria concebível desenvolver a necessidade de novas formas de negócio ou estruturas jurídicas que permitam às empresas prosseguir objetivos que vão para além dos interesses puramente lucrativos.

Aquando da adjudicação de contratos públicos, faltam frequentemente critérios específicos para os contratos públicos sustentáveis e a consideração dos aspectos da CSV. Os requisitos legais devem ser melhorados a fim de facilitar a integração de critérios sociais e ecológicos nos processos de adjudicação de contratos públicos.

Também na Alemanha, há grupos de pressão influentes que impedem o progresso no domínio da CSV, especialmente se representarem interesses que não estão de acordo com o desenvolvimento sustentável e social. Isto leva a uma resistência às políticas que promovem a sustentabilidade e desenvolvem comportamentos mais conscientes do ponto de vista ambiental.

Dependendo da orientação política e do foco, as prioridades do governo em relação à sustentabilidade e à CSV diferem muito.

Para a criação de novos regulamentos e iniciativas legais, o Acordo de Paris de 2015 para combater as alterações climáticas contribuiu para a consciencialização das questões ambientais e da sustentabilidade. O crescente movimento climático aumentou a pressão sobre as empresas para que reduzam o seu impacto ambiental e promovam práticas sustentáveis. Assim, a UE avançou com uma agenda de sustentabilidade abrangente que promove a integração de aspectos sociais e ecológicos nas decisões empresariais. Este facto incentivou as empresas na Alemanha a olharem mais de perto para a CSV.

Graças ao intenso empenhamento de várias partes interessadas, incluindo consumidores, investidores e ONG, as empresas são cada vez mais responsabilizadas e respondem pelo seu comportamento. Este facto levou as empresas a dialogar mais com as suas partes interessadas e a adotar práticas empresariais mais sustentáveis e socialmente responsáveis.

A crise financeira de 2008 e a crise económica resultante da pandemia de COVID-19 desviaram a atenção e os recursos de muitas empresas das práticas sustentáveis. Em tempos económicos difíceis, as estratégias de implementação para a sustentabilidade a longo prazo passam para segundo plano.

Apesar de estes acontecimentos e fatores terem efeitos positivos e negativos no desenvolvimento da CSV na Alemanha, continua a ser extremamente importante que a sociedade, a política e as empresas continuem a aumentar o seu empenho no desenvolvimento sustentável e socialmente responsável da CSV.

II. Eslovénia

A Eslovénia fez progressos significativos na promoção da responsabilidade social das empresas (RSE) e de práticas empresariais sustentáveis. Vários intervenientes, incluindo organismos governamentais, organizações internacionais, organizações da sociedade civil e o sector privado, estão ativamente envolvidos na promoção da RSE. O governo desempenha um papel crucial através de ministérios como o Ministério do Desenvolvimento Económico e da Tecnologia e o Ministério do Trabalho, da Família, dos Assuntos Sociais e da Igualdade de Oportunidades, que desenvolvem políticas e programas de apoio à RSE. Organizações internacionais como o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Comissão Europeia também contribuem para as iniciativas de RSE na Eslovénia.

As organizações da sociedade civil, como a Slovenian Business & Research Association (SBRA) e o Slovenian Centre for Corporate Responsibility (SLO-CRO), trabalham para promover os princípios da RSE e prestar apoio às empresas na implementação de práticas empresariais responsáveis. O sector privado, incluindo empresas como a Krka, a Lek, a Akrapovič, a Alples e a Ljubljanski



potniški promet (LPP), demonstram boas práticas de RSE através do seu compromisso com a sustentabilidade ambiental, o bem-estar dos trabalhadores, o envolvimento da comunidade e o fabrico responsável.

Os esforços para desenvolver uma estratégia nacional de RSE têm sido contínuos, com iniciativas iniciadas já em 2008. No entanto, a plena realização de uma estratégia abrangente exige a cooperação dos três principais actores da sociedade: governo, economia e sociedade civil. O envolvimento e a liderança dos ministérios relevantes, como o Ministério do Desenvolvimento Económico e da Tecnologia, são cruciais para a implementação bem sucedida de uma tal estratégia.

Os meios de comunicação social também desempenham um papel importante na sensibilização do público e na promoção da RSE, fornecendo informações exactas e facilitando o diálogo sobre práticas empresariais responsáveis. Além disso, iniciativas como os certificados e reconhecimentos Horus destacam empresas na Eslovénia que exemplificam boas práticas de RSE e contribuem para o desenvolvimento sustentável.

Globalmente, o compromisso da Eslovénia para com a RSE e as práticas empresariais sustentáveis demonstra a sua dedicação à responsabilidade social, à gestão ambiental e ao crescimento económico inclusivo. Ao continuar a colaborar e a desenvolver estes esforços, a Eslovénia pode reforçar ainda mais a sua posição como destino empresarial responsável e sustentável.

III. Turquia

A investigação baseou-se numa pesquisa documental e foi apoiada por entrevistas às partes interessadas e às empresas. As entrevistas às partes interessadas incluíram uma universidade, um município e 7 organizações não governamentais. Pode afirmar-se que a maioria das ONG vê a RSE como projetos de envolvimento comunitário das empresas. Este facto afecta a abordagem do envolvimento, que passa a basear-se em patrocínios. Este facto foi paralelo a uma afirmação feita na investigação documental. Os dados de investigação recentes de instituições de investigação independentes indicam que a sociedade espera que as empresas participem em programas de envolvimento da comunidade. Outro envolvimento das ONG com o sector privado baseou-se na prestação de serviços às empresas. A Fundação de Voluntários do Sector Privado (OSGD) associa trabalhadores do sector privado à ONG, permitindo-lhes trabalhar para as ONG nos seus tempos livres e nas horas de trabalho. A Associação da Indústria Petrolífera (PETDER) recolhe os óleos usados dos seus membros e, finalmente, a AKUT dá formação e consultoria às empresas em matéria de gestão de emergências, primeiros socorros e segurança e saúde no trabalho. A NET considera que esta metodologia é mais sustentável do que o patrocínio e constitui uma ponte para um melhor envolvimento das partes interessadas, uma vez que cria uma plataforma de comunicação e compreensão das necessidades das partes envolvidas. O envolvimento das ONG e das empresas na Turquia também permitiu uma melhor compreensão das questões



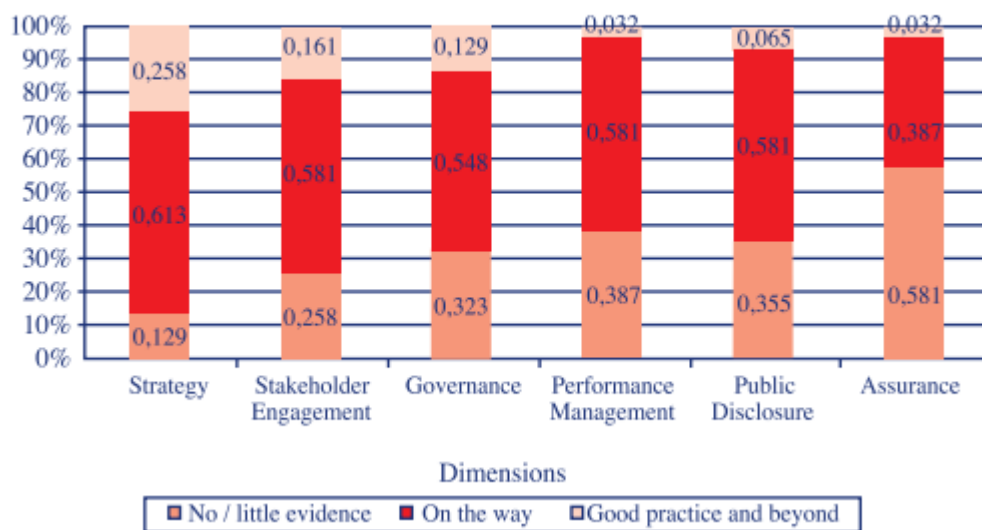
da transparência e da responsabilidade das ONG perante a sociedade em geral. A Turkey Educational Volunteers Foundation (TEGV), a Community Volunteers Foundation (TOG) e a AKUT estão a anunciar os seus relatórios financeiros nos seus sítios Web e a recorrer a empresas de auditoria externa como a Price Waterhouse & Coopers e a Ernest & Young. As ONG também criaram uma base de referência para o investimento socialmente responsável. Duas das ONG entrevistadas declararam que não trabalharão com empresas de tabaco e álcool, o que reflete os seus padrões éticos.

Alguns dos factos importantes retirados das entrevistas às partes interessadas podem ser enunciados da seguinte forma: - as ONG mencionaram o projeto Kardelen da Turkcell, empresas como a Eczacıbaşı e a Coca-Cola como bons exemplos de RSE na Turquia, - as ONG criticaram as empresas por considerarem que estas tentam agir como ONG, mas não são eficazes e eficientes na atribuição de recursos, - o apoio dos meios de comunicação social às ONG é crucial, pois quanto mais notícias aparecem na imprensa, maior é o número de donativos e de apoios, - as ONG sugeriram que as atividades de RSE não devem ser financiadas através do orçamento de marketing, mas que pode ser atribuído outro orçamento para a RSE, - as ONG estão também a organizar formações de RSE para as empresas. Como se pode constatar, a comunidade das ONG na Turquia tem uma base de partida para o envolvimento na RSE. No entanto, verifica-se que a abordagem da RSE está mais centrada na criação de oportunidades para as empresas, contribuindo para o desenvolvimento das sociedades em que operam, do que na prevenção de danos através da eliminação de riscos, especialmente os relacionados com os direitos humanos e o ambiente. Para as outras partes interessadas, o município e a universidade, a RSE não foi um tema abordado. A Turkish NET considera que este facto se deve ao desenvolvimento económico e social das duas cidades onde foram realizadas as entrevistas. No entanto, pode acrescentar-se que a sensibilização para a RSE por parte de outros grupos de partes interessadas deve ser melhorada. No que se refere às empresas, pode afirmar-se que a RSE na Turquia está a desenvolver-se lentamente, mas a um ritmo sustentável. Da esquerda para a direita, o gráfico seguinte ilustra que existe vontade ou desejo de implementar a RSE na Turquia sem ferramentas adequadas, como a gestão do desempenho, a divulgação pública e a garantia.

As empresas da Turquia tentam integrar a RSE na sua estratégia comercial geral. A secção "Estratégia" foi a que mais se adequou às classificações "a caminho" e "boas práticas e mais além" (quase 75% das empresas entrevistadas). 8 empresas forneceram os critérios necessários de uma estratégia específica que aborda questões sociais e ambientais. Um exemplo é o de uma empresa multinacional líder no sector dos lacticínios que define a sua estratégia como o apoio a uma geração em crescimento saudável. Em consonância com este objetivo, a empresa declara que as suas atividades de RSE começam ao nível da produção. A qualidade dos produtos, conseguida através de reuniões informativas e formações para os fornecedores de leite, juntamente com as técnicas de produção em constante aperfeiçoamento, constituem o passo básico. Seguem-se os projetos para crianças - que são considerados os próprios

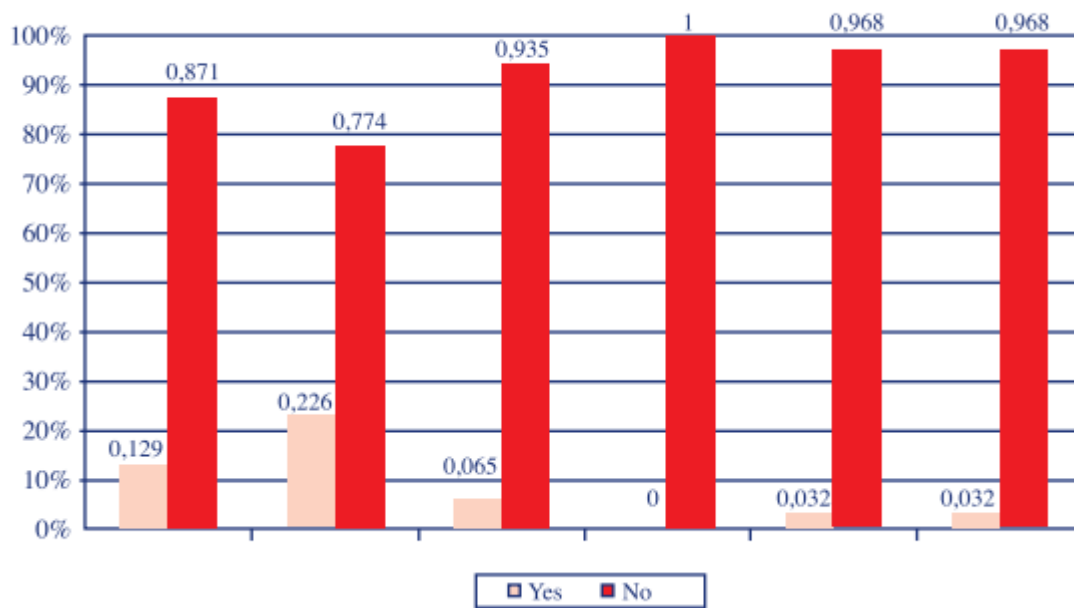
consumidores dos produtos - que abrangem questões de educação e saúde.

Chart 1 – CSR Engagement in Turkey:



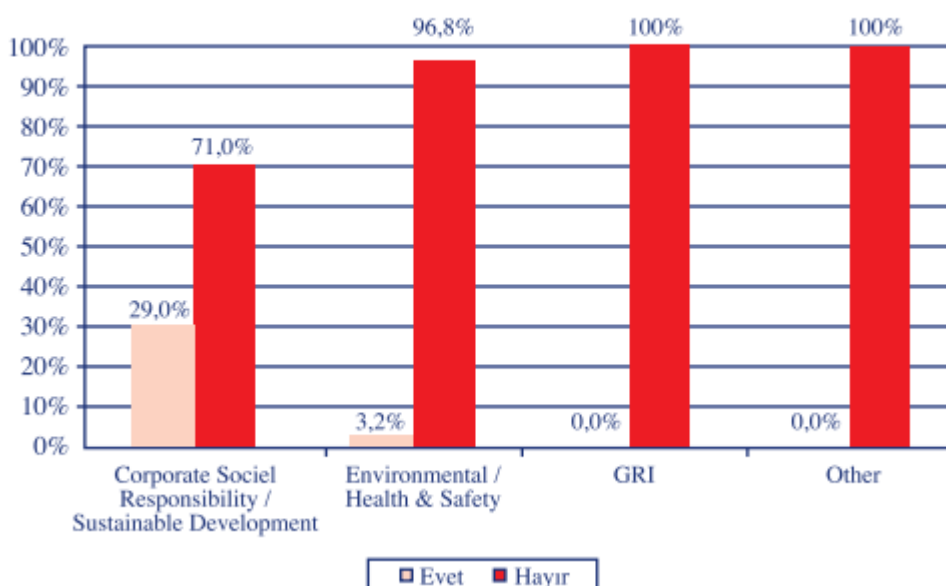
O envolvimento das partes interessadas é a segunda área em que as empresas apresentaram a pontuação mais elevada para "boas práticas e mais além". A maioria das empresas multinacionais afirma que mantém um contacto estreito com o governo, as ONG, os fornecedores, etc. e, claro, os consumidores, para modificar e melhorar as suas atividades de RSE e ter em conta as exigências. Uma empresa nacional que opera no sector da energia organiza reuniões regulares com os seus fornecedores e retalhistas provinciais apenas para discutir projetos de RSE. Este diálogo, que é considerado uma parte da implementação da RSE, é também reforçado com as opiniões e sugestões dos organismos governamentais. Dito isto, a NET considera que o cumprimento da Convenção 98 da OIT relativa à aplicação dos princípios do direito de organização e de negociação colectiva deve ser ratificado para apoiar o envolvimento das partes interessadas a nível local. A garantia representa-se através de uma pesquisa independente sobre a gestão e a divulgação dos riscos e oportunidades da RSE. Este critério é o mínimo que as empresas turcas podem ilustrar - apenas 1 empresa entrevistada - para implementar na sua abordagem de RSE. Mais uma vez, a gestão do desempenho - apenas uma empresa entrevistada - poderia representar uma prática suficiente de gestão do desempenho. A maioria das empresas referiu que efectua auditorias financeiras por instituições independentes. Contudo, os seus relatórios de RSE são menos formais, normalmente anexados aos relatórios anuais como subsidiários, e não recebem este tipo de controlos especificamente para as suas atividades de RSE. De um modo geral, verifica-se que metade das empresas turcas reflecte um nível de participação em questões de RSE. Em todos os critérios, metade das empresas forneceu os exemplos necessários para serem avaliadas como "a caminho". Contudo, os instrumentos de implementação, como a adesão a iniciativas e a elaboração de relatórios, são relativamente insuficientes. Ver abaixo o Gráfico 2 e o Gráfico 3, respectivamente.

Chart 2 – Initiatives



A participação no Global Compact e na ISO 14001 representa um nível de iniciativa que está em curso. Algumas das empresas entrevistadas, cujas filiais não assinaram o Global Compact, manifestaram o seu empenhamento no Global Compact, mas, por decisão da empresa, as filiais não terão de o assinar, uma vez que a sede assinou em nome de todas as filiais. Por isso, alguns dos membros do Pacto Global não estão expressos no gráfico acima. O caso das empresas Koç Holding representa um caso interessante, uma vez que a Holding assina o GC em nome de todas as 117 empresas Koç, tendo partilhado a informação e implementado os princípios em todas as empresas. O caso da iniciativa de CG mostra que, encorajadas por uma organização, as empresas turcas podem utilizar as ferramentas e iniciativas que são expressas e comunicadas.

Chart 3 – Reporting



Ainda não foi adoptada qualquer legislação correspondente à base jurídica da UE relativa ao sistema comunitário de ecogestão e auditoria (EMAS). No entanto, em novembro de 1999, foi aprovada uma lei que cria um organismo nacional de acreditação turco, que deverá desempenhar um papel na aplicação do EMAS. O organismo nacional de acreditação foi nomeado em junho de 2000. Desde então, três locais implementaram o EMAS numa base piloto, no âmbito de um projeto apoiado pelo LIFE-Países Terceiros, que incluiu as seguintes atividades: revisão da estrutura institucional, campanha de sensibilização e formação para a indústria. A ausência da Global Reporting Initiative (GRI) e de outras estruturas de apresentação de relatórios vem na sequência da afirmação anterior. Uma vez que não existe uma organização que apoie e defenda fortemente a GRI e outros tipos de relatórios, cria-se uma atmosfera que não é frutuosa, não só para as empresas, mas também para as partes interessadas, que se espera que monitorizem e desafiem as práticas das empresas. Assim, de um modo geral, as entrevistas com as empresas mostraram que as empresas na Turquia têm um grande desejo de integrar a RSE nas suas atividades. Por outro lado, a capacidade dos seus instrumentos está aquém do nível necessário para criar um ambiente de RSE suficiente e eficaz. Juntando a falta de poder e de influência das partes interessadas, pode concluir-se que a RSE na Turquia é influenciada pelo desejo das empresas de terem um impacto positivo na sociedade através do seu envolvimento. No entanto, a eficácia desta situação não é medida e monitorizada em conformidade.

IV. Roménia

Com base nas entrevistas realizadas no âmbito do estudo com empresas e grupos de partes interessadas, podem ser determinados os seguintes aspectos relativos à situação da RSE na Roménia:

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento do interesse pela RSE na Roménia; - O envolvimento de empresas multinacionais, assumindo as estratégias das empresas-mãe e de algumas empresas romenas em iniciativas de RSE; - O aumento contínuo das iniciativas de RSE e das melhores práticas neste domínio a nível nacional; - Os consumidores interessam-se mais pelos produtos/serviços das empresas socialmente responsáveis; 	<ul style="list-style-type: none"> - O conceito de RSE não é suficientemente conhecido no sector empresarial; - - Existem poucos estudos sobre o grau de conhecimento e de aplicação da RSE na Roménia e os que existem não estão publicados; - Fraco conhecimento e envolvimento das organizações e das pequenas e médias empresas nas iniciativas de RSE; - Pouca visibilidade das iniciativas de RSE;
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

<ul style="list-style-type: none"> - A importância, o dinamismo e o desenvolvimento da RSE a nível europeu e internacional; - Retomar e adaptar as boas práticas de outros países mais desenvolvidos; - Aumentar a importância das ações de RSE no desenvolvimento das empresas; - A existência de projetos financiados para iniciativas de RSE concedidos pela UE; - Os benefícios de uma empresa que integrou a RSE na sua estratégia de desenvolvimento; - Um ambiente mais protegido dos efeitos negativos da atividade humana; - A existência de legislação comunitária no domínio da RSE; 	<p>Falta de um quadro legislativo claro e de políticas públicas coerentes para promover a RSE;</p> <ul style="list-style-type: none"> - A aplicação da legislação é deficiente; - A não aplicação da legislação comunitária gera o risco de exclusão das empresas romenas de determinados mercados; - As autoridades públicas não estão a envolver-se e não apoiam a promoção e a aplicação da RSE; - Fundos públicos inexistentes ou insuficientes para a promoção da RSE; - Corrupção
--	--

Cada vez mais empresas estão conscientes de que, para um desenvolvimento a longo prazo, é necessário o envolvimento na vida da comunidade. As grandes empresas que operam na Roménia já têm programas de RSE e compreendem os benefícios das alavancas fiscais proporcionadas pelas autoridades a este respeito, mas é necessário que as médias e pequenas empresas sigam o mesmo modelo, o que reforçará o seu negócio. Além disso, as ações e os projetos das ONG podem ser apoiados pelo sector privado.

Do ponto de vista ambiental, são oferecidos estímulos às empresas que investem em fontes de energia renováveis, para apoiar a procura de empregos ecológicos ou para as pessoas que instalam fontes de energia alternativas. Na Roménia, tanto as empresas como os cidadãos beneficiam de deduções fiscais para os patrocínios efetuados em determinadas condições.

A Comissão Europeia estimula parcerias no seio das instituições, mas também com ONG, para identificar problemas, encontrar e aplicar soluções para políticas de RSE que possam ser aplicadas em todas as empresas e não apenas nas grandes empresas. Mesmo as pequenas e médias empresas podem aplicar princípios e práticas de RSE, pelo que se recomenda que sejam apoiadas.

A Valoria Business Solutions e a CSRMedia.ro lançaram a décima edição do inquérito sobre a *"Dinâmica e perspetiva da RSE na Roménia"*. Este é o único inquérito sobre o mercado nacional dedicado à RSE que analisa as tendências neste domínio durante 10 anos consecutivos. Responderam a este estudo 144 especialistas de empresas que operam em 16 setores. 92% das empresas inquiridas afirmam que realizam projetos de RSE.



O inquérito explora as percepções dos executivos de topo, directores, gestores e especialistas em RSE de várias empresas na Roménia relativamente à evolução, dinâmica e desafios deste campo em 2022 e 2021. O relatório desta edição apresenta também vários dados com a evolução dos últimos dez anos.

As 5 principais conclusões do estudo são:

- 71% das empresas inquiridas definem a responsabilidade social como o envolvimento na comunidade.
- Em 2022, 65% das empresas dizem que se envolveram em RSE porque faz parte da sua estratégia de sustentabilidade e apenas 35% porque faz parte da sua estratégia de relações públicas. Em segundo lugar, estão as empresas que dizem que esta abordagem lhes traz reconhecimento e visibilidade (41%) e as que dizem que faz parte da filosofia da empresa (41%).
- Sectores da comunidade que foram alvo de intervenção e apoio em 2022: os 3 principais sectores são a educação (72%), a saúde (61%) e o ambiente (54%).
- Quase metade das empresas que responderam, 45% em 2022, afirmam ter uma estratégia de RSE recebida da empresa-mãe, que implementam localmente, 43% têm uma estratégia local que implementam e 11% não têm uma política/estratégia específica, mas implementam projetos de RSE.
- Os departamentos que gerem o orçamento da RSE: em 2022, 55% das empresas afirmam que o departamento de RP e Marketing é o que disponibiliza uma rubrica orçamental para a RSE. Pela primeira vez, a percentagem desce drasticamente, após 5 anos de estagnação nos 65%. Mesmo que a principal rubrica orçamental de RSE continue a ser o departamento de RP e Marketing, o departamento de sustentabilidade sobe para o segundo lugar, registando um aumento de +12 pontos percentuais. O departamento de RSE está agora em terceiro lugar, seguido de perto pelos RH.

Fontes:

<https://www.csrmedia.ro/>

<https://valoria.ro/>

<https://www.utgjiu.ro/>

ECOSTUDENT - Revistă de cercetare științifică a studenților economiști, Nr. 14/2019

V. Grécia



Cofinanciado pela
União Europeia

Para alcançar a Criação de Valor Partilhado (CSV) e os objetivos climáticos auto-impostos, a Grécia deve melhorar os seus esforços nos seguintes sectores:

Produção industrial

Eficiência e conservação de energia

Os métodos de eficiência energética implementados nos processos industriais podem ajudar a reduzir o consumo de energia e as emissões de gases com efeito de estufa. A realização de auditorias energéticas, o investimento em sistemas e equipamentos energeticamente eficientes e a promoção da compreensão e participação do pessoal em medidas de poupança de energia podem contribuir para este objetivo.

Integração das energias renováveis

O aumento da utilização de fontes de energia renováveis na produção industrial pode ajudar a reduzir as emissões de carbono. Os incentivos aos investimentos em energias renováveis e a promoção da utilização de sistemas de energia solar, eólica e de biomassa podem ajudar a reduzir a dependência dos combustíveis fósseis.

Gestão sustentável da cadeia de abastecimento

Os impactos ambientais podem ser reduzidos através do incentivo a práticas sustentáveis em toda a cadeia de abastecimento. Trabalhar com os fornecedores para adotar práticas de compra sustentáveis, diminuir a produção de resíduos e apoiar a gestão responsável dos recursos fazem parte deste processo.

Práticas de economia circular

A transição para um modelo de economia circular pode aumentar a eficiência dos recursos e a redução dos resíduos na produção industrial. O incentivo à reutilização, reciclagem e reaproveitamento de materiais, a implementação de sistemas de ciclo fechado e a promoção da conceção ecológica podem contribuir para processos de produção mais sustentáveis.

Redução das emissões

A implementação de métodos para reduzir as emissões das operações industriais é fundamental para atingir os objetivos em matéria de alterações climáticas. Isto pode incluir a utilização de tecnologias de fabrico mais limpas, a melhoria dos processos para reduzir as emissões e a implementação de sistemas de captura e armazenamento de carbono, quando adequado.

Conservação da água

A melhoria dos métodos de gestão da água na produção industrial pode ajudar na redução do consumo de água e na promoção de uma utilização responsável. Os sistemas de reciclagem e reutilização da água, bem como a tecnologia eficiente em termos de água, podem ajudar a atingir os objetivos de sustentabilidade.

Monitorização ambiental e relatórios

A criação de sistemas sofisticados de monitorização e comunicação ambiental pode ajudar as empresas a acompanhar e avaliar o seu desempenho ambiental. Isto permite que as empresas identifiquem áreas de desenvolvimento,



estabeleçam objetivos e comuniquem, de forma transparente, os seus progressos em relação aos objetivos de sustentabilidade.

Envolvimento e colaboração das partes interessadas

O envolvimento das partes interessadas, como as comunidades locais, os trabalhadores, as organizações não governamentais e as agências governamentais, pode desenvolver a colaboração e reunir apoio para práticas industriais sustentáveis. A criação de alianças, a partilha de boas práticas e a solicitação de feedback às partes interessadas relevantes podem ajudar a criar mudanças positivas.

Sector dos serviços

Eficiência energética e conservação dos recursos

Os métodos de eficiência energética implementados nos processos industriais podem ajudar a reduzir o consumo de energia e as emissões de gases com efeito de estufa. A realização de auditorias energéticas, o investimento em sistemas e equipamentos energeticamente eficientes e a promoção da compreensão e participação do pessoal em medidas de poupança de energia podem contribuir para este objetivo.

Integração das energias renováveis

O aumento da utilização de fontes de energia renováveis na produção industrial pode ajudar a reduzir as emissões de carbono. Os incentivos aos investimentos em energias renováveis e a promoção da utilização de sistemas de energia solar, eólica e de biomassa podem ajudar a reduzir a dependência dos combustíveis fósseis.

Gestão sustentável da cadeia de abastecimento

Incentivar práticas sustentáveis em toda a cadeia de abastecimento pode ajudar a reduzir os impactos ambientais. Isto implica colaborar com os fornecedores para implementar métodos de aquisição sustentáveis, diminuir a produção de resíduos e apoiar uma gestão responsável dos recursos.

Práticas de economia circular

A transição para um modelo de economia circular pode aumentar a eficiência dos recursos e a redução dos resíduos na produção industrial. O incentivo à reutilização, reciclagem e reaproveitamento de materiais, a implementação de sistemas de ciclo fechado e a promoção da conceção ecológica podem contribuir para processos de produção mais sustentáveis.

Redução das emissões

A implementação de métodos para reduzir as emissões das operações industriais é fundamental para atingir os objetivos em matéria de alterações climáticas. Isto pode incluir a utilização de tecnologias de fabrico mais limpas, a melhoria dos processos para reduzir as emissões e a implantação de sistemas de captura e armazenamento de carbono, quando adequado.

Conservação da água

A melhoria dos procedimentos de gestão da água nas operações industriais pode ajudar a reduzir o consumo de água e a incentivar uma utilização responsável da água. A utilização de tecnologias eficientes em termos de água e de sistemas de



reciclagem e reutilização de água pode ajudar a atingir os objetivos de sustentabilidade.

Envolvimento e colaboração das partes interessadas

O contacto com as partes interessadas, como os trabalhadores, as ONG, as agências governamentais e as comunidades locais, pode promover a cooperação e obter apoio para práticas industriais sustentáveis. A mudança positiva pode ser acelerada através da formação de alianças, do intercâmbio de boas práticas e da solicitação de contributos das principais partes interessadas.

Sector da construção

Promoção de edifícios energeticamente eficientes

Para minimizar as emissões de carbono e maximizar a utilização de energia, é necessário melhorar a eficiência energética dos edifícios. É possível reduzir a procura de energia nos edifícios através da utilização de tecnologias energeticamente eficientes, incluindo isolamento, iluminação eficaz e sistemas AVAC.

Promover as energias renováveis na construção

A integração de sistemas de energias renováveis em edifícios e projetos de construção pode contribuir ainda mais para os esforços de descarbonização. A promoção da instalação de painéis solares, sistemas de aquecimento geotérmico e outras soluções de energias renováveis nos edifícios pode ajudar a reduzir a dependência de fontes de energia baseadas em combustíveis fósseis.

Reduzir o desperdício de materiais de construção

A reciclagem pode ser incentivada e a criação de lixo reduzida através da melhoria dos procedimentos de gestão de resíduos no sector da construção. Uma estratégia de economia circular pode ser apoiada através da implementação de estratégias de gestão de resíduos no sector da construção, incentivando a utilização de materiais reciclados e defendendo métodos de eliminação éticos.

Qualificação dos trabalhadores qualificados

Oferecer aos especialistas do sector da construção programas de educação e formação sobre métodos de construção sustentáveis, eficiência energética e questões ambientais pode ajudar a desenvolver capacidades e promover uma cultura de sustentabilidade na empresa.

Colaboração e intercâmbio de informações

A promoção de métodos de construção sustentáveis requer a interação com todas as partes relevantes, tais como reguladores, promotores e arquitectos. A cooperação entre as partes interessadas e o intercâmbio de conhecimentos podem promover a inovação, aumentar a sensibilização e implementar as melhores práticas no sector.

Sector da agricultura, silvicultura e pescas

Práticas agrícolas sustentáveis

A promoção de métodos de agricultura sustentável pode ajudar a minimizar os efeitos ambientais negativos e a melhorar a adaptabilidade do sector agrícola. Isto implica pôr em prática práticas de agricultura biológica, incentivar técnicas de conservação do solo e reduzir a utilização de produtos químicos.

Gestão da água



A melhoria dos procedimentos de gestão dos recursos hídricos agrícolas pode contribuir para a eficiência e a conservação da água. Para tal, é necessário incentivar sistemas de irrigação eficazes, adotar medidas de poupança de água e ajudar os agricultores a aplicar as melhores práticas de gestão da água.

Conservação da Biodiversidade

A saúde e a resiliência dos ecossistemas podem ser aumentadas através do incentivo a práticas agrícolas favoráveis à biodiversidade, como a proteção dos habitats naturais, o desenvolvimento de sistemas agro-florestais e o incentivo à diversificação das culturas. Além disso, a proteção dos polinizadores e dos insectos benéficos é essencial para uma agricultura sustentável.

Gestão das pescas e aquicultura

As unidades populacionais de peixes e os habitats marinhos podem ser preservados através da utilização de técnicas de pesca sustentáveis, tais como o estabelecimento de limites de captura, a prevenção da sobrepesca e a minimização das capturas acessórias. A gestão sustentável das pescas pode ser ajudada através da promoção de métodos de pesca éticos e do apoio à pesca artesanal e de pequena escala.

Promoção de uma agricultura inteligente face ao clima

É crucial promover práticas agrícolas inteligentes do ponto de vista climático que reduzam as emissões de gases com efeito de estufa e melhorem a resiliência climática. Isto abrange técnicas como a agroecologia, a agricultura de precisão e a adoção de tipos de culturas resistentes ao clima.

Promoção da conservação e gestão das florestas

Para a preservação da biodiversidade, o armazenamento de carbono e a provisão de meios de subsistência, as florestas devem ser preservadas e geridas de forma sustentável. A consecução dos objetivos climáticos e de sustentabilidade pode ser facilitada através da promoção de métodos éticos de silvicultura, de campanhas de replantação e da preservação dos habitats naturais.

Educação e aconselhamento

A formação, a educação e o apoio a práticas sustentáveis e a estratégias de adaptação ao clima podem contribuir para uma boa mudança entre agricultores, pescadores e gestores florestais. As partes interessadas podem ter a capacidade de adotar práticas sustentáveis através do acesso à informação, tecnologias e recursos financeiros.

Ao implementar práticas de RSE, tanto as PME como as grandes empresas na Grécia podem ter um impacto positivo nas comunidades em que operam, contribuir para o desenvolvimento sustentável e promover uma cultura de conduta empresarial responsável. As suas ações, coletivamente, fazem uma diferença significativa e contribuem para uma sociedade mais sustentável e inclusiva.



VI. Portugal

De forma a obter uma visão mais holística da Responsabilidade Social das Empresas em Portugal, realizámos uma pesquisa documental e entrevistas com instituições de vários sectores de atividade, tais como Escolas de Formação Profissional, Empresas e Instituições Públicas. Esta visão global permitiu-nos ter perspectivas diferentes consoante a atividade da organização. Apresentamos de seguida um resumo dos principais resultados da investigação:

Portugal adota a responsabilidade social das empresas (RSE) com um compromisso crescente entre as suas empresas. A noção de RSE adquiriu uma importância significativa no panorama empresarial português, onde as empresas estão a integrar ativamente práticas responsáveis nas suas estratégias principais, práticas essas que também se verificam nas escolas de EFP e nas organizações públicas.

A sustentabilidade e a consciência ambiental são as principais prioridades das empresas portuguesas. Estas procuram ativamente formas de reduzir o seu impacto ambiental, implementar iniciativas amigas do ambiente e apoiar fontes de energia renováveis. Muitas empresas em Portugal alinham os seus objetivos de sustentabilidade com quadros internacionais, como os objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas. Num Estudo Internacional realizado pelo CDP Disclosure Insight Action (CDP, 2022) sobre o impacto ambiental das empresas, e onde foram avaliadas mais de 15 mil empresas, apenas cerca de 330 conseguiram atingir a nota máxima em pelo menos uma das três vertentes (alterações climáticas, gestão da água como recurso crítico e florestas), sendo que 4 delas eram empresas portuguesas (Away Magazine, 2022), nomeadamente:

- **Jerónimo Martins** (com uma classificação de A nas duas primeiras vertentes e A- na vertente florestal), foi a melhor classificação de uma empresa retalhista no estudo.
- **EDP** (com uma classificação de A em alterações climáticas e gestão da água)
- **NOS**, um grupo de comunicação português que trabalha especialmente no sector da televisão (com uma classificação de A em Alterações Climáticas)
- **A The Navigator Company** é um produtor integrado de silvicultura, pasta de papel e energia, conhecido principalmente pelo seu trabalho no papel (com uma classificação de A em Alterações Climáticas)

O bem-estar e o desenvolvimento dos trabalhadores são altamente valorizados. As empresas portuguesas investem na formação e educação dos trabalhadores, promovem o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal e fomentam locais de trabalho inclusivos que celebram a diversidade. O incentivo à participação dos trabalhadores nos processos de tomada de decisão está a tornar-se mais comum,



uma vez que as empresas reconhecem o valor do envolvimento da sua força de trabalho.

As empresas portuguesas dão prioridade ao envolvimento com as partes interessadas, com o objetivo de responder às necessidades e expectativas da comunidade. Colaboram com organizações locais, ONG e agências governamentais para enfrentar coletivamente os desafios sociais e ambientais. Além disso, as empresas participam ativamente em iniciativas que promovem o progresso social e o bem-estar da comunidade.

O compromisso de RSE em Portugal ultrapassa as fronteiras das operações comerciais tradicionais. Muitas empresas contribuem ativamente para projetos filantrópicos, apoiando programas educativos, cuidados de saúde e preservação do ambiente. Os donativos das empresas e as iniciativas de voluntariado desempenham um papel significativo no seu empenhamento em causas sociais.

Para além das suas práticas sustentáveis, as empresas portuguesas mantêm elevados padrões éticos nas suas operações. Dão prioridade à transparência, cumprem os requisitos legais e combatem ativamente a corrupção e as práticas desleais.

As empresas portuguesas esforçam-se por melhorar continuamente os seus esforços de RSE, reconhecendo o papel significativo que desempenham na construção de um futuro sustentável para o país e as suas comunidades. Através da sua dedicação à RSE, demonstram um compromisso genuíno com o desenvolvimento social, a proteção ambiental e a conduta ética, causando um impacto positivo no panorama empresarial português e na sociedade em geral.

Embora as empresas e organizações portuguesas tenham feito progressos significativos na adoção da Responsabilidade Social das Empresas (RSE), ainda há áreas em que podem ser feitas melhorias para aumentar o seu impacto e esforços de sustentabilidade. Apresentamos de seguida alguns temas-chave em que podem ser introduzidas melhorias:

Sustentabilidade ambiental: As empresas podem continuar a investir em fontes de energia renováveis, tecnologias ecológicas e práticas eficientes em termos de recursos para reduzir a sua pegada de carbono. O Fundo Ambiental Português disponibilizado pelo governo é uma oportunidade para as empresas (especialmente as PME) continuarem a investir em fontes de energia renováveis. A ênfase nos princípios da economia circular e na gestão sustentável da cadeia de abastecimento também pode contribuir para a conservação do ambiente.

Economia circular: As empresas podem dar passos em frente adotando modelos de negócio circulares. Ao fazer a transição das abordagens lineares tradicionais, as empresas dão prioridade a práticas que se centram na reciclagem, reutilização e reaproveitamento de materiais e produtos. Esta mudança de mentalidade incentiva uma abordagem mais sustentável e ambientalmente consciente, em que os resíduos são minimizados e os recursos são utilizados de forma mais eficiente.



Bem-estar e diversidade dos trabalhadores: Embora muitas empresas portuguesas dêem prioridade ao bem-estar dos funcionários, há espaço para melhorar ainda mais a inclusão e a diversidade no local de trabalho. A ênfase na igualdade de oportunidades, no equilíbrio entre a vida profissional e pessoal e nos programas de desenvolvimento profissional pode criar uma força de trabalho mais solidária e diversificada.

Envolvimento das partes interessadas: Melhorar a comunicação e a colaboração com as partes interessadas, incluindo as comunidades locais, os clientes, os fornecedores e as ONG, pode conduzir a iniciativas de RSE mais eficazes que respondam a necessidades sociais e ambientais específicas.

Impacto social: As empresas podem alargar as suas contribuições para causas sociais e para o desenvolvimento da comunidade, concentrando-se em iniciativas educativas, apoiando programas de cuidados de saúde e capacitando grupos marginalizados da sociedade.

Práticas éticas e transparência: Garantir o cumprimento rigoroso das directrizes éticas e a transparência na apresentação de relatórios pode criar confiança junto das partes interessadas e demonstrar um compromisso com uma conduta empresarial responsável.

Estratégia a longo prazo: Incentivar as empresas a integrarem a RSE na sua estratégia comercial a longo prazo, em vez de a tratarem como uma iniciativa isolada, pode conduzir a esforços sustentados e com impacto.

Inovação sustentável: A promoção da inovação em consonância com os princípios da RSE pode impulsionar novas soluções e produtos que respondam eficazmente aos desafios sociais e ambientais.

Transportes: No domínio dos transportes, a RSE pode ser alcançada através de várias práticas de mobilidade sustentável. Adoptando iniciativas amigas do ambiente, as empresas podem encorajar a adoção de veículos eléctricos e híbridos, ao mesmo tempo que promovem opções de transportes públicos que reduzem as emissões. Ao implementar práticas eficientes em termos de combustível e ao explorar combustíveis alternativos, as emissões de gases com efeito de estufa provenientes das atividades de transporte podem ser minimizadas, contribuindo para um ambiente mais verde. A logística inteligente e o planeamento de rotas desempenham um papel vital na redução do consumo de combustível e do impacto ambiental global, enquanto a colaboração com as partes interessadas promove soluções inovadoras para um sistema de transportes mais sustentável. Coletivamente, estas medidas orientadas para a RSE preparam o caminho para um sector dos transportes que dá prioridade à consciência ambiental e ao bem-estar da sociedade e do planeta.

Colaboração e parcerias: Incentivar uma maior colaboração entre empresas, ONGs, universidades e entidades governamentais pode ampliar os esforços de RSE e promover uma abordagem mais holística à melhoria social e ambiental. A colaboração entre setores desempenha um papel crucial na promoção dos



princípios da economia circular. Ao promover sistemas de ciclo fechado, os resíduos gerados num sector podem ser transformados em recursos valiosos para outro. Esta abordagem sinérgica maximiza o valor dos materiais e minimiza o impacto ambiental dos processos de produção e consumo.

Educação: no sector da educação, várias iniciativas podem preparar o caminho para um ambiente de aprendizagem mais inclusivo e sustentável. Uma dessas iniciativas é a promoção da aprendizagem digital, em que a tecnologia é adotada para facilitar a educação em linha e conceder aos estudantes de todas as regiões de Portugal acesso a recursos educativos valiosos. Ao aproveitar o potencial da tecnologia, as barreiras à aprendizagem podem ser minimizadas, garantindo que as oportunidades educativas cheguem a todos os cantos do país. Outro aspeto essencial é o enfoque na educação inclusiva, em que são envidados esforços para proporcionar igualdade de acesso a uma aprendizagem de qualidade a todos os alunos, independentemente da sua origem socioeconómica, etnia ou deficiência. Ao criar um ambiente educativo inclusivo, Portugal pode promover uma sociedade equitativa que valoriza a diversidade e capacita cada indivíduo a atingir o seu pleno potencial. Além disso, a integração da educação para a sustentabilidade no currículo desempenha um papel importante na formação de uma cidadania responsável e de uma consciência ambiental entre os estudantes. Ao integrar os princípios da sustentabilidade e da RSE no seu percurso de aprendizagem, a geração mais jovem pode desenvolver um profundo apreço pela preservação do ambiente e pela tomada de decisões éticas. Por último, o apoio ao desenvolvimento dos professores é fundamental para garantir uma educação eficaz e com impacto. Ao investir no desenvolvimento profissional contínuo dos educadores, Portugal dota os professores das competências e conhecimentos necessários para proporcionarem experiências de aprendizagem cativantes e transformadoras. Os professores capacitados estão mais bem equipados para orientar e inspirar os seus alunos, promovendo uma cultura de aprendizagem ao longo da vida e de crescimento pessoal.

VII. Polónia

Como já foi referido anteriormente, a FOB elabora anualmente um relatório abrangente sobre a RSE na Polónia. O último relatório de 2022 foi significativamente influenciado pela eclosão da guerra na Ucrânia. Além disso, a comunidade empresarial tomou várias medidas dirigidas às pessoas que chegam à Polónia, bem como às que permanecem no país, abrangidas pela guerra. O número de boas práticas relatadas na área dos direitos humanos é precisamente o resultado de iniciativas empresariais em nome das mulheres e homens ucranianos.

Outra questão que está a influenciar cada vez mais a RSE na Polónia é a publicação da Diretiva relativa aos relatórios de sustentabilidade empresarial (CSRD) pela UE em 16 de dezembro de 2022.

Com base nesta diretiva, todas as grandes entidades e as PME cotadas em bolsa serão obrigadas a apresentar no seu relatório de gestão informações sobre o



ambiente, os direitos sociais e humanos e o governo das sociedades. Os primeiros relatórios serão publicados em 2025, mas parece que já hoje é necessário que as empresas recolham os dados corretos para que possam ser utilizados no momento certo.

A RSE na Polónia está também a ser influenciada por uma procura crescente de incorporação de práticas de RSE em toda a cadeia de valor da empresa. O tema do trabalho legislativo a nível da UE foi o projeto de diretiva sobre a diligência devida das empresas no que respeita ao desenvolvimento sustentável (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, CSDD).

Fornecer orientações às empresas sobre a forma de identificar, avaliar e resolver questões relacionadas com o dever de diligência. É possível que o dever de diligência venha a ter um impacto crescente não só no sucesso do mercado, mas também na sobrevivência de muitas empresas, especialmente as PME. As empresas já estão a receber pedidos de informação dos seus clientes sobre, por exemplo, a sua pegada de carbono. Ter uma pegada de carbono calculada e verificada (da empresa e do produto) e identificar ações para a reduzir ou eliminar completamente pode tornar-se uma condição para uma cooperação contínua na cadeia de abastecimento.

A legislação em constante evolução exige uma série de mudanças a vários níveis da organização para levar as empresas a rever constantemente o seu papel na construção de um mundo melhor. As empresas devem também analisar cuidadosamente as suas próprias operações e a sua cadeia de valor.

7. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES PARA atividades FUTURAS

I. Alemanha

Com base no estado atual da RSE na Alemanha, eis algumas conclusões e recomendações para atividades futuras:

Conclusões

As empresas na Alemanha trabalham frequentemente com ONG, agências governamentais e outras partes interessadas para implementar iniciativas de RSE e enfrentar desafios sociais.

Embora a Alemanha tenha uma economia globalmente forte, continuam a existir desigualdades e riscos de pobreza, especialmente entre certos grupos da população, como os desempregados de longa duração, as pessoas com baixos rendimentos, as famílias monoparentais e os migrantes. O desafio consiste em garantir que o progresso económico beneficia todos os sectores da sociedade e que ninguém é deixado para trás.

As empresas alemãs dão ênfase à sustentabilidade ambiental, especialmente em áreas como as energias renováveis, a redução do carbono e a eficiência dos recursos. Embora a Alemanha tenha efectuado importantes mudanças



estratégicas em termos de tecnologia ambiental e energias renováveis, ainda há desafios ambientais e de sustentabilidade pela frente. São necessários grandes esforços para implementar os objetivos climáticos, tais como melhorias na redução das emissões de CO₂, utilização sustentável dos recursos e promoção de práticas amigas do ambiente em todos os sectores da economia.

A integração dos migrantes e a promoção da diversidade social são aspectos importantes da CSV. Embora a Alemanha tenha registado progressos, subsistem desafios na integração dos migrantes no mercado de trabalho e na sociedade. É importante promover a igualdade de oportunidades e derrubar barreiras para criar uma sociedade inclusiva e diversificada.

A Alemanha caracteriza-se por diferenças regionais em termos de desenvolvimento económico e de infra-estruturas. Algumas regiões são mais desenvolvidas do que outras, o que pode conduzir a disparidades em termos de emprego, oportunidades de educação e qualidade de vida. É importante tomar medidas para promover o desenvolvimento nas regiões desfavorecidas e criar oportunidades iguais para todos os cidadãos.

Recomendações

Melhoria dos relatórios e da transparência: Incentivar as empresas a melhorar os relatórios e a transparência em matéria de RSE, fornecendo informações pormenorizadas sobre as suas iniciativas, objetivos e resultados. Desta forma, as partes interessadas poderão avaliar o impacto das atividades de RSE e tomar decisões informadas.

Cadeias de abastecimento sustentáveis: As empresas devem reforçar ainda mais o seu empenhamento na gestão sustentável da cadeia de abastecimento. Isto inclui a promoção do comércio justo, o aprovisionamento responsável e a garantia de normas éticas em toda a cadeia de abastecimento.

Inovação e tecnologia: Promover a inovação e soluções tecnológicas para os desafios da sustentabilidade. Incentivar as empresas a investir na investigação e desenvolvimento de tecnologias, produtos e serviços sustentáveis que contribuam para os objetivos ambientais e sociais.

Envolvimento das partes interessadas: Sublinhar a importância de envolver as partes interessadas, incluindo empregados, clientes, comunidades e investidores, nas iniciativas de RSE. Isto pode ser conseguido através de diálogos regulares, mecanismos de feedback e envolvimento das partes interessadas nos processos de tomada de decisão.

Medição e avaliação do impacto: Desenvolver quadros e metodologias normalizados para medir e avaliar o impacto das iniciativas de RSE. Isto permitirá às empresas avaliar a eficácia das suas atividades e tomar decisões baseadas em dados para uma melhoria contínua.

Educação e sensibilização: Promover a educação e a consciencialização sobre a RSE entre empresas, funcionários e o público em geral. Isto pode ser feito através de workshops, programas de formação e campanhas que realcem a importância da RSE e forneçam orientações sobre a implementação de práticas sustentáveis.



Colaboração e partilha de conhecimentos: Incentivar a colaboração e a partilha de conhecimentos entre empresas, associações industriais e redes de RSE. Isto pode facilitar a troca de melhores práticas, lições aprendidas e ideias inovadoras para impulsionar a ação colectiva e amplificar o impacto das iniciativas de RSE.

Pequenas e médias empresas (PME): Apoiar e incentivar as PME a participarem em atividades de RSE, fornecendo recursos, orientação e reconhecimento. As PME desempenham um papel significativo na economia alemã e a sua participação na RSE pode ter um impacto coletivo substancial.

Ao implementar estas recomendações, a Alemanha pode reforçar ainda mais o seu panorama de RSE e contribuir para o desenvolvimento sustentável, o progresso social e a proteção do ambiente. A melhoria contínua e a colaboração são fundamentais para garantir que as iniciativas de RSE se alinham com as necessidades sociais em evolução e com os objetivos globais de sustentabilidade.

II. Eslovénia

Conclusões

A responsabilidade social das empresas é o compromisso de uma empresa com um comportamento ético e com o desenvolvimento económico, melhorando a qualidade de vida dos trabalhadores, das suas famílias, da comunidade local e da sociedade. Significa que a empresa deve ser socialmente responsável em todas as fases, e não apenas na atividade económica.

Uma empresa socialmente responsável comunica que se preocupa com o ambiente e a sociedade. Todos vêem uma empresa como responsável, fiável, madura, consciente, calorosa - e quem não gostaria de trabalhar com ela?

A responsabilidade social das empresas reforça os valores da empresa e os valores do ambiente interno e externo. As relações no seio da empresa melhoram e aprofundam-se, a entreaajuda aumenta e a insidiosidade diminui, a motivação para o trabalho e a eficácia do trabalho melhoram.

As empresas socialmente responsáveis assinalam o seu empenho em valorizar e apoiar o ambiente através das suas decisões, no qual operam como empresa e que este ambiente promete uma cooperação a longo prazo.

O comportamento socialmente responsável dos indivíduos, das empresas e da sociedade contribui para melhorar o desempenho das empresas e para criar uma competitividade responsável. Trata-se de trabalhar em conjunto, de forma coordenada, com todas as partes interessadas, com o objetivo comum de assegurar a viabilidade financeira a longo prazo que beneficia todos os participantes.

A responsabilidade social significa também lutar pela harmonia entre as gerações, pelo respeito das relações sociais e pelo equilíbrio dos diferentes fatores em todos os domínios do ambiente.



A responsabilidade social das empresas é a solução para a sociedade e para os problemas da empresa. A cooperação com a sociedade assegura as condições em que a empresa pode abrir e criar oportunidades para todos os fatores da sociedade.

Uma empresa socialmente responsável não conhece o passado e tem um futuro.

Recomendações

No futuro, a Eslovénia deverá centrar-se em vários aspectos fundamentais para fazer avançar a responsabilidade das empresas no país.

Educação e sensibilização: Devem ser feitos esforços contínuos para aumentar a consciencialização e a educação sobre os princípios da RSE entre as empresas, os trabalhadores e o público em geral. Isto pode ser conseguido através de workshops, programas de formação e campanhas que promovam os benefícios e a importância da RSE.

Quadro regulamentar e mecanismos de aplicação relacionados com a RSE: A Eslovénia deve reforçar o quadro regulamentar e os mecanismos de aplicação relacionados com a RSE, garantindo que as empresas aderem às normas éticas, à regulamentação ambiental e às responsabilidades sociais.

Envolvimento das partes interessadas: Fomentar a colaboração e as parcerias entre o governo, as empresas, as organizações da sociedade civil e o meio académico é crucial para impulsionar a ação coletiva e promover práticas sustentáveis. Ao trabalharem em conjunto, estas partes interessadas podem trocar conhecimentos, partilhar as melhores práticas e desenvolver soluções inovadoras para enfrentar os desafios da sociedade.

Desenvolvimento sustentável: A Eslovénia deve dar prioridade ao desenvolvimento sustentável e aos objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, integrando-os nas estratégias e relatórios das empresas. Isto inclui concentrar-se em áreas como a conservação ambiental, a inclusão social, as cadeias de abastecimento responsáveis e a diversidade e inclusão. Ao alinhar os esforços de RSE com os ODS, a Eslovénia pode contribuir para as metas globais de sustentabilidade, ao mesmo tempo que aborda as prioridades locais. Globalmente, ao dar prioridade à sensibilização, à regulamentação, à colaboração e ao desenvolvimento sustentável, a Eslovénia pode elevar ainda mais as suas práticas de responsabilidade empresarial e tornar-se um líder em negócios responsáveis e sustentáveis.

III. Turquia

Conclusões

A adesão da Turquia à UE tem sido amplamente debatida por diferentes grupos de interessados na União Europeia. Quer os debates sejam a favor ou contra, o facto é que a Turquia se encontra numa fase de desenvolvimento diferente e tem



características económicas e culturais especiais em relação a outros candidatos ou novos Estados-Membros.

Recomendações

Por conseguinte, ao elaborar uma estratégia de RSE, recomenda-se vivamente que sejam tidas em conta as questões específicas de cada país. Neste sentido, devem ser tidas em consideração as seguintes estratégias:

1. Focar no facto de a RSE ser um meio para atingir um fim
2. A liderança empresarial é a chave e precisa de ser promovida
3. É necessário criar/apoiar instituições no domínio da RSE
4. O papel do governo é crucial para criar o cenário
5. Devem ser apoiadas as parcerias a nível da indústria
6. O objetivo é a melhoria contínua e não a perfeição

1. Focar no facto de a RSE ser um meio para atingir um fim:

Os fundamentos das práticas de RSE (em termos de filantropia e programas de envolvimento da comunidade) são ricos na comunidade empresarial turca, mas estão longe de ser casos de negócio que minimizem o risco e/ou criem novas oportunidades de negócio. Assim, o entendimento comum da RSE na Turquia é que a RSE é vista como uma atividade ad hoc apoiada por donativos filantrópicos e programas de envolvimento da comunidade e não como uma ferramenta para obter vantagens competitivas através da criação de oportunidades (como a inovação em produtos e serviços, a criação de novos mercados ou o desenvolvimento de novos modelos de negócio ou, mais importante ainda, a minimização de riscos em questões como o ambiente e os direitos laborais). Por conseguinte, é importante promover a RSE:

1. Estar mais ligado às perspectivas internacionais, que, a médio prazo, devem combinar-se com as questões locais para formar um entendimento comum da RSE na Turquia,
2. Envolver os parceiros sociais na comunicação com as empresas, não só para programas de filantropia e de envolvimento da comunidade, mas também para uma maior análise e envolvimento das partes interessadas,
3. Posicionar a RSE como um modelo empresarial e não como uma atividade ad hoc, as melhores práticas da cadeia de abastecimento, o desenvolvimento empresarial e os direitos humanos, tanto para as grandes empresas como para as pequenas e médias empresas,
4. Organizar campanhas de sensibilização para promover os benefícios da responsabilidade empresarial e o papel das empresas no desenvolvimento através de um programa contínuo de investigação, estudos de casos, análises, sítios Web e análise dos meios de comunicação social.



2. A liderança empresarial é a chave e precisa de ser promovida:

Os modelos - líderes - são referências de sucesso para outros indivíduos. Por conseguinte, é crucial desenvolver uma rede de campeões e agentes de mudança entre os líderes empresariais turcos e as ONG. A sua voz e as suas ações determinarão o ritmo e a profundidade da mudança na comunidade empresarial. Para o efeito, são necessários vários elementos:

1. Criar redes para diferentes sectores e dimensões,
2. Promover os resultados e não as atividades,
3. Atribuição de prémios e avaliação de iniciativas bem sucedidas,
4. Mecanismos de participação - criação de projetos, produtos e plataformas que proporcionem oportunidades de participação a longo prazo.

3. Criação/Apoio às instituições no campo da RSE Criação/Apoio às instituições no domínio da RSE :

É necessário um campo para uma participação adequada das empresas. Neste sentido, podem ser aplicadas as seguintes estratégias:

1. As questões de RSE no país devem ser identificadas e os domínios prioritários devem ser enquadrados e apoiados através de instituições
2. Capacitação das organizações independentes da sociedade civil.
3. Criar confiança entre as organizações da sociedade civil e as empresas
4. Devem ser criadas instituições ou organismos voluntários para desenvolver ferramentas de controlo da RSE que apoiem a divulgação e a garantia pública. Relatório de base sobre a responsabilidade social das empresas na Turquia.

4. O papel do governo é crucial para a criação do cenário:

A legislação/regulamentação nacional desempenha um papel importante no estabelecimento de níveis mínimos de comportamento em domínios como: proibição financeira; direitos humanos e laborais; ambiente, saúde e segurança; transparência e corrupção. Estabelece a base sobre a qual a RSE se apoia para ir mais longe e fazer melhor. O governo turco já colaborou com o Pacto Global das Nações Unidas, com as Directrizes da OCDE para as Empresas Multinacionais e subscreveu a Declaração da OIT sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho. O parlamento turco terá de desempenhar um papel importante na aprovação de legislação favorável à RSE e os partidos políticos turcos terão de colocar a questão em cima da mesa. A promoção da RSE através de incentivos fiscais é um bom instrumento para a implementação de programas de envolvimento da comunidade, especialmente no domínio da educação. Um grupo de trabalho composto pelo governo, ONG, sector privado e outros peritos prepara um programa de ação com contributos para o diagnóstico ou a estruturação de uma comissão interministerial para identificar o papel de um ministério na



promoção da RSE. O modelo do Reino Unido pode ser avaliado e utilizado como referência.

5. Devem ser apoiadas as parcerias a nível da indústria:

A indústria têxtil turca optou por utilizar a RSE como uma vantagem competitiva face à ameaça de outros mercados emergentes e empenhou-se voluntariamente em projetos com organizações europeias da sociedade civil, como a Clean Clothes Campaign, para melhorar as normas sociais na indústria têxtil turca. Devem ser criadas e mantidas iniciativas semelhantes noutros sectores-chave da Turquia, como a banca, a agricultura e a indústria transformadora. As organizações internacionais devem encorajar a liderança destes programas. Os argumentos e as provas dos casos de negócios a nível da indústria devem também ser delineados e comunicados através dos canais dos meios de comunicação social.

6. Ter como objetivo a melhoria contínua do desempenho da empresa através da RSE:

A maioria das empresas na Turquia não tem conhecimentos suficientes sobre a relação entre a RSE e o desempenho empresarial. Assim, é importante fazer com que as empresas reconheçam que a adoção de políticas e práticas empresariais responsáveis não é apenas para o bem, mas também para o lucro.

1. Reconhecer onde as empresas se encontram neste momento e ajudá-las a identificar as medidas que precisam de tomar para melhorar a RSE e o desempenho empresarial - orientá-las, fornecer-lhes ferramentas, proporcionar-lhes um espaço "seguro" onde possam partilhar os seus fracassos e dúvidas e ajudá-las a ganhar confiança,
2. Projeto de instrumentos nacionais de acompanhamento da RSE,
3. Prestar apoio à garantia e aos sistemas de atribuição de diplomas, através de quadros institucionais.

IV. Roménia

Com base no estado atual da RSE na Roménia, eis algumas conclusões e recomendações para atividades futuras:

Conclusões

Aumentar a consciencialização e a compreensão: Uma das principais conclusões é que é necessário aumentar a sensibilização e a compreensão da responsabilidade social das empresas (RSE) entre as empresas romenas. Muitas empresas, particularmente as pequenas e médias empresas (PME), podem não compreender totalmente os benefícios e o potencial das iniciativas de RSE. São necessários mais esforços para educar as empresas sobre os impactos positivos da RSE nos seus negócios, empregados, comunidades e ambiente.



Reforçar a informação e a transparência: Outra conclusão é que há margem para melhorar a informação e a transparência relativamente às atividades de RSE na Roménia. Muitas empresas podem estar a implementar iniciativas de RSE, mas não estão a comunicar adequadamente os seus esforços às partes interessadas. Uma maior transparência pode criar confiança e promover relações positivas com clientes, empregados, investidores e a comunidade em geral.

Colaboração e parcerias: Algumas empresas na Roménia podem enfrentar desafios no desenvolvimento e implementação de programas de RSE eficazes devido a recursos ou conhecimentos limitados. A colaboração e as parcerias entre empresas, organizações não-governamentais (ONG) e agências governamentais podem fornecer apoio e recursos valiosos para abordar eficazmente as questões sociais e ambientais.

Concentração nas necessidades da comunidade local: Embora muitas empresas na Roménia participem em atividades de RSE, é necessário dar ênfase à resposta às necessidades específicas da comunidade local. Adaptar as iniciativas de RSE aos desafios e requisitos específicos das comunidades onde as empresas operam pode ter um impacto mais significativo e sustentável.

Integração da RSE nas estratégias empresariais: Algumas empresas podem ainda considerar a RSE como uma atividade separada e pontual e não como parte integrante da sua estratégia empresarial global. A integração da RSE nas atividades principais da empresa pode conduzir a benefícios a longo prazo e a um impacto mais significativo na sociedade e no ambiente.

Incentivar a adoção da RSE: Embora existam alguns incentivos e prémios de RSE na Roménia, poderiam ser tomadas outras medidas para incentivar e reconhecer as empresas pelos seus esforços de RSE. O reconhecimento dos líderes de RSE pode inspirar outros a adotar práticas empresariais responsáveis.

Em conclusão, os resultados sugerem que há progressos na adoção da RSE na Roménia, mas são necessárias mais atividades para acelerar a sua integração e impacto. Aumentando a sensibilização, melhorando a informação, promovendo a colaboração, concentrando-se nas necessidades locais, integrando a RSE estrategicamente e incentivando a adoção, as empresas romenas podem melhorar as suas práticas de RSE e contribuir positivamente para a sociedade e o ambiente.

Recomendações

Campanhas de educação e sensibilização sobre RSE: Realizar campanhas abrangentes de educação e sensibilização sobre RSE dirigidas às empresas, aos trabalhadores e ao público em geral. Workshops, seminários e recursos online podem ajudar a divulgar informação sobre os benefícios da RSE e as melhores práticas, encorajando mais empresas a adotar práticas empresariais responsáveis.

Apoio e incentivos governamentais: O governo romeno deve fornecer apoio e incentivos para encorajar as empresas a participarem em atividades de RSE. Isto



pode incluir incentivos fiscais, subsídios ou outros benefícios financeiros para as empresas que implementam iniciativas de RSE com impacto.

Relatórios obrigatórios de RSE para as grandes empresas: Considerar a introdução de relatórios obrigatórios de RSE para as grandes empresas, assegurando a transparência e a responsabilidade. Este requisito pode ser alinhado com estruturas de relatórios reconhecidas internacionalmente para padronizar as divulgações.

Plataformas de colaboração: Facilitar plataformas e redes que reúnem empresas, ONGs e agências governamentais para colaborar em iniciativas de RSE. Estas parcerias podem potenciar a experiência, os recursos e as redes para enfrentar eficazmente os desafios sociais e ambientais.

Envolvimento da comunidade e avaliação das necessidades: Incentivar as empresas a realizar avaliações das necessidades da comunidade para identificar e dar prioridade a projetos de RSE que respondam diretamente às necessidades da comunidade local. O envolvimento das partes interessadas locais no processo de planeamento e implementação pode aumentar a relevância e a sustentabilidade do projeto.

Integração da RSE na estratégia empresarial: Incentivar as empresas a integrar a RSE nas suas estratégias de negócio. Salientar os benefícios a longo prazo da integração da RSE, incluindo a melhoria da reputação da marca, a confiança das partes interessadas e a redução dos riscos.

Prémios e reconhecimento da RSE: Criar prémios de RSE nacionais ou específicos do sector para reconhecer e celebrar as empresas que se destacam nos seus esforços de RSE. Este reconhecimento pode motivar outras empresas a adotar práticas responsáveis e fomentar uma concorrência saudável.

Programas de formação e certificação em RSE: Desenvolver programas de formação e certificação de RSE para dotar as empresas e os profissionais das competências e conhecimentos necessários para implementar iniciativas de RSE eficazes. Estes programas podem melhorar a qualidade e o impacto dos projetos de RSE.

Práticas sustentáveis da cadeia de abastecimento: Incentivar as empresas a implementar práticas sustentáveis na cadeia de abastecimento, incluindo o aprovisionamento responsável e o envolvimento dos fornecedores. O apoio a fornecedores locais e a promoção de práticas respeitadoras do ambiente podem contribuir para a sustentabilidade global da empresa.

Envolvimento dos funcionários e programas de voluntariado: Incentivar as empresas a envolver os seus empregados em atividades de RSE através de programas de voluntariado e iniciativas de envolvimento da comunidade. A participação dos funcionários pode promover um sentido de objetivo e orgulho no impacto social da empresa.

Medição e comunicação do impacto: Incentivar as empresas a medir e a comunicar o impacto das suas iniciativas de RSE. Uma informação transparente sobre os resultados dos projetos de RSE pode demonstrar os contributos tangíveis das empresas para a sociedade e o ambiente.



Ao implementar estas recomendações, as empresas romenas podem melhorar as suas práticas de RSE, contribuir positivamente para a sociedade e o ambiente e reforçar a sua sustentabilidade e reputação globais. A adoção da RSE como parte integrante das operações comerciais pode criar valor partilhado, beneficiando tanto as empresas como as comunidades que servem.

V. Grécia

Com base no estado atual da RSE na Grécia, eis algumas conclusões e recomendações para atividades futuras:

Conclusões

Sensibilização para a cultura da RSE: Na Grécia, é necessário aumentar a visibilidade da RSE entre as empresas, as organizações e o público em geral.

Cooperação insuficiente: A cooperação e as parcerias entre empresas, ONG, agências governamentais e organizações da sociedade civil não são plenamente maximizadas para promover a RSE na Grécia.

Procedimentos de controlo e avaliação: Na Grécia, os mecanismos de controlo e avaliação do impacto das iniciativas de RSE não estão totalmente estabelecidos.

As PME precisam de apoio: Na Grécia, as pequenas e médias empresas (PME) necessitam de apoio e recursos específicos para integrar eficazmente a RSE nas suas atividades.

Recomendações

Aumento da consciencialização e da educação: Desenvolver recursos educativos, programas de formação e workshops para aumentar a consciencialização e a compreensão dos princípios e práticas de RSE para empresas e funcionários.

Promover a apresentação de relatórios e a divulgação de informações: reforçar os requisitos de apresentação de relatórios e de divulgação de informações relacionadas com a RSE, a fim de promover a transparência e a responsabilidade em todas as empresas.

Promover o controlo e a avaliação: Estabelecer sistemas para monitorizar e avaliar o impacto das iniciativas de RSE para acompanhar os progressos e identificar áreas de melhoria.

Reforçar a colaboração e as parcerias: Incentivar a cooperação e as parcerias entre empresas, ONG, agências governamentais e organizações da sociedade civil para promover a ação coletiva na promoção da RSE.

Parcerias público-privadas: Promover parcerias público-privadas para aproveitar a experiência e os recursos de ambos os sectores na condução de iniciativas de RSE.

Colaboração e partilha de conhecimentos: Incentivar a colaboração e a partilha de conhecimentos entre empresas, associações industriais e redes de RSE. Isto pode facilitar o intercâmbio de melhores práticas, lições aprendidas e ideias



inovadoras para impulsionar a ação coletiva e amplificar o impacto das iniciativas de RSE.

Pequenas e médias empresas (PME): Apoiar e incentivar as PME a participarem em atividades de RSE, fornecendo recursos, orientação e reconhecimento. As PME desempenham um papel significativo na economia grega e a sua participação na RSE pode ter um impacto coletivo substancial.

Ao implementar estas recomendações, a Grécia pode reforçar ainda mais o seu panorama de RSE e contribuir para o desenvolvimento sustentável, o progresso social e a proteção do ambiente. A melhoria contínua e a colaboração são fundamentais para garantir que as iniciativas de RSE se alinham com as necessidades sociais em evolução e com os objetivos globais de sustentabilidade.

VI. Portugal

Com base no estado atual da RSE em Portugal e na discussão anterior, apresentamos aqui algumas conclusões e recomendações para atividades e investigação futuras:

Conclusões

Crescente sensibilização e adoção: Ao longo da última década, verificou-se um aumento notável da sensibilização e adoção da RSE entre as empresas em Portugal. Esta mudança é motivada por vários fatores, incluindo a alteração das preferências dos consumidores, as expectativas dos investidores e o reconhecimento dos potenciais benefícios a longo prazo da integração da sustentabilidade nas práticas empresariais. As empresas estão a aperceber-se de que a RSE não é apenas um esforço filantrópico, mas também uma abordagem estratégica que pode melhorar a reputação, atrair talentos e construir relações mais fortes com as partes interessadas.

Relatórios de sustentabilidade: As empresas portuguesas estão a reconhecer gradualmente a importância dos relatórios de sustentabilidade como forma de comunicar os seus esforços e impactos de RSE às partes interessadas. Muitas empresas publicam agora relatórios anuais de sustentabilidade, detalhando as suas iniciativas de RSE, métricas de desempenho e progressos em relação aos objetivos ambientais, sociais e de governação (ESG). No entanto, continua a ser necessária uma maior normalização e consistência nas metodologias de elaboração de relatórios para garantir uma comparabilidade significativa e facilitar a tomada de decisões por parte dos investidores e outras partes interessadas.

Colaboração com as OSC: As empresas portuguesas estão a colaborar cada vez mais com as Organizações da Sociedade Civil (OSC) para enfrentar os desafios sociais e ambientais. Estas parcerias tornaram-se fundamentais para abordar questões complexas como a pobreza, a educação e a conservação do ambiente. Ao trabalhar em estreita colaboração com as OSC, as empresas podem tirar



partido da experiência, dos recursos e das redes destas organizações, o que conduz a iniciativas de RSE mais eficazes e com maior impacto.

Foco nas cadeias de abastecimento sustentáveis: As considerações de sustentabilidade estão a estender-se para além das empresas individuais às suas cadeias de abastecimento. Muitas empresas em Portugal estão a reconhecer a importância do aprovisionamento responsável e do envolvimento dos fornecedores para garantir práticas laborais éticas, salários justos e processos de produção amigos do ambiente. As cadeias de abastecimento sustentáveis estão a tornar-se uma área de foco fundamental para as empresas que pretendem reduzir as suas pegadas ambientais e sociais globais.

Inclusão e Diversidade: As empresas portuguesas estão a adotar cada vez mais a inclusão e a diversidade como aspectos integrantes das suas estratégias de RSE. As organizações estão a esforçar-se por criar ambientes de trabalho diversificados e inclusivos, reconhecendo o valor de diferentes perspectivas e experiências. A ênfase na diversidade e na inclusão não só promove um maior empenhamento e satisfação dos trabalhadores, como também melhora a inovação e a tomada de decisões.

À medida que Portugal continua a progredir no seu percurso em matéria de RSE, é essencial tirar partido destas conclusões e reforçar ainda mais o panorama da RSE no país. Ao abordar as oportunidades e os desafios identificados, as empresas e as partes interessadas podem, coletivamente, impulsionar o desenvolvimento sustentável, promover práticas empresariais responsáveis e contribuir positivamente para a sociedade e o ambiente. Os esforços contínuos para melhorar as práticas de RSE posicionam Portugal como um destino responsável e sustentável para as empresas, os investidores e os consumidores.

Apesar da evolução registada nas últimas décadas, existem ainda algumas recomendações que podemos abordar.

Recomendações

Normalização dos relatórios de RSE: Incentivar as empresas a adotarem quadros reconhecidos para a elaboração de relatórios de RSE, como a Global Reporting Initiative (GRI) ou o Integrated Reporting Framework, promoverá a coerência e a comparabilidade dos relatórios de sustentabilidade. Esta normalização permitirá às partes interessadas tomar decisões informadas e comparar mais eficazmente o desempenho em termos de RSE de diferentes empresas. Além disso, o governo pode considerar a possibilidade de incentivar ou tornar obrigatório o relato da RSE para as empresas de maior dimensão, de modo a garantir uma participação mais alargada.

Melhoria do envolvimento das partes interessadas: As empresas devem dar prioridade a um envolvimento significativo das partes interessadas para identificar as principais questões sociais e ambientais que interessam às suas partes interessadas. Diálogos regulares com empregados, clientes, comunidades locais, fornecedores e investidores ajudarão as empresas a compreender as suas



preocupações e expectativas. Este envolvimento permitirá que as empresas desenvolvam iniciativas de RSE direcionadas para desafios relevantes e que tenham um impacto positivo mais significativo.

Capacitar as PME: Apoiar as pequenas e médias empresas (PME) na adoção de práticas de RSE é essencial para alcançar um panorama mais abrangente de RSE em Portugal. O governo e as associações do sector podem oferecer programas de capacitação, workshops e incentivos financeiros para ajudar as PME a ultrapassar barreiras, como recursos e conhecimentos limitados. A colaboração com empresas de maior dimensão que tenham programas de RSE bem sucedidos pode também facilitar a transferência de conhecimentos e a orientação. Isto está a ser feito, mas ainda pode ser melhorado com mais financiamento e maior sensibilização.

Inovação para a sustentabilidade: Incentivar as empresas a inovar no domínio da sustentabilidade e a desenvolver produtos e serviços amigos do ambiente contribuirá para uma economia mais sustentável. O governo pode criar bolsas de investigação e desenvolvimento ou concursos que incentivem as empresas a desenvolver tecnologias e soluções sustentáveis. O apoio a empresas em fase de arranque e a empresários centrados na sustentabilidade também impulsionará a inovação e atrairá investimentos.

Educação e formação em RSE: Investir na educação e formação em RSE para líderes empresariais, funcionários e estudantes irá criar uma força de trabalho qualificada capaz de enfrentar eficazmente os desafios da RSE. O governo, em parceria com instituições de ensino e especialistas do sector, pode desenvolver currículos e programas de formação centrados na RSE. As oportunidades de formação podem incluir liderança responsável, práticas empresariais sustentáveis e relatórios ESG.

Apoio e regulamentação governamental: O reforço do apoio do governo na promoção da RSE é crucial. O governo pode fornecer incentivos políticos, benefícios fiscais ou subsídios para encorajar as empresas a adotar práticas de RSE. Além disso, a atualização e a implementação de quadros regulamentares relacionados com a RSE garantirão o cumprimento e a responsabilização. Um ambiente regulamentar favorável motivará ainda mais as empresas a integrarem a RSE nas suas estratégias de negócio.

Medição do impacto: Ir além dos relatórios e medir o impacto das iniciativas de RSE é essencial para uma melhoria contínua. As empresas devem adotar metodologias sólidas de avaliação do impacto para avaliar a eficácia e os resultados dos seus projetos de RSE. A existência de métricas de impacto transparentes e quantificáveis aumentará a responsabilidade e permitirá às empresas comunicar os seus resultados de forma mais eficaz.

Foco na responsabilidade digital: Abordar a responsabilidade digital está a tornar-se cada vez mais importante à medida que as empresas dependem das tecnologias digitais. O governo pode estabelecer diretrizes ou códigos de conduta para as empresas seguirem em áreas como a privacidade dos dados, a



cibersegurança e a utilização responsável da IA. Incentivar as empresas a adotar princípios de responsabilidade digital protegerá os direitos dos consumidores e promoverá a confiança no ecossistema digital.

Envolver o sector financeiro: A colaboração com as instituições financeiras para integrar as considerações ESG nas decisões de investimento conduzirá a uma mudança positiva. O governo pode promover iniciativas de financiamento sustentável e criar incentivos para o investimento responsável. Incentivar as instituições financeiras a considerar o desempenho da RSE ao avaliar as oportunidades de investimento criará um ciclo de feedback positivo, em que as empresas se esforçam por melhorar a RSE para atrair investimentos sustentáveis.

Reconhecimento público e prémios: A instituição de prémios de reconhecimento da RSE e a divulgação de iniciativas de RSE bem sucedidas motivaram e inspiraram outras empresas a adotar a RSE. O reconhecimento público encoraja uma concorrência saudável entre as empresas no sentido de implementarem práticas empresariais responsáveis e alcançarem um impacto social e ambiental positivo. Temos visto alguns exemplos de empresas com boas práticas em Portugal, mas o seu reconhecimento junto da sociedade civil e dos consumidores é ainda reduzido.

Ao implementar estas recomendações, Portugal pode continuar a avançar nos seus esforços de RSE, contribuir para o desenvolvimento sustentável e promover práticas empresariais responsáveis. As acções de colaboração entre o governo, as empresas, a sociedade civil e outras partes interessadas desempenharam um papel vital na concretização de um Portugal mais responsável do ponto de vista social e ambiental.

VII. Polónia

Conclusões

Com base no estado atual da RSE na Polónia, eis algumas conclusões e recomendações para atividades futuras:

De acordo com o inquérito aos gestores polacos (Relatório "CSR Managers", Autores: Responsible Business Forum, Varsóvia 2015), os últimos 15 anos mostraram que a RSE teve um impacto na forma como as empresas operam na Polónia. Mais de 81% dos inquiridos concordam, com 16% fortemente a favor e 65% com respostas "bastante provável". Simultaneamente, apontam mais frequentemente três áreas em que esta influência tem sido mais evidente. Assim, mais de 60% dos inquiridos vêem-na na mudança da forma como as empresas operam. Seguiram-se as opiniões de que a RSE contribuiu para prestar atenção à ecologia e à sociedade, com cerca de 30% de indicações cada.

A situação atual da RSE na Polónia reflecte-se na soma dos fatores que favorecem o desenvolvimento do conceito nas empresas, bem como dos que o



dificultam. O progresso na implementação da RSE poderia ter ocorrido principalmente devido às empresas multinacionais (78%), que, ao abrirem as suas sedes, transferiram simultaneamente normas internacionais. O desenvolvimento de empresas responsáveis também não teria sido bem sucedido se não fosse a iniciativa e o empenho de indivíduos que se juntaram ativamente à popularização da ideia (53%). Também importantes para o desenvolvimento do sector foram as exigências crescentes de parceiros comerciais cada vez mais conscientes (42%) e de consumidores (27%). A necessidade de adaptação às exigências dos parceiros comerciais como fator de apoio ao desenvolvimento da RSE na Polónia é particularmente apreciada pelos gestores com menos antiguidade (62%) e nas micro, pequenas e médias empresas (48%). Surpreendentemente, poucos inquiridos (6%) apontaram para iniciativas empreendidas pela administração pública.

Por sua vez, o maior obstáculo ao desenvolvimento da RSE nos últimos 15 anos foi a falta de compreensão da ideia por parte dos quadros das empresas (46%). Os gestores indicaram exatamente o mesmo obstáculo quando questionados sobre as previsões para os próximos 15 anos.

Recomendações

Melhoria dos relatórios e da transparência: Incentivar as empresas a melhorar os relatórios e a transparência em matéria de RSE. O domínio ESG, incluindo a apresentação de relatórios em conformidade com a CSRD, pode ser uma mudança fundamental no início de um processo de longo alcance de transformação da economia. A obrigação de apresentação de relatórios ESG prevista na diretiva constituirá um enorme desafio também para as empresas do sector das PME. Alguns poderão ter de reorganizar as suas atividades, a forma como prestam serviços, fornecem ou produzem.

Cadeias de abastecimento sustentáveis: A estratégia das grandes empresas para uma conduta empresarial responsável irá influenciar cada vez mais a sua cadeia de valor, incluindo as PME. De acordo com a diretiva Corporate Sustainability Due Diligence (CSDD), a partir de 2024, as empresas que cumprem os critérios da referida diretiva terão de assumir a responsabilidade pela forma como os seus fornecedores e parceiros comerciais contrariam os efeitos negativos das suas atividades no respeito pelos direitos humanos e pelo ambiente. Este facto aumentará o número de pedidos de informação sobre questões ESG que os clientes empresariais farão aos seus contratantes, entre outras PME. As grandes empresas podem esperar declarações escritas das PME de que o fornecedor cumpre determinados requisitos de desenvolvimento sustentável e podem também realizar auditorias para verificar a conformidade destas declarações com os factos.

Inovação e tecnologia: Promover a inovação e soluções tecnológicas para os desafios da sustentabilidade. Incentivar as empresas a investir na investigação e desenvolvimento de tecnologias, produtos e serviços sustentáveis que contribuam para os objetivos ambientais e sociais.



Envolvimento das partes interessadas:

A mudança dinâmica da legislação exige uma série de alterações a vários níveis da organização para levar as empresas a rever constantemente o seu papel na construção de um mundo melhor. As empresas têm também de analisar cuidadosamente as suas próprias operações e a sua cadeia de valor. E os acontecimentos na Ucrânia tornaram necessário que as empresas redefiniram o conceito de "responsabilidade nos negócios". A crise da guerra mostrou o potencial que existe nas empresas: empregados, empregadores, empresas que competem entre si todos os dias, uniram forças para fazer algo de bom em conjunto. Esta é uma grande lição para as empresas - um objetivo comum une a maioria.

Medição e avaliação do impacto: Desenvolver quadros e metodologias normalizados para medir e avaliar o impacto das iniciativas de RSE. Isto permitirá às empresas avaliar a eficácia das suas atividades e tomar decisões baseadas em dados para uma melhoria contínua.

Educação e sensibilização: Promover a educação e a sensibilização para a RSE entre as empresas, os trabalhadores e o público em geral. Outra razão pela qual as empresas precisam de melhorar as suas competências em termos de elaboração de relatórios são muitas, quanto mais não seja devido à nova regulamentação. Como parte da Ordem Verde Europeia, foi introduzida uma diretiva sobre a apresentação de relatórios de sustentabilidade das empresas (CSRD).

Colaboração e partilha de conhecimentos: Durante a recessão económica, deverá haver um interesse crescente na economia da partilha e no aspeto relacionado com a poupança, tanto entre os consumidores como entre as empresas. Entre as vantagens da ideia de partilha contam-se a poupança de tempo e dinheiro, o sentimento de ser ativo e útil na sociedade, a redução do consumo, do desperdício de recursos e das emissões de CO₂, e a participação no movimento mais vasto contra o excesso de consumo.

Pequenas e médias empresas (PME): Embora, num futuro próximo, as PME não tenham de apresentar um relatório não financeiro, as próximas alterações podem afetar indiretamente. Serão obrigadas a fornecer os dados necessários para os relatórios ESG dos seus grandes parceiros. O não cumprimento das expectativas das partes interessadas a este respeito poderá ter consequências negativas, como custos de financiamento mais elevados e perda de vantagem competitiva.

Por conseguinte, a implementação de modelos empresariais sustentáveis pode ser utilizada pelas PME como uma oportunidade de negócio. Isto ajudá-las-á a conquistar novos clientes e a manter os atuais. Por outro lado, a resolução de problemas sociais ou ambientais pode tornar-se uma ideia de negócio.

Ao implementar estas recomendações, a Polónia pode reforçar ainda mais o seu panorama de RSE e contribuir para o desenvolvimento sustentável, o progresso social e a proteção ambiental. A melhoria contínua e a colaboração são fundamentais para garantir que as iniciativas de RSE se alinham com as necessidades sociais em evolução e com os objetivos globais de sustentabilidade.



Tendo em conta o aumento das alterações climáticas e das ameaças ao ambiente, a União Europeia decidiu desenvolver um Pacto Ecológico Europeu. O objetivo desta estratégia é a transformação completa da economia europeia - até 2050, pretende-se atingir zero emissões de gases com efeito de estufa. Isto implica a necessidade de redirecionar o fluxo de recursos financeiros para áreas de desenvolvimento sustentável, recompensando projetos que, para além do retorno do investimento, estimulem e proporcionem um valor social e ambiental acrescentado.



Ligações:

Eis algumas ligações Web relacionadas com a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) na Alemanha:

Rede do Pacto Global da Alemanha:

O sítio Web oficial da Global Compact Network Germany, que promove a aplicação dos princípios da United Nations Global Compact entre as empresas alemãs.

Sítio Web: <https://www.globalcompact.de/>

Conselho Alemão para o Desenvolvimento Sustentável (RNE):

O sítio Web do Conselho Alemão para o Desenvolvimento Sustentável, que aconselha o governo alemão sobre questões de sustentabilidade e promove iniciativas de RSE.

Sítio Web: <https://www.nachhaltigkeitsrat.de/>

CSR Hub Alemanha: O que é a RSE na Alemanha?

Inglês: <https://www.csr-in-deutschland.de/EN/CSR/Background/background.html>

Alemão:

<https://www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Allgemein/CSR-Grundlagen/csr-grundlagen.html>

Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI):

O sítio Web oficial da Federação das Indústrias Alemãs, que representa os interesses da indústria alemã e fornece informações sobre as atividades de RSE no sector empresarial.

Sítio Web: <https://english.bdi.eu/>

Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft

(Associação Alemã para a Economia Sustentável):

Uma associação que promove práticas empresariais sustentáveis na Alemanha e fornece informações sobre temas relacionados com a RSE.

Sítio Web: <https://www.nachhaltigwirtschaften.net/>

Ligações internacionais:

OCDE para directrizes internacionais

Sítio

Web:

<https://www.oecd.org/berlin/publikationen/oecd-leitsaetze-fuer-multinationale-unternehmen.htm>



OIT Organização Internacional do Trabalho

Sítio Web: <http://www.ilo.org/berlin/lang--de/index.htm>

Parte da investigação foi efectuada com a ajuda do **chatGPT**:

Sítio Web: <https://chat.openai.com/?model=text-davinci-002-render-sha>

Eis algumas ligações Web relacionadas com a responsabilidade social das empresas (RSE) na Roménia:

CSR Media:

O sítio Web oficial de todos os desenvolvimentos empresariais da RSE na Roménia, que abrange todas as notícias relacionadas com a RSE.

Sítio Web: <https://www.csrmedia.ro/>

Estratégia nacional para o desenvolvimento sustentável na Roménia

O sítio Web oficial do governo dedicado às iniciativas e oportunidades de desenvolvimento sustentável na Roménia.

Sítio Web <https://dezvoltaredurabila.gov.ro/>

Parte da investigação foi efectuada com a ajuda do **chatGPT**:

Sítio Web: <https://chat.openai.com/?model=text-davinci-002-render-sha>

8. ANEXOS/Referências/Termos relevantes

A Wikipédia está a escrever para CSV e CSR:

A criação de valor partilhado (CSV) é um conceito empresarial introduzido pela primeira vez num artigo de 2006 da Harvard Business Review, *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*". O conceito foi ainda mais alargado no artigo de acompanhamento de janeiro de 2011, intitulado *Creating Shared Value: Redefinindo o capitalismo e o papel da empresa na sociedade*. Escrito por Michael E. Porter, uma das principais autoridades em estratégia competitiva e diretor do Instituto de Estratégia e Competitividade da Harvard Business School, e Mark R. Kramer, da Kennedy School da Universidade de Harvard e cofundador da FSG, o artigo fornece ideias e exemplos relevantes de empresas que desenvolveram ligações profundas entre as suas estratégias de negócio e a responsabilidade social das empresas (RSE). Porter e Kramer definem o valor partilhado como "as políticas e práticas que aumentam a competitividade de uma empresa e, simultaneamente, melhoram as condições sociais e económicas das comunidades em que opera", enquanto uma revisão publicada em 2021 define o conceito como "um processo estratégico através do qual as empresas podem transformar problemas sociais em oportunidades de negócio".

Menghwar e Daood (2021) efectuaram uma análise exaustiva publicada numa revista britânica de topo, classificada em segundo lugar no domínio da gestão. Neste artigo, refinam ainda mais três características da criação de valor partilhado e definem o CSV como "um processo estratégico através do qual as empresas podem resolver um problema social que é relevante para a sua cadeia de valor, ao mesmo tempo que obtêm lucros económicos".

A premissa central subjacente à criação de valor partilhado é que a competitividade de uma empresa e a saúde das comunidades que a rodeiam são mutuamente dependentes. Os apoiantes defendem que o reconhecimento e a capitalização destas ligações entre o progresso social e económico têm o poder de desencadear a próxima vaga de crescimento global e de redefinir o capitalismo.

Os críticos, por outro lado, argumentam que "Porter e Kramer basicamente contam a velha história da racionalidade económica como a única ferramenta de gestão inteligente, com fé na inovação e no crescimento, e celebram um capitalismo que agora precisa de se ajustar um pouco". Um crítico considera o conceito de CSV como uma "abordagem de pónei de um só truque", com poucas hipóteses de que uma sociedade civil cada vez mais crítica compre essa história.

Em 2012, a Kramer and Porter, com a ajuda da empresa de consultoria global sem fins lucrativos FSG, fundou a Iniciativa de Valor Partilhado para melhorar a partilha de conhecimentos e a prática em torno da criação de valor partilhado a nível global.

Comparação com a **responsabilidade social das empresas**

A responsabilidade social das empresas (RSE) difere da criação de valor partilhado, apesar de partilharem o mesmo princípio de "fazer bem fazendo o bem". Mark Kramer, coautor do artigo da Harvard Business Review sobre a criação de valor partilhado, afirma no seu blogue "Creating Shared Value" que a principal diferença é que a RSE tem a ver com responsabilidade, enquanto a CSV tem a ver com criação de valor. Quer se trate de uma "nova forma de RSE" alargada ou de "valor partilhado", a CSV é fundamentalmente diferente das atividades de RSE do passado.

Num vídeo de 2013 para o Fórum Económico Mundial do Huffington Post, Porter afirmou que o valor partilhado é uma progressão lógica da RSE, porque os rendimentos são aumentados para todos, não através da caridade e de ser um "bom cidadão empresarial", mas por "ser um melhor capitalista - é uma situação em que todos ganham".

A CSV é uma transição e uma expansão do conceito de RSE. A responsabilidade empresarial evoluiu da RSE tradicional 1.0 (fases: defensiva, caritativa, promocional e estratégica), da RSE transformadora 2.0 e da RSE 3.0, que é como a CSV. Este desenvolvimento de fases, através da redefinição da RSE, lançou as bases teóricas para que as empresas e a sociedade ultrapassem os problemas sociais de forma sustentável e comunitária. À medida que o capitalismo amadurece, as empresas têm o dever de romper com a RSE tradicional, compreendendo as suas limitações e tentando reestruturar-se e seguir novas estratégias de mercado que valorizem tanto o desenvolvimento económico como o social.

O conceito de CSV substitui a RSE, pois é uma forma de as empresas se sustentarem no mercado capitalista competitivo. Enquanto a RSE se centra na reputação, valorizando a prática do bem por pressão da sociedade, a CSV gera benefícios económicos e sociais em relação ao custo, numa verdadeira competição pela maximização dos lucros. Em vez de ser impulsionada por fatores externos, a CSV é gerada internamente e não se limita ao orçamento financeiro, como acontece com a RSE. Com o advento da CSV e na sequência da sua forte defesa a nível mundial, as empresas começaram a refletir sobre a sua visão do crescimento sustentável.

Os críticos, no entanto, argumentam que Porter e Kramer parecem ter "uma compreensão muito particular e limitada da RSE, que não reflete os debates académicos das últimas décadas nem capta adequadamente a maioria das práticas atuais de RSE. (...) Em vez de se debruçar sobre um entendimento contemporâneo da RSE, a responsabilidade social das empresas parece ser utilizada como um espantalho para justificar retoricamente a contribuição dos autores e a sua proclamada originalidade."

A contratação relacional e os modelos empresariais colaborativos, incluindo a externalização de direitos adquiridos, incorporaram os princípios de valor partilhado de Porter e Kramer como base para a implementação de relações de



colaboração que criam, partilham e expandem o valor para as partes numa relação comercial ou de externalização.

Fonte: 16.6.2023

https://en.wikipedia.org/wiki/Creating_shared_value



9. Empresas e partes interessadas entrevistadas

I. Alemanha

Nome da empresa	Localização	Contacto	Sector de atividade	Número aproximado de empregados
Siemens EC	Magdeburgo	Sra. Tschonowski	Educação	14
Webmatic	Magdeburgo	Senhor Krause	Alojamento Web	9
Malteser	Magdeburgo	Herr Sim	Cuidados de saúde	64
BWSA	Dessau	Senhor Dr. Stark	Educação	83
MDCC	Magdeburgo	Senhor Dreyer	Comunicação	87
Konica Minolta	Halle	Senhor Reiff	Soluções de impressão	340
SBH Nordost	Bad Salzungen, Halle	Sra. Schubert, Sra. Dr. Benhold	Educação	1106

Partes interessadas entrevistadas

Siemens Training Centre Magdeburg

Gestor da empresa
MDCC Key Account Manager

Gestor de vendas KM

Líder regional da Turíngia
Líder regional da Saxónia-Anhalt

II. Eslovénia

Nome da empresa	Localização	Contacto	Sector de atividade*	Número aproximado de empregados
Adria Dom Ltd. Črnomelj,	Kanižarica 135, 8340 Črnomelj	Nina Nikić	C16.230 - Marcenaria e	250 -499

https://sl.adria-home.com/		n.nikic@adria-mobiledhome.com	carpintaria, construção civil	
Comark Ltd. https://comark-logistics.com/	Italijanska ulica 8, 1000 Ljubljana	Branko Butala comark@comark.si	H52.290 - Transitários e outras atividades auxiliares dos transportes	50
Dom starejših občanov Črnomelj, instituição pública https://www.domcrnomelj.si/	Ulica 21. oktobra 19/c, 8340 Črnomelj	Valerija Lekić Poljšak crnomelj@ssz-slo.si	Q87.300 atividades de cuidados residenciais para pessoas idosas e pessoas com deficiência	99
Javno podjetje Komunala Črnomelj, empresa pública http://www.komunala-crnomelj.si	Belokranjska cesta 24A, Črnomelj, 8340 Črnomelj	Samo Kavčič samo.kavcic@komunala-crnomelj.si	Serviços de utilidade pública e gestão de resíduos; Ecologia	50-99
Livar PLC https://livar.si/	Ljubljanska cesta 43, 1295 Ivančna Gorica	Teja Bezeg Teja.Bezeg@livar.si	Fundição	500 - 999
Oasis Smithers Adria Ltd. Gradac http://www.oasisfloral.com	Gradac 136, Gradac, 8332 Gradac	Romana Draganjac draganjac@SMITHERSOASIS.COM	Plásticos e artigos de plástico; Arranjos e decoração	50-99
Paklog Lda. Črnomelj	Kanižarica 101, 8340 Črnomelj	Patricija Butala patricija.butala@paklog.si	C16.240 - Fabricação de materiais de embalagem de madeira	49

III. Turquia

Nome da empresa	Localização	Contacto	Sector de atividade	Número de aproxima
-----------------	-------------	----------	---------------------	--------------------



				do de emprega dos
<u>Câmara de Comércio de Aydın</u>	Ilıcabaşı Mahallesi Denizli Bulvarı No:97 Efeler / AYDIN	Hakan ÜLKEN +90 256 218 09 09 info@ayto.org.tr	organização local de <u>empresas</u> cujo objetivo é promover os interesses das empresas. <u>Os</u> <u>empresários</u> das vilas e cidades formam estas sociedades locais para defender os interesses da <u>comunidade</u> <u>empresarial</u>	10.000+
Jantsa	Umurlu Mahallesi Organize Sanayi Bölgesi, Cadde No: 59-58/1, 09630 Efeler-AYDIN	Şefik ÇERCIOGLU +90.256 259 11 25	* Rodas agrícolas e polivalentes (tratores, equipamentos agrícolas, reboques, silvicultura) * Rodas industriais (construção, manuseamento de materiais, escavação, exploração mineira) * Jantes da indústria da defesa * Jantes comerciais (camião, autocarro, reboque, etc.)	1000+
Polat Makina Sanayi ve Tic.a.ş.	<u>ATA Mah.</u> <u>ASTİM O.S.B.</u> <u>Astim 1.</u>	İbrahim POLAT <u>+90 256 231 04</u> <u>73</u> polat@polatas.com .tr	Sistema contínuo de fabrico de máquinas e decantadores de azeite	450+



	<u>Cad.n.o:6</u> <u>AYDIN</u>			
Aydın Mimar Sinan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	Fatih, Halide Edip Cd. No:5, 09020 Aydın	Hüseyin AYGÜN +90256 227 1070	Escola profissional	1367

IV. Roménia

Nome da empresa	Localização	Contacto	Sector de atividade	Número aproximado de empregados
Formec SRL				
Alma Surca SRL				
Eurohotel				

Nome da empresa	Localização	Pessoa de contacto	Sector de atividade*
IURIAN AUTO SERVICE SRL	ALBA IULIA	ÁUREO IURIANO	Manutenção e reparação de veículos
EXPLORATIST ADVENTURES SRL	BUCARESTE	SILVIU ANDREI PETRAN	atividades de organização de exposições, feiras e congressos
SEB STEELMET SRL	ALBA IULIA	SINC BOGDÃO	Fabricação de construções metálicas e de componentes de



			construções metálicas
--	--	--	-----------------------

V. Grécia

Nome da empresa	Localização	Contacto	Sector de atividade	Número aproximado de empregados
Agrohouse	Larissa	Proprietário da empresa Agrohouse	PME, Comércio	8
Narkissos	Larissa	Proprietário de uma empresa em Narkissos	PME, Comércio	3
Lefkaditis	Larissa	Gerente e empregados da Lefkaditis	Centro de Comércio	20
Melão aberto	Larissa	Diretor do Centro de Formação Openmellon	EFP	10

VI. Portugal

Nome da empresa	Localização	Contacto	Sector de atividade	Número aproximado de empregados
ALLBS, LDA	Ramada	Proprietário	PME, IT	20
Academia de Software	Lisboa	Proprietário	PME, EFP	15
Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P.	Lisboa	Técnico Superior	Organismo público	50



Instituto Profissional de Avançadas Tecnologias	Porto	Diretor	EFP	40
Escola Profissional Gustave Eiffel	Lisboa	Professor	EFP	60

Empresas/Instituições

ALLBS, LDA

Academia de Software (Software Academy)

Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P. (Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas - Instituto Público)

Prestadores de EFP

Nome da escola	Localização	Pessoa de contacto
Instituto Profissional de Avançadas Tecnologias (Instituto Profissional de Tecnologias Avançadas)	Porto	Pedro Poças
Escola Profissional Gustave Eiffel (Escola Profissional Gustave Eiffel)	Lisboa	David Almeida

VII. Polónia

Nome da empresa	Localização	Pessoa de contacto	Sector de atividade*
M Smart Office Łódź	aleja Adama Mickiewicza 10, 90-050 Łódź	Michał Haze m.haze@mikomax.pl	Mobiliário
Centro Britânico	al. Kościuszki 93, 90-436 Łódź	Bożena Ziemniewicz Centro Britânico bc1@british-centre.pl	formações
Kamikaze	Piotrkowska 262/264 90-361 Łódź	Piotr Kałużny hello@kamikaze.digital	Agência criativa





Cofinanciado pela União Europeia

Financiado pela União Europeia. No entanto, os pontos de vista e opiniões expressos são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es) e não reflectem necessariamente os da União Europeia ou da Agência de Execução relativa à Educação, ao Audiovisual e à Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas pelas mesmas.



Relatório de base da FA-Magdeburg GmbH - Alemanha e CSV-Team desenvolvido no âmbito do projeto Erasmus+ CSV@VET licenciado sob uma licença

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Projeto Erasmus+ 2022 - 1 - DE 02 - KA 220 - VET- 000088303



CREATING
SHARED VALUE @VET

contacto

www.csv4vet.eu

Autores: Equipa CSV

Definição do conteúdo: FA-Magdeburg GmbH

Conceção do layout por: CSV-Team

Editora: Consórcio CSV@VET

Publicação gratuita, **janeiro de 2024**

O CSV@VET é um projeto financiado pela Comissão Europeia no âmbito do programa "Erasmus+ - KA2 - Parcerias Estratégicas para o Ensino e Formação Profissional" -

Financiado pela União Europeia. No entanto, os pontos de vista e opiniões expressos são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es) e não reflectem necessariamente os da União Europeia ou da Agência de Execução relativa à Educação, ao Audiovisual e à Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas pelas mesmas.

