



**Escola Nacional de Saúde Pública – UNL**

**Trabalho de Projecto**

# RESPONSABILIDADE SOCIAL EM SAÚDE PÚBLICA

Discente: Filipa Oliveira Nobre

XIV CURSO DE MESTRADO EM SAÚDE PÚBLICA 2011/2013

Orientador: Dr.<sup>a</sup> Paula Lobato Faria

Co-orientador: Dr.<sup>a</sup> Maria João Lupi

Lisboa, Dezembro 2013

*“Quando qualquer trabalho parece ter exigido imensa força e  
luta, a ideia é grandiosa”*

Edmund Burke

## Agradecimentos

Filipe e Rita, que em dia abençoado me tiveram, sem vocês eu nunca teria lutado tanto, mas acima de tudo, eu nunca teria tido tantas vitórias. Agradeço por tudo, tudo, tudo.

Não posso esquecer a minha companheira de luta, Diana Mendonça, que comigo venceu até as disciplinas mais “travessas”.

Um profundo e sincero obrigado ao Prof. Fernando Seabra, pelo *abrir de olhos* que me proporcionou, pela clareza das suas palavras, pela sinceridade e pela disponibilidade com que me ouviu.

Renato, porque ao fim ao cabo, ou estás sempre lá ou és chamado a estar <3

Avô, Avó, Madrinha vocês merecem, enxugaram-me lágrimas e acreditam que um dia vou ser tudo aquilo com que sonho.

Catarina e Márcia, vocês têm sido as minhas pessoas, as donas dos segredos cabeludos, das lágrimas que mais ninguém vê... Obrigada por continuarem a gostar de mim e a darem-me apoio.

Ah, não posso também esquecer de agradecer à Alemanha, por me ter levado de casa, por me ter causado tanto transtorno na elaboração deste trabalho. Minha cara, não me vais vencer! =)

E finalmente, para ti Avó Maria, que sei que continuas a olhar pelo que eu faço... *Descobri que há poemas que não rimam e sonhos como papéis que se rasgam depressa.*

Ich liebe euch!

## Resumo

A Responsabilidade Social é actuar de modo justo, digno e responsável com todos os stakeholders. Por outro lado a Saúde Pública tem como principal objectivo promover a saúde dos indivíduos, comunidades e sociedades como um todo, incidindo nos determinantes de saúde.

As empresas têm adoptado inúmeras acções e políticas socialmente responsáveis que contribuem para o aumento da concretização dos objectivos a longo prazo. As empresas criam códigos de ética e de conduta, redigem relatórios sociais, aderem a normas e certificações internacionais, promovem auditorias internas e externas, desenvolvem políticas laborais para evitar problemas e escândalos que afectem a reputação da empresa, apoiam cada vez mais causas sociais, preocupam-se com o bem-estar e as condições de trabalho dos colaboradores e com o ambiente. Todos os esforços e investimentos parecem ser poucos quando se observa a possibilidade de maior reconhecimento e retorno financeiro.

Existem diversas concepções para o que é ser-se socialmente responsável e de como a empresa deve agir enquanto cidadã. Ao mesmo tempo, são muitas as actividades que podem ser desenvolvidas no que diz respeito à responsabilidade social das empresas na área da promoção da saúde pública. Este estudo pretende criar uma ligação entre o conceito de Responsabilidade Social das Empresas e de Saúde Pública e, nesse sentido, procurar associar os objectivos das acções desenvolvidas pelas empresas estudadas com os objectivos prosseguidos pela Saúde Pública.

**Palavras-chave:** *Responsabilidade Social das Empresas, Saúde Pública, Promoção da Saúde, individuo, comunidade, ambiente*

## **Abstract**

Social responsibility is acting in a fair, dignified and responsible manner with all stakeholders. Moreover Public Health aims to promote the health of individuals, communities and society as a whole, focusing on the health determinants.

Companies have adopted numerous policies and socially responsible actions that contribute to increasing the achievement of long term objectives. Companies create codes of ethics and conduct, redact social reporting, adhere to international standards and certifications, promote internal and external audits, develop employment policies to prevent problems and scandals affecting the company's reputation increasingly relying on social causes concern with the welfare and working conditions of the employees and the environment. All efforts and investments seem to be few when observing the possibility of greater recognition and financial return.

There are many conceptions of what it is to be socially responsible and how the company should act as a citizen. At the same time, there are many activities that can be developed with regard to corporate social responsibility in the area of health promotion. This study aims to create a link between the concept of CSR and Public Health and, accordingly, seek to associate the objectives of action by businesses with the objectives of Public Health.

**Key words:** Corporate Social Responsibility, Public Health, Health Promotion, individual, community, environment

## Índice

Siglas e Abreviaturas .....	6
0. Introdução.....	7
1. Conceitos Fundamentais.....	11
1.1. Saúde Pública .....	11
1.2. Responsabilidade Social .....	17
1.2.1. Definições.....	28
1.2.2. Abordagens e Teorias em RSE.....	29
1.2.3. Evolução das Políticas de Promoção da RSE .....	32
1.3. Responsabilidade Social em Saúde Pública.....	34
2. Existe Responsabilidade Social em Saúde Pública? .....	37
3. Responsabilidade Social em Portugal .....	39
3.1. Regulamentação.....	42
3.2. Auditorias, Relatórios e Avaliações.....	45
4. Caracterização de Actividades e Efectividade.....	48
4.1. Metodologia .....	48
4.2. Grupo Jerónimo Martins .....	49
4.2.1 Caracterização da Empresa .....	49
4.2.2 Actividades Socialmente Responsáveis.....	51
4.2.3 Prémios e Reconhecimentos.....	62
4.3. Sonae.....	63
4.3.1 Caracterização da Empresa .....	63
4.3.2 Actividades em Responsabilidade Social.....	65
4.3.3 Prémios e Reconhecimentos.....	75
4.4. Groupe Auchan .....	75
4.4.1 Caracterização da Empresa .....	75
4.4.2 Actividades em Responsabilidade Social.....	77
4.4.3 Prémios e Reconhecimentos.....	84
4.5. Galp Energia .....	84
4.5.1 Caracterização da Empresa .....	84
4.5.2 Actividades em Responsabilidade Social.....	86
4.5.3 Prémios e Reconhecimentos.....	93
4.6 Comentários e Comparações .....	93

5.	Indicadores de Responsabilidade Social em Saúde Pública .....	96
6.	Desafios .....	100
7.	Conclusão .....	103
7.1	Limitações do Estudo .....	105
7.2	Sugestões de Estudo .....	106
8.	Bibliografia .....	107
Anexos		
	Anexo I – Evolução da Saúde Pública	
	Anexo II – Carta enviada em suporte digital às empresas	
	Anexo III – Quadro de questões apresentadas às empresas	
	Anexo IV – Outras actividades das Empresas em RSE	

## Índice de Tabelas

Tabela 1 - Síntese das teorias e abordagens de RSE .....	29
Tabela 2 - Resumo das Actividades Grupo Jerónimo Martins .....	62
Tabela 3 - Resumo das Actividades Sonae .....	74
Tabela 4 - Resumo das Actividades Groupe Auchan.....	83
Tabela 5 - Resumo das Actividades Galp Energia.....	92

## Índice de Ilustrações

Ilustração 1 - Estratégias Groupe Auchan .....	78
--	----

## Siglas e Abreviaturas

AIP – Associação Industrial Portuguesa

APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial

CDC – Centre for Disease Control and Prevention

COM - Comissão das Comunidades Europeias

GRI – Global Reporting Initiative

ISO – International Organization for Standardization

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development

OMS – Organização Mundial de Saúde

RSE – Responsabilidade Social das Empresas

## 0. Introdução

A crise, que tantos ouvem falar, instalou-se em muitos países, alguns deles considerados grandes potências. Em Portugal, a situação económica tem vindo a agravar-se e o Estado perde cada vez mais a capacidade de atingir todos os objectivos a que se propõe enquanto pagador. Cortam-se nos custos em educação e na saúde, ainda que os indivíduos/comunidades vejam as suas necessidades e carências aumentadas.

Contudo, observa-se que a emergência das novas pressões sociais, ambientais e económicas está também a alterar os valores e os horizontes da actividade empresarial. Num mundo globalizado e em constante evolução as políticas económicas, culturais e sociais estão cada vez mais interligadas e têm cada vez mais impacto na vida dos concidadãos.

As organizações têm assim deveres e devem tender a tomar consciência das responsabilidades para com a sociedade, podendo assumir responsabilidades sociais quando o Estado e o governo fracassam na sua prossecução.

Desta forma, a responsabilidade social parece começar a adquirir significado para a sociedade em geral, contudo, nem sempre o significado é o mesmo para todos os indivíduos. A definição parece situar-se entre a responsabilidade e as obrigações legalmente impostas. Ao longo da evolução do conceito foi, em 1990, proposta a tese de que a empresa socialmente responsável era a que produzia lucros, cumpria a lei, era ética e tinha comportamentos de boa cidadã (Caroll *apud* Rego *et al*, 2007).

Numa fase inicial as empresas adoptam um código de conduta, uma declaração de missão ou uma declaração de princípios e enunciam os seus objectivos, valores fundamentais e responsabilidades para com as partes interessadas (*stakeholders*). Posteriormente as empresas aplicam estes valores em toda a organização e criam uma dimensão social e ambientalmente responsável nas suas actividades, gestão de recursos e avaliação de resultados. Estas avaliações são realizadas através de auditorias (COM, 2001).

A prática da responsabilidade social é, actualmente, mais notória em grandes empresas privadas, contudo, estas práticas são promovidas por todos os tipos de empresas, quer do sector privado quer público (COM, 2001).

Na empresa, a RSE diz respeito a questões como a qualidade do emprego, a aprendizagem ao longo da vida, a informação, consulta e participação dos trabalhadores, a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres, a integração das pessoas com deficiência, a antecipação da mudança industrial e a reestruturação.

A RSE pode contribuir para os objectivos das políticas comunitárias, na procura do desenvolvimento sustentável, em complementaridade com as políticas já existentes (COM, 2002).

A convicção, que promove o interesse da por esta área, é que a empresa pode ser economicamente rentável mesmo assumindo preocupações e investimentos sociais. A empresa tende a ganhar em termos de boa imagem e reputação, relacionamento com as suas partes interessadas, em produtividade e em lucros. Como será apresentado mais à frente, segundo um estudo solicitado pela Galp Energia, o investimento de 1 euro no capital humano implica um retorno de 2,61 euros. Contudo, é fundamental que exista na empresa estabilidade económica e que exista a possibilidade de redireccionar fundos para outras acções que não apenas a produção, sem que haja prejuízo da sustentabilidade financeira da empresa.

Diversas razões justificam a pertinência deste projecto, mas parece importante salientar o desconhecimento da sociedade em geral da existência da RSE. Ao mesmo tempo, muitas empresas privadas (mas também sector público, academias, etc., de todas as áreas de actividade) têm implementado práticas sociais e ambientais responsáveis, contudo, não estão familiarizadas com os conceitos da RSE, ou simplesmente não divulgam essas mesmas práticas ao público em geral.

Acredita-se assim, que são muitos os aspectos positivos que a RSE acrescenta ao mundo, sendo, o aumento da confiança, da transparência, do respeito pelos direitos humanos, da justiça, do empoderamento dos indivíduos, da aprendizagem, da orientação, etc.

Segundo Rego *et al.* (2007), cerca de dois terços dos cidadãos gostariam que as empresas fossem para além da geração de lucros, pagamento de impostos e do cumprimento de imperativos legais. Para os mesmos a protecção da saúde e segurança dos colaboradores, o tratamento não discriminatório, a protecção ambiental e o combate à exploração infantil devem prevalecer sobre o objectivo de gerar lucros.

Para além desta vontade dos cidadãos, as empresas têm nesta área muitas oportunidades, no que concerne à melhoria das relações das empresas com agentes locais, com as tradições e potencialidades do meio local, tudo isto pode constituir um activo que podem capitalizar (COM, 2001). Sendo que, a sociedade pode também receber o retorno, pois as empresas podem ser um poderoso agente de mudança social positiva (Rego *et al.*, 2007). Assim, a responsabilidade social pode ser uma motivação para fazer algo com o objectivo de ser útil à sociedade ao mesmo tempo que surgem retornos lucrativos resultantes dessas acções. A estratégia da Responsabilidade Social conduz ao desenvolvimento de novas e mais saudáveis

relações e parcerias, coesão social e económica, melhorias na promoção da saúde e protecção do ambiente (COM, 2001). O reforço da imagem é um retorno “extra” destas acções.

Com o desenvolvimento deste trabalho de projecto pretende-se responder às questões:

*Quais as motivações e vantagens que as empresas retiram da Responsabilidade Social?*

*O que é a Responsabilidade Social em Saúde Pública?*

*Existe Responsabilidade Social em Saúde Pública em Portugal?*

Os objectivos para este estudo são:

- Conceber uma definição de Responsabilidade Social em Saúde Pública;
- Conhecer a realidade da Responsabilidade Social das Empresas em Portugal;
- Compreender as motivações das empresas na adopção da gestão socialmente responsável;
- Identificar, através da análise de documentação de empresas seleccionadas, acções que visam objectivos de saúde pública.
- Formular um quadro de Indicadores de Responsabilidade Social em Saúde Pública;
- Concluir se existe Responsabilidade Social em Saúde Pública em Portugal.

O presente trabalho encontra-se dividido em sete grandes capítulos onde estão inseridos reflexões sobre pontos fundamentais para a compreensão e consecução do presente estudo.

No Capítulo 1. são apresentados os conceitos fundamentais para a estrutura do trabalho de projecto. É feito um enquadramento teórico do tema com recurso à revisão bibliográfica. Neste capítulo é também dada ênfase às linhas orientadoras emitidas pela Comissão Europeia, como é o caso do Livro Verde.

O Capítulo 2. apresenta uma pequena reflexão conclusiva da revisão bibliográfica sobre a existência de Responsabilidade em Saúde Pública, é considerado um capítulo importante pois é a partir deste que se verifica se existe a possibilidade de prosseguir com a investigação.

O Capítulo 3. é onde se inserem as reflexões acerca dos requisitos para uma boa gestão socialmente responsável. Mais uma vez recorrendo à revisão bibliográfica, pretende-se criar um enquadramento aos aspectos de regulamentação e avaliação das actividades em RSE.

No Capítulo 4. são apresentados os resultados da pesquisa junto das empresas estudadas, é o capítulo que demonstra a existência ou não de actividades socialmente responsáveis promotoras da saúde pública. É apresentada uma caracterização descritiva da empresa e das suas actividades, bem como um quadro resumo das actividades organizadas por grupos.

O Capítulo 5. apresenta um quadro de indicadores de responsabilidade social em saúde pública, formulado com base em normas de responsabilidade social e apoiado em quadros de indicadores de responsabilidade social já existentes.

O Capítulo 6. pretende apresentar uma visão dos desafios para investigação e investimento na Responsabilidade Social em Saúde Pública, apresentando os desafios prementes.

O Capítulo 7. é constituído por uma conclusão. A Conclusão pretende responder às perguntas de investigação, caso essas respostas sejam passíveis de serem respondidas ao longo do estudo e, para além de apresentar as limitações do estudo, faz também sugestões para estudos futuros.

O Capítulo 8. corresponde à bibliografia deste estudo.

## 1. Conceitos Fundamentais

### 1.1. Saúde Pública

A saúde é um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não consiste apenas na ausência de doença ou efemeridade. É um direito fundamental de ser humano, é um objectivo social extremamente importante que pressupõe a intervenção de muitos sectores para além do da saúde (OMS, 1946 apud George, 2011).

Kickbusch vai mais longe introduzindo o conceito de saúde pública na sua definição de saúde, “ (...) a saúde é um processo que envolve o bem-estar social, mental, espiritual e físico. A Saúde Pública intervém com base no conhecimento de que a saúde é um recurso fundamental do indivíduo, da comunidade e da sociedade como um todo que deve ser sustentada por um forte investimento nas condições de vida que criam, mantêm e protegem a saúde.” (ARS Norte, s.d.).

A Saúde Pública é a ciência e a arte de proteger da doença e melhorar a saúde das populações através da promoção de estilos de vida saudáveis e o estudo das doenças possibilitando a sua detecção, controlo, prevenção e melhoria sustentada da saúde da população em larga escala (Beaglehole *et al*, 2004 apud Loureiro; Miranda, 2010). São esforços consertados para prolongar a longevidade, melhorar o estado de saúde e reduzir a incapacidade com ênfase na participação da comunidade/indivíduo.

Para melhor compreender o conceito é necessário conhecer também o significado de promoção da saúde: esta é qualquer combinação de educação para a saúde e respectivas intervenções a nível organizacional, político e económico destinadas a facilitar mudanças de comportamentos e de ambientes conducentes à saúde (Green, 1979 apud Loureiro; Miranda 2010).

Enquanto corpo organizado do conhecimento a saúde pública surge no século XIX, sendo que a sua primeira lei foi criada em 1848 no Reino Unido, com base nos estudos de Edwin Chadwick. A Carta de Ottawa (1986) contribuiu também de forma única para a abordagem da saúde pública ao colocar o seu foco nas estratégias para construir a capacidade para a saúde (Breslow, 1999 apud Loureiro; Miranda, 2010)

A definição de saúde pública está longe de ser clara e sucinta, e a própria prática difícil de observar a olho nu pela população em geral. Segundo Turnock apud Almeida (2010), saúde publica pode ser definida pelas suas dimensões, Saúde Pública como:

- Sistema social;
- Profissão;
- Método de intervenção;
- Serviço Público assegurado pelo Estado e organizações não governamentais;
- Saúde do público.

Ao mesmo tempo, que tudo isto parece assumir significativamente um lugar no alcance da saúde, o protagonismo social da saúde pública não reflecte a sua importância. É uma área desconhecida pelo seu principal beneficiário (o indivíduo/comunidade) existindo até falta de estima por parte do mesmo (Turnock, 2004; Almeida, 2008 *apud* Almeida, 2010). Por diversas vezes as acções desenvolvidas em saúde pública não são claras à população, talvez porque a prevenção e a promoção conduzem ao não aparecimento de eventos patológicos e nem todos os indivíduos têm a percepção real das melhorias do seu estado de saúde ou qualidade de vida uma vez que não chegam necessariamente a estar doentes. Mais fácil será, certamente, sentir os benefícios de uma intervenção terapêutica (que envolve o contacto físico com o profissional de saúde). Por outro lado, podem existir falhas de comunicação entre a comunidade e as entidades socialmente responsáveis, apesar dos documentos que estas têm de produzir anualmente estarem disponíveis em suportes de papel e digital nos seus *Websites*, nem toda a comunidade tem acesso ou até mesmo, indo mais além, interesse em consultar as informações disponibilizadas.

Um conceito de saúde pública depende do período e da sociedade em que se vive, dos valores da sociedade e do conhecimento disponível que permite a aceitação de um determinado problema de saúde que conduzirá à intervenção dos profissionais desta área (Turnock, 2004 *apud* Almeida, 2010). Sabe-se, contudo, que a sua essência está na investigação e resolução de eventos em saúde que têm interesse para o indivíduo e comunidade.

Para Arnaldo Sampaio *apud* George (2011), a saúde pública evoluiu do conceito estreito do saneamento para o conceito lato de preservação integral da saúde do indivíduo.

A Saúde Pública tem como objectivos prolongar a vida dos cidadãos e reduzir a mortalidade prematura (morrer antes de determinado tempo, meta temporal – por convenção considera-se os 70 anos). Assim, é necessário explorar os factores que levam as pessoas a morrerem prematuramente e evitá-las.

Os principais factores de risco para a morte prematura são, por ordem de

relevância, tabagismo, sedentarismo, alimentação e consumo de álcool. Estes factores são responsáveis pelo aumento da incidência de doenças crónicas como cancro, Diabetes *Mellitus* (e obesidade), doenças do aparelho circulatório e respiratório, por exemplo.

A evolução da saúde pública tem uma história interessante, que será abordada no primeiro anexo deste projecto de investigação.

Constituíram marcos fundamentais na história e evolução da promoção da saúde pública:

- Criação da Organização Mundial de Saúde (OMS) em 1946;
- Declaração de Alma-Ata em 1978 que conduziu à criação dos Cuidados de Saúde Primários;
- Carta de Ottawa em 1986 que introduziu o conceito da Nova Saúde Pública.

O foco no presente e para o futuro poderá ser a criação de uma ponte entre todos os paradigmas, criando um só que culmine na prossecução, para todos, do bem intangível saúde.

A nível pessoal, o Paradigma Salutogénico de Antonovsky é o que apresenta globalmente todos os determinantes de influência positiva na saúde e que tem uma visão mais holística na promoção da mesma, procurando atingi-la envolvendo a participação de todos os indivíduos e comunidades nesse processo. Este paradigma baseia-se no aumento da funcionalidade e vitalidade do indivíduo. Envolve a procura da saúde e não apenas de cuidados curativos quando já estamos doentes.

Antonovsky realça a importância do reforço das competências, das pessoas e das comunidades, na melhoria do nível de saúde, potenciando os factores que geram saúde e a capacidade de gestão do risco através da resiliência. (Loureiro; Miranda, 2010)

Segundo Antonovsky, citado por Loureiro e Miranda (2010), a atitude a adotar assenta em três pilares:

- .Capacidade de compreensão (processar estímulos);
- Capacidade de gestão (recursos);
- Capacidade de construção de sentido (problemas como desafios).

O autor pretende o *empoderamento* e a autonomia do indivíduo havendo um educador que facilita a reflexão na obtenção de um pensamento de mudança na visão da saúde. O educador deve capacitar e contribuir para a melhoria da literacia em saúde.

Um ponto-chave é que neste momento se torna mais rentável investir na

saúde, valorizando os seus determinantes, de que apenas focar a prevenção da doença.

No presente, o modelo salutogénico parece ser o que melhor integra as percepções de saúde e o mais sustentável para as gerações futuras.

A Saúde Pública requer organização e participação multidisciplinar (áreas como a medicina, enfermagem, sociologia, estatística, veterinária, epidemiologia, economia, ética, etc.). Envolve abordagens dirigidas a múltiplos determinantes de saúde (ambientais, sociais, condições de vida e trabalho, etc.) com o objectivo de promover a saúde, prevenir a doença e melhorar a qualidade de vida das comunidades em risco.

Ao contrário dos profissionais de saúde, que prestam cuidados clínicos ao indivíduo de forma holística, o foco dos profissionais da Saúde Pública está na saúde das populações, monitorizando, diagnosticando e promovendo práticas e comportamentos saudáveis que contribuem para a manutenção da saúde nas populações. A saúde pública tem assim um princípio comunitário e não individual.

A Saúde Pública identifica problemas e prioridades em saúde no seio da comunidade, desenvolve políticas públicas em colaboração com os líderes da comunidade e governantes nacionais de forma a suprir as necessidades identificadas, ao nível local ou nacional. Todos os indivíduos devem também participar neste processo pois serão os beneficiários principais. A Saúde Pública assegura ainda que todos têm acesso aos cuidados e avalia a efectividade das intervenções levadas para a prática (School of Public Health, 2012). As intervenções podem ser locais, a um grupo de indivíduos em risco de determinada área geográfica, ou nacionais, com foco na população inteira de um país (como é o caso do Plano Nacional de Vacinação).

De salientar que uma outra parte importante do trabalho em saúde pública é também promover a equidade, a qualidade e o acesso aos cuidados de saúde por todos os indivíduos, comunidades ou populações (CDC, 2012).

Os profissionais de saúde pública investigam as patologias de forma a prevenir a sua ocorrência, para isso criam-se programas de educação para a saúde, recomendam-se políticas de saúde e de pesquisa. Não sendo eles os responsáveis pelo tratamento dos indivíduos, trabalham em prol de uma melhor prática de saúde pelos profissionais de saúde a nível clínico.

Os governantes de um país e os próprios líderes da comunidade são peças chave na elaboração das leis que derivam dos objectivos propostos pelas autoridades de saúde pública. Ainda que nem sempre em trabalho conjunto, são eles que podem proporcionar as ferramentas para que profissionais de saúde coloquem em prática as

intervenções desenvolvidas a partir de estudos empíricos proporcionados pela investigação da saúde pública.

Assim, a Saúde Pública detêm as seguintes abordagens (School of Public Health, 2012):

- Assegurar a qualidade da água;
- Regular e controlar o desperdício e a poluição;
- Erradicação de doenças tratáveis (vacinação em massa, por exemplo);
- Controlo de infecções (HIV, Tuberculose e surtos pandémicos);
- Reduzir a mortalidade e incapacidade por causas evitáveis;
- Promover a saúde mental;
- Promover estilos de vida saudáveis (prevenção de doenças crónicas);
- Educação para a saúde;
- Saúde Reprodutiva, Materna e Infantil (prevenção da gravidez na adolescência, diminuição da mortalidade infantil, promoção da saúde oral);
- Avaliar a efectividade das intervenções.

Numa pesquisa sobre alguns indicadores portugueses nas bases de dados da OECD, é possível encontrar alguns indicadores de saúde pertinentes para fundamentar as actividades em saúde pública esperadas nas empresas em estudo. Os dados para Portugal serão comparados com a média dos países da OECD.

Inicialmente, parece relevante conhecer qual o valor da despesa pública em saúde. Em 2011, esse valor situou-se nos 10.2% do PIB, quando a média da OECD é um pouco abaixo, situando-se nos 9.3% (OECDc, 2013)

Em Portugal, a esperança média de vida são 80,8 anos, enquanto a média da OECD é de 80,1 anos (OECDc, 2013). Sendo que a esperança média de vida nas mulheres é de 84 anos e nos homens de 77,6 anos.

Um detalhe interessante é que, segundo dados de 2005-07, as mulheres têm mais anos de vida saudável (61,3 anos) que os homens (60,1 anos). Contudo, como a esperança média de vida é superior em quase 7 anos nas mulheres, estas vivem, tendencialmente, mais anos com limitações devido a doença. (OECD, 2010)

Em relação á empregabilidade, em 2012, os homens possuíam uma taxa de desemprego (15,7) inferior à das mulheres (15,9) o que poderá revelar uma maior igualdade de género na oferta de emprego. (OECD, 2013)

A obesidade é um problema grave em Portugal, aliado a práticas alimentares inadequadas e ao sedentarismo faz subir a pico o número de doenças crónicas. Em Portugal, dados referentes a 2010 demonstram que 51,6% dos indivíduos com mais de

15 anos estão acima do peso (OECD, 2013). De acordo com os últimos estudos 53% dos adultos são obesos na OECD. (OECDb,2013)

A taxa de obesidade nos países Europeus mais que duplicou nos últimos 20 anos (OECD, 2010) e uma vez que a obesidade está associada a inúmeras doenças crónicas, é também ela responsável pelo aumento dos custos adicionais em saúde.

Das doenças crónicas, a Diabetes têm uma representação significativa em Portugal. Dados relativos ao ano de 2010 mostram que Portugal tem uma incidência de diabetes de 9,7%, um número bastante acima da média da OECD, que é de 6,5%. (TSF, 2012)

O consumo de Tabaco é a principal causa de morte evitável. A nível mundial, é responsável por uma em cada dez mortes em adultos (OECDd,2013). Em Portugal, em média 18.6% dos adultos são fumadores, um valor abaixo dos 20.9% da OECD. (OECDc, 2013)

O consumo de álcool é também um problema com o qual Portugal se debruça há muitas décadas. Estudos de 2009 demonstraram que o consumo médio anual de álcool em maiores de 15 anos era de 12,2 litros em Portugal, sendo que a média da OECD se situa nos 9,1 litros. Contudo, é de salientar que alguns progressos têm sido feitos, pois o consumo diminuiu em 18% entre 1980-2009. (OECD, 2011)

Por fim, a prevenção rodoviária é um aspecto importante quando se avaliam as mortes que ocorrem nas estradas portuguesas anualmente. Muitos jovens perdem a vida por conduzirem embriagados ou pelo excesso de velocidade. Apesar de tudo, o número de mortes nas estradas têm vindo, em Portugal a descer, passando de 213 por milhão de habitantes em 1998 para 88 em 2010. Contudo estes números são ainda superiores á média da OECD, 70 por milhão de habitantes. (OECDa, 2012)

Beauchamp citado por Mackie (2010) refere que a saúde pública controla os perigos para evitar a morte e invalidez através da acção colectiva organizada e partilhada com os indivíduos e comunidade. Deve adoptar novos modelos ou paradigmas éticos para proteger a saúde pública.

Hoje em dia a sociedade e a saúde pública enfrentam novos desafios, ao nível da inovação da ciência e da tecnologia na saúde, do envelhecimento da população (que acarreta uma sobrecarga assistencial e comunitária decorrente do consequente aumento das doenças crónicas e incapacidade) muito devido ao aumento da longevidade e também o aumento da procura de cuidados (pelo já referido aumento das doenças crónicas e incapacidade). É necessária especial atenção para a gestão de recursos, que como sabemos são sempre escassos ao contrário das necessidades infinitamente crescentes, para que o objectivo da equidade, qualidade e acesso seja

alcançado.

A base da prática da saúde pública está na justiça social, possui uma natureza política, uma agenda dinâmica (de acordo com o problema emergente), está ligada aos governos (que devem zelar pela saúde dos indivíduos/comunidades), é baseada também nas ciências (biomédicas e sociais), tem como estratégia major a prevenção (carácter prospectivo) e depende da colaboração multidisciplinar (Turnock, 2004 apud Almeida, 2010).

A Nova Saúde Pública tem uma abordagem que atribui maior importância à descrição e análise dos determinantes de saúde e aos métodos de abordagem dos problemas, gerindo recursos e investimentos em políticas, programas e projectos para a manutenção e protecção da saúde (Loureiro; Miranda, 2010).

A saúde pública é um comprometimento social na melhoria da saúde e bem-estar das populações e comunidades (Rychetnik *et al.* apud. Almeida, 2010). Procura empoderar indivíduos/comunidades transmitindo-lhes conhecimentos e informações que lhes permitam modificar comportamentos e adquirir consciência do risco, aprendendo como actuar na persecução da melhoria da sua saúde. Actua a nível nacional, regional ou localmente. Em suma, a saúde pública promove literacia e capacitação.

Saúde pública é a coisa certa na altura certa.

## 1.2. Responsabilidade Social

Ser responsável é uma palavra derivada do latim *responsabile*, que significa a qualidade do indivíduo que é responsável, a obrigação de responder pelas suas acções e consequências. O indivíduo responsável deve prestar contas dos seus actos públicos, assumindo o resultado das suas acções sendo que estas são sempre de ordem social, assim, os indivíduos estão ligados entre si e a responsabilidade é sempre algo social. Contudo, ser responsável é também ser culpado ou causador de algo. A pergunta que se impõe é: *Será que as empresas são culpadas ou causadoras de algum dano que lhes imponha a necessidade de serem Socialmente Responsáveis?* (Domingos, 2007, Weed; McKeown, 2003).

Contudo, há que fazer uma ressalva para distinguir aquilo que é a responsabilidade individual e a responsabilidade colectiva. A responsabilidade individual é a que obriga o individuo a responder pelos seus próprios actos, já a responsabilidade colectiva obriga a que exista uma responsabilização pelos próprios

actos mas também pelos alheios quando estes são tomados voluntariamente por um grupo de indivíduos que decidem realizar determinada acção conjunta. Por outro lado, a responsabilidade social individual faz sobressair o papel de cada individuo no contributo para a construção de uma sociedade livre, mais justa e solidária, a responsabilidade social colectiva constitui um elemento fundamental para compreender e manter o equilíbrio na sociedade.

A resposta à pergunta anterior parece ser simples, pois as empresas são conhecidas consumidoras de recursos (por exemplo recursos naturais que são património da humanidade) e causadoras de inquietações económicas e sociais. Sim, as empresas podem sentir-se responsáveis pelo uso dos recursos disponíveis em prol do seu objectivo *major*, obtenção de lucros e poder no mercado.

Contudo, não será de todo justo recriminar as nossas empresas pelo consumo de algo cujo património não é apenas de sua pertença. Devemos pensar que são também uma fonte do equilíbrio social, pois geram emprego e rendimentos aos seus trabalhadores, sendo a fonte de subsistência de grande parte da população de um país. As empresas querem estar na proximidade de agentes de desenvolvimento social, não apenas pela importância que detêm *per si* mas também pelo que estão agora a oferecer à sociedade ao praticarem acções de Responsabilidade Social (Domingos, 2007).

Por outro lado a actual cultura empresarial está minada de características auto interessadas que vêm o aumento dos lucros como o principal objectivo. Padrões de conduta ética podem ser condutores de ambientes mais éticos dentro das empresas. Políticas de gestão ética, liderança pelo exemplo por indivíduos íntegros e exemplares, bem como auditorias, comités de ética e até mesmo administradores responsáveis pela responsabilidade social podem constituir o ponto de viragem para a mudança do paradigma que ainda hoje se assiste. (Rego *et al.*, 2007)

A responsabilidade social assenta em três dimensões (Domingos, 2007): económica, social e ambiental. E, segundo o mesmo autor, surge como uma resposta das empresas às questões sociais da actualidade e às implicações que as mesmas trazem à própria empresa.

Para Domingos (2007), a responsabilidade social das empresas pode ser vista como um movimento criativo da humanidade que visa diminuir o impacto negativo que podem causar na sociedade.

O dever de assunção de comportamentos socialmente responsáveis pelas empresas é sobejamente aceite, contudo, não se pode esquecer que o fim último dos investidores, e que sustenta a existência da empresa é a criação de riqueza, de lucros,

o que muda é que nestas empresas parte desse lucro é utilizado para apoiar o interesse colectivo (Marques; Teixeira, 2008).

Não existe o conhecimento desinteressado (Habermas, 1983 apud Domingos, 2007) e a adopção de boas práticas em responsabilidade social tem impacto conhecido no sucesso das organizações (Marques; Teixeira, 2008). Muitos estudos têm sido realizados sobre os efeitos destas práticas e segundo Moreno (2004) citado por Marques; Teixeira (2008), existe uma relação directa entre estas e o valor das empresas no mercado, já que para muitos investidores a responsabilidade social é um elemento importante a ponderar. Ao mesmo tempo, segundo Monteiro (2005), os investidores têm a expectativa de obter resultados a longo prazo decorrentes das políticas praticadas pela empresa, estas resultarão num reforço da reputação (Preston & O'Bannon, 1997 apud Marques; Teixeira, 2008; Marques; Teixeira, 2008).

Os custos com a responsabilidade social são mínimos quando comparados com os ganhos potenciais (em termos morais, de produtividade, etc.) (McGuire et al, 1988; Waddock & Graves, 1997 apud Marques; Teixeira, 2008). Outros estudos expõem ideias contrárias, que afirmam que o aumento do investimento social diminui a vantagem competitiva e o desempenho económico-financeiro das empresas (Friedman, 1970; Waddock & Graves, 1997; Preston & O'Bannon, 1997 apud Marques; Teixeira, 2008). Contudo, a verdade é que, tendencialmente, o mercado tem vindo a valorizar as empresas socialmente responsáveis.

A responsabilidade social impõe à empresa desafios de gestão pois pressupõe uma transferência de recursos do sector privado para o da economia social. Há uma partilha da riqueza com a comunidade (Nicolau; Simaens, 2007). Uma boa gestão em Responsabilidade Social é aquela que ao mesmo tempo que aumenta os lucros também produz benefícios para a sociedade e o bem-estar social, pode ser um exemplo, o investimento em formação dos trabalhadores e ao mesmo tempo da comunidade transmitindo conhecimentos na área em que actuam.

Na prossecução do bem comum os gestores podem utilizar fundos da empresa e a influência que detêm para produzir melhorias na sociedade, ainda sem que exista mesmo um retorno positivo para a empresa, ao mesmo tempo alguns gestores podem utilizar esse investimento apenas quando estão certos de que é uma forte estratégia de mercado que aumenta a reputação e o poder competitivo (Rego *et al.*, 2007). Os donativos são apenas uma das formas que a empresa pode adoptar com vista a ser socialmente responsável.

As empresas devem olhar a responsabilidade social como um investimento estratégico, pois ainda que o objectivo principal da empresa seja a obtenção de lucros,

a responsabilidade social pode trazer benefícios económicos decorrentes da manifestação de preocupações ambientais e sociais. O investimento pode ser uma estratégia a longo prazo para minimizar os riscos decorrentes de incógnitas (COM, 2001)

Existem cada vez mais empresas a promover acções de responsabilidade social com vista ao investimento na sua prosperidade. Estas acções têm forte influência no futuro da empresa e esperam que o compromisso voluntário contribua para o aumento da rentabilidade e ao mesmo tempo para o atenuar das pressões de natureza social, ambiental e económicas (COM, 2001). Com esta estratégia concilia os interesses de todos os que interagem com a empresa, como é o caso dos trabalhadores, accionistas, consumidores, etc.

A RSE pode assumir varias abordagens, no que concerne ao presente estudo interessam especialmente as teorias integrativas que promovem abordagens de responsabilidade publica, onde as empresas demonstram interesse em assuntos públicos e incluindo-os na formação das politicas. Ao mesmo tempo parece pertinente atribuir significado à integração de preocupações com os stakeholders (teoria dos Stakeholders). O marketing de causas pode também ser um mecanismo interessante para a introdução de investimentos em programas específicos que para além de contribuírem para a melhoria da imagem da organização, também podem ter impacto na prossecução do bem comum saúde (como programas de prevenção local).

A responsabilidade social permite obter lucros directos e indirectos, directamente criam-se melhores ambientes, melhor utilização dos recursos, empenho e produtividade. Por outro lado, indirectamente são criadas mais oportunidades de mercado, com maior atenção dos stakeholders e dos consumidores na empresa e a criação de bens sociais úteis a todos os indivíduos. (COM, 2001)

As acções sociais podem ser uma forma de aliviar as inquietações dos que ficam à margem da cadeia produtiva capitalista globalizada (Domingos, 2007). Contudo, segundo um estudo, com resultados com evidência estatística, de McGuire et al (1998) e Preston & O'Bannon (1997) as empresas apenas estão dispostas a investir em políticas socialmente responsáveis quando existirem recursos para tal. Assim, de forma cíclica, elevados desempenhos sociais podem conduzir a melhores desempenhos económicos que por sua vez podem levar a melhores desempenhos sociais (Marques; Teixeira, 2008).

Na RSE a empresa coloca à disposição recursos económico-financeiros e tecnológicos na promoção da qualidade de vida dos indivíduos e comunidades.

A Comissão Europeia é das entidades que mais tem defendido teses de RSE e

com a elaboração do Livro Verde (2001) - "Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas" - criou um contributo muito importante para as reflexões em torno da matéria. O Livro Verde apresenta o conceito de responsabilidade social das empresas como sendo a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais pelas empresas nas suas operações e interacção com *stakeholders* (empregados, clientes, fornecedores, accionistas, comunidade, entidades governamentais), assumindo compromissos que não são obrigatórios pela lei. Concilia o interesse de diversas partes realizando uma abordagem global ao nível da melhoria do desenvolvimento sustentável e da qualidade em áreas como o desenvolvimento social, a protecção ambiental e os direitos fundamentais do homem (COM 366, 2001 apud Marques; Teixeira, 2008; Smith, 2003).

A Comissão Europeia definiu Responsabilidade Social das Empresas como um conceito no qual as empresas integram preocupações sociais e ambientais nas suas actividades e na interacção com as partes interessadas. A responsabilidade social conduz a acções realizadas pelas empresas para além daquilo que são as suas obrigações legais para com a sociedade e o ambiente (COM, 2011)

Para a União Europeia a responsabilidade social pode ainda constituir um importante contributo para o alcance do objectivo estratégico definido em Lisboa: "*tornar-se na economia baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo, capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social*". (COM, 2001)

A Comissão Europeia propõe uma nova definição de RSE na sua comunicação de 2011 onde refere que a responsabilidade social das empresas é a responsabilidade das empresas pelo impacto que têm na sociedade. Para tal, respeitar a legislação e os acordos entre parceiros sociais é uma condição prévia para essa responsabilidade. No sentido de serem socialmente responsáveis as empresas devem adoptar o objectivo comum das preocupações sociais, ambientais e éticas, o respeito dos direitos humanos e as preocupações dos consumidores nas respectivas actividades e estratégias. As empresas que adoptem a responsabilidade social devem procurar maximizar os valores da sociedade e identificar, evitar e atenuar os impactos negativos que podem causar na sociedade.

A RSE permite um enorme contributo para o desenvolvimento sustentável e uma economia mais competitiva. A RSE está em sintonia com os objectivos da estratégia Europa 2020 para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo (COM, 2011).

Quando nos referimos à responsabilidade social nas empresas, falamos

fundamentalmente do investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mudança e ao nível ambiental são direccionadas acções que visam práticas ambientais responsáveis principalmente no que toca a melhor gestão dos recursos naturais utilizados para a produção. (COM, 2001)

Como referido anteriormente, a Responsabilidade Social integra três domínios: Social, Económico e Ambiental. O domínio social relaciona-se com os impactos que a empresa tem nos indivíduos e comunidades que a ela estão ligados e que a rodeiam (*stakeholders*). O domínio económico relaciona-se com o impacto que a empresa tem sobre as condições económicas dos seus *stakeholders* e no sistema económico. A responsabilidade ambiental é também um domínio importante na responsabilidade social das empresas, a actividade e exploração de recursos faz com que as empresas se devam empenhar em obter melhores desempenhos ambientais. Existe, hoje em dia uma maior atenção à utilização dos recursos naturais e materiais durante a sua actividade. As acções, de investigação e controlo dos impactos ambientais, implementadas por cada empresa podem conduzir a efeitos directos no desenvolvimento social e económico de um país e na melhoria global a nível ambiental.

A Responsabilidade Social caracteriza-se ainda por duas dimensões (COM, 2001):

- dimensão interna está ligada a questões com os trabalhadores e para as práticas ambientais responsáveis. É fundamental para o sucesso da empresa pois constituem actividades que podem aumentar a motivação dos colaboradores e assim a qualidade dos serviços/produtos e a produtividade;
- dimensão externa promove acções que incluem para além dos colaboradores todas as partes interessadas (clientes, parceiros comerciais, autoridades públicas ou outras organizações que actuam junto das comunidades). As empresas procuram contribuir para a melhoria da situação do meio que a rodeia, inserindo-se e criando boas relações.

A promoção dos direitos humanos é outro aspecto muito importante na dimensão externa da responsabilidade social de uma empresa. Uma das grandes lutas é contra a corrupção e o suborno, para tal devem adoptar códigos de conduta que integrem todos os aspectos necessários á transparência de uma empresa e promovam normas mais rigorosas a todos os que nela interagem. Contudo, estes códigos de conduta devem ser verificados e aplicados adequadamente. Deve existir abertura e total informação (de todos os trabalhadores a respeito das politicas, planos e medidas) e a aplicação dos códigos deve ser feita a todos os níveis da organização e produção,

a melhoria e aperfeiçoamento progressivo destes códigos também deve ser tida em consideração, no sentido em que a verificação do seu cumprimento e aplicação são imperativos (COM, 2001). Ao mesmo tempo, é necessário respeitar as normas laborais, observar os impactos das actividades da empresa sobre os indivíduos e as comunidades envolventes e dar especial atenção às políticas promotoras de diálogo e informação para todos os stakeholders. A verificação do respeito pelos direitos humanos deve obedecer a normas, devendo existir auditorias sociais dentro das empresas.

Estas dimensões são muito importantes quando se pretende entender os valores de uma empresa e o que procura fazer em prol da melhoria do estado das pessoas que a rodeiam.

A responsabilidade social requer também uma gestão da mudança de forma socialmente responsável, procurando compromissos equilibrados e aceitáveis entre as exigências e as necessidades das partes envolvidas (COM, 2001).

A responsabilidade social das empresas exige novas condutas éticas dentro da empresa e uma gestão empenhada na consecução dos objectivos e planeamento das intervenções com a devida gestão de recursos. As empresas desenvolvem normas e práticas para garantir lucros e sustentabilidade aos negócios (Araújo, 2006).

A responsabilidade social integra também conceitos éticos na missão da empresa. A ética integra todas as acções que permitem alcançar virtudes, qualidades pessoais e o carácter. Não é apenas respeitar a lei, em complemento ajuda a resolver o conflito entre o que é melhor para o negócio e o que é eticamente mais correcto. (Rego *et al.*, 2007)

A lei é apenas o mínimo que as organizações têm de cumprir, são as orientações mínimas e nem sempre pode estar actualizada e adequada de acordo com o momento (social, económico, tecnológico, etc.) que se vive.

As decisões éticas não são decisões apenas baseadas na lei, são também baseadas em valores morais universais que devem existir nas nossas convicções profundas. As decisões éticas são decisões pessoais onde o bem comum, o bem da empresa, da comunidade e do mundo é o que está em causa (Rego *et al.*, 2007).

Quando as empresas procuram adoptar a responsabilidade social devem orientar-se por princípios de responsabilidade, transparência e equidade, não esquecendo a adopção de códigos que implementam boas práticas e incorporar uma visão com objectivos de longo-prazo (Rego *et al.*, 2007). Os resultados positivos que a RSE pode trazer às empresas não são visíveis a curto prazo, exigem uma prática continuada de comportamentos éticos e acções socialmente responsáveis que de

certo a longo prazo trarão a sustentabilidade financeira à empresa e contribuirá para um mundo melhor.

A ética nas empresas está presente também nos relatórios anuais, nos planos de actividades, nas políticas adoptadas e nos códigos de ética que cada empresa desenvolve para pautar e preservar os valores da mesma na relação com os outros (stakeholders) (Rego *et al*, 2007).

Mas o quem são os *stakeholders*? Os stakeholders são os empregados, gestores, clientes, fornecedores, comunidade local, accionistas, indo além daqueles que possuem relações contratuais com determinada empresa. A empresa deve tratar todos os stakeholders com dignidade e respeito, tendo em consideração os impactos da empresa sobre eles e em conjunto trabalhando para alcançar objectivos por ambas as partes desejados.

O sucesso dos códigos de ética depende contudo da razoabilidade e racionalidade dos comportamentos por ele sugeridos. Os valores incutidos devem ser adoptados por cada individuo de forma sincera e natural, pois estes, a longo prazo podem trazer excelentes resultados. Se por um lado os códigos de conduta ajudam os profissionais a cumprir as suas obrigações, estabelecem formalmente princípios e podem contribuir para a melhoria da imagem dos profissionais no seio da sociedade, também possuem limitações no sentido em que nem todos os profissionais o poderão adoptar de forma natural e sincera, as normas podem entrar em conflito com outros enunciados, não há garantia da alteração de comportamentos e também não podem ser vistos autoridade moral final. (Rego *et al*, 2007)

A simples existência de um código não garante que as condutas dentro de uma organização sejam éticas. Muitas vezes estes são vistos como mais uma pregação da administração, num documento em que poucos se identificarão (Rego *et al*, 2007).

A empresa que pretenda adoptar comportamentos socialmente responsáveis tem que primeiramente definir a missão da empresa, quais os seus valores de base e os objectivos sociais que pretende atingir a nível da responsabilidade social para que posteriormente possa desenvolver políticas e acções a serem aplicadas dentro e fora da empresa a fim da prossecução do bem comum.

Quando uma empresa adopta a responsabilidade social à sua gestão, todos os indivíduos ligados a ela têm novas exigências e critérios, muitas mais que as adquiridas durante as suas formações. Assim, os modelos tradicionais de comportamento organizacional, de gestão estratégica e de ética empresarial nem sempre são suficientes para preparar um indivíduo para gerir empresas com este novo ambiente, são necessárias novas competências e a integração de conhecimentos em

ética empresarial nos cursos de gestão (COM, 2001). É um desafio urgente fomentar logo nas escolas uma cultura de honestidade, integridade, justiça, confiança e respeito (Rego *et al.*, 2007).

A emergência da responsabilidade social parece estar na consciência política, social, cultural, económica, ética e ambiental, procurando a inserção social e a sustentabilidade dos indivíduos e comunidades. Por outro lado, voltando ao referido anteriormente, poderá ser uma forma de remissão de culpa pelos danos causados à sociedade no consumo de bens gerais para a obtenção de lucros apenas pela empresa. A empresa procura conduzir a sua actividade dentro dos limites do que é justo, atendendo às necessidades dos diversos *stakeholders*.

Os impactos da responsabilidade social não se circunscrevem somente à empresa, mas sim também a todos os parceiros económicos, fornecedores, trabalhadores, etc.

Porquê a Responsabilidade Social? (APEE;AIP, 2006)

- O ritmo acelerado do processo de globalização e a preocupação em relação aos seus aspectos negativos;
- A persecução global do desenvolvimento sustentável e as disparidades económicas entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento, bem como a protecção do ambiente a nível global;
- A diversidade e fluidez das relações corporativas entre fornecedores, parceiros de negócio, clientes e investidores;
- A emergência da sociedade das partes interessadas, bem como as suas diversas exigências e necessidades;
- A apetência global de normalização em Responsabilidade Social das Empresas.

Os objectivos da empresa com a adopção de comportamentos socialmente responsáveis são vários (Rego *et al.*, 2007):

- Melhorar a imagem;
- Desenvolver acções que o Estado tenha perdido a capacidade financeira para manter;
- Sentimento de que a promoção do bem comum é um dever como “cidadã”;
- Motivações pessoais da gestão
- Benesses das autoridades públicas;
- Reconhecimento na comunidade que fomenta nos colaboradores a lealdade e produtividade

Por outro lado as empresas podem adoptar comportamentos sociais e ambientalmente responsáveis apenas quando os consumidores (aqui vistos como agentes económicos) mostrarem que valorizam esses comportamentos através de decisões económicas que conduzem ao investimento na aquisição de produtos da empresa (Rego *et al.*, 2007).

As políticas de responsabilidade social contribuem para minimizar os riscos de quedas acentuadas no valor das acções e de crises que podem afectar a reputação da empresa, é para os investidores um sinal de uma boa gestão interna e externa (COM, 2001).

Ao mesmo tempo num período de crise no sector público em que o Estado deixa de prestar o apoio social que lhe é devido é o sector privado que tem a possibilidade e capacidade de tentar intervir nas disparidades sociais e produzir um bem público de impacto na vida dos indivíduos.

A adopção de uma gestão socialmente responsável é especialmente importante quando operadores do sector privado prestam serviços públicos. Quando procuram dar o seu contributo para diminuir as consequências sociais de uma crise e proporcionam valores com base nos quais se pode construir uma sociedade mais coesa e sustentável (COM, 2011).

De maneira geral, a ideia base da responsabilidade social das empresas é a de que a sociedade e o negócio se misturam, a sociedade espera resultados e comportamentos da empresa e esta espera obter recursos e legitimação por parte da sociedade (Wood, 1991 *apud* Marques; Teixeira, 2008).

As empresas dão às comunidades imensos contributos, sejam emprego, remunerações, benefícios e impostos. Por outro lado as empresas também dependem das comunidades, da sua prosperidade, estabilidade e salubridade, os seus trabalhadores estão inseridos nessas comunidades, os clientes muitas vezes também fazem parte das mesmas e a imagem que estas pessoas constroem da empresa têm forte influência naquilo que será a competitividade que esta terá no mercado. (COM, 2001) A responsabilidade social quer ao nível das questões sociais, quer das ambientais é sempre uma estratégia para atrair melhores opiniões sobre a sua actividade e imagem, a protecção ambiental é sempre uma questão sensível a qualquer empresa que tenha responsabilidade por uma série de actividades poluentes (ruído, luz, emissões, contaminação, etc.) e também pela utilização dos recursos naturais que “são de todos”. O empenhamento em contornar estas questões é sempre bem visto pelas populações envolventes.

As empresas procuram fornecer às populações, de forma ética, eficiente e

ecológica, produtos e serviços desejados pelos consumidores. As empresas que procuram construir relações com os seus consumidores, centrando a sua organização na compreensão das expectativas e necessidades e respondem com serviços de qualidade, segurança e fiabilidade, esperam também a obtenção de lucros superiores. (COM, 2001).

A responsabilidade social pode ainda contribuir positivamente para gerir o fenómeno da globalização, no sentido em que promove as boas práticas nas empresas pondo em prática actividades em prol da sociedade que culminam num desenvolvimento mais sustentável (COM, 2002).

A globalização trouxe ao mundo a aproximação entre países, avanços nas telecomunicações, nos transportes, no comércio de produtos. Contudo, a globalização tem efeitos contraditórios, principalmente ao nível da saúde. Se por um lado a globalização trouxe avanços tecnológicos na medicina, que possibilitaram a descoberta e cura de doenças, por outro é incompreensível a iniquidade no acesso a tais tratamentos por países mais pobres. Na saúde pública observa-se a dificuldade desses países a aceder a vacinação e até mesmo a serviços de saúde primária. Não há investimento dos governos na saúde e os programas de promoção da saúde são muito escassos.

O investimento em projectos sociais tem aumentado, em Portugal, bem como a sua popularidade ao nível dos investidores e da própria população em geral, as empresas desenvolvem práticas ambientais mais sustentáveis e passam a defender padrões mais éticos na relação com o seu público-alvo, funcionários e *stakeholders*. As políticas responsáveis dão aos investidores uma imagem de gestão saudável, quer ao nível interno quer externo. As políticas de responsabilidade social diminuem os riscos no seio de crises financeiras ou de reputação (Araújo, 2006; Marques; Teixeira, 2008).

É cada vez maior o investimento socialmente responsável, pela segurança que as empresas que adoptaram a responsabilidade social transmitem, esse investimento é feito em empresas que cumprem determinados critérios sociais e ambientais. (COM, 2001)

Ao longo da revisão bibliográfica poucas foram, no entanto, as discussões sobre os impactos de uma crise financeira na RSE. No entanto, reflectindo sobre a informação recolhida, a tendência em situação de crise é reduzir as verbas direccionadas a actividades sociais, a instituição deverá centrar-se na retoma económico-financeira e procurar cumprir com a legislação e as questões ambientais.

Uma pesquisa de Jericho Communications citado por Smith (2003), constatou

que 52% das empresas acreditam que a actuação socialmente responsável pode diminuir também o apoio a grupos terroristas.

Neste campo, a cidadania das empresas tem aumentado a cada ano, sendo um forte apoio à própria imagem da empresa perante os consumidores. Para as empresas internacionais que se estabelecem num país novo a responsabilidade social pode ser uma estratégia para uma melhor integração. Estas procuram estabelecer relações com os agentes locais, as tradições e as potencialidades do local.

A utilização estratégica da RSE é benéfica para a competitividade das empresas, nomeadamente no que concerne à gestão dos riscos, redução de custos, melhoria das relações com os clientes, gestão de recursos humanos e capacidade de inovação. Não só pode criar novos mercados como também oportunidades de crescimento na sociedade. (COM, 2011)

A responsabilidade social pode também constituir um meio de combate à exclusão social e incentivo ao desenvolvimento sustentável. (COM, 2001)

Os trabalhadores sentem-se mais confiantes ao terem uma relação mais próxima com a empresa e os indivíduos e consumidores são a base de modelos empresariais sustentáveis (COM, 2011). Da mesma forma, bons ambientes no interior das organizações parecem propiciar também maior empenhamento, produtividade, menor absentismo, menores níveis de stress, melhor saúde, menos acidentes e erros decisórios, para além de atrair melhores e mais talentosos colaboradores (Rego *et al.*, 2007).

### 1.2.1. Definições

Neste ponto pretende-se apresentar algumas definições de conceitos utilizados ao longo do presente trabalho de projecto. Estes conceitos são considerados fundamentais às políticas de gestão socialmente responsável adoptada na empresa.

**Código de conduta** – Instrumentos inovadores para a promoção dos direitos humanos, laborais e ambientais e de práticas anticorrupção. É complementar à legislação em vigor no país. Devem ser aplicados de forma eficaz e regularmente fiscalizados e verificados. Estes devem obedecer a normas comuns de referência, com as Convenções fundamentais da OIT e as orientações da OECD. (COM, 2002). Tendem a designar as condutas e práticas relacionadas com resultados e com virtudes (Rego *et al.*, 2007).

**Relatório social** – constitui um relatório cujas empresas socialmente responsáveis devem publicar com os resultados tripartidos (sociais, económicos e ambientais) que

avaliam o seu desempenho (COM, 2002).

**Rótulos Sociais** – organizações independentes atribuem rótulos certificados aos produtos produzidos que indicam que todo o ciclo de produção tem por detrás uma gestão socialmente responsável que valoriza a qualidade, valor justo e pagamento justo a fornecedores. Os rótulos não devem ser discriminatórios, objectivos, transparentes e credíveis (COM, 2002).

**Investimento Socialmente Responsável** – constitui uma forma de investimento, onde os investidores consideram aspectos sociais, ambientais, éticos e morais na alocação dos seus recursos financeiros. É aqui importante, conhecer-se a forma como os fundos são investidos relativamente a factores sociais, ambientais e éticos. Deve existir informação sobre as empresas em que são investidos fundos no sentido da procura de vantagens competitivas e do êxito das empresas socialmente responsáveis. Também os investimentos devem ser transparentes. (COM, 2002).

### 1.2.2. Abordagens e Teorias em RSE

Ao longo dos diversos estudos em RSE foram concebidas diversas teorias que por um lado constituem críticas à responsabilidade social e por outro constituem grandes incentivos à prática das mesmas. Na tabela 1.1 são apresentadas as principais teorias desenvolvidas e seus respectivos defensores.

Tabela 1 - Síntese das teorias e abordagens de RSE

	Principais Teorias	Referências
TEORIAS ÉTICAS (Baseiam-se nas responsabilidades éticas da empresa para com a sociedade. Focam-se na forma correcta para alcançar o bem da sociedade)	Teoria normativa dos <i>Stakeholders</i>	Evan e Freeman (1988), Freeman (1984, 1994), Donaldson e Preston (1995), Phillips et al. (2003), Freeman e Phillips (2002),
	Direitos Universais	Princípios Globais (1999), UN Global Compact (1999)
	Desenvolvimento Sustentável	Comissão Mundial do Desenvolvimento Sustentável – Relatório de Brutland (1987), Gladwin e Kennelly (1995)
	Bem Comum	Kaku (1997), Alford e Naughton (2002), Melé (2002)
TEORIAS INSTRUMENTAIS (As empresas são consideradas como um instrumento orientado para a criação de valor. Centram-se nas actividades sociais como forma de alcançar objectivos económicos)	Maximização do valor para o accionista	Friedman (1970), Jesen (2000)
	Estratégia para alcançar vantagem competitiva	Porter e Kramer (1996) Hart (1995), Litz (1996) Prahalad e Hammond (2002), Hart e Christensen (2002)
	Marketing de Causas	Murray e Montanari (1986), Varadarajan e Menon (1988)

TEORIAS POLÍTICAS (As empresas são encaradas como tendo poder na sociedade. Centram-se no uso responsável do poder)	Constitucionalismo empresarial	Davis (1960, 1967)
	Cidadania empresarial	Andriof e McIntosh, Matten e Crane (2001), Wood e Logdson (2002)
	Teoria do contrato social integrativo	Donaldson e Dunfee (1994, 1999)
TEORIAS INTEGRATIVAS (As empresas fazem parte de uma rede de relações. Centram-se principalmente na satisfação das exigências sociais. As empresas têm responsabilidades nos assuntos públicos, incluindo a participação na formação das políticas)	Gestão de assuntos sociais	Ackerman (1973), Sethi (1975), Jones (1980), Vogel (1986), Wartick e Mahon (1994)
	Responsabilidade Pública	Preston e Post (1975, 1981)
	Gestão dos <i>stakeholders</i>	Mitchell et al (1997), Rowley (1997), Agle e Michell (1999)
	Desempenho social da empresa	Carroll (1985), Wood (1991), Swanson (1995), Wartick e Cochran (1985)

Fonte: adaptado de Garriga e Melé (2004, p.63-64)

Como se pode observar anteriormente são quatro os grandes grupos de teorias, elaborados por Garriga e Melé (2004), contudo existem teorias, críticos e defensores que se parecem destacar pelo contributo que deram para o que é hoje a conceptualização da RSE.

**Maximização do Valor para o accionista** – Na tese de Friedman (1970), os gestores não actuam correctamente quando fazem caridade, já que o seu dever ético é agir em prol dos interesses do proprietário, não será, portanto, apropriado utilizar o dinheiro de outro para fazer donativos. Dai, segundo Friedman, a RSE é legal mas não é ética. A ética permite a capacidade de reflectir sobre práticas e valores amplamente aceites, embora inaceitáveis e o principal papel da gestão é “gerar tanto dinheiro quanto possível” (Friedman, 1970 apud Rego *et al.*, 2007)

**Paladinos do Mercado** – defendem que as empresas apologistas da RSE são apenas defensores dos seus próprios interesses, fins socialmente desejáveis, nem que para isso tendam a agir permitindo que o mercado funcione e importando de países socialmente menos responsáveis (Rego *et al.*, 2007).

**Utilitaristas** – a valia ética dos actos depende das suas consequências. Acções correctas conduzem ao melhor equilíbrio entre consequências boas e más para os *stakeholders*. Quer isto dizer, na ética dos negócios, que é obter a máxima produção com a menor quantidade de recursos. Contudo, é difícil identificar os valores que merecem consideração para o cálculo do valor das consequências (Rego *et al.*, 2007).

**Ética Kantiana e imperativo categórico** – o homem possui dignidade moral e como tal não devem ser usadas como meios para alcançar determinados fins. Compaixão e simpatia não são significado de ética. O imperativo categórico é uma obrigação

incondicional independente da vontade e dos desejos. É o que define que as acções são boas ainda que sem que causem nenhum resultado (Rego *et al*, 2007).

**Teoria dos direitos**- foca-se nos direitos dos indivíduos, que extravasam as fronteiras nacionais e sociais, e, nenhuma entidade, pode moralmente impedir a sua prossecução. O direito à compra informada, no contexto da pesquisa do presente trabalho, parece ser de grande importância. A empresa presta informações positivas e negativas que permitem ao consumidor a compra informada (Rego *et al*, 2007).

**Tese da Moral Mínima** – Segundo esta tese as organizações têm o dever de cumprir determinados padrões morais mínimos, ainda que não adoptem totalmente comportamentos socialmente responsáveis. Para tal, a base das políticas da organização deve ser não causar prejuízo, para tal pressupõe-se que exista informação suficiente que permita reduzir os danos que possam ser causados ao outro, ainda que isso não sirva o objectivo geral da organização, gerar lucros (Rego *et al*, 2007).

**Teoria dos Stakeholders** – esta teoria de Freeman (1984) afirma que as empresas não se devem orientar apenas pelos interesses dos proprietários ou accionistas, mas também por todos os stakeholders que a rodeiam. Agindo desta forma a empresa ganha em empenhamento, lealdade, reforçam o desempenho individual e organizacional, aumentam a motivação dos colaboradores, criam comportamentos de cidadania organizacional, reforçam a imagem da empresa aumentando a possibilidade de investimentos, etc. (Rego *et al*, 2007). Evan e Freeman assentam a sua tese no argumento Kantiano do Imperativo Categórico onde as pessoas não devem ser tratadas apenas como um fim ao serviço dos interesses dos outros, e ao mesmo tempo, também na teoria utilitarista quando afirmam que as pessoas são responsáveis pelas consequências dos seus actos, pelo que devem aceitar essas responsabilidades (Rego *et al*, 2007).

São consideradas actividades principais da integração da responsabilidade social na gestão das empresas a aprendizagem ao longo da vida, a responsabilização dos trabalhadores, melhoria da informação intra-empresa, melhor equilíbrio entre vida profissional e familiar, igualdades de carreira e remuneração para as mulheres, segurança no trabalho e preocupação com a empregabilidade, contratação de minorias étnicas, trabalhadores de mais idade, mulheres, desempregados de longa duração e pessoas com desvantagem no mercado de trabalho.

Empresas socialmente responsáveis procuram outras formas de lidar com as novas exigências de mercado, no sentido de reduzir as despesas, aumentar a produtividade, melhorar a qualidade e o serviço, sem que as decisões prejudiquem a

motivação, lealdade, criatividade e produtividade dos trabalhadores, contrariando assim a ideia de que as empresas utilizam parte dos lucros dos investidores sem que qualquer reforço financeiro possa vir retornado desse investimento.

Também as reestruturações das empresas devem ter em atenção a posição das partes afectadas, assim, deve haver clareza e abertura nas informações, permitindo que todos os colaboradores sejam conhecedores dos riscos, custos, estratégias e alternativas. A experiência resultante das grandes acções de reestruturação levadas a cabo na Europa demonstra que as probabilidades de êxito aumentam com a conjugação de esforços das autoridades públicas, das empresas e dos representantes dos trabalhadores. Este processo deve salvaguardar os direitos dos colaboradores, permitindo-lhes receber formação profissional, modernizar os instrumentos e processos de produção, captar investimentos públicos e privados, e definir procedimentos para a informação, o diálogo, a cooperação e o estabelecimento de parcerias. As empresas deverão igualmente assumir a quota-parte de responsabilidade que lhes cabe para garantir a capacidade de inserção profissional do seu pessoal dispensado (COM, 2001).

Em suma a responsabilidade social das empresas não é apenas o cumprimento das obrigações legais, mas sim o investimento no capital humano, no ambiente e nas relações com os indivíduos e comunidade. é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais pelas empresas nas suas acções e interacção com as partes interessadas. (COM, 2001)

### 1.2.3. Evolução das Políticas de Promoção da RSE

Ao longo da evolução dos estudos em RSE foram desenvolvidos ao nível da União Europeia diversos documentos que têm como principal objectivo procurar incentivar e promover a adopção da gestão socialmente responsável nas empresas. Assim, podem enumerar-se alguns dos mais relevantes:

**2001 Livro Verde** - O Livro Verde foi o primeiro e mais rico documento apresentado nesta matéria pela Comissão Europeia. Destinava-se, primeiramente, a lançar um debate sobre o conceito de responsabilidade social das empresas e, em segundo lugar, a identificar formas de criar uma parceria que permita o desenvolvimento de um quadro europeu para a promoção deste conceito.

**2002 Comunicação da Comissão Europeia** - «Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável. Esta comunicação dá seguimento ao Livro Verde e

apresenta a estratégia da União Europeia para a promoção da RSE. Neste documento cita-se a Criação do Fórum Multilateral Europeu sobre Responsabilidade Social das Empresas.

**2002 Fórum Multilateral sobre RSE** - neste âmbito foram identificadas oito áreas prioritárias: sensibilização e intercâmbio das melhores práticas; apoio a iniciativas multilaterais com as partes interessadas; cooperação com os Estados-Membros; informação dos consumidores e transparência; investigação; educação; pequenas e médias empresas; dimensão internacional da responsabilidade social das empresas. De acordo com a comunicação de 2011 da Comissão Europeia, a criação deste fórum contribuiu muito para o avanço da responsabilidade social. (COM, 2011). O Fórum Multilateral sobre RSE tem como objectivo promover a transparência e a convergência de práticas e instrumentos de responsabilidade social. É composto por organizações representantes de empregadores, trabalhadores e sociedade civil, bem como por associações profissionais e redes de empresas. Contudo, todas as outras instituições têm estatuto de observadores e são convidadas a dar o seu contributo quando oportuno. (COM, 2002)

**2006 Aliança Europeia para a Responsabilidade Social das Empresas** - As empresas de vanguarda formularam ferramentas práticas sobre as questões essenciais para a RSE, cerca de 180 empresas declararam apoiar a Aliança (COM, 2011).

**2011 Responsabilidade Social das Empresas** - uma nova estratégia para o período de 2011-2014. Este documento apresenta orientações para as empresas da OECD, dez princípios do Pacto Global das Nações Unidas, e ainda a norma-guia sobre responsabilidade social (ISO 26000), a declaração de princípios tripartida da OIT sobre empresas multinacionais e política social e os princípios orientadores das Nações Unidas sobre empresas e direitos humanos. Este conjunto de princípios e orientações pretende ser um quadro geral evolutivo da RSE.

**Europa 2020 – esta estratégia constitui** um plano de dez anos para o crescimento da União Europeia. Tem como objectivos a saída da crise mas também uma revisão do modelo e a criação de condições para um crescimento mais inteligente, sustentável e inclusivo. São áreas principais o emprego, educação, investigação e inovação, inclusão social e redução da pobreza e clima e energia (COM, 2012).

### 1.3. Responsabilidade Social em Saúde Pública

A definição de saúde pública está longe de ser clara e sucinta, e a própria prática difícil de observar a olho nu pela população em geral, a mesma questão surge quando se pretende definir responsabilidade social. A responsabilidade social é uma matéria controversa, de muita discussão e onde muitas linhas se escreveram, e ainda se escreverão, na tentativa de criar uma definição clara e acessível a todos os cidadãos. Procurar, então, definir responsabilidade social em saúde pública parece uma tarefa árdua.

Quando se pretende associar a responsabilidade social das empresas à saúde pública é possível criar paralelos entre alguns objectivos de ambas as áreas, nomeadamente: a RSE, da mesma forma que a Saúde Pública, possui uma base voluntária, requer o envolvimento e a participação da comunidade, tem uma abordagem que procura ser global e equilibrada (considerando determinantes como factores socioeconómicos, ambientais e necessidades específicas), procura reger-se por normas internacionais e, também, atribui grande importância à credibilidade, transparência e avaliação das práticas.

Existem diferentes definições que reflectem os interesses particulares a respeito do assunto. Para tal, a melhor forma de apresentar uma possível sugestão para o conceito é talvez apresentando uma adaptação de diferentes definições com as quais os meus próprios interesses se identificaram.

Um factor que parece assumir a maior relevância na adopção de práticas socialmente responsáveis pelas empresas parece ser o factor económico, que pela escassez de recursos pode causar a diminuição da assistência do Estado, “paternal” e pagador, aos seus “dependentes cidadãos”. Nessa perspectiva e recorrendo à actualidade Portuguesa, a crise económica minou a confiança no sector empresarial e atraiu a atenção dos indivíduos para o desempenho social e ético das empresas (COM, 2011) tendo neste momento as empresas alguns deveres sociais nas “suas mãos”.

Para Preston e Post (1975) citado por Fontes (2011), a responsabilidade social é uma função da gestão das organizações no âmbito da vida pública. Os gestores devem considerar as consequências das suas acções. Não são obrigados a resolver todos os problemas da sociedade, mas têm incutida a responsabilidade de ajudar em áreas relacionadas às suas operações e aos seus interesses. O princípio da responsabilidade pública vai além do cumprimento legal, no entanto não compreende todas as expectativas da sociedade.

Da mesma forma, os profissionais de saúde pública devem ver a saúde dos indivíduos como um bem social e comprometer-se a dar o seu contributo para a sua realização. A prossecução de um bem social implica um conjunto de responsabilidades, deveres, tarefas e acções.

Na prática de responsabilidade social os profissionais devem reger-se por conhecimentos éticos que proporcionem reflexões sobre a melhor forma de agir para melhorar a saúde e a qualidade de vida dos indivíduos. Os profissionais devem assumir a responsabilidade das suas opções e acções, procurando conhecer o que os indivíduos e a comunidade científica esperam deles e analisar a quem competem as responsabilidades (Weed; McKeown, 2003). A responsabilidade é um conceito que utiliza diversos aspectos éticos quando existe uma necessidade de tomar decisões e pôr em prática acções complexas nas comunidades (Ogletree, 1996 apud Weed; McKeown, 2003).

Para Weed; McKeown (2003), responsabilidade dos profissionais de saúde pública tem três pilares fundamentais:

- *Accountability* – responsabilidade pelas acções desenvolvidas;
- *Committed* – responsabilidade com a prevenção da doença e a promoção da saúde (bens sociais);
- *Reliability* – responsabilidade para realizar as tarefas a que se propuseram a si mesmos e à sociedade que espera que eles as desenvolvam.

Responsabilidade social em saúde pública implica, portanto, por parte dos profissionais, responsabilidade, comprometimento e confiança no desempenho das acções desenvolvidas que buscam a persecução do bem público: saúde. Princípios éticos e obrigações, bem como a consecução de códigos de conduta e *guidelines* para a condução da profissão são necessários para atingir o objectivo central.

Ao mesmo tempo, e uma vez que a justiça social é a base da saúde pública (Krieger; Birn apud Mackie, 2010), esta torna-se também fundamental no combate às desigualdades, com maior relevo quando se falam em acções desenvolvidas em sinergia com a saúde pública.

Tendo em consideração que a responsabilidade social é como um contributo voluntário, das empresas públicas ou privadas, para uma sociedade mais justa e a preservação do ambiente, estas práticas parecem poder ser eficazes quando o objectivo da acção se centra na prossecução de valores de interesse comum como é o caso da saúde.

Uma das principais intervenções socialmente responsáveis em saúde pública é gerir o conhecimento proporcionado pela ciência e tecnologia e resolver questões e

problemas que podem advir da sua utilização. De acordo com o conhecimento dos principais determinantes de saúde os profissionais de saúde pública desenvolvem acções que visam empoderar os indivíduos para que sejam participantes activos nas decisões em saúde.

A RSE também constitui um ensejo para explorar as oportunidades de desenvolvimento de produtos, serviços e modelos empresariais inovadores que contribuam para o bem-estar social e para a criação de empregos mais produtivos e com mais qualidade.

Ao nível da promoção da saúde pública as empresas podem investir directamente em projectos que beneficiam comunidades específicas ou toda a população. Este investimento visa o desenvolvimento local ou a prossecução de objectivos sociais públicos.

A formação dos profissionais na área da saúde pública assume, desta forma, um carácter fundamental, no sentido de desenvolver as habilidades e sentido comunitário e para que as acções que colocam em prática sejam as mais adequadas na busca pela melhoria da saúde e da qualidade de vida. A formação aumenta a consciencialização, o envolvimento e o compromisso dos profissionais (Gelmon, 2001 apud Rubin *et al.*, 2008). Desta forma, parece ter alguma relevância a nível curricular a inserção de disciplinas de responsabilidade social, não só para estudantes das áreas de gestão, mas também das áreas da saúde. Este incremento na formação só poderá trazer vantagens, no sentido em que os próprios indivíduos são empoderados de conhecimentos úteis para a sua carreira profissional e ao mesmo tempo sensibilizados para as questões sociais, tão prementes quando se observa a evolução dos tempos e a globalização.

O investimento em formação, nas condições de trabalho ou até mesmo nas relações entre a administração e os trabalhadores pode conduzir à melhoria da produtividade e, também à melhoria da imagem da empresa e do investimento dos indivíduos na marca (consequente aumento das oportunidades de mercado) (COM, 2001).

Desta forma, Responsabilidade Social em Saúde Pública é a integração de preocupações sociais, pelas empresas do sector público ou privado, com ou sem ligação à área da saúde, no sentido de contribuir para a melhoria do bem intangível saúde. Para tal, podem ser desenvolvidas, pelas empresas, diversas actividades com objectivos em saúde ou efectuados donativos a instituições que promovam essas mesmas actividades. Importante é também, que estas acções sejam tendencialmente gratuitas e dirigidas à comunidade e não especificamente ao individuo singular.

## 2. Existe Responsabilidade Social em Saúde Pública?

As empresas devem ser inovadoras e criar abordagens adequadas à situação em que se encontram. Podem da mesma forma utilizar princípios e orientações das autoridades públicas para aferir as suas próprias políticas e desempenhos e também para promover maior equidade na concorrência. (COM, 2011)

Devem ser as próprias empresas a desenvolver a sua responsabilidade social, as autoridades públicas devem desempenhar apenas um papel de suporte e regulamentação complementar, com intuito de promover a transparência, criar incentivos de mercado e garantir a responsabilização. (COM, 2011)

A RSE pode consistir no desenvolvimento de acções pela própria empresa ou apenas o apoio ou participação financeira em causas promovidas por outras instituições, públicas ou privadas, que têm como objectivo a melhoria da condição dos indivíduos/comunidades.

O que se procura apurar é se a Responsabilidade Social das Empresas, nas suas actividades, pode integrar objectivos comuns à Saúde Pública. Para tal, propõe-se a pesquisa de empresas que adoptaram uma gestão socialmente responsável e com base nos conceitos enunciados no capítulo anterior (Saúde Pública) verificar se existem acções promotoras da mesma.

A Galp Energia reflecte nas suas acções a importância e os objectivos da Saúde Pública, no sentido em que procura promover hábitos de vida mais saudáveis na comunidade como forma de prevenir doenças evitáveis. As principais actividades visam através dos ensinamentos a mudança de hábitos e comportamentos de risco.

Para além da área da saúde a Galp Energia actua ainda nas áreas da educação, ambiente e eficiência energética, segurança e prevenção rodoviária e também a nível internacional através da cooperação científica, económica e social com países parceiros.

O Grupo Sonae detém programas de apoio a escolas, de formação de consumidores mais atentos em relação aos hábitos de consumo. De notar, que a Sonae tem como compromisso para 2013-2015 a implementação de um programa de promoção da Saúde.

A AXA Portugal promove a semana de bem-estar AXA, dirigida aos colaboradores, com acções sobre nutrição, saúde no trabalho, prevenção do tabagismo, prevenção do stress, rastreios cardiovasculares e à osteoporose.

A Bruno Jaz disponibiliza gratuitamente aos colaboradores sistemas de refeição, medicina preventiva e curativa, higiene e segurança no trabalho, seguro de

acidentes pessoais e formação profissional.

A EDP promove iniciativas de proximidade com as comunidades locais e patrocina provas desportivas, por exemplo.

A Lactogal promove acções nos pontos de venda para hábitos de consumo saudáveis.

A Portugal Telecom desenvolve serviços que visam a inclusão social e profissional de pessoas com deficiência.

As empresas anteriores são apenas alguns exemplos da panóplia das empresas que, ainda que não o enunciem nos seus documentos, promovem actividades nas dimensões sociais internas e externas que têm como um dos objectivos a melhoria da qualidade de vida e da saúde do individuo e comunidades envolventes.

Para o estudo foram contactadas diversas empresas, de diversos sectores de actividade. Contudo, optou-se pela selecção de três empresas da área do retalho e distribuição alimentar e, para dar alguma diversidade ao estudo, uma empresa da área da produção e exploração de energia.

### 3. Responsabilidade Social em Portugal

O conceito de RSE não é ainda, em Portugal, do conhecimento de todos. Contudo, segundo Rego *et al*, 2007, 66% dos indivíduos são da opinião que as empresas devem dar relevância ao tema, 20% recomendariam as empresas socialmente responsáveis e 70% consideram que uma empresa que assuma comportamentos socialmente responsáveis tem o poder de influenciar as decisões de compra. Um terço dos inquiridos estão dispostos a pagar mais por produtos social e ambientalmente mais responsáveis.

O Plano Nacional para o Desenvolvimento Económico e Social (PNDES, 2000-2006) publicado em 1998, constitui o primeiro documento onde se fazia uma aproximação ao desenvolvimento sustentável, reconhecendo o governo que “*o desenvolvimento sustentável é simultaneamente o maior desafio e a maior oportunidade para a sociedade durante o próximo século*”. Neste plano é possível identificar o desenvolvimento de um quadro de responsabilidade social baseado num novo modelo de crescimento assente nos seguintes pontos (Fontes, 2011):

- Crescimento baseado na dinâmica das actividades;
- Reforço da capacidade de inovação das empresas;
- Dinamismo da rede social;
- Adequada utilização de recursos naturais;
- Expansão e qualidade reforçada dos sistemas de educação e de formação.

Em Janeiro de 2004, o governo criou um grupo de trabalho com o objectivo de elaborar um Plano Nacional para o Desenvolvimento Sustentável (2005-2015) a partir da proposta de 2002 (aquando da Cimeira Mundial de Joanesburgo, onde Portugal apresentou a sua Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável (ENDS)). A última fase da construção da ENDS inicia-se em Julho de 2004, com a apresentação de uma nova proposta, que tem por base as recomendações feitas durante o período de discussão pública, assim como as conclusões dos painéis sectoriais e mesas redondas igualmente realizados.

Em Portugal realizou-se em 2005 o 1º Fórum Português de Responsabilidade Social das Organizações, uma iniciativa da Associação Industrial Portuguesa e da Associação Portuguesa de Certificação, que juntou empresários, gestores, representantes de ONG's e Académicos para debater e trocar experiências acerca da gestão socialmente responsável. No 1º Fórum Português de Responsabilidade Social das Organizações, em Outubro de 2005, foi realçada a conclusão de um estudo que

indica que, no nosso país, cerca de dois terços das empresas têm práticas de Responsabilidade Social, embora sejam práticas informais (APEE; AIP, 2006).

A responsabilidade social é realizada em geral por grandes empresas, contudo, ela é pertinente para empresas de todos os tamanhos, até microempresas. No caso específico de Portugal assiste-se a um domínio pelas Pequenas e Médias Empresas (PME) no contributo para a economia e o emprego, desta forma estas empresas assumem elevada pertinência na realização de acções de responsabilidade social. A promoção e realização de acções poderá assumir menores proporções na população atingida, mas a nível local pode contribuir para a melhoria dos interesses de uma determinada comunidade. (COM, 2001)

De acordo com o estudo de Pinto (2004), a cultura e o desporto são as principais actividades apoiadas, seguidas pela saúde e pela assistência social. Os donativos, em dinheiro ou em espécie, são a forma de apoio mais popular. Portugal tem mesmo a mais elevada taxa de donativos da Europa, apesar de estes serem habitualmente feitos numa base casuística e irregular.

Segundo os dados apresentados pelo Estudo 1 (*“European SMEs and Social and Environmental Responsibility”*), as principais razões pelas quais as PME portuguesas afirmam ser socialmente activas são a ética (44%) e a melhoria das relações com a comunidade / poderes públicos (39%) (Pinto, 2004).

De acordo com o Estudo 1, os principais benefícios identificados foram a melhoria das relações com a comunidade / poderes públicos (40%, a taxa mais elevada na UE 15, confirmando a elevada importância das relações pessoais na forma de fazer negócios em Portugal) e uma melhoria na lealdade dos clientes (33%). No entanto, muitas empresas afirmaram não ser capazes de identificar benefícios concretos (36%).

Segundo os dados apresentados pelo Estudo 1, as principais barreiras identificadas ao envolvimento social foram:

- 24% - Falta de informação sobre o tema (sobretudo entre as mais pequenas);
- 19% - Falta de tempo;
- 17% - Falta de ligação entre o negócio e a RSE;
- 16% - Falta de dinheiro (sobretudo entre as mais pequenas).

De acordo com os resultados do Estudo 2 (*“Gestão ética e responsabilidade social das empresas – Um estudo da situação portuguesa”*), à pergunta “O que deve levar a organização a assumir responsabilidades sociais”, 56.1% respondeu “É isso que se deve fazer” e 34.6% “É uma boa estratégia”. As vantagens comerciais (5.5%) e a rentabilidade (3.5%) foram as opções menos escolhidas (Pinto, 2004).

No que respeita à responsabilidade ambiental, o cumprimento da lei, a redução de custos, a melhoria da imagem e a pressão exercida pelos clientes são as principais motivações.

No que respeita à responsabilidade ambiental, as principais barreiras referidas foram a falta de recursos humanos e financeiros, atitude, cultura de empresa e falta de informação. Nesta matéria, o estudo não apresenta resultados desagregados por país.

Num prisma internacional, o Livro Verde editado em 2001 foi sem dúvida o documento mais marcante na promoção da responsabilidade social nas empresas que proporcionou a adopção dessas práticas em muitos países. Contudo, pode observar-se que em Portugal, mesmo antes do lançamento do Livro Verde, em Portugal já existiam Organizações dedicadas à RSE.

Organizações/associações em Portugal que procuram promover a ética, a cidadania e o desenvolvimento sustentável empresarial (Rego *et al*, 2007):

**Grace<sup>1</sup> (2000)** – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial foi criado em 2000 e tem como objectivo fomentar a participação das empresas nas comunidades circundantes, conciliando os seus objectivos com a responsabilidade social. (Galp Energia, Auchan e Jerónimo Martins são associados).

**BCSD Portugal<sup>2</sup> (2001)** – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável foi criado em 2001 por iniciativa da Sonae, Cimpor e Soporcel em associação com o World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) e mais 33 empresas nacionais. A sua missão é integrar a nível nacional os princípios orientadores do WBCSD, promover a liderança empresarial que conduz ao desenvolvimento sustentável, promover a eco-eficiência, a inovação e a responsabilidade social. (Galp Energia, Auchan e Jerónimo Martins são associados)

**Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE)<sup>3</sup> (2002)** – esta associação tem o objetivo de promover o desenvolvimento da ética nas organizações, com integração da mesma nas suas práticas de gestão e no meio envolvente. A responsabilidade social é vista como uma consequência da aplicação prática dos valores éticos.

**RSE Portugal (2003)** – Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas está ligada à CSR Europe e a sua missão é ser uma referência em Portugal ao nível da RSE, dar visibilidade às empresas socialmente responsáveis e promover, dinamizar e divulgar projectos a nível nacional e europeu.

---

<sup>1</sup> <http://www.grace.pt/>

<sup>2</sup> <http://www.bcsdportugal.org/>

<sup>3</sup> <http://www.apee.pt/>

**Sair da Casca**<sup>4</sup> – é uma empresa de consultoria em Comunicação da Responsabilidade Social das Empresas criada em 1995. Tem como missão criar nas organizações estratégias de comunicação com os seus públicos, valorizando a sua actuação socialmente responsável. A empresa desenvolve acções de sensibilização e comunicação, formação, organiza eventos e elabora relatórios de responsabilidade social. Foi a primeira empresa nesta área em Portugal e concebeu o “Estudo sobre a Percepção da Responsabilidade Social em Portugal”.

A RSE deve proliferar nas nossas empresas, pelos benefícios que pode trazer as empresas mas sobretudo pela mais-valia que se pode tornar para as sociedades envolventes. O impacto positivo da RSE deve ser divulgado para que aumente o incentivo a estas práticas. A troca de experiências entre empresas e a partilha de boas práticas pode ajudar a que empresas mais pequenas consigam obter melhores desempenhos e colaborar também nas políticas de sustentabilidade. Os instrumentos de RSE devem ser utilizados para que a transparência e a coerência das práticas seja uma realidade. A RSE como uma política comunitária. (COM, 2002)

### 3.1. Regulamentação

Certificações de responsabilidade social, auditorias éticas, relatórios de sustentabilidade e investimento socialmente responsável constituem formas de avaliar, compreender, reportar e melhorar o desempenho ético e social da empresa (Rego *et al.*, 2007).

As certificações permitem concluir se as organizações estão a fazer o que dizem fazer, para que se obtenham as certificações existem normas cujos requisitos têm de ser cumpridos. Isto acontece também quando uma empresa requer o estatuto de socialmente responsável.

A certificação pretende diminuir índices de sinistralidade laboral, melhores condições de trabalho, aumento da consciência dos direitos humanos, melhor reputação da empresa, melhorias de qualidade e produtividade, melhor relacionamento com os stakeholders, mais informação para o público sobre os produtos, os serviços e a própria empresa.

Entre as vantagens da implementação de um sistema de gestão da responsabilidade social, destacam-se a implementação de boas práticas de ética empresarial, com a satisfação de todas as partes interessadas, a melhoria da

---

<sup>4</sup> <http://www.sairdacasca.com/>

eficiência e eficácia dos processos, a redução de custos, o aumento da produtividade e competitividade e a contribuição para um desenvolvimento sustentável.

Em Portugal os trabalhos de normalização em responsabilidade social estão à responsabilidade da Associação Portuguesa de Ética Empresarial que, para além de cooperar no Grupo de Trabalho de Responsabilidade Social da ISO, suporta o trabalho das Comissões Técnicas de Responsabilidade Social e de Ética nas Organizações, através de um protocolo com o Instituto Português da Qualidade.

Em Março do ano 2005, o ONS-APEE constituiu a Comissão Técnica 164 – Responsabilidade Social, e iniciou trabalhos com o objectivo de criar uma norma portuguesa de responsabilidade social que se pudesse aplicar a todas as organizações. Foi criada a NP4469 a partir de orientações internacionais da norma ISO 26000. Desta forma, o sistema de gestão da responsabilidade social pode ser certificado de acordo com a norma NP 4469-1: 2008, sendo o guia de orientação para a implementação apresentado na NP 4469-2.

### **ISO 26000 - Linhas de orientação da responsabilidade social**

A ISO 26000 fornece orientação sobre como empresas e organizações podem operar de uma forma socialmente responsável. Isto significa agir de forma transparente e ética por forma a contribuir para a saúde e o bem-estar da sociedade (ISO, s.d.), através da abordagem a sete temas centrais: Direitos Humanos, Práticas Laborais, Ambiente, Práticas Operacionais Justas, Consumo, Envolvimento e Desenvolvimento da Comunidade e Governança Organizacional, que assume a função principal, pois é sobre este que assentam os processos, a estrutura de tomada de decisão, delegação de poder e controle. Tudo isto suportado por um conjunto de valores éticos e princípios, e salvaguardando os interesses dos diferentes stakeholders.

A norma ISO 26000 fornece as orientações para a prática da responsabilidade social nas empresas, sendo estas destinadas a todos os tipos de empresas. A norma foi lançada em 2010 por resultado de um consenso internacional entre governos, consumidores, indústrias, organizações de trabalhadores e ONG's (ISO, s.d.). Concretamente, a 12 de Setembro de 2010, mais de 90 países e 50 organizações internacionais estiveram presentes no reconhecimento da Responsabilidade Social como o caminho para a Sustentabilidade, aprovando assim a norma ISO 26000. A sua publicação foi feita a 1 de Novembro de 2010.

Como resultado da implementação da norma é esperado o reforço das relações com os *stakeholders*, a intensificação da coesão interna, a construção de

confiança, o estímulo à aprendizagem e inovação, bem como a compreensão e gestão de riscos e oportunidades. (APEE; AIP, 2006)

Contudo, esta norma destina-se apenas a fornecer às empresas orientação para as políticas públicas e actividades desenvolvidas pela organização no âmbito da responsabilidade social. Não constituído, portanto, uma certificação.

### **Norma SA 8000**

A norma SA 8000 é a primeira norma auditável mundialmente. Certifica empresas com sistemas de gestão da responsabilidade social e foi lançada em 1997 pela *Social Accountability International* (SAI), tendo por base 12 convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), a declaração dos direitos do homem e da criança (APCER, 2013).

Resumidamente, esta norma pretende contribuir para a melhoria do desempenho ao nível social nas empresas, incrementar a importância e o respeito pelos direitos e dignidade humanos, ao mesmo tempo que procura garantir que as condições de trabalho são aceitáveis eticamente (Rego *et al.*, 2007). A norma SA8000 incide sobre as condições de emprego e trabalho.

A empresa deve incorporar nove requisitos na sua gestão:

1. Trabalho infantil – não é permitida a contratação de indivíduos menores de 15 anos de idade.
2. Trabalho forçado – não é permitido que o trabalhador não seja remunerado pelo trabalho que realiza, nem a reserva de documentos pessoais do trabalhador pela empresa.
3. Saúde e segurança – a empresa deve assegurar e manter um ambiente de trabalho saudável, prevenindo acidentes e promovendo a utilização de equipamentos de segurança. Da mesma forma, a empresa deve fornecer formação aos trabalhadores.
4. Liberdade de associação e negociação colectiva – a empresa deve garantir e estimular a liberdade de comunicação e de associação dos trabalhadores.
5. Discriminação – não devem existir distinções salariais, de contratação e formação baseados em critérios raciais, de classe social, etnia, sexo, orientação sexual, religião, deficiência, associação a sindicato ou afiliação política.
6. Práticas disciplinares – não são permitidas prática de punição físicas ou mentais, ou até mesmo que envolvam pagamento de multas por não cumprimento de metas.

7. Horário de trabalho – o horário de trabalho não deve exceder as 48 horas semanais e as 12 horas extras semanais. Deve proporcionar-se ao trabalhador pelo menos um dia de descanso em sete dias de trabalho.
8. Remuneração – os salários devem ser adequados aos níveis de vida dos locais onde as empresas se inserem, podendo os trabalhadores cobrir as suas despesas com alojamento, vestuário e alimentação.
9. Sistemas de gestão – a empresa deve deter um sistema de gestão que garanta a efetividade do cumprimento dos requisitos da norma, através de avaliações e auditorias que possibilitem avaliar e monitorizar os mesmos.

A Novadelta tornou-se a primeira empresa portuguesa a obter a certificação de responsabilidade social segundo a norma SA 8000 (Dezembro 2002) (Pinto, 2004).

Os encargos com processos de certificação nas áreas da qualidade, ambiente, higiene, saúde e segurança no trabalho são elegíveis, dentro de certos limites, para apoio financeiro do Estado através do Programa “PRIME” do Ministério da Economia. Este tipo de apoios ainda não abrange as certificações de Responsabilidade Social, tais como a SA 8000 (Pinto, 2004).

Regra geral as normas podem contribuir para a melhoria significativa da conduta ética de uma organização, bem como da qualidade de vida dos seus stakeholders.

### 3.2. Auditorias, Relatórios e Avaliações

“A auditoria social ou de responsabilidade social pode definir-se como a avaliação das práticas internas da empresa e/ou das percepções dessas práticas pelos stakeholders, tendo em vista determinar em que medida a empresa está a seguir a sua visão e os seus valores e a prosseguir objectivos económicos, sociais e ambientais” (Waddock, 2001 apud Rego *et al.*, 2007 p. 222)

As auditorias podem ser externas ou internas, contudo, parecem ser as externas as mais credíveis uma vez que são realizadas por entidades externas especializadas e permitem maior rigor e imparcialidade ao mesmo tempo que é mais fácil obter termos de comparação com outras organizações semelhantes. O ideal parece ser conjugar os dois tipos através da colaboração dos trabalhadores da empresa com a entidade externa.

Objectivos de uma auditoria: observar se a missão e os valores da empresa e as políticas socialmente responsáveis estão a ser seguidos; obter feedback de modo a

poder fazer melhorias na prossecução de melhores resultados; fazer um ponto de situação para delinear estratégias para o futuro; obter informação para os relatórios de sustentabilidade; melhorar a reputação da empresa e o relacionamento com os stakeholders. (Rego *et al.*, 2007)

### **Relatórios de Responsabilidade Social**

São relatórios que compreendem três aspectos da empresa: económico, social e ambiental. Estes relatórios têm como objectivo informar todos os stakeholders sobre estes três importantes aspectos numa empresa socialmente responsável.

O importante é que seja credível e transparente, redigido por uma entidade especializada independente e de forma clara para que esteja ao alcance de todos a sua compreensão. Existem normas para a redacção deste documento, criadas pela Global Reporting Initiative (GRI), estas normas padronizam o aspecto e conteúdo dos relatórios, possibilitam uma comparabilidade mais fácil e que haja um reporte fiável dos desempenhos nos três níveis (económico, social e ambiental).

### **Prémios e Reconhecimentos**

Os prémios e os reconhecimentos concedidos às empresas socialmente responsáveis demonstram também a importância que esta área está a assumir na sociedade. São muitos os reconhecimentos internacionais e nacionais e também empresas Portuguesas e em Portugal obtêm esses reconhecimentos.

Os prémios e reconhecimentos parecem ter um efeito positivo também em empresas que não os conquistam, estimulando a que estas desenvolvam acções que as conduzam a serem galardoadas. Ao mesmo tempo as empresas premiadas têm sobre si a “obrigatoriedade” de manterem as suas boas práticas.

Em Abril de 2003, a revista “Exame” publicou pela primeira vez um “Guia das Empresas Socialmente Responsáveis”. (Pinto, 2004)

CITE – “Prémio Igualdade é Qualidade” - A Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE) organiza um prémio anual destinado a reconhecer boas práticas empresariais a favor da igualdade de oportunidades entre homens e mulheres e da conciliação entre as responsabilidades profissionais e familiares.

ACT – A Autoridade para as Condições do Trabalho, antigo IDICT (Instituto para o Desenvolvimento e Inspeção das Condições de Trabalho) promove o Prémio Prevenir Melhor, originalmente criado em 2003. O objectivo é reconhecer publicamente as organizações ou indivíduos que em cada ano se distinguem nos domínios da inovação e das boas práticas na promoção de melhores condições de

trabalho e na prevenção de acidentes de trabalho.

Em Portugal existem prémios e reconhecimentos para as empresas que se destacam na área da RSE (Rego *et al.*, 2007):

- As melhores empresas para trabalhar
- Ser PME responsável
- Cidadania das empresas e das organizações
- Marketing sustentável e com consciência
- Empresa mais familiarmente responsável

Eis alguns exemplos de prémios existentes ao nível internacional e nacional (Rego *et al.*, 2007):

Prémio “Cidadania nas Empresas e Organizações” – reconhece as empresas e ONG’s melhor sucedidas na aplicação de políticas de responsabilidade social nas componentes económica, social e ambiental.

Alguns exemplos de rankings e prémios internacionais são também sugeridos por Rego *et al.*, (2007):

- The 100 best companies to working for
- The 100 best corporate citizens
- The 100 Best Companies for Working Mothers
- The American Psychological Association’s Psychologically Healthy Workplace Award
- Hewitt’s Best Employers
- Society for Human Resource Management’s 50 Best Small&Medium Companies to Work for in America
- Empresas amigas da família
- Prémio Europeu de Boas Práticas em Segurança e Saúde no Trabalho

## 4. Caracterização de Actividades e Efectividade

Para a redacção deste capítulo foi necessária alguma pesquisa sobre empresas portuguesas que desenvolvessem actividades socialmente responsáveis na área da saúde, mais concretamente que visassem de alguma forma a promoção da saúde do público em geral.

Perante circunstâncias profissionais e á dificuldade em aceder pessoalmente a materiais e contactos pessoais, o estudo está limitado á análise de documentos fornecidos em suporte digital pelas empresas seleccionadas, no caso três empresas da área do Retalho e uma empresa da área da produção e distribuição de energia.

Ao longo do estudo, pretende-se destacar os principais acontecimentos e divulgar a estratégia corporativa dos grupos, principalmente ao nível dos seus desempenhos sociais e ambientais. No contacto com estas empresas foram ainda solicitadas informações que de alguma forma poderiam responder às questões de investigação, indo em direcção ao alcance dos objectivos do estudo.

Dadas as limitações e circunstâncias em que o presente trabalho foi executado poderão existir informações e documentação que não tenham sido facultadas ou consultadas e que poderiam dar um contributo mais significativo ao estudo.

### 4.1. Metodologia

Para a execução dos objectivos do estudo, procedeu-se ao contacto telefónico e por correio electrónico com o Grupo Jerónimo Martins, Sonae, Groupe Auchan e Galp Energia, solicitando a resposta a algumas questões consideradas relevantes, nas quais se procurava perceber de que forma a adopção da Responsabilidade Social Empresarial por estas empresas estaria ligada à Saúde Pública e que tipo de actividades ou parcerias existiam. A escolha das empresas deveu-se à sua reputação na sua área de actividade e à proximidade que tem com as comunidades por ter uma presença geográfica muito forte no nosso país.

Lamentavelmente, apenas o Grupo Jerónimo Martins respondeu favoravelmente ao pedido para colaborar activamente no estudo, contudo, tal com as outras empresas, remeteu a maioria das respostas às questões para a consulta dos documentos (todos eles publicados em suporte digital). Esses documentos são Relatórios de Sustentabilidade, Relatórios&Contas, Códigos de Conduta e *websites*.

As questões colocadas às empresas seleccionadas e algumas das respostas

enviadas pela única empresa respondente encontram-se em Anexo.

Como já foi referido, apenas as empresas lucrativas são sustentáveis e são essas que possuem melhores oportunidades de desenvolver praticas socialmente responsáveis. (COM, 2002)

## 4.2. Grupo Jerónimo Martins

### 4.2.1 Caracterização da Empresa

A história do Grupo Jerónimo Martins é uma história centrada no crescimento, na criação de valor e no desenvolvimento sustentável, inspirada pela ambição de fazer a diferença (Jerónimo Martins, 2013c).

O Grupo Jerónimo Martins apresenta-se como um Grupo internacional com a sua sede em Portugal e que actua no ramo alimentar, nos sectores da Distribuição e da Indústria. Propõe-se a satisfazer as necessidades e expectativas dos seus *stakeholders* e os interesses dos seus Accionistas a curto, médio e longo prazo, contribuindo também para o desenvolvimento sustentável das localidades envolventes.

A sua história começa quando em 1792 Jerónimo Martins abriu a primeira loja no Chiado, Lisboa, onde se vendia de tudo um pouco.

Os pilares centrais da missão do grupo são o crescimento e a criação de valor, de forma contínua e sustentável, no âmbito da sua abordagem à Responsabilidade Social das Empresas.

A Responsabilidade Corporativa (ou Responsabilidade Social das Empresas) do Grupo Jerónimo Martins pauta-se pelo contributo para a melhoria da qualidade de vida das comunidades onde desenvolve as suas actividades, disponibilizando produtos e soluções alimentares saudáveis, do exercício activo da responsabilidade na compra e na venda, da defesa dos Direitos Humanos e das condições de trabalho, e do estímulo ao reforço de um tecido social mais justo e equilibrado, bem como pelo respeito pela preservação do ambiente e dos recursos naturais (Jerónimo Martins, 2012).

No total, segundo o Relatório&Contas 2012, Jerónimo Martins emprega 69.443 colaboradores, que se dedicam e assumem o compromisso da Empresa.

De forma sucinta a gestão do Grupo Jerónimo Martins está a cargo:

- Conselho de Administração (Presidente e 10 Administradores, um dos quais Administrador-Delegado);
- Direcção Executiva (Administrador-Delegado, *Chief Financial* e cinco

Directores representando as áreas de Estratégia e Expansão Internacional, Operações, Recursos Humanos, Comunicação e Responsabilidade Corporativas e Assuntos Jurídicos);

- Direcções Funcionais (apoio e aconselhamento ao Conselho de Administração, à Direcção Executiva, à Comissão de Auditoria, à Comissão de Responsabilidade Corporativa e à Comissão de Avaliação e Nomeações, bem como às restantes Sociedades do Grupo).

O grupo tomou a iniciativa de instituir um código de conduta, bem como regulamentos internos, com o objectivo de formalizar os compromissos exigidos a todos os trabalhadores, na procura de um elevado padrão de conduta e da optimização da gestão. Na procura de um padrão de comportamentos produtores ao alcance dos objectivos do Grupo, o mesmo desenvolveu um Código de Conduta com os princípios desses comportamentos para os seus colaboradores.

*A Sociedade rege-se pelo cumprimento da legislação em vigor e das regras de comportamento próprias da sua actividade, adoptando códigos de conduta e regulamentos internos sempre que as matérias em causa o justifiquem. Jerónimo Martins sempre se pautou por uma cultura de absoluto respeito pelas regras de boa conduta na gestão de conflitos de interesses, incompatibilidades, confidencialidade, e pela garantia de não utilização de informação privilegiada por parte dos membros do Órgão de Administração e restantes Quadros do Grupo. Neste sentido, a Sociedade mantém uma lista dos colaboradores com acesso a este tipo de informação, a qual é actualizada de acordo com as circunstâncias. (Jerónimo Martins, 2013c, p. 169)*

No seu Código de Conduta a Jerónimo apresenta a missão do grupo: *promover a eficiência em todas as áreas de negócio com vista à geração de lucros que permitam a satisfação dos legítimos interesses dos seus accionistas, assim como contribuir para o crescimento económico e o desenvolvimento sustentado das regiões onde opera.*

A preocupação com o Desenvolvimento Sustentável está integrado no centro das preocupações da gestão do Grupo, que procura garantir a criação de valor para todos os *stakeholders* e uma postura ética, social e ambiental responsável, geradora de bem-estar para todos os indivíduos e comunidade.

O Grupo Jerónimo Martins respeita os Direitos Humanos, no quadro da Declaração Universal dos Direitos do Homem, assumindo a sua responsabilidade social, procurando promover a melhoria da qualidade de vida de todos aqueles que o rodeiam, compreendendo que esta é uma missão que cabe a todos e, em particular, aos agentes económicos.

Em Portugal, o Grupo Jerónimo Martins é líder na Distribuição Alimentar. Opera sob as insígnias Pingo Doce (possuindo 359 supermercados em Portugal Continental e 13 na Ilha da Madeira) e Recheio (com 36 *cash&carries*, 3 plataformas de *Food Service* e 1 *cash&carry* em Portugal Continental, 1 plataforma de *Food Service* na Ilha da Madeira). O grupo criou ainda áreas de refeições *Take Away*, uma rede de postos de abastecimento de combustível, lojas Bem-Estar, e através das insígnias New Code vestuário para adulto e criança e Spot sapatos e acessórios.

Segundo o Relatório&Contas do grupo, em 2012, as vendas consolidadas cresceram 10,5% face ao ano anterior (10,9mil milhões de euros). O investimento na Polónia é contudo o que maior retorno trás ao grupo.

Jerónimo Martins é assim um grupo com todas as condições para desenvolver actividades de responsabilidade social. É uma empresa de grandes dimensões, sólida, com poder financeiro e que aposta numa gestão responsável. Pretende-se agora analisar as acções socialmente responsáveis, que na vertente interna e externa são desenvolvidas na empresa, criando-se um paralelo das mesmas com algumas das áreas de intervenção da Saúde Pública.

#### 4.2.2 Actividades Socialmente Responsáveis

*O Grupo Jerónimo Martins desenvolve os seus negócios procurando crescer e criar valor, de forma contínua e responsável, gerindo de forma sustentável as suas actividades, para garantir um equilíbrio entre prosperidade económica, desenvolvimento social e preservação ambiental. (Jerónimo Martins, 2013c, p. 205)*

Os factores de motivação para a evolução da responsabilidade social são, tendencialmente (COM, 2001):

- globalização e industrialização em larga escala, que trazem também novas preocupações aos consumidores, investigadores e autoridades públicas;
- critérios sociais que assumem influência crescente no investimento quer por parte dos consumidores como dos investidores;
- aumento das preocupações com os danos causados ao meio ambiente pela exploração de actividades económicas;
- aumento da transparência das actividades empresariais pelos meios de comunicação e informação.

Já as motivações do grupo para a adopção de práticas socialmente

responsáveis são, segundo o porta-voz do mesmo:

- garantia da sustentabilidade do negócio ao médio e longo prazo;
- coerência com valores com os quais a empresa é gerida há mais de 220 anos;
- sentido de responsabilidade partilhado pelos colaboradores do Grupo;
- preocupação com a qualidade superior do produto e a necessidade de satisfazer as expectativas do consumidor;
- ganhos de competitividade.

Ao nível das Teorias, o Grupo Jerónimo Martins parece denotar simpatia pela teoria dos stakeholders pois, utilizando os canais de comunicação que possui, procura melhorar continuamente o seu envolvimento com os mesmos de forma a melhor satisfazer as suas necessidades e expectativas.

Entre 2010 e 2012 o grupo, para normalizar as orientações e prioridades estratégicas no que toca às práticas de Responsabilidade Corporativa, desenvolveu e implementou a Política Nutricional, a Política de Compras Sustentáveis e a Política de Apoio às Comunidades Envolventes.

O Grupo possui 5 pilares para a Responsabilidade Social:

- **Promover a saúde pela alimentação** (duas estratégias: garantir a qualidade e a diversidade dos produtos alimentares e promover a segurança alimentar.)
- **Respeitar o ambiente** (promover práticas mais sustentáveis de produção e de consumo, através de iniciativas em três áreas prioritárias: alterações climáticas, biodiversidade e gestão de resíduos)
- **Comprar com responsabilidade** (incorporação de preocupações éticas e ambientais nas cadeias de abastecimento, desenvolvendo relacionamentos comerciais duradouros, procurando praticar preços justos e estimulando a produção nacional.)
- **Apoiar as comunidades envolventes** (o grupo procura manter-se envolvido com as comunidades envolventes, apoiando, institucionalmente e através das suas Companhias, causas e instituições que prestam assistência aos grupos mais frágeis da sociedade.)
- **Ser um empregador de referência** (criando emprego, dinamizando os mercados, e num grande comprometimento promovendo políticas salariais justas e equilibradas e um ambiente de trabalho estimulante e positivo.)

No sustento desses pilares estão as propostas de (Jerónimo Martins, 2013a):

- Desenvolver gamas de Marca Própria, produtos seguros e de grande qualidade

nutricional e organoléptica;

- Minimizar os impactos ambientais negativos ao longo da sua cadeia de actividades;
- Comprar de preferência ao nível local/nacional;
- Apoiar a luta contra a fome, a malnutrição e a exclusão social em 2 grupos-alvo prioritários: crianças e jovens e idosos;
- Promover políticas salariais justas e competitivas, o desenvolvimento do capital humano e a melhoria das condições de trabalho.

### **Promover a Saúde pela Alimentação:**

Um regime alimentar muito pobre ou uma alimentação pouco saudável no local de trabalho pode reduzir até 20% a produtividade dos trabalhadores, segundo um estudo da Organização Internacional do Trabalho (OIT). A alimentação tem importância na produtividade e na saúde dos trabalhadores a longo prazo. Uma dieta pobre e uma ingestão de alimentos pouco saudáveis, que contribuem para a obesidade e doenças cardiovasculares. A alimentação no local de trabalho é vista como secundária mas no fundo ela é uma grande estratégia para o aumento da produtividade (Rego *et al.*, 2007).

Ao nível da alimentação o compromisso do grupo advém do reconhecimento do papel que a alimentação pode desempenhar na prevenção de doenças como a diabetes, a obesidade, a osteoporose e as doenças cardiovasculares e, conseqüentemente, na promoção da qualidade de vida. Desta forma o grupo entendeu que deveria colocar no mercado produtos que tenham um efeito positivo nos seus consumidores, promovendo hábitos alimentares mais saudáveis e principalmente escolhas mais informadas.

O Grupo Jerónimo Martins propõe-se a disponibilizar produtos com perfis nutricionais mais equilibrados e a preços mais acessíveis, desta forma estará não só a contribuir para estilos de vida mais saudáveis mas também a facilitar o acesso aos mesmos a indivíduos e comunidades com maiores dificuldades financeiras. Estes produtos dever ser de qualidade e em quantidade adequada ao consumo.

*Incluimos novos produtos no sortido da nossa Marca Própria, integrados num programa consistente com a preocupação de promover hábitos de alimentação saudáveis. (Jerónimo Martins, 2013c, p. 55)*

Neste sentido, a aposta é na introdução de alimentos de marca própria com composições mais saudáveis e completos, que contribuem para uma alimentação

mais equilibrada.

RSE em Saúde Pública – “Efectivamente, só em 2011 e 2012, retirámos dos nossos produtos mais de 1.700 toneladas de açúcar, mais de 65 toneladas de gordura e mais de 45 toneladas de sal, garantindo a preservação da sua qualidade organoléptica e adicionando 15 toneladas de fibra. Acreditamos que, desta forma, estamos a consubstanciar o nosso compromisso de promover a saúde pela alimentação, disponibilizando aos consumidores opções mais saudáveis e, por isso mesmo, mais sustentáveis.” (Jerónimo Martins, 2013c, p. 4)

As mudanças nos expositores da loja podem, também, constituir um factor de indução do consumo. Este facto é também referido pelo grupo como uma estratégia para o aumento do consumo de determinado alimento que pode ser vantajoso para a saúde do seu consumidor.

O grupo aposta também na informação aos consumidores, empoderando as suas escolhas e contribuindo para compras mais saudáveis e a preços justos. Pelo lançamento de brochuras com receitas o Grupo pode ainda incentivar à compra de determinados produtos que serão muitas vezes alternativas mais saudáveis às escolhas menos informadas.

Ao mesmo tempo, o grupo coopera com diversas entidades na área da saúde e nutrição, com o objectivo de promover hábitos alimentares saudáveis:

Fundação Portuguesa de Cardiologia – utilizando o símbolo "Uma Escolha Saudável" nos produtos de charcutaria, tem por objectivo facilitar a identificação dos produtos com menor teor de gordura e sal, e que contribuem para uma alimentação equilibrada e promotora da saúde cardiovascular.

Programa 100% - Desenvolvido pela Unilever Food Solutions, tem por objectivo promover a alimentação saudável nas escolas, no sentido de melhorar a alimentação nas escolas através de medidas que tornam as cantinas mais atraentes e as refeições mais saudáveis. Ajudam as escolas a planear ementas, dando formação aos cozinheiros, ensinando a usar ingredientes de forma mais saudável e com o mínimo de desperdício. As receitas estão também disponíveis online ([www.programa100porcento.com](http://www.programa100porcento.com)), para que os pais possam também fazê-las em casa. Este Programa 100%, em 2011 formou 375 cozinheiros, serviu 28.216 refeições 100% saudáveis, foram 55.506 alunos abrangidos e contou com a inscrição de 259 escolas, sendo que 87 já receberam formação.

Dieta mediterrânica – tem por objectivo ajudar a sociedade a tomar escolhas nutricionais equilibradas, disponibilizando mais referências saudáveis. Em 2011 lançaram a revista "Sabe Bem" nas lojas Pingo Doce, a revista bimestral com um

preço acessível inclui receitas baseadas na dieta mediterrânica, fomentando a utilização de alimentos azeitonas e azeite, carnes magras, peixe e marisco, vegetais, legumes e frutos secos. Também foram disponibilizadas gratuitamente receitas nos folhetos "Sabores Mediterrânicos".

### **Apoiar as comunidades envolventes:**

Nesta área o grupo procura colaborar em projectos que se identificam com a promoção de valores como a Humanidade, o Mérito, o Empreendedorismo e a Cidadania, combatendo a subnutrição e a fome, contra os ciclos de pobreza e exclusão social junto dos dois grupos preferenciais considerados por Jerónimo Martins como os mais frágeis da sociedade: os idosos, e as crianças e jovens carenciados. Através de iniciativas que visem também, junto com trabalho pedagógico, travar o abandono escolar, os factores que conduzem à exclusão social e incentivar o empreendedorismo (Jerónimo Martins, 2013c).

Quanto aos apoios sociais à comunidade, o grupo refere dedicar especial atenção a situações de carência nas comunidades envolventes, procura influenciá-las de forma positiva ao nível social e económico, não só através dos produtos que comercializa, do emprego que gera e dos apoios que concede a causas e a instituições que acompanham os mais desfavorecidos da sociedade.

Como referido anteriormente e comprovando o que a literatura nos indica, o apoio mais expressivo é geralmente prestado através de donativos. A principal forma de apoio às comunidades, que o Grupo Jerónimo Martins concede, é, em donativos em géneros alimentares, no âmbito do contributo para o combate contra a fome e a malnutrição. Estes donativos são contabilizados a preço de custo, desta forma em 2011 o valor dos donativos pelas Companhias do Grupo totalizou 6,8 milhões de euros e em 2012 o montante subiu para os 11,2 milhões de euros, sendo que o Pingo Doce tem um peso de 77% nas doações. Ao longo do ano, o Grupo apoiou, a nível corporativo, diversas instituições com um montante total de 479.727 euros, cerca de 2% mais do que o verificado em 2011 (Jerónimo Martins, 2013c).

O Grupo Jerónimo Martins monitoriza todas as acções que desenvolve nesta política, não só para possibilitar a avaliação do seu impacto mas também para que se certifiquem de que a alocação dos recursos, sempre escassos, estão a ser utilizados para atingir da forma mais eficiente possível os objectivos a que se propõem.

Em termos de resultados, em 2012, as campanhas de solidariedade em 2011 tiveram os seguintes resultados:

Campanha Banco Alimentar - nas lojas Pingo Doce foram recolhidos mais de 1.600 toneladas de alimentos e vendidos 23 mil vales;

ACAPO (Associação de Cegos e Amblíopes de Portugal) - a recolha de fundos nas lojas Pingo Doce totalizaram 13 mil euros;

Campanha 10 Milhões de Estrelas – é uma campanha desenvolvida em parceria com a Cáritas Portuguesa, foram vendidas 174 mil velas, uma receita de 80 mil euros.

Campanha “Energia de Vida” – numa parceria com a Ecopilhas, foram recolhidas 16 toneladas de pilhas e baterias, e assim, doados 10 mil litros de leite a 19 instituições de solidariedade social;

“Aprender a Empreender” - no ano lectivo de 2011/2012, foi promovida uma acção de voluntariado com os colaboradores de Jerónimo Martins no âmbito do programa da Associação Junior Achievement Portugal, cuja o Grupo é membro-fundador.

Esta Associação tem como objectivo promover o empreendedorismo nas crianças e jovens através de 11 programas temáticos, leccionados por voluntários das várias empresas associadas.

Roda Viva – Encontro de Gerações - 2012 foi o ano europeu do Envelhecimento Activo e da Solidariedade entre Gerações e, no sentido de fomentar o envolvimento da sociedade na integração das pessoas idosas e combatendo o isolamento e exclusão social o Grupo Jerónimo Martins desenvolveu esta iniciativa, proporcionando um encontro no campo com lanche e várias actividades pedagógicas onde as pessoas mais idosas puderam partilhar o seu conhecimento e experiência com as gerações mais jovens. As mais de 150 pessoas participaram neste evento disfrutaram de actividades de saber tradicional e tarefas rurais, como a preparação de queijos e enchidos, plantação de sementes e contacto com animais.

### **Ser um empregador de referência:**

O Grupo Jerónimo Martins é uma empresa com um elevado número de trabalhadores, para além de proporcionar emprego refere criar práticas salariais competitivas e equilibradas, procurando assumir um papel relevante na dinamização das economias locais e na melhoria da qualidade de vida das comunidades onde operamos (Jerónimo Martins, 2013). Sendo que é sobejamente sabido que o rendimento tem associação directa com o estado de saúde, um salário justo pode também ser promotor de uma melhor saúde e contribuir para que os indivíduos vivam em condições adequadas a uma melhor saúde.

Ser um empregador de referência implica estar disposto a empregar qualquer colaborador, qualquer que seja o seu sexo, idade, raça ou limitação. O combate à exclusão social e a crescente preocupação na igualdade de direitos e oportunidades é também característica nas actividades desenvolvidas no Grupo, assim, os principais indicadores que caracterizam a equipa Jerónimo Martins são 69.443 colaboradores, dos quais:

- 77% são mulheres;
- 37% dos cargos de *management* são ocupados por mulheres;
- 14% têm idade inferior a 25 anos, 42% têm idades compreendidas entre os 25 e 34 anos; 29% entre os 35 e 44 anos; 11% entre os 45 e 54; 3% têm 55 ou mais anos de idade;
- 81% são contratados a tempo inteiro;
- 67% são efectivos.

O grupo dá especial atenção à valorização dos direitos humanos e para tal não proporciona apenas melhorias em termos de rendimento e na procura da igualdade, mas também ao nível da formação (desta forma a formação é uma das preocupações do grupo na vertente interna da responsabilidade social). Nesta política observam-se, então, as acções socialmente responsáveis desenvolvidas na vertente interna. Estas acções são dirigidas aos trabalhadores do grupo e aos seus familiares, actuando a 3 níveis: Saúde e Bem-Estar, Educação e Apoio Social

Ao nível da **saúde e bem-estar** desenvolveram-se programas de ginástica laboral e de correcção postural, consultas de medicina curativa e consultas de psicologia, numa perspectiva de promoção de um estilo de vida activo.

Consultas de Nutrição - 247 colaboradores participaram nas consultas de Nutrição, que tiveram por objectivo prevenir doenças resultantes da obesidade. O preço simbólico das consultas reverteu a favor do Fundo de Emergência Social (a baixo mencionado) do grupo.

Consultas de Psicologia – realizadas durante o ano de 2012 estas consultas foram realizadas com o objectivo de auxiliar colaboradores a atravessar momentos difíceis na sua vida, como dificuldades socioeconómicas ou questões familiares.

Desde Maio, 202 colaboradores foram abrangidos e o valor cobrado pela mesma reverteu igualmente para o Fundo de Emergência Social.

Programa SOS Dentista – com início em Abril de 2012 este programa vem abranger os colaboradores com problemas dentários e sem possibilidades económicas de realizar os tratamentos dentários necessários. Durante o período de inscrições,

foram feitos cerca de 1.500 pedidos, sendo que todos eles tiveram acesso a um diagnóstico e 1.360 iniciaram um plano dentário.

Fundo de Emergência Social - criado em 2011, foi concebido para minimizar os efeitos negativos da economia portuguesa nos colaboradores com maiores dificuldades económicas e das suas famílias através de um apoio em várias áreas. Os colaboradores que pedem este apoio são acompanhados ao longo das fases do processo por voluntários previamente formados que propõem um modelo de auxílio estruturado para melhorar a sustentabilidade do colaborador e família. É dada formação financeira básica, ensinando a priorizar gastos e investimentos e a poupar. Em 2012, aplicaram-se mais de 2.230 mil euros em mais de 5.700 medidas de auxílio a colaboradores e famílias ficando divididos entre apoios alimentares (35%), de saúde (21%) e de educação, aconselhamento jurídico-legal e orientação financeira (43%).

Kits bebé e Vales de Natal – estes *kits* foram oferecidos a todos os colaboradores que passaram pela experiência da maternidade/paternidade. No total, ofereceram-se 761 *kits*. Em Dezembro, manteve-se a tradição de oferecer Vales de Natal aos filhos dos colaboradores, num total de 13.807 vales.

A nível externo, nesta política, foi dinamizado um rastreio dentário a 50 crianças entre os dois e cinco anos para promoção da higiene oral na Creche da Azambuja.

Ao nível da **educação** e no sentido de solidificar um desenvolvimento sustentado dos recursos humanos do grupo, uma das prioridades é a capacitação dos colaboradores, proporcionando oportunidades de formação.

Programa Aprender e Evoluir - o grupo proporcionou a 491 colaboradores a obtenção da equivalência ao 6.º, 9.º e 12.º anos de escolaridade.

Para além deste programa foram:

- oferecidos 961 *kits* escolares a todos os filhos dos colaboradores que, em 2012, frequentaram pela primeira vez o ensino básico;
- oferecidos manuais escolares a 79 famílias numerosas de baixos rendimentos;
- oferecidas campanha de livros escolares, com condições especiais de pagamento, a 1791 famílias;
- realizados campos de férias destinados a filhos de colaboradores atingindo um total de 1716 crianças;
- oferecidos 29 mil vales a colaboradores, com um desconto de cerca de 20% em material escolar.

Bolsas de Estudo Jerónimo Martins – é um programa dirigido aos

colaboradores do grupo e aos seus filhos que pretendem ingressar ou reingressar no Ensino Superior. As Bolsas são anuais e foram criadas com o objectivo de cobrir despesas com propinas, material e livros escolares, habitação, alimentação ou transportes de colaboradores que não têm condições financeiras. Neste primeiro ano foram seleccionados 60 candidatos.

“Mude Cá Dentro” – é um programa interno do grupo que permite aos colaboradores evoluírem na carreira e a possibilidade de mudar de funções. Em 2012 oito pessoas entraram neste programa. A satisfação no trabalho e a possibilidade de poder progredir é um forte estímulo para uma melhor saúde mental.

A formação também pode dar frutos quando se fala em segurança e higiene no trabalho e esta promoção constitui também uma das áreas de intervenção da saúde pública. Devido ao investimento em formação em acções de sensibilização dos riscos inerentes à actividade profissional, bem como sobre regras e materiais de prevenção os colaboradores tornam-se mais atentos e podem assim evitar a frequência de acidentes laborais e também a sua gravidade.

“Tolerância Zero aos Acidentes” - é uma premissa que o Grupo Jerónimo Martins se esforça regularmente por promover tentando envolver as equipas neste compromisso, *top-to-bottom* (Jerónimo Martins, 2013c). Este *slogan* tem como objectivo o cumprimento de critérios preventivos, como equipamentos e materiais de protecção individual ou regras de segurança, através da criação de planos de intervenção baseados na formação sobre segurança aos colaboradores. Foram:

- Administradas 3.128 horas de formação em matérias de Segurança e Higiene no Trabalho;
- Realizadas 480 auditorias;
- Promovida a campanha de segurança *Make the Right Choice*, que constitui uma abordagem à segurança rodoviária e no escritório;
- Promovida a campanha “Conduzir e Telefonar”, diminuir o uso do telemóvel durante a condução entre os colaboradores.

No ano de 2012 foram ainda realizadas mais de 20 mil Exames de Saúde de Medicina de Trabalho, realizados exames ocasionais a colaboradores em situação de maior risco ou considerados vulneráveis (grávidas, colaboradores após licença parental ou colaboradores regressados após um acidente de trabalho).

### **Respeitar o ambiente**

Os grandes desafios das empresas ao nível ambiental têm a ver com a

influência da utilização dos recursos durante os processos operacionais. Desta forma é necessário garantir que esses recursos (escassos) são regenerados e diminuir o impacto do consumo dos mesmos nas sociedades e ecossistemas. No Grupo Jerónimo Martins estão definidas prioridades ao nível da gestão ambiental: a Biodiversidade, as Alterações Climáticas e a Gestão de Resíduos (Jerónimo Martins, 2013,b).

Apesar do Grupo Jerónimo Martins não referir directamente nos seus documentos está implícito que as medidas que toma para a protecção do ambiente estão intimamente ligadas á manutenção de ambientes saudáveis para as comunidades envolventes à sua área de acção. Os recursos naturais constituem um bem de todos os indivíduos e o impacto que as empresas podem causar pelo seu uso tem de ser o mais reduzido possível nos indivíduos que as rodeiam.

Desta forma o Grupo pretende aliar a economia à protecção do ambiente, promover a gestão ambiental e a ecoeficiência ao longo de toda a cadeia operacional integrando critérios ambientais no desenvolver das suas actividades. Para tal, o grupo promove formação, investigação e o desenvolvimento de tecnologias que possam minimizar os efeitos das práticas. A redução dos consumos energéticos e a diminuição da emissão de gases com efeito de estufa são exemplos das iniciativas desenvolvidas na política ambiental.

Projecto “Equipas para Gestão dos Consumos de Água e Energia”- tem como objectivo principal racionalizar os consumos de água e energia nas lojas Pingo Doce e Recheio. O grupo obteve uma redução dos consumos de energia e água em 1.885.026 kWh e 131.760m<sup>3</sup> (0,4%e 10,1%, respectivamente). Contudo, face ao ano de 2011, o consumo da água melhorou 8,8%, enquanto ao nível energético houve uma diminuição de 1,4%.

Manual de Boas Práticas Ambientais – a criação deste manual e de manuais de bolso (água, energia e resíduos) tem o objectivo de promover a adopção de boas práticas ambientais pelos colaboradores e promover a utilização racional de recursos naturais nas lojas e Centros de Distribuição em Portugal.

Relativamente às questões ambientais, o Grupo Jerónimo Martins desenvolveu ainda iniciativas com o BCSD Portugal e o GRACE (Jerónimo Martins, 2013c):

Anuário de Sustentabilidade - “Combate ao desperdício – equipas para gestão dos consumos de água e energia” (publicação realizada enquanto do BCSD Portugal).

“Economia Verde 2020 – Desafios e Oportunidades para as Empresas” – “Racionalização de consumos – evitar o desperdício de recursos naturais”, “Projeto eco lojas – promover boas práticas ambientais” e “*Ecodesign* de embalagens” (três

estudos de caso em parceria com o GRACE).

Ainda de acordo com a interpretação do Relatório&Contas 2012 e 2011 do Grupo Jerónimo Martins é possível retirar alguns excertos que revelam a ligação que as actividades socialmente responsáveis do grupo têm com a Saúde Pública e a prossecução do bem intangível saúde.

*“A política de Responsabilidade Corporativa é pautada pela contribuição para a melhoria da qualidade de vida das comunidades onde o Grupo desenvolve as suas actividades...”* (Jerónimo Martins, 2012, p. 23)

*“Incluimos novos produtos no sortido da nossa Marca Própria, integrados num programa consistente com a preocupação de promover hábitos de alimentação saudáveis.”* (Jerónimo Martins, 2013c, p. 55)

*“Acreditamos que, desta forma, estamos a consubstanciar o nosso compromisso de promover a saúde pela alimentação, disponibilizando aos consumidores opções mais saudáveis e, por isso mesmo, mais sustentáveis.”* (Jerónimo Martins, 2013c, p. 4)

A avaliação da efectividade das actividades realizadas é realizada:

- ao nível de gestão de projectos: cumprimento das metas estabelecidas e feedback dos interlocutores envolvidos;
- ao nível das grandes linhas transversais que orientam o negócio do grupo, tratam-se dos grande objectivos estabelecidos para o triénio 2012-2014 e publicados no Relatório&Contas de 2011, no ponto 8 do capítulo dedicado à Responsabilidade na criação de valor;
- recorrendo a metodologias como o modelo LBG da medição de retorno no investimento junto às comunidades envolventes, bem como ferramentas próprias da área de desenvolvimento do capital humano ou motivação (dos colaboradores) ou, ainda, avaliação de satisfação do consumidor.

Enquanto evidências de adequabilidade da estratégia desenvolvida na área de responsabilidade social face às expectativas dos Stakeholders, refere-se, como título de exemplo, o prémio internacional *Ruban d'Honneur* ganho pelo Grupo Jerónimo Martins, no início de 2013, pelo seu projecto do Fundo de Emergência Social no âmbito do concurso European Business Awards e ainda o facto de ser a empresa mais reputado do PSI-20, de acordo com o último estudo do Reputation Institute.

Todas as informações das actividades económico-financeiras e em responsabilidade social, bem como todos os prémios ganhos pela empresa, relativos rankings e certificações, são disponibilizados anualmente num Relatório&Contas

relativo ao ano transacto. Não existindo um relatório unicamente de responsabilidade social ou de contas, este inclui todas as acções do Grupo Jerónimo Martins.

Assim, e em jeito de resumo, como referido no capítulo Saúde Pública podemos integrar as actividades desenvolvidas pelo Grupo Jerónimo Martins nas abordagens da Saúde Pública que a School of Public Health (2012) definiu:

Tabela 2 - Resumo das Actividades Grupo Jerónimo Martins

	RSE – Dimensão Interna	RSE – Dimensão Externa
Educação para a Saúde	<b>Promover a saúde pela alimentação</b> Consultas de Nutrição Medicina de Trabalho	<b>Promover a saúde pela alimentação</b> Programa 100% Dieta mediterrânica Rastreio dentário na Creche da Azambuja
Promover estilos de vida saudáveis	<b>Ser um empregador de referência</b> Fundo de Emergência Social Medicina de Trabalho	<b>Apoiar as comunidades envolventes</b> <b>Promover a saúde pela alimentação</b> Programa 100% Dieta mediterrânica Rastreio dentário na Creche da Azambuja
Promoção da Saúde Mental	<b>Ser um empregador de referência</b> Programa Aprender e Evoluir Fundo de Emergência Social “Mude Cá Dentro” Bolsas de Estudo Jerónimo Martins	<b>Apoiar as comunidades envolventes</b> “Aprender a Empreender” <i>Roda Viva – Encontro de Gerações</i> Bolsas de Estudo Jerónimo Martins
Prevenção de acidentes	<b>Ser um empregador de referência</b> “Tolerância Zero aos Acidentes” Medicina de Trabalho	
Prevenção de doenças e problemas de saúde tratáveis (nutrição, vacinação, médico no trabalho, ...)	<b>Ser um empregador de referência</b> Consultas de Psicologia Programa SOS Dentista Medicina de Trabalho	<b>Promover a saúde pela alimentação</b> <b>Apoiar as comunidades envolventes</b> Reformulações nutricionais de produtos de Marca Própria Programa 100% Dieta mediterrânica
Preservação do Ambiente	<b>Respeitar o ambiente</b> Projecto “Equipas para Gestão dos Consumos de Água e Energia” Manual de Boas Práticas Ambientais	
Avaliação das intervenções	Sistemas de Gestão Ambiental	

#### 4.2.3 Prémios e Reconhecimentos

O Grupo Jerónimo Martins tem vindo a receber vários prémios a nível corporativo, de entre os quais (Jerónimo Martins, 2013b)

- Prémio “**Excelência na Liderança**”, atribuído ao *Chairman* do Grupo Jerónimo Martins, Alexandre Soares dos Santos, na 22.<sup>a</sup> edição dos prémios “Exame 500 Maiores & Melhores”, da revista “Exame”;
- Prémio “**Best Stock Performance in 2011**”, atribuído na 1.<sup>a</sup> edição dos NYSE Euronext Lisbon Awards;
- Prémio “**Melhor Performance em Bolsa**”, atribuído na 25.<sup>a</sup> edição dos Investor Relations & Governance Awards, promovidos pela consultora Deloitte em parceria com o “Diário Económico”;
- Prémio “**Melhor Investor Relations Officer**” (Cláudia Falcão), atribuído na 25.<sup>a</sup> edição dos Investor Relations & Governance Awards, promovidos pela consultora Deloitte em parceria com o “Diário Económico”;
- “**Grande Prémio APCE 2012 – Excelência em Comunicação**”, na categoria “Relatório de Gestão”, atribuído ao Relatório & Contas 2011 do Grupo Jerónimo Martins, pela Associação Portuguesa de Comunicação Empresarial.

### 4.3. Sonae

#### 4.3.1 Caracterização da Empresa

A Sonae nasce a 18 de Agosto de 1959 como Sociedade Nacional de Estratificados, longe de ser a empresa que é hoje na área do Retalho Alimentar. A abertura do primeiro Hipermercado Continente, em Matosinhos, só acontece em 1985. Contudo, a Sonae é hoje sobejamente conhecida por todos como das principais empresas retalhistas em Portugal. (Sonae, 2013)

De acordo o relatório de sustentabilidade 2012, a Sonae é líder no retalho alimentar e retalho especializado em Portugal. Sendo o Continente, há mais de 10 anos, o retalhista alimentar de maior confiança em Portugal.

A missão é criar valor económico e social a longo prazo, levando os benefícios do progresso e da inovação a um número crescente de pessoas. (Sonae, 2013)

Os valores centrais da Sonae são a ética mantendo elevados padrões na Administração e colaboradores em geral, na interação com os vários stakeholders nos diversos países, confiança, as Pessoas no centro do sucesso contribuindo para o crescimento económico-social e ambiental das regiões e países onde a Sonae opera e assegurar a defesa dos direitos humanos, ambição, inovação, Responsabilidade Social, frugalidade e eficiência, cooperação e independência. A nível ambiental, é um pilar da actuação da empresa melhorar o desempenho ambiental através de

investimentos que promovam a diminuição da Pegada Ecológica. (Sonae, 2013)

A Gestão Ética e o Código de Conduta são pilares chave no modelo de gestão desta empresa. Os termos éticos estão presentes em quase todos os capítulos dos documentos redigidos pela Sonae. É uma empresa que demonstra que a cultura da responsabilidade social faz parte de todo o processo de produção até à chegada do produto a casa dos clientes.

O Grupo Sonae apresenta-se como uma empresa de Retalho, com grandes parcerias *core* ao nível dos Centros Comerciais (Sonae Sierra) e Telecomunicações, Software e Sistemas de Informação e Media (Sonaecom). Possui ainda duas áreas de negócio em Imobiliário de Retalho (Sonae RP) e Gestão de Investimentos. Em Dezembro de 2012, desenvolvia a atividade em 66 países. (Sonae, 2013)

A estrutura de gestão desta empresa tem como órgãos da Sociedade a Assembleia Geral, o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal e o Revisor Oficial de Contas. Os membros que integram os órgãos sociais são eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas, a qual também elege os membros da sua Mesa e os membros da Comissão de Vencimentos. (Sonae, 2013)

Actualmente Belmiro de Azevedo é o maior accionista da empresa e Paulo Azevedo é o seu Chefe Executivo.

Como enunciado anteriormente, o grupo Sonae está dividido em diferentes áreas de negócio (Sonae, 2013):

Relativamente aos números, a Sonae detinha, no final de 2012, 39.610 colaboradores, dos quais 13.467 eram homens e 26.142 mulheres. A maior amostra de trabalhadores contratados está distribuída na faixa etária dos 18 aos 34 anos (superior a 50% do total). Em termos de receitas, em 2012, foram gerados 5,8 mil milhões de euros em vendas.

Um pormenor interessante é o de que, em 2012, 96% dos gestores de topo pertenciam à comunidade local. Esta é uma política de contratualização que contribui fortemente para a empregabilidade nas comunidades envolventes. (Sonae, 2013)

No seu relatório de sustentabilidade 2012, a Sonae tem um subcapítulo dedicado aos seus *stakeholders*. Neste, refere a importância que estes têm para o sucesso da empresa. Saliendo a necessidade da comunicação entre as partes interessadas e mostrando que existem canais de comunicação específicos para tal. Os stakeholders são regularmente auscultados, no sentido de detectar os temas mais relevantes em matéria de sustentabilidade.

Na última auscultação foram determinados os temas mais relevantes que foram depois organizados em 3 grupos: Better Purpose (Saúde e Nutrição, Cidadania

Corporativa/Filantropia), Better Planet (Política/Sistema de Gestão Ambiental, Eco-eficiência operacional), Better People (Gestão de Recursos Humanos, Standards para Fornecedores).

#### 4.3.2 Actividades em Responsabilidade Social

*“A geração de valor económico, a preservação e melhoria do meio ambiente e o desenvolvimento social são os vectores orientadores de toda a atividade das nossas empresas e estão cada vez mais presentes no dia-a-dia de todos os colaboradores da Sonae.”* (Sonae, 2013, p.22)

Como bom defensor da responsabilidade corporativa, as pessoas (colaboradores e clientes/comunidades) são o centro do sucesso da Sonae. A empresa tem apostado na melhoria da qualidade das suas acções de formação, assim como na implementação de boas práticas de saúde e segurança para os colaboradores. Estas práticas internas permitiram a redução do número de acidentes de trabalho e de doenças profissionais. Ao nível externo, continua a apostar no apoio e desenvolvimento das comunidades nas quais desenvolve actividades. No ano de 2012, as acções foram alargadas a 3.229 organizações do 3º sector, que apoiam crianças, jovens, seniores e famílias em todo o país.

Em 2012 foram investidos 10,2 milhões de euros nas comunidades, existiram 1571 acidentes de trabalho e realizadas 1.273.384 horas de formação (Sonae, 2013).

As acções desenvolvidas em 2012 serão abordadas nos pontos seguintes. Contudo, apenas as acções realizadas pela Sonae MC (Retalho) serão abordadas em detalhe, para que na discussão dos resultados exista entre as empresas seleccionadas para o estudo igualdade na área de actividade, facilitando a comparabilidade.

#### **Better Prupose**

Nesta área a Sonae compromete-se a desenvolver:

- Oferta responsável e escolha informada
- Responsabilidade nos produtos marca própria
- Contributo para a sustentabilidade do pescado
- Multiplicação da partilha e promoção do bem-estar social

O voluntariado assume grande relevância na Política de Apoio á comunidade, desenvolvendo e dando continuidade a projectos nas áreas da saúde, educação,

ambiente, cultura, desporto e actividades lúdicas. Assim, foi criado o Programa Sonae Activshare que pretende actuar nas comunidades através de voluntariado de colaboradores.

### **Saúde e Nutrição**

Informar os seus clientes para uma escolha informada e a disponibilidade de produtos responsáveis nos seus expositores é um ponto fundamental para a Sonae. Assim, foram implementadas iniciativas educacionais no sentido de promover a adopção de estilos de vida saudáveis e a compra responsável.

Ao mesmo tempo, a Sonae promoveu alterações nutricionais nos seus produtos. Em 2012 foram reduzidas 8 toneladas de açúcar em iogurtes, 1,7 toneladas de gorduras, 7,5 toneladas de gordura saturada na gama de tostas, o óleo de palma foi alterado por azeite na gama de snacks de pão, 172 toneladas de gordura foram reduzidas e as gorduras hidrogenadas na gama de caramelos eliminadas.

Importante também foi a mudança na rotulagem dos produtos, sendo utilizado o Semáforo Nutricional nos produtos Sonae. É um sistema mais simples de acesso aos valores nutricionais de cada produto e de fácil comparação.

Movimento Hiper Saudável – Este movimento foi criado em 2011 e procura promover a melhoria dos hábitos alimentares das famílias. Dentro deste movimento são desenvolvidas várias acções, nomeadamente, aconselhamento em loja realizado por nutricionistas, campanhas de sensibilização (para o Semáforo Nutricional, por exemplo), *workshops* com temas direccionados para a alimentação e a culinária, disponibilização de um microsite com *e-books* e uma ferramenta de cálculo dos semáforos nutricionais, redacção de textos sobre a temática para a revista Magazine, guias e folhetos com informações actualizadas, promoção da Quinzena Hiper Saudável em virtude das comemorações do Dia Mundial da Alimentação (abordagem é alimentação saudável, mas também á pratica de exercício físico) e a manutenção de parcerias com instituições, escolas e organizações governamentais.

A Marca Própria, quer no retalho alimentar, quer no não alimentar, continua a assumir uma importância significativa no apoio às famílias portuguesas. As marcas próprias Sonae, constituem um apoio á gestão económica familiar, disponibilizando produtos de qualidade a baixos preços.

Os produtos da Gama Equilíbrio são uma alternativa saudável para produtos equivalentes de marcas mais caras. A Gama Área Viva possui cada vez mais produtos direccionados a clientes com diferentes necessidades nutricionais e padrões alimentares (como doença celíaca, por exemplo).

A rotulagem tem também uma importância significativa na detecção de produtos aprovados por associações e fundações, como é o caso de produtos para necessidades nutricionais específicas como a doença Celíaca que têm o símbolo da aprovação pela Associação Portuguesa de Celíacos.

A qualidade dos produtos é atestada periodicamente por auditorias e testes, internos e externos. A produção dos produtos segue as normas de segurança e higiene para indústrias agro-alimentares. O desenvolvimento dos produtos Marca Própria Continente é certificado pela Norma ISO 9001.

Programa Escolar de Reforço Alimentar – com o objectivo de proporcionar a primeira refeição do dia a crianças em risco de pobreza extrema do primeiro ciclo, foram investidos, em 2012, 3.824 euros.

Projecto The Big Hand – este projecto proporciona a crianças moçambicanas material escolar, roupas, alimentação e apoio escolar. No ano de 2012, 40 crianças foram apadrinhadas.

Projecto Missão Sorriso – este projecto tem como objectivo entregar materiais médicos, de apoio a serviços ou lúdicos que permitirão ajudar crianças e seniores. No ano de 2012, 22 instituições receberam os materiais no valor de 608 mil euros.

Projecto Dê a Mão por um Portugal + Feliz – é um programa da Cruz Vermelha onde se vendem a 1euro embrulhos de Natal. Tem por objectivo combater a exclusão social e a pobreza nas famílias. Em 2012 foram vendidos 200 mil embrulhos e angariados 175 mil euros.

Patrocínios Sport Zone – os patrocínios Sport Zone são direccionados para federações e associações desportivas, promovendo a prática desportiva nas comunidades, um forte incentivo à promoção da saúde mental e no combate à exclusão social, proporcionando o desporto para todos. Em 2012 foram investidos 300mil euros.

Eventos Sport Zone – a Sport Zone promove eventos desportivos, demonstrando a importância do desporto para a saúde e o bem-estar, ao mesmo tempo que promove a sua prática. Em 2012 foram investidos 700mil euros e participaram 100mil pessoas nos eventos que angariaram 20.400euros.

Projecto Brinquedão – neste projecto os clientes deixam os brinquedos que não usam nas lojas, por cada brinquedo doado são gerados vales que são posteriormente dados a instituições de solidariedade. No ano de 2012 foram recolhidos 477kg de brinquedos que reverteram para 3 instituições, num total de 263 crianças apoiadas.

Projecto Nós – é um projecto que tem por objectivo ajudar a melhorar as condições de vida dos portugueses. Em 2012 foram, pelo sexto ano consecutivo,

vendidos cachecóis na Modalfa que revertiam em parte para a Fundação do Gil. Foram vendidos 115mil cachecóis e angariados 230mil euros para o Projecto Casa do Gil.

Muitos são os Programas de Aconselhamento promovidos pela Sonae, estes são direccionados ao nível interno e externo da empresa (colaboradores e clientes). Os programas e o número de participantes envolvidos podem ser consultados no Anexo IV.

### **Cidadania Corporativa/Filantropia**

*“Acreditamos que os nossos negócios poderão contribuir para a promoção do bem-estar social e cultural das comunidades onde operamos. As nossas áreas prioritárias de apoio são: Educação, Cultura, Ciência e Inovação, Saúde e Desporto, Sensibilização Ambiental e Solidariedade Social.”* (Sonae, 2013, p.40)

O apoio à comunidade inclui as doações e donativos realizados pela Sonae junto da comunidade, principalmente para benefício público, tendo sido apoiadas 3.229 instituições, com um total de 10,2 milhões de euros.

O Programa Sonae Activshare, de 2012, procura agregar todas as actividades de responsabilidade social do grupo. Dentro deste programa está a ser desenvolvido um projecto piloto que visa colaborar com instituições do 3º sector, nomeadamente a AMI, a Cruz Vermelha Portuguesa, a Aldeias de Crianças SOS e a Operação Nariz Vermelho. Este projecto tem por objectivo de facultar ferramentas às instituições nas áreas de necessidade, aproveitando através de voluntariado as competências dos trabalhadores do grupo.

*“O voluntariado tem a vantagem de beneficiar as comunidades onde se desenvolve, mas também de enriquecer os nossos colaboradores a nível pessoal e profissional.”* (Sonae, 2013, p.41)

No ano de 2012, dentro deste programa de voluntariado participaram 2.791 colaboradores, em 300 acções e num total de 10.480 horas.

Projecto Doação dos produtos usados no Pic Nic – este projecto tem o intuito de doar os excedentes alimentares e não alimentares resultantes das acções realizadas pelo Continente. Foram doados em 2012 5.287 euros em produtos e apoiadas 9 instituições de solidariedade social.

Projecto AMI - SOS Pobreza – este projecto criou uma marca solidaria com o objectivo de vender produtos básicos cujo lucro reverte para a instituição. Em 2012 mais de 15mil pessoas foram apoiadas com os 5.500 euros de lucros.

Ao nível cultural são também desenvolvidas acções. O acesso à cultura é um

forte impulsionador da saúde mental, permitindo o contacto com projectos originais e que enriquecem as cidades. Nesta área existe o projecto Sonae/Serralves que está na 2ª edição e o acordo de mecenato com a Casa da Música.

Existem ainda parcerias entre escolas e voluntários que partilham as suas experiências profissionais em escolas na prossecução de programas/projectos na área da **educação**. Estes programas/projectos têm uma forte tendência para a promoção da saúde mental, no sentido em que promovem o envolvimento dos jovens e seus familiares no ambiente escolar, a inclusão social e tendem a potenciar o desenvolvimento pessoal através do estímulo para o empreendedorismo.

Junior Achievement Portugal (JAP) – uma parceria de seis anos, que visa o estímulo nos jovens o empreendedorismo e do desenvolvimento pessoal, possibilitando uma visão do mundo dos negócios e o acesso ao mercado de trabalho.

Porto de Futuro – a parceria entre a Sonae e este projecto tem como objectivo ultrapassar o insucesso escolar numa escola e o deficiente envolvimento dos encarregados de educação no percurso escolar.

### **Better People**

Nesta área a Sonae compromete-se a contribuir para:

- Desenvolvimento do capital humano;
- Bem-Estar e satisfação interna;
- Responsabilidade na cadeia de fornecimento.

Ao nível da satisfação interna dos colaboradores foi implementado pela 5ª vez o *Sonae SharingViews*. Este calcula o índice de satisfação global dos colaboradores, resultado do conjunto de reacções do colaborador ao seu trabalho e à empresa, comparando a sua situação actual com a que desejaria.

Importante é ainda salientar que a Sonae alargou, em 2012, aos produtores não alimentares a certificação do desenvolvimento de Marcas Próprias Continente e o acompanhamento dos produtos e Fornecedores, após desenvolvimento/lançamento, de acordo com a norma ISO 9001. Não é apenas a Sonae que é uma empresa socialmente responsável, o dever de promover um desenvolvimento global sustentável tem de estar presente também nos fornecedores.

RSE em Saúde Pública - Para concluir, a temática *Better People* tem como compromisso para 2013-2015 a implementação de um programa de promoção da Saúde. Um marco importante ao nível da responsabilidade social das empresas ao nível interno, que demonstra o significado que o bem-estar dos colaboradores tem

para a sua empresa.

### **Gestão de Recursos Humanos**

A opinião dos colaboradores é muito importante para o grupo, pelo que no ano de 2012, para além das auditorias realizadas a todos os colaboradores, foi implementado o Upward Feedback na área do retalho. Este é uma ferramenta que permite recolher o feedback dos colaboradores relativamente ao desempenho das suas chefias directas (ao nível da organização laboral, motivação e comunicação).

Sonae Retail School - Para a Sonae as pessoas estão no centro do seu sucesso e para tal a formação é de suma importância para o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, desta forma proporcionam programas de formação em diversas escolas nacionais e internacionais. Em 2012, foram realizadas 62.730 acções de formação, num total de 879.855 horas.

A Sonae dispõe, ainda, desde 2004, do *Sonae Learning Centre* (SLC), um espaço dedicado à formação contínua de gestores seniores. No ano de 2012, 104 pessoas participaram, num total de totalizando 7.328 horas de formação

Rede Contacto – No sentido de detectar e recrutar jovens talentos, nomeadamente os melhores alunos finalistas de cursos superiores, são seleccionados através desta rede para poderem estar com gestores de topo, conhecendo a realidade dos negócios da Sonae.

Call for Solutions – é um programa destinado a finalista de mestrados, que são convidados a realizar um estágio curricular na empresa.

A Sonae disponibiliza ainda Programas de Gestão de Competências e Aprendizagem Contínua para os seus colaboradores. Estes programas podem ser consultados no Anexo IV.

A Segurança e Saúde no Trabalho é vista, na Sonae, como um pilar essencial ao desenvolvimento sustentado dos negócios. De tal forma, têm vindo a ser promovidas acções no sentido da redução dos acidentes de trabalho, através do estudo dos riscos e de um trabalho contínuo na Saúde Ocupacional. De notar que o investimento na Segurança e Saúde no Trabalho trás benefícios não só aos colaboradores mas também no combate ao absentismo, o que é de todo lucrativo para a empresa.

Este é um trabalho fundamentalmente de carácter preventivo, pretendendo-se atingir os zeros acidentes e prevenir as doenças profissionais. Este é um trabalho desenvolvido, principalmente, através da formação dos colaboradores nestas temáticas.

Abril, Segurança Mil - esta campanha baseou-se no ano de 2012 na campanha da Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho (Juntos na prevenção dos riscos profissionais) alertando para o envolvimento de todos na prevenção de riscos.

Ainda ao nível da prevenção dos riscos e da Segurança e Saúde no Trabalho foram realizadas 1015 auditorias, 370 simulacros, 180.811 horas de formação e 12 acções de sensibilização.

Na Sonae a medicina do trabalho está disponível a todos os colaboradores e em qualquer altura. Nela são realizados exames globais á saúde dos colaboradores, é por norma um serviço de rápido acesso e atendimento por existirem muitas vezes consultórios dentro das instalações, são desenvolvidas campanhas internas de sensibilização em temáticas relacionadas com a saúde e hábitos de vida saudáveis, bem como, rastreios e orientação nutricional. Dentro do grupo há ainda a promoção de dádivas de sangue e medula óssea.

Plataforma interativa Vita Salutis – avalia o risco cardiovascular e tem conteúdos de Educação para a Saúde.

Outro ponto importante na gestão dos recursos humanos é o cumprimento dos códigos de ética e conduta e a integração dos valores da empresa nas práticas da mesma. Na identificação e no combate á corrupção o grupo Sonae implementou a metodologia internacional Enterprise Risk Management – Integrated Framework (COSO), esta permite identificar os diferentes tipos de riscos e ameaças ao desenvolvimento dos negócios (a nível estratégico e operacional). O seu Código de Conduta e Ética na área de Retalho tem também em conta este risco, contudo, não existem casos reportados.

A Sonae possui diferentes Programas de Formação e Sensibilização dos seus colaboradores, estes podem ser consultados no Anexo IV.

### **Standards para fornecedores**

A Sonae tem vindo a integrar práticas de sustentabilidade no fornecimento. Pelo que, na área do Retalho os fornecedores nacionais e internacionais devem apresentar certificações de sistemas de gestão alimentar e/ou gestão da qualidade. Os contratos entre a Sonae e os seus fornecedores têm cláusulas que abordam as temáticas da Política de Sustentabilidade do Pescado, da não utilização de mão-de-obra infantil, da igualdade de género no trabalho, etc.

Ao nível da marca própria a gestão dos fornecedores é feita através Auditorias a fornecedores ou aceitação de fornecedores da União Europeia certificados em

Sistemas de Segurança Alimentar e/ou Sistemas de Gestão da Qualidade.

Clube dos Produtores Continente – este clube tem como objectivo promover e apoiar a produção agro-pecuária, aproximando a Sonae dos produtores nacionais. É desta forma um incentivo á produção de elevada qualidade e confiança e á economia nacional.

### **Better Planet**

Nesta área a Sonae compromete-se a ter em conta:

- Gestão eficiente do impacto ambiental;
- Sonae “footprint”;
- Impacto das Embalagens.

Para promover o consumo energético sustentável em casa dos portugueses, a Worten lançou uma campanha de incentivo forte á aquisição de equipamentos domésticos de eficiência energética superiores, atribuindo descontos em talão.

### **Política/Sistema de Gestão Ambiental**

A Sonae procura, como as empresas socialmente responsáveis, contribuir para o desenvolvimento global sustentável, suportado pela gestão corporativa e pelas políticas ambientais e os planos estratégicos que pretendem mitigar os impactos da actividade da empresa no ambiente. Fazem parte dos objectivos da Sonae receber a certificação ambiental pela norma ISO 14001.

A utilização de sacos plásticos representa um número significativo na produção de resíduos, tendo em atenção este problema a Sonae procura oferecer uma vasta gama de sacos reutilizáveis. Contudo, no ano de 2012, houve uma quebra de 57% na utilização destes sacos. (Sonae, 2013)

Projecto Rolhas que dão Folhas – este projecto pretende sensibilizar as comunidades escolares, familiares e amigos para a reciclagem de rolhas de cortiça e para a reflorestação. 81 toneladas de rolhas de cortiça foram, em 2012, recolhidas em 854 escolas e 289.349 alunos.

Política de Sustentabilidade do Pescado – esta política foi criada em 2009 e tem por objectivos proteger a biodiversidade marinha, não comercializando espécies ameaçadas e escolher os fornecedores de acordo com o método de pesca utilizado. Graças a esta política a Sonae foi distinguida com uma menção Honrosa na categoria Agricultura, Mar e Turismo nos Green Project Awards 2012.

Earth Water – é um produto vendido nas lojas Continente, cujo lucro reverte

para os Programas de Gestão de Água em países em desenvolvimento. Foram vendidos cerca de 30.500 produtos.

Projecto Equipa Worten Equipa – ao mesmo tempo que incute nas comunidades a importância da reciclagem de equipamentos eléctricos que já não utiliza, os indivíduos ao depositarem estes equipamentos nos pontos para reciclagem estão a contribuir para a oferta de equipamentos novos a instituições de solidariedade social. Em 2012 foram recolhidos 4.784 toneladas de equipamentos e apoiadas 241 instituições.

Escola Geração Depositário - uma iniciativa que visa fomentar o papel das escolas e dos educadores na área de reciclagem de equipamentos eléctricos que já não são utilizados e pilhas usadas. No final de 2012, foram anunciadas as escolas vencedoras, tendo cada uma recebido um cheque no valor de 1000 € para aquisição de novos equipamentos.

### **Eco-eficiência operacional**

Investimentos pertinentes têm sido feitos com a aquisição de painéis fotovoltaicos e através da criação de estações de produção de energia próprias com base em fontes de energia renováveis.

Outras acções simples realizadas pela Sonae são a mudança do tipo de lâmpadas utilizadas nas iluminações dos espaços para lâmpadas Eco.

A Sonae tem um consumo de papel e plástico muito elevado, derivado dos materiais das embalagens, pelo que tem procura medidas de redução da embalagem e aumento da sua reciclagem.

O consumo de Água é também significativo na Sonae, pelo que esta procede à monitorização rigorosa dos gastos e tem vindo a implementar medidas de controlo dos desperdícios. E existem processos de reutilização da água dos lavatórios e balneários para as sanitas e urinóis do mesmo edifício.

Projecto Trevo – este programa de eficiência energética é implementado no retalho alimentar, pretende reduzir os consumos, comprar energia a preços mais acessíveis e a produção autónoma de energia. Este projecto permitiu poupar 4milhoes de euros em três anos.

Posto isto, e em jeito de resumo, como referido no capítulo Saúde Pública podemos integrar as actividades desenvolvidas pela Sonae nas abordagens da Saúde Pública que a School of Public Health (2012) definiu:

Tabela 3 - Resumo das Actividades Sonae

	RSE – Dimensão Interna	RSE – Dimensão Externa
Educação para a Saúde	<b>Better Prupose</b> Programas de Aconselhamento <b>Better People</b> Programa de Gestão de Competências e Aprendizagem Continua <i>Plataforma interactiva Vita Salutis</i>	<b>Better Prupose</b> Movimento Hiper Saudável Programas de Aconselhamento
Promover estilos de vida saudáveis	<b>Better Prupose</b> Programas de Aconselhamento <b>Better People</b> Programa de Gestão de Competências e Aprendizagem <i>Plataforma interactiva Vita Salutis</i>	<b>Better Prupose</b> Movimento Hiper Saudável Patrocinios e Eventos Sportzone Programas de Aconselhamento
Promoção da Saúde Mental	<b>Better Prupose</b> Programas de Aconselhamento Programa Sonae ActivShare <b>Better People</b> Sonae Retail School Programa de Gestão de Competências e Aprendizagem	<b>Better Prupose</b> Programa Escolar de Reforço Alimentar Projecto “The Big Hand” Projecto Missão Sorriso Projecto Dê a Mão por um Portugal + Feliz Patrocinios e Eventos Sportzone Projecto Brinquedão Projecto Nós Programas de Aconselhamento Projecto Doação dos Produtos usados no Pic Nic Projecto AMI – SOS Pobreza Junior Achievement Portugal Porto de Futuro <b>Better People</b> Rede Contacto Call for Solutions
Prevenção de acidentes	<b>Better Prupose</b> Programas de Aconselhamento <b>Better People</b> Programas de Formação Programa de Gestão de Competências e Aprendizagem Abril, Segurança Mil	<b>Better Prupose</b> Programas de Aconselhamento
Prevenção de doenças e problemas de saúde tratáveis (nutrição, vacinação, médico no trabalho, ...)	<b>Better Prupose</b> Programas de Aconselhamento <b>Better People</b> Programa de Gestão de Competências e Aprendizagem <b>Better People</b> <i>Plataforma interactiva Vita Salutis</i>	<b>Better Prupose</b> Programa Escolar de Reforço Alimentar Programas de Aconselhamento
Preservação do Ambiente	<b>Better People</b> Programa de Gestão de Competências e Aprendizagem <b>Better Planet</b> Política de Sustentabilidade do Pescado Projecto Trevo	<b>Better Planet</b> Projecto Rolhas que dão Folhas Earth Water Projecto Equipa Worten Equipa Escola Geração Depositário
Avaliação das intervenções	Auditorias	Auscultações a <i>stakeholders</i>

### 4.3.3 Prémios e Reconhecimentos

Alguns dos prémios e reconhecimentos de 2012 são:

- **Prémio One of the World's Most Ethical Companies** atribuído pelo Ethisphere Institute.
- **Prémio Kaizen Lean** atribuído pelo Kaizen Institute devido à implementação da metodologia Kaizen no Retalho.
- Distinção nos **European Good Practice Awards** pela Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho.
- **Prémio Marca de Confiança** pelo Estudo Marcas de Confiança 2011 - Seleções do Reader's Digest (10º ano consecutivo).
- **Prémios Navegantes XXI ACEPI** reconheceram o Continente Online Drive na categoria Inovação em E-Commerce.
- **2012 Masters da Distribuição** distinguiram a Missão Sorriso na categoria de Responsabilidade Social.

## 4.4. Groupe Auchan

### 4.4.1 Caracterização da Empresa

A Auchan é uma empresa de comércio responsável, que tem como missão melhorar o poder de compra e a qualidade de vida do maior número de clientes, possuindo colaboradores responsáveis, profissionais apaixonados e reconhecidos. (Jumbo, 2013)

No relatório de sustentabilidade (2012) o Groupe Auchan apresenta ainda os seus valores base, são estes a Confiança, Partilha e Progresso. Procurando ser uma empresa socialmente responsável com visão e estratégia que proporcionam um crescimento económico eficaz, socialmente equitativo e de forma ecológica em Portugal. (Jumbo, 2013)

O Groupe Auchan apresenta ainda uma grande prioridade, a de serem reconhecidos como uma empresa de comércio responsável. (Jumbo, 2013)

*“Efetivamente, pretendemos continuar a dinamizar o emprego, a defender as equipas e fundamentalmente a dar soluções aos Clientes, nesta difícil realidade que se atravessa.”* (Jumbo, 2013, p. 7)

Compromete-se ainda em *“melhorar o poder de compra e a qualidade de vida do maior número de Clientes, com Colaboradores responsáveis, profissionais,*

*apaixonados e reconhecidos.*” (Jumbo, 2013, p.20)

O Grupo Pão de Açúcar foi o primeiro Grupo na área da distribuição moderna em Portugal, foi este grupo que deu origem ao Grupo Auchan que na actualidade assume a gestão da cadeia de hipermercados Jumbo e supermercados Pão de Açúcar. Em Portugal o grupo detém um parque de 32 lojas, para além dos outros negócios que foram criando ao longo dos anos.

O *Grupo Auchan* nasceu em 1961, é uma empresa familiar, com sede em França (Lille), não cotada em bolsa, sendo detida maioritariamente pela Associação Familiar Mulliez e em 11,9% pelos seus colaboradores.

Relativamente a números o Grupo Auchan detinha, em 2012 em Portugal, 8290 colaboradores. Em 2012 alcançaram um volume de negócios de 1.448,8 milhões de euros.

Possuindo uma área de lojas de 197.630 m<sup>2</sup>, o *Groupe Auchan* desenvolve a sua atividade em três áreas de negócio: Auchan Portugal Hipermercados, Immochan e Oney. Actualmente na área Auchan Portugal Hipermercados possuem 10 Lojas Pão de Açúcar, 30 Lojas Box, 22 Lojas Jumbo, 23 Espaços Saúde e Bem-estar, 23 Bombas de Abastecimento, 8 Ópticas Jumbo, 1 Quiosque Parafarmácia e 1 Loja Jumbo Natureza.

A nível internacional, o *Groupe Auchan* encontra-se presente em 13 países da Europa e em 3 países da Ásia.

A estrutura da gestão responsável do *Groupe Auchan* em Portugal é constituída pelo Comité de Acompanhamento Auchan Portugal (Presidente e seis conselheiros), que para além de supervisionar o Comité de Direcção e acompanhar o desenvolvimento económico, social e ambiental da empresa ainda é o principal elo de comunicação com o *Groupe Auchan* Internacional e com o accionista maioritário. O Comité de Direcção (constituído pelo Director geral e mais onze directores executivos) é responsável pela gestão e implementação da estratégia da empresa (Jumbo, 2013).

Como bom aluno de responsabilidade social das empresas, ao nível local, o *Groupe Auchan*, promove o desenvolvimento da economia, do emprego e dos laços sociais com nas sociedades envolventes às suas lojas. O grupo é ainda detentor de uma política social com enfoque no acesso a emprego a indivíduos com deficiência, promovendo a diversidade e procurando sempre melhorar as condições de trabalho e de partilha de resultados. (Jumbo, 2013)

O *Groupe Auchan* demonstra ainda uma grande afinidade com a teoria dos *stakeholders*, procurando as suas opiniões para que possa ser, cada vez mais, uma empresa com uma gestão responsável de excelência. Numa das auscultações aos

*stakeholders*, 70% consideram o apoio á comunidade bom ou muito bom, 44% afirma que o envolvimento com a equipa de colaboradores é boa ou muito boa, 74% acredita que a gestão ambiental é boa ou muito boa e por fim 68% consideram que o comércio do grupo é responsável. (Jumbo, 2013, p.33)

Segundo o seu Relatório&Contas 2012, na Auchan “*Gerimos as nossas relações de forma ética e transparente, baseando-nos nos valores da honestidade, equidade e integridade*”, para tal o grupo integra um código de conduta que foi assinado por todos os seus trabalhadores.” (Jumbo, 2013, p.63)

Com o código de conduta a auchan pretende orientar os seus colaboradores para condutas socialmente responsáveis de acordo com a Norma SA 8000.

O grupo estimula nos produtores nacionais a adopção de comportamentos responsáveis, pelo que estabelece critérios para a selecção dos produtores portugueses que podem ser fornecedores das suas lojas. Desta forma a empresa procura assegurar que os fornecedores não só cumpram a legislação em vigor, como também que os trabalhadores dos mesmos tenham acesso a formação profissional e a saúde e higiene no trabalho, por exemplo. (Jumbo, 2013)

#### 4.4.2 Actividades em Responsabilidade Social

Seguindo a norma ISO 26000, o Groupe Auchan pauta a sua gestão por 10 princípios (Jumbo, 2013):

- Responsabilização e transparência;
- Conduta ética e respeito pelo interesse das partes interessadas;
- Respeito pelo estado de direito;
- Respeito pelos direitos humanos;
- Solidariedade e intervenção Social;
- Empregabilidade Responsável;
- Comércio Responsável;
- Respeito pelo cliente;
- Protecção do ambiente;
- Inovação e melhoria contínua.

São áreas estratégicas do grupo:

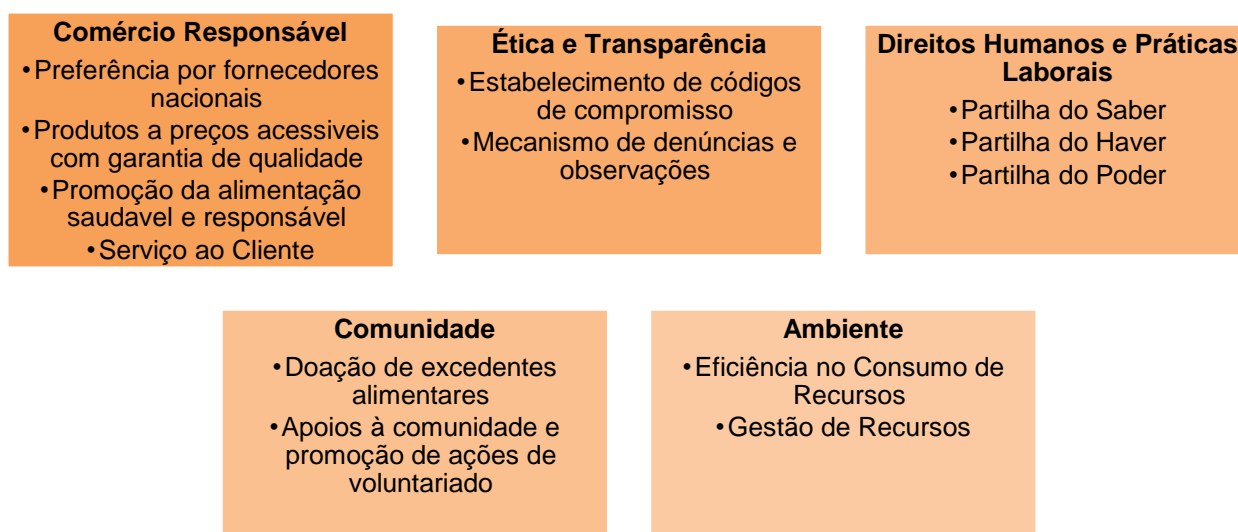


Ilustração 1 - Estratégias Groupe Auchan

## Comercio Responsável

### Promoção da alimentação saudável e responsável

Ao nível da promoção da alimentação saudável, os 207 produtos mais sustentáveis de marca própria, denominados *Vida Auchan*, têm vantagens para o bem-estar e para a saúde de quem os consome, ao mesmo tempo que também o seu processo produtivo é realizado de forma a minimizar os danos ambientais. As suas constituições procuram contribuir para a manutenção de estilos saudáveis e satisfazer necessidades específicas dos clientes (como os Doentes Celíacos) (Jumbo, 2013).

Além dos produtos de marca própria, o grupo também disponibiliza produtos de marca que possuem certificações de qualidade, no que concerne a produtos biológicos, rótulos ecológicos, certificações têxteis e florestais.

Programa de Alimentação saudável - este programa tem como objectivo melhorar o poder de compra e a qualidade de vida dos consumidores, mensalmente, o grupo coloca ao dispor informações sobre alimentos essenciais a uma alimentação saudável, sugestões de receitas saudáveis, praticas e económicas, tabelas nutricionais para as principais refeições e ainda informações sobre necessidades específicas para cada faixa etária. Todo este programa é assegurado pela parceria entre o Jumbo e a Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa.

Dentro deste programa são promovidas diversas actividades em loja para os clientes, como rastreios (colesterol, tensão arterial, glicemia, avaliação nutricional), degustações e exercício físico. Em 2012, 99.854 Clientes e Colaboradores estiveram

envolvidos nas iniciativas do Programa de Alimentação Saudável.

O Clube Rik&Rok da Auchan Portugal é um projeto lúdico-pedagógico sem fins comerciais que assenta ao longo do ano sobre várias acções. No que concerne à promoção da alimentação saudável existe um projecto com ateliers de alimentação equilibrada e variada em que crianças e famílias podem aprender juntos.

A prevenção da saúde oral é também abordada no projecto Rik&Rok, onde as crianças são estimuladas e aprendem a cuidar dos seus dentes.

## **Comunidade**

Mesmo com a crise económica o Groupe Auchan não deixou de dar o seu contributo social, mantendo as políticas activas no desenvolvimento das comunidades envolventes (Jumbo, 2013). No sentido de apoiar os seus clientes, as políticas do grupo são tendencialmente direccionadas para o preço, diminuir o preço para aumentar o poder de compra dos clientes.

*“Mais do que disponibilizar os produtos, queremos torná-los acessíveis ao maior número de pessoas, promovendo o consumo responsável para todos.”* (Jumbo, 2013, p.5)

O Groupe Auchan promove acções direccionadas às comunidades envolventes. Ao nível alimentar, e a fim de evitar o desperdício, a Auchan, no Movimento Zero Desperdício em parceria com a Dar i Acordar, doa excedentes alimentares a nível nacional. Segundo O movimento Zero Desperdício cerca de 360 mil portugueses passam fome. Enquanto isso, estima-se que 50mil refeições são desperdiçadas todos os dias, de norte a sul do país. (Jumbo, 2013)

Por outro lado o grupo procura promover o voluntariado no seio da comunidade e em 2012 foram realizadas 27 acções. Nesta área são diversos os apoios que o Jumbo-Auchan promove:

- Fundação Jumbo para a Juventude - para além do apoio financeiro a instituições da área de influência com projectos direccionados para a educação, cultura, saúde e bem-estar e reintegração de crianças e jovens entre os 5 e os 25 anos, a fundação promove a partilha de competências e conhecimentos entre os candidatos e os colaboradores Auchan. Em 2012, 11 Instituições foram apoiadas pela Fundação Jumbo para a Juventude;
- Projecto Humanitário Auchan – apoia instituições de solidariedade social, escolas e infantários que prestam apoio a crianças e jovens carenciados nas áreas envolventes do grupo;
- Voluntariado “Parte de Nós”– a Auchan apresenta como objectivos deste

programa despertar o espírito de missão e de ajuda ao próximo, contribuir para a coesão interna e desenvolvimento pessoal e profissional dos recursos humanos, bem como para a cooperação e relação de proximidade com as partes interessadas da Auchan. Em 2012 a participação no programa foi alargada aos clientes;

- Clube Rik&Rok – este é um projeto lúdico-pedagógico que disponibiliza às crianças diversas acções, como aventuras no *website* [www.rikerok.com](http://www.rikerok.com), e-newsletters, projeto escolas e no canal panda onde apresenta projetos educativos. Por três anos consecutivos que o Clube Rik&Rok é integrado no projeto da década da educação para a sustentabilidade da UNESCO, pois aborda junto do público infantil temas ligados às preocupações ambientais. Em 2012, 5100 crianças estiveram envolvidas no projeto escolas do Rik&Rok.

Alguns dos projectos apoiados estão disponíveis no Relatório de Sustentabilidade 2012 do grupo.

### **Direitos humanos e práticas laborais**

#### **“Partilha do saber”**

Saúde, Higiene e Segurança no Trabalho - com o objetivo de proporcionar um ambiente de trabalho seguro a todos os colaboradores, reduzir a sinistralidade e a taxa de absentismo, a Auchan tem vindo a melhorar progressivamente as condições de segurança e higiene nos vários locais de trabalho, bem como, através da formação, sensibilização e mobilização de todos os colaboradores para o cumprimento das normas internas de segurança. Em 2012 a taxa geral de acidentes reduziu 7%. (p.77)

O Grupo Auchan é ainda o primeiro hipermercado a colocar ao dispor um pack completo de desfibrilhação automática externa. Em todas as lojas da auchan existem assim colaboradores habilitados a utilizar estes equipamentos. (Jumbo, 2013)

Promoção da igualdade e na conciliação trabalho-família - têm permitido aumentar a notoriedade e o valor da marca, mas também atrair e reter capital humano, melhorar o ambiente de trabalho, reduzir o absentismo e aumentar a motivação dos colaboradores. Os colégios Rik&Rok permitem a conciliação do trabalho com a vida profissional, até um limite de 11h por dia, 5 dias por semana e por 11 meses os pais podem deixar os filhos neste equipamento educativo.

A 18 de Fevereiro de 2012, a Auchan assinou a adesão ao projeto Fórum Empresas para a Igualdade (IGEN), uma iniciativa promovida pela Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE). A Auchan compromete-se ao aumento

de cargos de chefia por mulheres e a igualdade de género na atribuição de funções e promover a conciliação entre trabalho e família (também como um incentivo á natalidade).

Projecto Eficácia Operacional – este projecto de 2010 visa a excelência operacional, pela formação dos profissionais, através de três objetivos principais: aumentar a satisfação do cliente; aumentar a rentabilidade; e reforçar o papel do gerente de departamento, do chefe de secção e do colaborador.

A Auchan acredita que a formação é um aspeto fundamental para potenciar o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores. Em 2012 foram investidos 1.082.299€ em formação (mais 27% em relação ao ano anterior) materializados em 117.428 horas

Formação em Sustentabilidade - em 2012, a formação incluiu temas como a saúde e segurança, responsabilidade social, proteção do ambiente, gestão da qualidade e alimentação saudável.

A Auchan tem ainda o módulo e-learning específico sobre responsabilidade social, para todos os colaboradores, com o objetivo de os sensibilizar para o significado do tema e partilhar o compromisso Auchan, o modelo de gestão sustentável, as práticas responsáveis da empresa e o papel de cada colaborador. Cerca de 95% dos colaboradores já realizaram esta formação.

Rede Social Entre Nós - a Auchan atribui, também, elevada relevância á comunicação interna, para tal foi criada esta rede como elemento facilitador, sendo materializado através de Newsletters, cartazes, folhetos e jornais.

Projecto Licenciados – com este projecto procura-se reintegrar os seus colaboradores licenciados em áreas relacionadas com os seus estudos.

Programa de Gestão de Talentos - é outra vertente para premiar os colaboradores, integrando jovens recém-licenciados com potencial em funções apropriadas aos seus talentos.

### **“Partilha do Haver”**

O Groupe Auchan partilha benefícios com os seus colaboradores, assim, os colaboradores efectivos beneficiam de um seguro de saúde que é extensível a todo o agregado familiar e de um seguro de vida. Todos os colaboradores têm ainda direito a seguro de acidentes pessoais, descontos em compras com o cartão Jumbo e ainda existem protocolos entre a empresa e outras instituições.

Cerca de 99% dos colaboradores do Groupe Auchan são accionistas do mesmo, assim, á sua remuneração adicionam uma percentagem dos lucros da

empresa. Para os colaboradores efectivos é ainda possível auferir de uma percentagem dos lucros internacionais, através do Valauchan.

Fundação Pão de Açúcar-Auchan - a atuação da fundação está focada no apoio social a colaboradores e ex-colaboradores e no desenvolvimento e gestão de equipamentos educativos. Em 2012 foram concedidos 2144 apoios, sendo que aumentaram os apoios familiares (muito devido á actual conjuntura financeira) e diminuíram os apoios de tempos livres (Jumbo, 2013). Esta fundação disponibiliza apoios familiares, educativos, de tempos livres e um banco de equipamentos.

### **Ambiente**

Ao nível ambiental, o Grupo Auchan tem trabalhado na redução de embalagens e resíduos, adoptando uma utilização sustentável das matérias-primas e ao mesmo tempo procurando desenvolver parcerias com empresas ligadas ao sector da reciclagem. (Jumbo, 2013)

A nível ambiental o grupo melhorou em 2012 os seus consumos de água (14%) e electricidade (7%). (Jumbo, 2013)

As mudanças mais significativas são a colocação de painéis solares, a mudança para lâmpadas economizadoras, a colocação de tampas nos expositores dos congelados e a melhoria da gestão energética com o alargamento da utilização do sistema de telecontagem. A utilização de espelhos ou lentes é também uma estratégia para reduzir a necessidade de luz artificial, possibilitando que a luz natural entre dentro das lojas.

Programa Ambiental, este programa, existente há 10 anos, visa a sensibilização ambiental dos colaboradores e a verificação da legislação.

Em 2007, a Auchan definiu uma Política de Ambiente que busca a minimização dos impactes ambientais. Procuram diminuir a poluição, melhorar a eficiência da utilização de recursos, investir na formação de colaboradores, cumprir com os requisitos legais e promover e sensibilizar os consumos sustentáveis nos seus clientes.

De apoio ao Sistema de Gestão Ambiental, são realizadas auditorias internas e as lojas certificadas são auditadas com base no referencial ISO 14001, interna externamente.

A Política do Pescado é mais um programa que visa a protecção ambiental e de espécies marítimas. Esta política promove a pesca sustentável, o consumo do que é nacional e a diminuição dos impactes negativos da aquacultura.

Também a utilização de sacos tem um impacto imenso a nível ambiental, em

média cada cliente leva por compra 2,7 sacos de plástico (Jumbo, 2013). Assim, o Jumbo tem procurado incentivar os seus clientes a utilizarem sacos reutilizáveis, estes sacos existem em diversos materiais, para que o cliente tenha a possibilidade de escolher o que mais lhe agrada e lhe confere durabilidade. De forma original, existem ainda nas lojas Jumbo caixas de pagamento específicas para clientes que trazem os seus próprios sacos. As caixas de cartão de outros produtos são também disponibilizadas para o transporte de compras.

A sensibilização dos clientes para a reciclagem é realizada através da disponibilização nas lojas de ecopontos para os mais variados tipos de resíduos. O Groupe Auchan, em 2012, reduziu em 6% a produção de resíduos. (Jumbo, 2013)

Programa de redução da embalagem – tem como propósito encontrar soluções para o embalamento dos produtos, para que se consumam menos materiais, se reduza o impacte ambiental da embalagem e os custos. Em 2012, foi reduzida a embalagem de 4 produtos marca Auchan, alterando do tipo de espessura e também eliminando o cartão e pacote de papel interior. Desta forma estima-se que num ano se tenha evitado emissão de 6,13 toneladas de CO<sub>2</sub> e poupado 5260 euros.

Resumindo, segue-se o quadro resumo das actividades da Auchan de acordo com os tópicos da School of Public Health (2012) definiu:

Tabela 4 - Resumo das Actividades Groupe Auchan

	RSE – Dimensão Interna	RSE – Dimensão Externa
Educação para a Saúde	<b>Partilha do Saber</b> Saúde Higiene e Segurança no Trabalho	<b>Promoção da alimentação saudável e responsável</b> Programa de Alimentação saudável Clube Rik&Rok
Promover estilos de vida saudáveis	<b>Partilha do Saber</b> Formação em Sustentabilidade	<b>Promoção da alimentação saudável e responsável</b> Programa de Alimentação saudável Clube Rik&Rok <b>Comunidade</b> Fundação Jumbo para a Juventude Projecto Humanitário Auchan
Promoção da Saúde Mental	<b>Partilha do Saber</b> Promoção da igualdade e da conciliação Trabalho-Família Projecto eficiência Operacional Fundação Pão de Açúcar	<b>Partilha do Saber</b> Projecto Licenciados Programa Gestão de Talentos
Prevenção de acidentes	<b>Partilha do Saber</b> Saúde Higiene e Segurança no Trabalho	
Prevenção de doenças e problemas de saúde tratáveis (nutrição, vacinação, médico no trabalho, ...)	<b>Partilha do Saber</b> <b>Partilha do Haver</b>	<b>Promoção da alimentação saudável e responsável</b> Programa de Alimentação saudável Clube Rik&Rok

Preservação do Ambiente	<b>Ambiente</b> <b>Partilha do Saber</b> Programa Ambiental Política Ambiental Formação em Sustentabilidade Programa de Redução da Embalagem Política do Pescado	<b>Ambiente</b> Programa de Redução da Embalagem Política do Pescado
Avaliação das intervenções	Sistema de Gestão Ambiental Auditorias	Auscultações aos <i>Stakeholders</i>

#### 4.4.3 Prémios e Reconhecimentos

Em 2012,

- uma das empresas vencedores do **Masters do Capital Humano 2013**, para a categoria “Melhor política de recrutamento e retenção de talentos”
- Menção honrosa MAPFRE **Prevenir Melhor 2012**, uma iniciativa conjunta entre a Autoridade para as Condições de Trabalho (ACT) e a MAPFRE|SEGUROS

### 4.5. Galp Energia

#### 4.5.1 Caracterização da Empresa

A história da Galp Energia conta já com três séculos e está amplamente associada à evolução industrial do país. A fundação da empresa que deu origem à Galp Energia aconteceu em 1846, em Lisboa, com os primeiros candeeiros a gás. Ao longo dos anos e da evolução do tipo de iluminação foram surgindo empresas como a CRGE, a Sonap, a Sacor, a Cidla, a SPP e a Petrosul que mais tarde deram origem à actual Galp Energia. (Galp Energia, 2013)

A Galp Energia foi constituída em 22 de Abril de 1999 com o nome de GALP – Petróleos e Gás de Portugal, SGPS, S. A. e com o objetivo de explorar os negócios do petróleo e do gás.

A Galp Energia detém, actualmente, um portefólio de exploração e produção que inclui mais de 50 projetos, dispersos por 10 países, em diferentes fases de exploração, desenvolvimento e produção. (Galp Energia, 2013)

A empresa desempenha a sua actividade em três principais países: Brasil, Angola e Moçambique. Contudo, na península ibérica detém um negócio seguro, que resiste às adversidades económico-financeiras que se vivem actualmente.

A nível nacional existem duas refinarias, oito projectos de exploração e

produção.

Os três principais accionistas da Galp Energia são a Amorim Energia (38%), a Eni (24%) e a Parpública – Participações Públicas, SGPS, S.A. (7%). Contudo, cerca de 30% das acções eram, em 2012, transacionadas livremente no mercado (free float).

A estrutura da gestão da Galp Energia é a seguinte:

- Conselho de Administração - constituído por 21 Administradores.
- Comissão Executiva - constituída por 7 administradores nomeados pelo conselho de administração.
- Conselho Fiscal - constituído por três membros efectivos e um suplente, todos eles eleitos pela Assembleia Geral de Accionistas.

O seu modelo de governo assenta numa relação responsável e transparente entre acionistas, conselho de administração e órgãos de fiscalização.

Relativamente aos números da empresa, a Galp Energia possuía, em 2012, 7.241 colaboradores, dos quais 61% eram homens e 39% mulheres. A faixa etária predominante é a de pessoas entre os 35 e 39 anos de idade. A empresa teve em 2012 situou-se um resultado financeiro líquido de 360 milhões de euros.

As Prioridades estratégicas de sustentabilidade da Galp Energia são:

- Melhorar o desempenho no que respeita à segurança, à saúde e ao ambiente.
- Fomentar uma cultura de ética e conduta.
- Combater as alterações climáticas.
- Envolver as partes interessadas e aproximar-se das comunidades.
- Valorizar o capital humano.
- Promover a inovação.

A Galp Energia possui um código de ética que visa regular as relações da empresa e dos seus colaboradores, entre si e com terceiros, sempre com uma gestão ética e transparente. Existe na empresa, também, uma norma regulamentar que estabelece a política de combate à corrupção.

Em 2012, foram realizadas 53 auditorias. Os resultados destas reflectiram o empenho da empresa na melhoria contínua das suas operações e a capacidade de detecção de não-conformidades por parte da Galp Energia relativamente às auditorias externas contratadas. (Galp Energia, 2013)

Parece ainda interessante abrir um parêntese para a Relevância do Petróleo e do Gás Natural na actualidade. No ano de 2012 o consumo médio mundial de petróleo situou-se nos 89 milhões de baris diários, este valor aumentou 1% em relação ao ano

anterior, muito devido ao aumento em 3,1% do consumo de petróleo por parte dos países emergentes não pertencentes à OECD.

Quanto ao gás natural, viu a sua procura aumentada em 2,4% em 2012. O aumento do consumo do gás natural não está necessariamente ligado ao consumo automóvel, mas também ao consumo doméstico.

Interessante ainda é a questão de o Japão tem aumentado em 14% a procura de Gás Natural Liquefeito, resultado da procura de energias alternativas após o desastre de Fukushima.

No seu Relatório de Sustentabilidade 2012, a Galp apresenta a sua missão como *“ser um operador integrado de referência, reconhecido pela qualidade das atividades de exploração que desenvolve, e que entrega valor de forma sustentável aos seus acionistas.”* (Galp Energia, 2013, p.5)

A actividade da Galp assenta em valores como a honestidade, equidade e integridade, demonstrando, preocupando-se com as pessoas, a economia e o ambiente.

A responsabilidade social da Galp Energia pretende gerir as preocupações e os projetos de natureza social da organização, interagindo com todas as partes interessadas e com os stakeholders, e promover boas práticas e princípios de ética e transparência na Empresa, aliando para esse efeito o envolvimento de todos os colaboradores, nomeadamente no que respeita ao voluntariado corporativo, através da dinamização do programa de voluntariado interno, a Galp Voluntária.

#### 4.5.2 Actividades em Responsabilidade Social

*“Trabalhar sempre a pensar no dia do amanhã é a chave para continuarmos a fazer parte das empresas mais sustentáveis do mundo.”* (Galp Energia, 2013, p.17)

Em 2012, o investimento socialmente responsável atingiu os 9,2 m de euros e a Galp Energia deu continuidade à medição do impacto financeiro da política de capital humano. Este é calculado através de uma fórmula do retorno do investimento do capital humano (ROI do capital humano), desenvolvida pela PriceWaterhouseCoopers, no European Human Capital Effectiveness Report. Assim, é possível saber que por cada euro investido nos salários e benefícios sociais dos seus colaboradores a Galp Energia gerou mais do dobro em retorno económico (€2,61). (Galp Energia, 2013)

As partes interessadas foram auscultadas a fim de se diagnosticarem os principais eixos estratégicos para a actuação em responsabilidade social. Assim, os quatro eixos são:

- Educação;
- Ambiente e eficiência energética;
- Prevenção e segurança rodoviária;
- Saúde e bem-estar.

A Política de Responsabilidade Corporativa da Galp Energia é um projecto de sucesso, tanto que levou a empresa, em 2012, à inclusão no *DJSI World* e *DJSI Europe*, destacando-se pelas suas políticas de sustentabilidade, tanto a nível europeu, como a nível mundial. (Galp Energia, 2013)

A Galp entende que a protecção da saúde, segurança e ambiente, não só dos seus colaboradores, mas também dos seus clientes e comunidades envolventes, são valores básicos para a sustentabilidade da sua empresa. Para tal, a Galp Energia adoptou um sistema de gestão a que chamou Sistema G+. A implementação do Sistema G+ permite identificar e gerir riscos inerentes às actividades e aos diversos ativos da empresa. Para que as directrizes deste sistema sejam efectivamente cumpridas, é realizada uma análise sistemática do seu cumprimento e da implementação das recomendações sugeridas após as auditorias e análise das ocorrências, internas e externas.

Na escolha dos seus fornecedores, interessa também que estes sejam activos na promoção e protecção da segurança e do ambiente. Para tal, os potenciais fornecedores têm de entregar informação sobre o seu desempenho nestas áreas, bem como a respeitar princípios de ética e conduta (combate à corrupção e respeito pelos direitos humanos).

### **Investimentos Sociais**

A Galp Voluntária é um projecto que tem por objectivo envolver os colaboradores da Galp Energia em actividades de voluntariado desenvolvidas pela própria empresa. Este foi um projecto iniciado em 2011, conta com 900 voluntários inscritos e abrangeu, em 2012, 184 instituições.

A nível da Galp Voluntária foram desenvolvidos os seguintes projectos (outros podem ser consultados no Anexo IV):

- Projeto “Vocações de Futuro” - objetivo juntar alunos do terceiro ciclo com risco de insucesso escolar a quadros de empresas parceiras da Associação EPIS, procura-se ajudar estes jovens a descobrirem novas profissões e a orientarem o seu esforço escolar numa direcção que os interesse e motive
- Projeto REPARAR - em conjunto com a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa

(SCML), permitiu através do trabalho de voluntários, a reparação de dez casas de pessoas idosas, ou em situações de grandes dificuldades

- Fundação Realizar um Desejo - é a filial da Make-A-Wish® Internacional em Portugal e tem como missão conceder desejos a crianças e jovens (dos 3 aos 18 anos) que têm ou tiveram a sua vida em risco com doenças progressivas, degenerativas ou malignas, contribuindo assim para levar alegria, esperança e força a essas crianças
- Em 2011, a Galp Energia abdicou dos tradicionais jantares de Natal da Empresa e reverter esse valor para a compra de bens alimentares, na forma de Cabazes de Natal.

Inserida nos projectos desenvolvidos pela Fundação Galp Energia, a Campanha Energia Solidária visa a doação de diversos tipos de equipamentos domésticos de gás a instituições particulares de solidariedade social (IPSS).

Movimento ECO - este projecto, promovido desde 2007 pelo Ministério da Administração Interna e pelo Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território, pretende a partir de uma aliança entre as comunidades, as empresas e o governo prevenir e combater os incêndios florestais.

A refinaria de Sines é também uma patrocinadora dos eventos culturais e desportivos nos concelhos de Sines e Santiago do Cacém.

A Refinaria de Matosinhos apoia as escolas da sua área envolvente, Leça e Perafita, fez recolha de alimentos e géneros às Juntas de Freguesia, participou em eventos desportivos, em feiras sobre Segurança e sobre Emprego e Novas Profissões e fez donativos monetários a instituições.

## **Capital Humano**

Pelo significado que atribui à satisfação dos seus colaboradores, a Galp Energia conduz inquéritos de satisfação. Os resultados, de 2012, revelaram aumento de satisfação em fatores como o “compromisso de equipa”, os “níveis de exigência” e a “responsabilidade”. (Galp Energia, 2013)

Em matéria de segurança, a Galp Energia está comprometida em alcançar o objetivo dos zero acidentes (Galp Energia, 2013). Para tal, existe uma procura da melhoria da segurança dos processos, do treino e da formação, ao mesmo tempo que procura identificar e minimizar os riscos e melhorar a gestão de emergência, apostando na prevenção. No ano de 2012, foi publicado um Manual de Segurança de Processos.

## Saúde e Bem- Estar

No âmbito da saúde a política da Galp Energia assenta sobre dois eixos principais: divulgação de práticas de prevenção em saúde pública (promovendo hábitos saudáveis e sensibilização para a prevenção de doenças) e na melhoria das condições de vida dos mais desfavorecidos.

A participação em ações específicas realizadas em parceria com a Make a Wish, que realiza desejos de crianças e jovens com doenças progressivas, degenerativas ou malignas. É um projecto já muito falado nos media pelos benefícios em saúde mental (componente da saúde pública) que trás a estas crianças que atravessam momentos difíceis logo no inicio das suas vidas.

A Fundação Galp Energia mantém a sua parceria com o Comité Paralímpico de Portugal, no sentido de promover o desporto adaptado e as condições que a sua prática exigem. Uma forma de demonstrar que o desporto deve estar acessível a todos, independentemente de limitações físicas ou intelectuais. O desporto é um excelente promotor da saúde mental dos indivíduos, facilitando a inclusão social e sendo também um agente educador e estimulante das capacidades de cada individuo.

A Fundação apostou este ano num programa mais amplo de apoio à cultura musical, nomeadamente através do apoio à Casa da Música. Este projeto visa, entre outros, a realização de projetos educativos e de iniciativas para uma maior inclusão social (promoção da saúde mental).

Dress for Success - recolha de roupa profissional feminina, tem a missão de promover a independência económica de mulheres desfavorecidas, oferecendo-lhes roupas profissionais para entrevistas de emprego, bem como as ferramentas necessárias para o desenvolvimento da carreira.

Raríssimas – Associação Nacional de Deficiências Mentais e Raras, a Casa dos Marcos pretende ser um centro de referência na área clínica, social e educativa das doenças raras. A Fundação Galp Energia foi um dos mecenas deste projeto, o qual, em 2012, se encontrava em fase de conclusão dos trabalhos de construção.

Na qualidade de associada da Associação de Empresários pela Inclusão Social (EPIS), a Fundação apoiou ativamente esta instituição na promoção de boas práticas educacionais e de combate ao insucesso escolar.

Ao nível da saúde, do bem-estar e da promoção da saúde pública integra-se ainda a acção:

Aliança para a prevenção rodoviária – esta aliança tem como missão contribuir para sensibilizar as comunidades em torno da problemática da prevenção e segurança rodoviária. Procura-se investigar para originar contributos uma sensibilização eficaz e

para a melhoria dos comportamentos no trânsito, reduzindo os índices de sinistralidade rodoviária em Portugal.

Este estudo reúne entidades e peritos nacionais da área, assim como clientes e outras partes interessadas da Galp Energia (relatório de sustentabilidade, p. 76). Em 2012 foram implementadas duas das etapas do estudo: diagnóstico e envolvimento de partes interessadas; estudo de investigação das atitudes e dos comportamentos dos portugueses relativamente à sinistralidade rodoviária.

Para 2013, espera-se a definição do plano de acção, com base nos resultados do estudo inicial e o início da sua concretização, através de acções de sensibilização sobre a prevenção e segurança rodoviária.

Esta é uma iniciativa importante da Galp Energia, pela relação estreita que existe entre os produtos gerados na empresa e a circulação automóvel.

A Galp Energia tem ainda imensas parcerias, cujo investimento procura contribuir para a melhoria do bem-estar social, para a educação para a saúde e a promoção da saúde pública em todas as suas componentes. Alguns exemplos são:

- Fundação do Gil;
- A Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental de Castelo Branco (APPACDM);
- Ajuda de Berço;
- Stent for Life.

## **Educação**

### *Responsabilidade Social das Empresas ao nível externo*

A Missão UP | Unidos pelo Planeta, projeto educativo de âmbito nacional dirigido aos alunos do primeiro e segundo ciclos do ensino básico, com idades compreendidas entre os 6 e os 12 anos, e aos respectivos professores, encarregados de educação e pais, apresentou a segunda edição no ano lectivo de 2011/2012 (Galp Energia, 2013, p.74). Procura sensibilizar a comunidade escolar para temáticas relacionadas com as diversas fontes de energia existentes. Promove a responsabilização destas para a tomada de atitudes e mudança de comportamentos em prol de uma melhoria da eficiência no consumo de energia e da mobilidade sustentável, na escola e em casa. Em 2012, participaram 2.319 escolas neste projecto, envolvendo 196 mil alunos e 15 mil professores.

- Brigadas Positivas - A Missão UP | Unidos pelo Planeta
- Jogo Galpshare On-line

A iniciativa Missão UP | Unidos pelo Planeta é uma acção que pode também

ser integrada ao nível das actividades ambientais.

### *Responsabilidade Social das Empresas ao nível interno*

Neste sentido, a Galp Energia investe na formação pessoal e profissional dos colaboradores, ao mesmo tempo que procura activamente recrutar jovens promessas no meio empresarial. De salientar, que a educação profissional na empresa é das vertentes com maior impacto na área da responsabilidade social da Galp Energia.

Programa GPS – É um programa que permite aos colaboradores mudarem de funções através de concursos internos ou de mobilidade orientada. Em 2012 cerca de 82 colaboradores mudaram de funções através deste programa.

Programa Generation Galp - é o principal programa de recrutamento externo da Galp Energia, orientado para jovens de elevado potencial, com formação nas melhores universidades portuguesas. O programa tem a duração de um ano; os participantes são expostos a diferentes situações profissionais, sob avaliação e acompanhamento contínuo. No final, alguns dos concorrentes são integrados nos quadros da empresa. (Galp Energia, 2013)

Formação – na empresa são realizadas diversas ações de formação, quer através de programas avançados, quer através de formações específicas e indispensáveis ao desenvolvimento sustentável da Organização (nas áreas de Ambiente, Segurança, e Saúde e Higiene no Trabalho). Durante 2012, foi administrado um total de 185 mil horas de formação a um total de 16 mil presenças.

- Programa de Competências-Base de Chefias (CBC);
- Programa Conhecer +;
- Programa COMEX;
- Programa OPEX.

### **Ambiente e eficiência energética**

Este é o aspecto que parece ter mais investimento pela Galp Energia, principalmente pelo impacto que a sua actividade tem no ambiente.

As acções realizadas pela Galp Energia ao nível ambiental estão relacionadas com estruturas implementadas nos locais de actividade, de forma a reduzir, em caso de acidentes, os impactes ambientais. Também na sua actividade diária cumprem as normas ambientais e a legislação vigente. Utilizam os materiais adequados á protecção ambiental. Para mais informações consultar o seu Relatório de Sustentabilidade 2012.

Galpshare - foi criada com vista a potenciar a mobilidade sustentável, constitui

uma plataforma de partilha de percursos e transportes que permitem aos indivíduos deslocar-se, por exemplo, partilhando um carro. “É um ponto de encontro entre quem oferece e quem procura boleias”

A Missão UP/Unidos pelo Planeta, descrito a cima, é também uma acção que se encaixa na componente Ambiental da Responsabilidade Social, os alunos e escolas são elementos activos na procura de soluções para a sustentabilidade ambiental.

Posto isto, e em jeito de resumo, como referido no capítulo Saúde Pública podemos integrar as actividades desenvolvidas pela Galp Energia nas abordagens da Saúde Pública que a School of Public Health (2012) definiu:

Tabela 5 - Resumo das Actividades Galp Energia

	RSE – Dimensão Interna	RSE – Dimensão Externa
Educação para a Saúde		<b>Saúde e Bem-estar</b> Através de apoios a instituições, associações ou federações (sociais, culturais e desportivas)
Promover estilos de vida saudáveis		<b>Saúde e Bem-estar</b> Através de apoios a instituições, associações ou federações (sociais, culturais e desportivas)
Promoção da Saúde Mental	<b>Investimentos Sociais</b> Galp Voluntária <b>Educação</b> Programa Galp Generation Programa GPS Formação	<b>Investimentos Sociais</b> Galp Voluntária Projecto “Vocações de Futuro” Projecto Reparar Fundação Realizar um Desejo Cabazes de Natal Campanha Energia Solidária <b>Saúde e Bem-estar</b> Dress for Success <b>Educação</b> Programa Galp Generation <b>Saúde e Bem-estar</b> Através de apoios a instituições, associações ou federações (sociais, culturais e desportivas)
Prevenção de acidentes	<b>Investimentos Sociais</b> Sistema G+ <b>Capital Humano</b> Manual de Segurança de Processos Manual do Viajante <b>Saúde e Bem-estar</b> Aliança para a Prevenção Rodoviária	<b>Saúde e Bem-estar</b> Aliança para a Prevenção Rodoviária
Prevenção de doenças e problemas de saúde tratáveis (nutrição, vacinação, médico no trabalho, ...)	<b>Investimentos Sociais</b> Sistema G+	<b>Saúde e Bem-estar</b> Através de apoios a instituições, associações ou federações (sociais, culturais e desportivas).
Preservação do Ambiente	<b>Ambiente</b> Galpshare	<b>Investimentos Sociais</b> Movimento ECO <b>Educação</b> Missão UP

Avaliação das intervenções	Sistema G+ Auditorias	Sistema G+
----------------------------	-----------------------	------------

#### 4.5.3 Prémios e Reconhecimentos

Alguns dos prémios e reconhecimentos da Galp Energia são:

- Em 2012 integrou ao nível europeu e mundial o **Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)**
- Carbon Disclosure Project (CDP) na categoria **Best Improver in the Iberian Sample 2012**.
- **Global 100**, integrando a 62ª posição na lista das 100 empresas mais sustentáveis.
- Galardão de **Líder na Gestão de Empresa Privada**, para o presidente executivo Manuel Ferreira De Oliveira, pelo Semanário Sol e pela consultora de gestão Leadership Business Consulting.

#### 4.6 Comentários e Comparações

Cada uma das empresas possui uma abordagem própria das prioridades quando desenvolve a sua actividade socialmente responsável. Apesar de três das empresas pertencerem ao mesmo ramo, não é possível afirmar que as prioridades e estratégias sejam as mesmas.

O Grupo Jerónimo Martins é o que parece tender mais para a promoção da saúde pela alimentação, pois a esse nível possui acções tanto ao nível interno como externo. Actuam ao nível do ensino e das alterações nutricionais dos produtos de marca própria.

Também a Medicina no Trabalho assume uma grande relevância nas actividades desenvolvidas para os colaboradores e a prevenção de acidentes é uma área onde é oferecida muita formação, na procura de atingir os zero acidentes e reduzir os impactos que esses têm na vida dos seus colaboradores.

Jerónimo Martins é também o grupo que, para além de mais ter contribuído para este estudo, parece ter maior abertura para a disponibilização de informação sobre as suas actividades. Os documentos que possui têm uma linguagem muito clara e são de fácil compreensão. A estrutura dos documentos tem uma lógica muito pertinente, facilitadora de quem os pretende estudar.

A Sonae, pelo poder de mercado que possui, não só no retalho alimentar, como não alimentar, poderia sugerir a promoção de um maior número de acções

sociais. Contudo, é bastante semelhante ao Grupo Jerónimo Martins.

Na educação para a saúde e na promoção de estilos de vida saudáveis têm investimentos internos e externos, apostando em parcerias com nutricionistas, na reformulação de produtos de marca própria e no desenvolvimento e partilha de informação via folhetos, em suporte papel e digital.

É uma empresa que parece dar elevada importância à formação, o investimento em formação é muita vez realizado para colaboradores e consumidores nas mesmas acções, fazendo denotar a procura de um maior envolvimento com a comunidade.

É uma empresa que procura parcerias com instituições que apoiem sobretudo crianças, em contributos para a Saúde Física e Mental.

Quanto ao Groupe Auchan, este possui estratégias que são direccionadas apenas, ou maioritariamente, para os seus colaboradores com na Partilha do Haver e Partilha do Saber. De forma geral, é possível afirmar que as acções promovidas pelo grupo parecem estar mais direccionadas para a responsabilidade social interna, pois na sua maioria têm objectivos que tocam a participação ou o empoderamento dos seus colaboradores.

Não existem evidências de que o Groupe Auchan proceda á reformulação nutricional da sua marca própria, ainda que refira a procura de comercializar produtos mais saudáveis. Tem, contudo, um forte empenho na redução e revalorização de resíduos, sendo a empresa que mais se refere á utilização dos sacos plásticos. Tem um programa específico de redução da embalagem que trás contributos não só às comunidades, na procura da promoção ambiental, como também à própria empresa, na redução de custos.

*Um comentário ao Groupe Auchan* - A assinatura dos códigos de conduta e ética comercial é obrigatória a todos os colaboradores e fornecedores, mas será que não acaba por ser apenas uma assinatura para assegurar o posto de trabalho? Será que cada um deles adopta todos os aspectos que são referidos no código?

O Grupo Auchan foi o único, das quatro empresas em estudo, que não respondeu ao pedido de colaboração para este projecto de investigação. Os materiais de estudo foram todos recolhidos somente através de pesquisa digital.

A Galp Energia, como seria de esperar, tem as suas actividades estratégicas mais direccionadas para a melhoria das práticas ambientais, é uma empresa muito focada em minimizar os impactes ambientais da sua actividade.

A nível social as intervenções são direccionadas para o apoio financeiro, possibilitando às instituições de solidariedade social continuarem a trabalhar nos seus

próprios projectos. O voluntariado assume um papel importante nas acções para a comunidade, contudo, parece ser mais voltado para o estímulo ao desenvolvimento pessoal dos seus colaboradores, colocando-os mais próximos da comunidade.

Por outro lado, e por possuir uma relação directa com os produtos que comercializam, a Galp Energia está fortemente envolvida com acções de promoção da segurança rodoviária.

È de salientar, o interesse que a empresa tem em recrutar jovens de futuro empresarial e também o investimento na formação dos colaboradores. A formação profissional é um fortalecedor da saúde mental, ao mesmo tempo que contribui para a empregabilidade jovem.

A Galp Energia, tende ainda em reforçar a importância da saúde e segurança no trabalho, investindo mais uma vez em formação no local de trabalho para os seus colaboradores. Um factor de promoção da saúde pública ao nível da diminuição do risco de acidentes e efemeridades para os profissionais.

Os documentos da Galp Energia são os que pareceram possuir maior grau de complexidade a população em geral. Utilizam linguagem muito específica da área de negócios. Os relatórios da empresa parecem ser mais direccionados para accionistas da empresa, não reflectindo necessariamente o que a empresa procura trazer à população mas sim aos stakeholders com relações contratuais. Contudo, é de salientar, que é uma empresa que disponibiliza muito material e tem uma área reservada para os interessados em estudar a empresa.

De um modo geral, todas as empresas em estudo procuram inculir nos fornecedores a gestão ética e a responsabilidade social, incluindo cláusulas nos contratos e requisitos prévios na selecção dos mesmos, quer a nível nacional, quer estrangeiros. Em comum possuem também um dos procedimentos para avaliação da efectividade das intervenções, a Auditoria. De notar, que o tipo de avaliação das intervenções ao nível externo nem sempre foi perceptível.

Em relação às actividades promotoras da saúde pública na sua maioria estão relacionadas com a promoção de hábitos alimentares saudáveis e com a promoção da saúde mental, no combate à exclusão social e na promoção do sucesso e do envolvimento dos jovens com as escolas. Todas as empresas estudadas demonstram interesse na integração no mercado de trabalho de jovens com potencial nas suas áreas.

## 5. Indicadores de Responsabilidade Social em Saúde Pública

As normas ISO 26000 e SA 8000 permitem, através da reflexão, a construção de uma base de indicadores da prática de responsabilidade social. Através da consulta destas normas e dos já existentes Indicadores de Responsabilidade Social GRI e da ferramenta Ethos, foi possível formular alguns indicadores de responsabilidade social em saúde pública, baseados nas actividades mais observadas nas empresas em estudo.

A GRI (Global Reporting Initiative) publica as directrizes para a elaboração dos relatórios de sustentabilidade, as suas ferramentas podem ser utilizadas para orientar e organizar o processo. Auxilia á medição dos desempenhos e dos impactos económicos, sociais e ambientais. A sua missão é tornar os relatórios de sustentabilidade um padrão (GRI, 2012). A Sonae é um exemplo de uma empresa que utiliza esta ferramenta na elaboração do seu relatório de sustentabilidade.

Os indicadores Ethos de Responsabilidade Social são uma ferramenta, desenvolvida pelo Instituto Ethos no Brasil, que permite o autodiagnóstico da gestão da empresa, de forma a facilitar o planeamento e o desenho de metas promotoras de uma gestão mais responsável e sustentável. (Instituto Ethos, s.d.)

Os indicadores devem possuir características como a comparabilidade, relevância, compreensibilidade, não devem conter erros e devem ser credíveis com o contexto real da empresa. (United Nations, 2008)

Esta estrutura de indicadores pretende ser flexível, possibilitando à empresa seleccionar os indicadores adicionais de acordo com as acções que desenvolve dentro das suas estratégias de responsabilidade social.

Para se possuir um meio de comparação, sugere-se a integração dos valores dos indicadores quantitativos para o ano da resposta bem como para os dois anos anteriores, de acordo com a pertinência.

Estes indicadores pretendem ser um apoio á identificação de actividades socialmente responsáveis em saúde pública, bem como contribuir para uma empresa e para *stakeholders* mais informados.

Tabela 6 - Indicadores de Responsabilidade Social em Saúde Pública

	Indicadores Quantitativos	Indicadores Qualitativos
<b>A empresa:</b>		
Expõe publicamente a sua missão e valores		X
Possui um código de conduta		X

Segue a norma ISO 26000		X
Segue a norma SA 8000		X
% de cargos de chefia por género	X	
% de colaboradores com relação contratual por faixa etária	X	
% de redução do consumo de energia	X	
% de redução do consumo de água	X	
% de valorização de resíduos	X	
<b>Os Stakeholders:</b>		
São auscultados periodicamente acerca da qualidade das práticas		X
São auscultados para a determinação das estratégias mais relevantes		X
As opiniões são utilizadas no planeamento das acções		X
Os fornecedores adoptam, também, a gestão socialmente responsável		X
<b>As acções:</b>		
A pertinência é previamente estudada e acompanhada por especialistas		X
São inquiridos os participantes ao nível da satisfação, adequabilidade e efectividade das mesmas		X
São avaliadas por entidades externas		X
Objectivo estratégico de melhoria através da implementação da acção		X
Total do investimento na acção (€)	X	
Total de acções realizadas ou horas empreendidas	X	
Número de participantes envolvidos	X	
Caracterização do público-alvo (clientes/colaboradores, faixa etária)		X
Número de colaboradores envolvidos em voluntariado	X	
Número de horas de voluntariado	X	
Resumo da relevância da acção para o público-alvo		X
25% dos participantes inquiridos sobre a satisfação	X	
25% dos participantes inquiridos sobre a pertinência da acção	X	
<b>Indicadores adicionais para acções específicas:</b>		
<b>- Educação para a Saúde</b>		
A acção faz referência á promoção de hábitos saudáveis? (Alimentação, desporto, consumo de substâncias)		X

A acção faz referência à educação para a saúde em determinada patologia crónica? (Obesidade, Diabetes, Hipertensão)		X
% de produtos de marca própria nutricionalmente reformulados	X	
% de redução de açúcares	X	
% de redução de sal	X	
% de redução de gorduras	X	
Programas de educação, formação, aconselhamento e prevenção, respectivo número de participantes e horas totais de formação	X	X
<b>- Promover estilos de vida saudáveis</b>		
A acção faz referência á promoção de hábitos saudáveis? (Alimentação, desporto, consumo de substâncias)		X
Programas de educação, formação, aconselhamento e prevenção, respectivo número de participantes e horas totais de formação	X	X
<b>- Promoção da Saúde Mental</b>		
A acção visa o envolvimento com a comunidade escolar? (Promoção do sucesso escolar, inclusão social, diminuição da violência)		X
A acção visa reforçar competências pessoais e/ou laborais? (Voluntariado, Formação Profissional, Adaptação das funções às qualificações)		X
Programas de formação e gestão de competências profissionais, respectivo número de participantes e horas totais de formação	x	X
<b>- Prevenção de Acidentes</b>		
A acção visa sensibilizar para a saúde, segurança e higiene no trabalho? (Prevenção de acidentes, medicina do trabalho, saúde ocupacional)		X
% de acidentes laborais (relativa aos três últimos anos)	X	
Total de dias perdidos por doença ou incapacidade (relativa aos três últimos anos)	X	
Programas de educação, formação, aconselhamento e prevenção, respectivo número de participantes e horas totais de formação	x	X
<b>- Prevenção de doenças e problemas de saúde tratáveis</b>		
Programas de educação, formação, aconselhamento e prevenção, respectivo número de participantes e horas totais de formação	x	X
<b>- Preservação do Ambiente</b>		

A acção visa a sensibilização ambiental? (redução da produção de resíduos, incentivo à reciclagem, incentivo ao consumo eficiente de recursos)		X
Utilização de papel (estimativa em quilos e relativa aos três últimos anos)	X	
Utilização de plástico (estimativa em quilos e relativa aos três últimos anos)	X	
Consumos de energia	X	
Consumos de água (m <sup>3</sup> )	X	
% de emissões de gases com efeito de estufa (relativa aos três últimos anos)	X	
% de resíduos valorizados (relativa aos três últimos anos)	X	

## 6. Desafios

O estudo dos impactos e da presença da responsabilidade social ainda não se encontram suficientemente aprofundados. Existe contudo a pertinência, no sentido em que as empresas socialmente responsáveis podem permitir não só a melhoria do desempenho da própria empresa mas também o desenvolvimento de apoios sociais necessários à melhoria da qualidade de vida dos indivíduos e comunidades.

A responsabilidade social pode contribuir para uma economia mais forte e o aumento do acesso a respostas sociais e ambientais. Os factores que contribuem para a rentabilidade financeira de uma empresa socialmente responsável são difíceis de avaliar, estudos (Semana da Indústria, 15 de Janeiro de 2001) demonstraram que 50% do desempenho acima da média de empresas socialmente responsáveis se pode imputar à sua responsabilidade social, enquanto os outros 50% se devem ao seu desempenho no respectivo sector de actividade. Desta forma é esperado que os lucros destas empresas estejam acima da média em consequência das respostas sociais que elas podem dar. As respostas sociais e ambientais constituem bons indicadores de uma gestão de qualidade. (COM, 2001)

Ao nível Europeu seria importante a criação de o quadro global, já sugerido pela COM (2011), para a prática da RSE. Este deveria visar a promoção da qualidade e da coerência das acções em responsabilidade social, desenvolvendo princípios, abordagens e instrumentos, num incentivo em expandir as melhores práticas e inovações. Garantindo a eficácia e credibilidade das acções, apoiando as melhores.

Ao nível dos retornos financeiros para as empresas, os consumidores e os investidores podem assumir o principal papel na recompensa às empresas socialmente responsáveis, no sentido em que podem aumentar os seus consumos e dos investimentos. Inclusivamente, alguns investidores têm já em consideração indicadores de responsabilidade social na sua tomada de decisão sobre investimentos financeiros. Os investidores vêm as empresas com comportamentos socialmente responsáveis como potencialmente vantajosas na obtenção de maiores lucros e como detentoras de menores riscos por assumirem padrões mais éticos (possivelmente, não virão a ser alvo de multas e escândalos) (Rego *et al.*, 2007).

Da mesma forma, a comunicação social podem ser um veículo de difusão das boas práticas destas empresas e aumentar a sensibilização para os impactos que estas têm na sociedade. Os órgãos de comunicação social assumem especial relevo na divulgação das práticas socialmente responsáveis. Contudo, o seu paradigma parece assentar na preferência pela denúncia de escândalos e problemas éticos.

Ao nível empresarial são necessárias melhores práticas de organização de trabalho, igualdade, inclusão social, desenvolvimento sustentável e aprendizagem ao longo da vida (COM, 2001).

O desafio maior é agora apelar ao envolvimento entre empresas, autoridades públicas, organizações locais e internacionais e população em geral para que juntos desenvolvam os quadros gerais para a prática da responsabilidade social.

Os desafios que se apresentam como mais simples e pertinentes parecem ser:

- Conhecer as motivações para a RSE e desempenhos das empresas socialmente responsáveis;
- Construir um conceito global de RSE;
- Inserir a RSE nas disciplinas académicas;
- Divulgar informação sobre a RSE que permita aos consumidores e investidores reconhecer comportamentos socialmente responsáveis;
- Estimular a RSE desde as pequenas às grandes empresas;
- Promover a criação de instrumentos para aumentar a transparência na RSE;

Estes pontos são, também, considerados úteis à elaboração de estudos, como o presente.

O Livro Verde (COM, 2001) apresentou como principal desafio a definição do papel da União Europeia na promoção da Responsabilidade Social das Empresas. Iniciadas na passada década, as pesquisas sobre as motivações das empresas encontram-se ainda hoje em estudo. No mesmo ponto está a proposta de estudo das áreas em que se concentram os compromissos e actividades socialmente responsáveis. Outro ponto era conhecer os factores que favorecem a eficácia dos instrumentos de integração da RSE (como códigos de conduta, os relatórios sociais, auditorias, rótulos sociais, investimento socialmente responsável ...).

À União Europeia, foi também apresentado no Livro Verde (COM, 2001) o desafio de identificar de que forma é que a responsabilidade social das empresas poderia contribuir para o objectivo enunciado em Lisboa: construir uma economia dinâmica, competitiva, coesiva e baseada no conhecimento.

Segundo a Comissão Europeia (COM, 2011), são muitas as empresas que ainda não integram preocupações sociais e ambientais nas suas estratégias de acção. Ainda existem, inclusive, empresas que atentam contra os direitos humanos e desrespeitam normas laborais fundamentais. E, a nível dos Estados Membros, ainda são apenas 15 (dos 27) os países que adoptaram medidas de promoção da RSE. Para tal, apresentam-se alguns factores, identificados pela Comissão, que poderão contribuir para aumentar o impacto das políticas de promoção da RSE:

- Considerar as opiniões das empresas, partes interessadas e Estados Membro;
- Estudar a transparência das empresas quanto a questões sociais e ambientais;
- Reforçar o valor dos direitos humanos;
- Reforçar o papel da regulamentação na prática da RSE;
- Divulgar boas práticas, incentivar a aprendizagem pela partilha de experiências e incentivar a criação de ideias próprias;
- Elaborar um código de boas práticas para a auto- e co-regulação;
- Integrar apreciações sociais e ambientais nos contratos públicos;
- Aumentar a transparência dos fundos de investimento;
- Incentivar, ao nível académico, a inserção de cadeiras de responsabilidade social (a sua integração no ensino secundário seria também benéfica no sentido em que todos um dia ingressarão na vida profissional e o fomento da responsabilidade social nos cidadãos proporciona a compreensão de valores sociais, éticos e ambientais na tomada de decisões.);
- Assegurar a coerência entre as políticas das empresas e as políticas de direitos humanos;
- Divulgar as políticas de RSE e as novas normas e orientações internacionais.

É necessário dar continuidade a debates abertos sobre esta temática e alargar os horizontes dos conceitos a áreas específicas com a da Saúde Pública. As empresas devem aliar-se às partes interessadas e investir no bem intangível saúde. Os investimentos em saúde conseguem não só uma população mais saudável e informada como também mais produtiva.

Os enquadramentos regulamentares devem servir para produzir normas mínimas para que as empresas possam ser criativas considerando as linhas orientadoras. Em momento algum se devem descurar a análise de avaliações, relatórios e auditorias, considerados fundamentais para assegurar não só a transparência, como a efectividade da implementação de actividades socialmente responsáveis.

A RSE é a janela para o desenvolvimento sustentável, dando contributos reais para o aumento da coesão social, a protecção do ambiente e o respeito dos direitos humanos.

Fundamental é também que a cultura educacional, empresarial e económica se alterem (Rego *et al.*, 2007), criar mecanismos legais que “obriguem” as empresas a adoptar práticas socialmente responsáveis, regular o estabelecimento de canais de comunicação entre empresas e os stakeholders, requerer a publicação de relatórios de desempenho social e ambiental.

## 7. Conclusão

É em grau reduzido que a população reconhece o que é a responsabilidade social, pois é também reduzido o número de pessoas que tem acesso, ou procura ter, a informação suficiente para incorporar nas suas decisões de consumo, nas suas convicções morais, favorecendo as empresas que também as demonstram ter.

Só depois da pesquisa e da proposta de estudar a Responsabilidade Social Corporativa do Grupo Jerónimo Martins existiu a percepção do que a empresa fazia em prol dos seus trabalhadores e das comunidades envolventes. Com a possibilidade de alargar o estudo a outras três empresas essa percepção foi-se engrandecendo, possibilitando no final compreender as estratégias por detrás de acções que muitas vezes já eram conhecidas através da divulgação pelos media.

De um modo geral, o ponto de viragem para a adopção de comportamentos e políticas socialmente responsáveis pela empresa implica aceitar que o bem comum assume maior importância do que o objectivo único de gerar lucros (não existindo necessariamente um sem o outro).

Quando os indivíduos observam que o trabalho trás significado às suas vidas e que a organização lhes dá valor e se preocupa com o seu bem-estar, aumenta não só o empenhamento e a produtividade como também a saúde e o bem-estar, ao mesmo tempo que se observa a diminuição do stress no local de trabalho e na vida privada dos indivíduos, no absentismo e nos acidentes de trabalho (Rego *et al.*, 2007).

Qualquer trabalho de pesquisa na área da RSE demonstra que é uma área que possui ainda muitos conflitos teóricos e que ainda não encontrou um quadro geral definitivo que normalize as suas práticas. Ainda muito existe para pensar e para desenvolver, numa área que envolve muitas controvérsias.

Apesar da evolução observada, ainda são muitos os problemas e os desafios que as empresas têm de enfrentar quando optam pelo objectivo de prosseguir o bem comum. Reúnem-se ainda muitos problemas éticos, sociais e ambientais nas empresas, próprios da globalização que a cada dia coloca mais possibilidades, mas também, mais desafios e exigências a todos os indivíduos do planeta.

Embora durante os primeiros contactos com o Grupo Jerónimo Martins este não encontrasse uma associação directa entre as suas acções socialmente responsáveis e a saúde pública, foram por diversas vezes encontradas menções a objectivos comuns com a saúde pública no decorrer de, por exemplo, documentos como Relatório&Contas e textos em vários tópicos na sua página na internet.

As restantes empresas não se demonstraram disponíveis para colaborar,

muitas vezes alegando não ser “o momento mais pertinente”. O que não se revelou impeditivo da realização do trabalho, analisando os documentos publicamente disponíveis na internet.

Um dos principais objectivos do projecto era conceber uma definição de responsabilidade social em saúde pública. Desta forma, *O que é a Responsabilidade Social em Saúde Pública?* - É a integração de preocupações sociais, pelas empresas do sector público ou privado, com ou sem ligação à área da saúde, no sentido de contribuir para a melhoria do bem intangível saúde. Para tal, podem ser desenvolvidas, pelas empresas, diversas actividades com objectivos em saúde ou efectuados donativos a instituições que promovam essas mesmas actividades. Importante é também, que estas acções sejam tendencialmente gratuitas e dirigidas à comunidade e não especificamente ao individuo singular.

*Existe Responsabilidade Social em Saúde Pública em Portugal?* - A análise dos documentos e informações cedidas demonstraram que os grupos realizam diversas actividades socialmente responsáveis que têm objectivos que convergem com a promoção da saúde e de estilos de vida mais saudáveis nos indivíduos e comunidades e também que prosseguem a melhoria da qualidade de vida dos mesmos, desta forma torna-se evidente a presença da componente *Saúde Pública* manifestando a sua presença em quase todas as actividades, ainda que nos seus relatórios e discursos não exista este paralelo. Prova disso, foi a possibilidade de agrupar as diversas actividades e estratégias dos grupos nos quadros resumo criados a partir das abordagens de Saúde Pública propostas pela School of Public Health (2012).

Ao longo da mesma análise dos documentos percepcionou-se que as empresas atribuem enorme relevância às suas práticas em RSE tanto na sua vertente interna como externa, procurando actuar dentro da lei e ainda incorporando voluntariamente a RSE em todos os passos para se tornar numa empresa sustentável. Da mesma forma, procuram ainda embeber os seus fornecedores e colaboradores nesse espírito responsável e voluntário.

As práticas de RSE no âmbito social, e no que concerne à Saúde, estão principalmente ligadas à promoção de uma alimentação e estilos de vida mais saudáveis, tanto ao nível dos consumidores como ao nível dos seus colaboradores. A saúde e segurança no trabalho é a estratégia que se toca nas quatro empresas com elevada relevância, as empresas investem grande parte dos seus lucros na prevenção de acidentes e efemeridades.

As estratégias que conduzem à promoção da saúde mental passam pelo investimento em formação, voluntariado e programas e projectos promotores do

sucesso escolar.

Ao nível das práticas de promoção ambiental, que também influenciam o bem-estar das comunidades pelo impacte que têm em alguns dos determinantes de saúde, verificam-se práticas de gestão de consumos de água e energia, redução e reciclagem de resíduos, e que essas preocupações são incutidas a todos os colaboradores. Contudo, esta procura de um melhor desempenho ambiental parece estar bastante relacionado com o cumprimento legislativo e das normas que têm de respeitar para serem empresas socialmente responsáveis, existindo naturalmente uma preocupação de integração voluntária de práticas mais sustentáveis que são, também, necessariamente mais rentáveis (como a eliminação do desperdício).

*Quais as motivações e vantagens que as empresas retiram da Responsabilidade Social?* - Desta forma pode afirmar-se que Portugal possui empresas privadas que primam pela gestão socialmente responsável. Estas empresas são motivadas pela possibilidade de, a longo prazo, obterem melhores desempenhos económico-financeiros ao mesmo tempo que vêm a sua imagem tornar-se mais atractiva para todos os *Stakeholders*.

Sim, as empresas, ainda que não associem directamente as suas estratégias de RSE à Saúde Pública, levam a cabo muitas actividades que são promotoras da saúde pública e que trazem benefícios significativos à melhoria da qualidade de vida do individuo/comunidade.

Assim, evidenciaram-se um elevado número de práticas de RSE nas empresas em estudo, sendo as práticas na dimensão social Interna e na dimensão social Externa tão mencionadas nos seus relatórios como as práticas ao nível ambiental e económico. As empresas em estudo demonstraram-se satisfeitas com as acções que promoveram no ano transacto e onde investiram uma parte significativa dos seus lucros, mantendo-se o interesse em dar-lhes continuidade.

Desta forma, pensa-se ter atingido todos os objectivos traçados para o estudo, sendo que ao longo do documento são respondidas todas as questões de investigação.

## 7.1 Limitações do Estudo

Uma das principais limitações do estudo está relacionada com a dimensão da pesquisa efectuada ao nível da existência de responsabilidade social em saúde pública em Portugal. Pelas limitações temporais e de acesso a informação personalizada (através de encontros com os departamentos responsáveis pela

Responsabilidade Corporativa na empresa) não é possível, através das informações apresentadas formular teses que respondam à questão sobre as motivações das empresas em estudo para a adopção da RSE.

Outra limitação prende-se com o facto de a escolha das empresas poder ser algo tendenciosa, por interesses relacionados com a análise da possibilidade de futuras parcerias entre a Escola Nacional de Saúde Pública, no desenho de estratégias promotoras da saúde pública.

Os indicadores sugeridos neste trabalho não foram verificados por um quadro de especialistas, sendo que a sua validade não foi aprovada. É uma sugestão que parte da reflexão realizada ao longo do estudo e pesquisa.

Continua a ser um desafio a criação de um quadro de indicadores específicos para a prática de responsabilidade social em saúde pública. Um ponto importante a aprofundar em estudos futuros.

O tratamento dos dados pode, também ele, ser algo tendencioso, no sentido em que existe a procura de formular afirmações que tendam à criação de paralelos entre RSE e Saúde Pública.

Para finalizar, todos os estudos possuem erros. Neste estudo procurou reduzir-se o erro, contudo, será de todo possível que este ainda exista.

## 7.2 Sugestões de Estudo

Apesar das limitações referidas, acredita-se na possibilidade deste trabalho contribuir para um melhor conhecimento do tema junto da sociedade e despertar o interesse de futuros investigadores, motivando-os a elaborar pesquisas e estudos sobre o mesmo.

Podem ser referidas algumas linhas de orientação para trabalhos futuros:

- Alargar este estudo, utilizando uma amostra maior e mais representativa da realidade nacional, recorrendo ao estudo de empresas no sector da saúde, e de empresas privadas de qualquer outro sector de actividade, com significância para a economia do país;
- Validar um quadro de indicadores de Responsabilidade Social em Saúde Pública;
- Aprofundar os impactos, tendo em conta a realidade portuguesa, da RSE em saúde pública, quer para a empresa quer para as comunidades envolventes, utilizando instrumentos existentes.

## 8. Bibliografia

1. ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE SAÚDE DO NORTE, IP (ARS NORTE) - Saúde Pública. ARS Norte, s.d. [Consult. 08. Dez. 2013]. Disponível em <http://portal.arsnorte.min-saude.pt/portal/page/portal/ARSNorte/Sa%C3%BAde%20P%C3%BAblica>
2. ALMEIDA, L. M. - Os serviços de saúde pública e o sistema de saúde. [Em linha]. **Revista Portuguesa de Saúde Pública**. 28:1 (2010) 79-92. [Consult. 11 Dez. 2013]. Disponível em <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/rpsp/v28n1/v28n1a09.pdf>
3. APCER - SA 8000: Sistemas de Gestão da Responsabilidade Social. [Em Linha]. APCER, 2013. [Consult. 10 Dez. 2013]. Disponível em [http://www.apcer.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=136%253Asa-8000&catid=7&Itemid=55&lang=pt](http://www.apcer.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=136%253Asa-8000&catid=7&Itemid=55&lang=pt)
4. ARAUJO, C. G. - Por que as empresas investem em responsabilidade social?. [Em linha]. **Soc. Estado**. 21:3 (2006) 808-809. [Consult. 11 Dez. 2013]. <http://www.scielo.br/pdf/se/v21n3/a18v21n3.pdf>
5. ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE ÉTICA EMPRESARIAL (APEE); ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL PORTUGUESA (AIP) - Estado da Arte em Responsabilidade Social. In 7. ENCONTRO INTERNACIONAL- SEMANA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL, Junqueira, Centro de Congressos de Lisboa 15 a 19 de Maio 2006.
6. CENTERS FOR DISEASE CONTROL AND PREVENTION (CDC) – What is Public Health. [Em linha]. Atlanta: CDC, 2012. [Consult. 11 Dez. 2013]. <http://www.cdcfoundation.org/content/what-public-health>
7. COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (COM) - A Estratégia Europa 2020 em poucas palavras. [Em Linha]. Bruxelas, COM (2012) [Consult. 08 Dez 2013]. Disponível em [http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index_pt.htm)
8. COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (COM) - Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, COM (2001) 366. [Consult. 08. Dez. 2013]. Disponível em [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001\\_0366pt01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf)
9. COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (COM) - Responsabilidade social das empresas: uma nova estratégia da UE para o período de 2011-2014. Bruxelas, COM (2011) 681. [Consult. 08. Dez. 2013]. Disponível em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:PT:PDF>
10. COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (COM) - Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável. Bruxelas, COM (2002) 347. [Consult. 08. Dez. 2013]. Disponível em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:PT:PDF>
11. DOMINGOS, M. L. C. - Responsabilidade social nas organizações de trabalho:

- benevolência ou culpa?. [Em linha]. **Psicol. cienc. prof.** 27:1 (2007) 80-93. [Consult. 11 Dez. 2013]. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pcp/v27n1/v27n1a07.pdf>
12. FONTES, A.C.M. - Responsabilidade Social nas Empresas: Realidade ou Utopia. [Em Linha]. Aveiro: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro. Universidade de Aveiro, 2011. Dissertação elaborada no âmbito do Mestrado em Contabilidade no ramo de Auditoria. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/8465/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o.pdf>
13. GALP ENERGIA - Em busca de mais e melhor energia: Relatório de Sustentabilidade 2012. [Em Linha]. Lisboa: Galp Energia, 2013. [Consult. 11 Dez. 2013]. Disponível em [http://www.galpenergia.com/PT/investidor/Relatorios-e-resultados/relatorios-  
anuais/Documents/Relatorio\\_de\\_sustentabilidade\\_2012.pdf](http://www.galpenergia.com/PT/investidor/Relatorios-e-resultados/relatorios-<br/>anuais/Documents/Relatorio_de_sustentabilidade_2012.pdf)
14. GARINGA, E.; MELÉ, D. - Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. **Journal of Business Ethics** 53:51-71 (2004)
15. GEORGE, F. - Sobre o Conceito de Saúde Pública (1). DOSSIER DE LUTAS. Lisboa, 2011. [Consult. 08. Dez. 2013]. Disponível em <http://www.franciscogeorge.pt/text/26822.html>
16. GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) - Pontos de Partida: Relatórios de Sustentabilidade da GRI: Quanto vale essa jornada?. [Em Linha]. Amesterdão: Global Reporting Initiative, 2012. [Consult. 17 Dez 2013]. Disponível em <https://www.globalreporting.org/resource/library/Portuguese-Starting-Points-2-G3.1.pdf>.
17. INSTITUTO EHTOS – Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. [Em Linha]. São Paulo: Instituto Ethos, s.d. [Consult. 16 Dez. 2013]. Disponível em <http://www3.ethos.org.br/conteudo/iniciativas/indicadores/>
18. INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO) - ISO 26000: Social Responsibility. [Em Linha]. ISO, s.d. [Consult. 10 Dez. 2013]. Disponível em <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
19. JERÓNIMO MARTINS - Missão e Estratégia. [Em Linha]. Jerónimo Martins, 2013a. [Consult. 11 Dez 2013]. Disponível em [http://www.jeronimomartins.pt/o-grupo/missao-e-  
estrategia.aspx](http://www.jeronimomartins.pt/o-grupo/missao-e-<br/>estrategia.aspx)
20. JERÓNIMO MARTINS - Relatório&Contas 2011. [Em Linha]. Lisboa: Jerónimo Martins, 2012. [Consult. 11 Dez 2013]. Disponível em <http://www.jeronimomartins.pt/media/436686/RelatorioeContasJeronimoMartins2011.pdf>
21. JERÓNIMO MARTINS - Relatório&Contas 2012: Há 220 Anos a Construir o Futuro. [Em Linha]. Lisboa: Jerónimo Martins, 2013c. [Consult. 11 Dez 2013]. Disponível em <http://www.jeronimomartins.pt/media/502071/RelatorioeContasJeronimoMartins2012.pdf>
22. JUMBO - Relatório de Sustentabilidade 2012. [Em Linha]. Lisboa: JUMBO - Auchan Portugal, 2013. [Consult. 11 Dez. 2013]. Disponível em [http://www.auchan.pt/CMSFILE/Sustentabilidade/Documents/RSustentabilidade\\_JUMBO](http://www.auchan.pt/CMSFILE/Sustentabilidade/Documents/RSustentabilidade_JUMBO)

[O2012.pdf](#)

23. LOUREIRO, I.; MIRANDA, N. - Promover a Saúde: Dos Fundamentos à Acção. Coimbra: Edições Almedina, 2010.
24. MACKIE, P. - Social justice and social responsibility: Towards a value-base for global public health. **Elsevier Ltd Public Health** 124(2010) 620-625.
25. MARQUES, M.; TEIXEIRA, C. - A Responsabilidade Social das Empresas e o Desempenho Organizacional. **Revista d e Estudos Politécnicos**. 4:10(2008) 149-164.
26. NICOLAU, I.; SIMAENS, A. - O impacto da Responsabilidade Social das Empresas na Economia Social. [Em linha] **Rev. Portuguesa e Brasileira de Gestão**. 7:1 (2008) 68-76. [Consult. 08 Dez. 2013].  
<http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/rpbg/v7n1/v7n1a08.pdf>
27. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD) - Health at a Glance: Europe 2010 - Summary in Portuguese. OCDE, 2010. [Em Linha]. [Consult. 08. Dez. 2013]. Disponível em <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/811016ue5.pdf?expires=1386502679&id=id&accname=quest&checksum=5FA081B1F9B0B089207EFD5B63B1F8B5>
28. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD) - Country statistical profile: Portugal. [Em Linha]. OECD, 2013. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em [http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-portugal-2013-2\\_csp-prt-table-2013-2-en](http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-portugal-2013-2_csp-prt-table-2013-2-en)
29. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD) - Health at a Glance 2011: OECD Indicators - Alcohol consumption among adults. [Em Linha]. OECD, 2011. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em [http://www.oecd-ilibrary.org/sites/health\\_glance-2011-en/02/02/g2-02-01.html?contentType=&itemId=/content/chapter/health\\_glance-2011-17-en&containerItemId=/content/serial/19991312&accessItemIds=/content/book/health\\_glance-2011-en&mimeType=text/html](http://www.oecd-ilibrary.org/sites/health_glance-2011-en/02/02/g2-02-01.html?contentType=&itemId=/content/chapter/health_glance-2011-17-en&containerItemId=/content/serial/19991312&accessItemIds=/content/book/health_glance-2011-en&mimeType=text/html)
30. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECDa) - OECD Factbook 2013: Economic, Environmental and Social Statistics - Road fatalities. [Em Linha]. OCDE 2013. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/factbook-2013-en/06/02/03/index.html?contentType=&itemId=/content/chapter/factbook-2013-50-en&containerItemId=/content/serial/18147364&accessItemIds=&mimeType=text/html>
31. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECDb) - OECD Factbook 2013: Economic, Environmental and Social Statistics - Overweight and obesity. [Em Linha]. OCDE 2013. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/factbook-2013-en/12/02/03/index.html?contentType=&itemId=/content/chapter/factbook-2013-100-en&containerItemId=/content/serial/18147364&accessItemIds=&mimeType=text/html>
32. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECDc)

- OECD Health Data 2013 - How Does Portugal Compare. [Em Linha]. OECD, 2013. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em <http://www.oecd.org/portugal/Briefing-Note-PORTUGAL-2013.pdf>
33. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECDd) - OECD Factbook 2013: Economic, Environmental and Social Statistics - Smoking. [Em Linha]. OECD, 2013. [Consult. 08. Dez. 2013]. Disponível em <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/factbook-2013-en/12/02/01/index.html?contentType=&itemId=/content/chapter/factbook-2013-98-en&containerItemId=/content/serial/18147364&accessItemIds=&mimeType=text/html>
34. PINTO, G. - Responsabilidade Social das Empresas: O Estado da Arte em Portugal. [Em Linha]. Lisboa: Centro de Formação Profissional para o Comércio e Afins (CECOA) Maio, 2004. [Consult. 10 Dez. 2013]. Disponível em [http://www.cecoa.pt/Upload/Documentos/Projectos/Transnacionais/CSR/ESTADO\\_RS\\_E.pdf?AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://www.cecoa.pt/Upload/Documentos/Projectos/Transnacionais/CSR/ESTADO_RS_E.pdf?AspxAutoDetectCookieSupport=1)
35. REGO *et al.* - Gestão Ética e Socialmente Responsável. 2ª Ed. Lisboa: Editora RH, 2007.
36. Rubin, R. W. et al - Exploring Dental Students' Perceptions of Cultural Competence and Social Responsibility. **Journal of Dental Education**. 72:10 (2008) 1114-1121
37. SCHOOL OF PUBLIC HEALTH - What Is Public Health?. [Em linha]. Seattle: University of Washington, 2012. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em <http://sph.washington.edu/prospective/publichealth.asp>
38. SMITH, N. C. - Corporate Social Responsibility: Not Whether, But How?. London Business School: Centre for marketing. 03:701 (2003).
39. SONAE - Relatório de Sustentabilidade 2012. [Em Linha].Maia: Sonae, 2013. [Consult. 11 Dez. 2013]. Disponível em <http://www.ipapers.sonae.pt/Sonae/RIMC/RelSustentabilidadePT/RelatorioSustentabilidade2012/>
40. TSF - Portugal é o 3º país da da OECD com maior prevalencia de Diabetes. [Em Linha]. TSF, 2012. [Consult. 08 Dez. 2013]. Disponível em [http://www.tsf.pt/PaginalInicial/Portugal/Interior.aspx?content\\_id=2440155&page=-1](http://www.tsf.pt/PaginalInicial/Portugal/Interior.aspx?content_id=2440155&page=-1)
41. UNITED NATIONS – Guidance on Corporate Responsibility Indicators in Annual Reports. [Em Linha]. New York and Geneva: United Nations, 2008. [Consult. 17 Dez. 2013]. Disponível em [http://unctad.org/en/docs/iteteb20076\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteteb20076_en.pdf)
42. WEED, D. L.; MCKEOWN, R. E. - Science and Social Responsibility in Public Health. **Environmental Health Perspectives**. 111:14 (2003) 1804-1808.

## **ANEXOS**

## Anexo I – Evolução da Saúde Pública

A saúde, ou o ser saudável, tem possuído várias teorias e é engraçado refletir e perceber que apesar dos séculos ainda hoje algumas das ideias antigas têm aceitação, é exemplo disso muitos ainda considerarem que ser possuidor de saúde ou de doença se deve aos Deuses.

Antes de Hipócrates, o poder divino e a magia eram chamados a explicar o aparecimento de doenças e epidemias. Quando falamos em saúde nos tempos antigos é importante referir o trabalho de Hipócrates (séc. V-VI a.C.) porque este desde cedo separa a saúde da religião, através de métodos de observação e análise, atribuindo à saúde/doença factores ambientais, físicos e sociais. O indivíduo/comunidade é responsável pelo seu estado de saúde. Contudo, só Descartes (séc. XVI-XVII) convence a população de que era possível dissecar o corpo porque este afinal está separado da alma, proporcionando grandes avanços na medicina.

Como é do conhecimento de quem estuda a Saúde Pública existem dois homens que marcaram o início da Saúde Pública: William Farr e John Snow. Ambos deram um grande contributo para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos.

William Farr foi um epidemiologista britânico que iniciou a colheita e análise da informação relevante na saúde, permitindo que se formassem bases de dados que facilitariam o estudo das doenças, a sua história, incidência, etc. John Snow, por sua vez, desenvolveu o que poderá ter sido o primeiro modelo epidemiológico e a primeira anestesia. O seu método epidemiológico consistiu no registo de dados obtidos de uma doença desconhecida que era causa de morte prematura, através de métodos de observação e caracterização da doença, no final percebeu que cortando o abastecimento de água de um determinado depósito a epidemia desapareceria.

A primeira Lei de Saúde Pública surge no Reino Unido (séc. XIX) por via dos estudos conduzidos por Edwin Chadwick (1800-1890) que evidenciaram a importância das condições de higiene e saneamento do meio ambiente na saúde individual e colectiva das comunidades. (George, 2011)

Um importante contributo à Saúde Pública Portuguesa, desconhecido pela maioria dos portugueses, foi dado por Ribeiro Sanches que escreveu o Tratado da Conservação da Saúde dos Povos, publicado em Paris em 1756. Este tratado foi importante na reconstrução de Lisboa após o Sismo que a deixou destruída em 1755, não só evidenciou a necessidade da criação de sistemas de saneamento e higiene mas acabou por ser um documento importante para o ensino da medicina.

Uma das primeiras reflexões que realizei com a unidade curricular de Introdução à Saúde Pública foi que a saúde não se define apenas como “um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não mera ausência de doença ou efemeridade”, como a OMS definiu em 1948. É um conceito muitíssimo amplo, difícil de caracterizar utilizando palavras mas que cada um sente e expressa de uma forma única.

Segundo o texto “Saúde Pública” de Francisco George publicado na sua página web, foi conduzido um inquérito no Reino Unido, em 2001, onde o resultado foi que a expressão “Saúde Pública não era um termo compreendido pela maioria do público”. Isto é, não tinha o mesmo significado para todos.

O Dr. Halfdan Mahler, ex-Diretor da OMS e médico que deu ênfase à ligação da Saúde Pública com a economia, definiu o que era para ele saúde. No fundo era a qualidade de vida, por outras palavras referiu que qualidade de vida seria durante a guerra ele sair de casa sem saber se ficaria inválido e saber que teria alta qualidade de vida se espiritualmente soubesse tomar decisões, socialmente soubesse que os amigos tomariam conta da sua família e fisicamente houvesse sacrifício de vida.

Portanto, a Saúde Pública deve ser algo abrangente pois, para mim, Saúde Pública será conceder melhor saúde (ou qualidade de vida) às pessoas, independentemente do paradigma que se adopte ou do significado que se lhe atribua.

A Saúde Pública transmite aos indivíduos as informações capazes de gerar uma certa consciência do risco associado às suas acções e escolhas. Para tal, a Saúde Pública surge associada a outros sectores, não apenas o da saúde, aptos a gerar novos conhecimentos e formas de agir por parte dos indivíduos.

## Anexo II - Carta enviada em suporte digital para às empresas

Exmos Senhores,

O meu nome é Filipa Nobre, sou aluna do último semestre do XIV Curso de Mestrado em Saúde Pública da Escola Nacional de Saúde Pública - Universidade Nova de Lisboa, neste momento estou a trabalhar na minha tese "Responsabilidade Social em Saúde Pública" e necessitava de contactar com o Dep. Marketing do vosso grupo a fim de obter algumas informações acerca das actividades socialmente responsáveis que são realizadas pelo grupo, auditorias às mesmas que tenham sido realizadas, que actividades "deixaram cair" por não demonstrarem os resultados esperados e ao longo da conversação perceber quais as motivações para serem uma empresa socialmente responsável.

No geral, o meu trabalho pretende responder à questão, se existe responsabilidade social em saúde pública, para tal gostaria que o vosso grupo fosse a minha base de trabalho para responder a esta questão, uma vez que é sobejamente conhecido pelas suas políticas socialmente responsáveis e desenvolve variadas actividades. Pretendo analisar se as práticas visam uma promoção e protecção da saúde pública dos indivíduos/comunidades ou se detêm um objectivo mais alargado a todo o sector da saúde.

A responsabilidade social associada à saúde pública é um tema ainda pouco discutido pelos investigadores, mas nos dias de crise socioeconómica que vivemos tenho a certeza que deverá ser vista como um ponto muito importante para que cada vez mais se aumente o acesso a informações e acções que não só colmatem as falhas do Estado "pagador e detentor dos serviços de saúde" mas também que visem o combate à exclusão social e diminuição da existência de minorias.

Aguardo a vossa resposta para que o mais breve possível possa avançar com o meu estudo, que é de enorme significado para mim e quem sabe para a comunidade académica. Acredito ser um tema de muito interesse para todos os indivíduos independente do seu estatuto económico-social ou estado de saúde. A saúde pública procura sempre a promoção da melhoria das condições de vida dos indivíduos/comunidades e cada vez mais as atitudes socialmente responsáveis das empresas privadas parecem ser a peça que falta para uma parceria de sucesso para os objectivos de ambas as partes.

Grata desde já pela atenção dispensada, aguardo a vossa resposta que espero que seja tão breve quanto possível.

## Anexo III – Quadro de questões apresentadas às empresas seleccionadas

1ª Questão	Qual a estrutura da gestão do grupo e quais os principais números e resultados que o caracterizam? (Quem constitui a administração e gestão da empresa, número de colaboradores, volume de negócios, etc.)
2ª Questão	Quais as motivações do grupo para a adopção de práticas socialmente responsáveis?
3ª Questão	Quais as principais actividades desenvolvidas ou apoiadas pelo grupo, tanto ao nível da responsabilidade social interna como externa?
4ª Questão	Como avaliam a efectividade dessas actividades?
5ª Questão	Existem actividades que tenham deixado de realizar por não se demonstrarem efectivas? Se sim, fale-me de uma delas e das razões pelas quais não se demonstrou eficiente.
6ª Questão	Das actividades que mantêm ao longo dos anos, quais as principais vantagens que retiram delas? Esses dados estão suportados por avaliações de efectividade?

### Respostas Grupo Jerónimo Martins

**1ª Questão** - Qual a estrutura da gestão do grupo e quais os principais números e resultados que o caracterizam? (Quem constitui a administração e gestão da empresa, número de colaboradores, volume de negócios, etc.)

*Em resposta às questões que colocou no seu e-mail do dia 11 de Abril, seguem em baixo os nossos inputs.*

*Caracterização da empresa - por favor, consulte o nosso website ([www.jeronimomartins.pt](http://www.jeronimomartins.pt)), bem como o Relatório & Contas 2012, disponibilizado em: [http://www.jeronimomartins.pt/media/512044/rc-2012-site-jm\\_pt.pdf](http://www.jeronimomartins.pt/media/512044/rc-2012-site-jm_pt.pdf), para obter uma caracterização do Grupo completa.*

**2ª Questão** - Quais as motivações do grupo para a adopção de práticas socialmente responsáveis?

*Como título de exemplo, pode considerar as seguintes motivações:*

- a) garantia da sustentabilidade do negócio ao médio e longo prazo;*
- b) coerência com valores com os quais a empresa é gerida há mais de 220 anos;*
- c) um sentido de responsabilidade partilhado pelos colaboradores do Grupo;*
- d) preocupação com a qualidade superior do produto e a necessidade de satisfazer as expectativas do consumidor;*
- e) ganhos de competitividade.*

**3ª Questão** - Quais as principais actividades desenvolvidas ou apoiadas pelo grupo, tanto ao nível da responsabilidade social interna como externa?

*Caracterização das actividades - por favor, para informação actualizada, consulte o nosso Relatório & Contas 2012.*

**4ª Questão** - Como avaliam a efectividade dessas actividades?

*Ao nível de gestão de projectos: cumprimento das metas estabelecidas e feedback dos interlocutores envolvidos*

*Ao nível das grandes linhas transversais que orientam o nosso negócio, tratam-se dos grandes objectivos estabelecidos para o triénio 2012-2014 e publicados no nosso Relatório&Contas de 2011, no ponto 8 do capítulo dedicado à Responsabilidade na criação de valor (que segue em anexo)*

*Adicionalmente, recorremos a metodologias como o modelo LBG da medição de retorno no investimento junto às comunidades envolventes, bem como ferramentas próprias da área de desenvolvimento do capital humano ou motivação (por parte dos nossos colaboradores) ou, ainda, avaliação de satisfação do consumidor.*

**5ª Questão** - Existem actividades que tenham deixado de realizar por não se demonstrarem efectivas? Se sim, fale-me de uma delas e das razões pelas quais não se demonstrou eficiente.

Não respondido

**6ª Questão** - Das actividades que mantêm ao longo dos anos, quais as principais vantagens que tiram delas? Esses dados estão suportados por avaliações de efectividade?

*Enquanto evidências de adequabilidade da nossa estratégia desenvolvida na área de responsabilidade social face às expectativas dos Stakeholders, refere-se, como título de exemplo, o prémio internacional Ruban d'Honneur ganho, no início de 2013, pelo Grupo Jerónimo Martins pelo seu projecto do Fundo de Emergência Social no âmbito do concurso European Business Awards ou o facto de ser a empresa mais reputado do PSI-20, de acordo com o último estudo do Reputation Institute.*

## Anexo IV – Outras actividades das Empresas em RSE

Programas de Aconselhamento promovidos pela Sonae ao nível interno e externo da empresa (colaboradores e clientes) (adaptado de SONAE, 2012):

Programa	Número de Participações
Dia Nacional para a Prevenção e Segurança no Trabalho	34.000
Semana Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho	34.000
Segurança Rodoviária	34.000
Dia da Mulher - 08 de Março	36.223
Maio - Mês do Coração	36.223
Sessões Nutrição (Workshop)	274
Rastreios de Saúde (Nutrição)	15
Gripe	36.223
Gripe (vacinação)	5.494
Cancro da Mama	36.223
Medula Óssea	90

Programas de Gestão de Competências e Aprendizagem Continua para os colaboradores Sonae. (Adaptado de Sonae, 2012):

Programa	Número de Participações
Academia Comercial	45
Academia de Liderança	155
Academia de Competências Transversais	83
Academia de Gestão	11
Melhoria contínua/Kaizen	21.830
Escola de Percíveis	17.390
Escola Vendas	3
Escola Saúde	79
Formação de Processos/Sistemas (Workflows, SAP, Retek, Cadeia de Abastecimento, Quebra)	5.010
Formação técnica de fornecedores/produtos	3.845
Gestão Ambiental	238
Higiene Segurança e Saúde no Trabalho	14.022
Escola Logística	19

Programas de Formação e Sensibilização para os colaboradores Sonae (Adaptado de Sonae, 2012):

Programa	Número de Participantes
PDE Escola Perecíveis (HST)	36.873
Riscos Profissionais RA	32.639
SIM Eficiência operacional (HST)	14.644
Escola Perecíveis (HST)	7.696
Plano de Segurança Interno – Colaborador	6.050
HIG Segurança no posto de trabalho	5.079
PDE Q. – Condições básicas de trabalho	4.378
Plano de Segurança Interno – Simulacro	3.466
Plano de Segurança Interno – Grupo Alfa	2.340
Gestão de Crise	2.272
Riscos no local de trabalho	1.767
Escola Perecíveis Chefias (HST)	1.548
PDE HSST Logística e Centros de Fabrico	1.041
Segurança e Saúde no Trabalho (e-learning)	1.012
Outros	10.937

Ao nível do voluntariado na Galp Energia, foram ainda realizadas:

- Iniciativa Um Dia Diferente! Em parceria com o Centro de Medicina de Reabilitação de Alcoitão (CMRA)
- Subscrição do código de conduta Empresas e VIH da OIT
- Participação no GIRO 2012 – Grace, Intervir Recuperar e Organizar
- Parceria com a comunidade Vida e Paz
- Campanha de recolha de roupa Trocar para Reciclar...
- Grande Acção de Natal
- Galp Bónus – Campanha de Bónus Solidário
- Campanha Movimento 1 Euro
- Parceria com a EPIS – Empresários pela Inclusão Social
- Parceria com a Entreatajuda
- Passaporte para a empregabilidade – K’Cidade
- Formação em informática à Associação de Reformados Galp Energia
- Recolha e troca de livros escolares – O saber não tem preço...
- Faça mais por menos – Campanha interna;
- A Missão UP | Unidos pelo Planeta.

Trabalho realizado por:

Flipa Oliveira Nobre