

**Desenvolvimento Sustentável**

**SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL**  
**e**  
**RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS**  
**EMPRESAS**

**Manuel Pacheco Coelho**

2013

# INTRODUÇÃO

- A tradição de intervenção social em Portugal remonta ao século XV - fundação das Misericórdias.
- As questões ambientais nunca se fizeram sentir de forma sensível no posicionamento responsável das empresas, dada a incipiência do desenvolvimento industrial que vigorou até aos anos 60.

## Objectivos

- *evidenciar a perspectiva da sustentabilidade ambiental que enforma o conceito mais geral da responsabilidade social,*
- *estudo de caso Caixa Geral de Depósitos, avaliar as potencialidades e fragilidades do desenvolvimento de acções de responsabilidade social neste domínio, em Portugal.*

## Conceptualização: “A Galeria das Responsabilidades”

- Livro Verde da Comissão Europeia (2001) - a conceptualização associada à ideia de **responsabilidade social** >>> situação em que as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.
- O conceito não está definitivamente estabilizado >>> o esforço dos investigadores de o diferenciarem da simples ideia de caridade e de filantropia
- Analisar o conceito de **responsabilidade social empresarial** **identificando as diversas visões existentes** (NETO & FROES, 2001):
  - *A responsabilidade social como atitude e comportamento empresarial ético e responsável*
  - *A responsabilidade social como um conjunto de valores*
  - *A responsabilidade social como postura estratégica empresarial*
  - *A responsabilidade social como estratégia de relacionamento*
  - *A responsabilidade social como estratégia de marketing institucional*

- *A responsabilidade social como estratégia de recursos humanos*
- *A responsabilidade social como estratégia de valorização de produtos/serviços*
- *A responsabilidade social enquanto estratégia de inserção na comunidade*
- *A responsabilidade social como estratégia social de desenvolvimento na comunidade*
- *A responsabilidade social enquanto promotora da cidadania individual e colectiva*
- *A responsabilidade social como exercício de consciência ecológica*
- *A responsabilidade social como estratégia de integração social*

# RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

- o conceito de responsabilidade social a dois níveis:  
*nível interno*, que se relaciona com os trabalhadores << são afectadas pela empresa e, por seu turno, podem influenciar os seus resultados;  
*nível externo* que considera as consequências das acções de uma organização sobre a sua envolvente externa, incluindo, entre outros, os seus parceiros de negócio e o ambiente.
- O surgimento da “responsabilidade social” enquanto temática/disciplina de gestão autónoma (na sequência da Cimeira de Lisboa de 2000), acarretou uma nova perspectiva por parte de alguns agentes.
- A procura das grandes empresas de se distinguirem no processo>>> garantir/melhorar a “imagem de marca” >>>>interesse pelas questões ambientais.
- O caso da Caixa Geral de Depósitos é particularmente interessante --- retirar algumas indicações significativas sobre boas práticas a desenvolver neste domínio.

# Avaliação dos traços mais gerais da responsabilidade social em Portugal

- Estudos, estado da arte da Responsabilidade Social em Portugal ; as motivações para este tipo de actuação; dificuldades e estrangulamentos  
Vejam-se, por exemplo: CECOIA (2004), DELOITTE (2003), KPMG (2007)
- **Algumas conclusões** mais relevantes:
- Pouco conhecido o conceito de Responsabilidade Social e especialmente baixa a percentagem de consumidores considerados “activistas da RS”.
- O “arranque” definitivo, situado algures em 2003/2004.
- **Principais motivações** que levam as empresas a ser socialmente activas.
  - + As empresas apontam >> aspectos que se relacionam com a ética e a melhoria das relações com a comunidade.
  - + Ao **nível da responsabilidade ambiental** as motivações resultam essencialmente da necessidade de cumprimento das regulamentações, da redução de custos e da melhoria de imagem junto dos clientes

- **Benefícios associados à RS:**

- a melhoria da Imagem de Marca da empresa >>> fidelidade de clientes e demais colaboradores;
- as melhores condições internas de funcionamento >>> trabalhadores identificados com os objectivos da empresa, com elevada auto-estima e “espírito de equipa”, garantindo elevada produtividade;
- a melhoria da relação com a comunidade e com os poderes públicos,
- *Colocam a actividade de RS num plano mais ajustado, que não se confunde com mera caridade e repõe a RS no centro da actividade empresarial numa perspectiva de performance.*

## **Principais barreiras** envolvimento das empresas com a RS:

- falta de informação sobre esta temática
- falta de tempo, de recursos humanos, de conhecimento e de dinheiro para desenvolvimento destas actividades e sua apreciação através dos relatórios de RS,
- falta de interacção entre os vários departamentos funcionais e níveis de decisão dentro da empresa
- incapacidade de identificação das ligações entre o negócio a e responsabilidade social empresarial.

## **No que respeita à dimensão ambiental :**

- falta de recursos humanos e financeiros
- atitude e cultura de empresa
- falta de informação associada às temáticas ambientais.

# CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS E A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

- Em 2009, a CGD aderiu ao Programa Ambiental das Nações Unidas para o Sector Financeiro (UNEP FI)
- Desde 1991, o UNEP FI trabalha as temáticas da sustentabilidade no sector financeiro tendo como objectivo a promoção das boas práticas a nível social, ambiental, de *governance* e ética.
- Reconhecimento das NU - papel do sector na promoção do Desenvolvimento Sustentável <<<<< os processos de intermediação financeira têm reflexos nos programas de investimento e indirectamente na alocação dos recursos naturais e efeitos sobre o tecido social.

**Relatório Bruntland** (1987) “desenvolvimento sustentável é aquele que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras em suprir as suas próprias necessidades”.

Adesão da CGD evidencia a preocupação da Caixa com o longo prazo ; convicção de que os princípios do Desenvolvimento Sustentável - *guidelines* para o desenvolvimento futuro.

- Segundo o Eng. Faria de Oliveira, “ os tempos são de mudanças estruturantes onde os valores éticos, ambientais e sociais vêm ganhando peso. Há condições para inovar e desenvolver uma sociedade melhor sendo que a adesão à UNEP-FI representa um compromisso público com o desenvolvimento sustentável”.

- O compromisso da CGD com a sustentabilidade ambiental e com a Responsabilidade Social Empresarial em geral parece estar no “código genético” desta empresa/grupo.
- - “Da História se conclui que a CGD, ao longo de 133 anos, serviu várias vertentes da sociedade Portuguesa, tendo tido sempre presente o princípio moral da intervenção social.”
  
- **MISSÃO**: A consolidação da sua posição como um Grupo estruturante do sistema financeiro Português (...)
  
- As prioridades estratégicas do Grupo, triénio 2008 –2010, incluem:
  - *Apoiar o desenvolvimento cultural e social, promover a sustentabilidade e ser uma referência de Bom Governo em Portugal,*
  
- Directrizes transpostas em 19 prioridades de gestão que incluem:
  - *Potenciar a actuação ao nível cultural, social e promover a sustentabilidade;*
  - *Proactividade no desenvolvimento de melhores práticas de governação e de conduta ética;*

- O *Código de Conduta consagra as regras e os princípios de conduta profissional,*  
” a CGD pauta a sua actividade por princípios de ética, rigor, verdade, transparência, estabilidade e segurança no relacionamento com os clientes”
- *A Caixa adoptou os princípios de Bom Governo das empresas do sector público (Resolução do Conselho de Ministros 49/2007) <<< relatório do cumprimento destes objectivos, integrando uma análise de sustentabilidade nos domínios económico, social e ambiental.*

## A ESTRATÉGIA CAIXA CARBONO ZERO 2010

Desafio das alterações climáticas e a sobreexploração dos recursos naturais-

- As evidências científicas sugerem um conjunto de impactos que não são só de natureza ambiental mas também de natureza económica e social.
- *Os impactes fazem-se sentir na política, nos mercados e na qualidade de vida, afectando os colaboradores e clientes e o negócio da Caixa em todo o mundo.*
- Edificar uma economia de menor nível de emissões de GEE por unidade de riqueza criada.

*Nova realidade:*

- altera a lógica da decisão económica impondo novas exigências de investimento e de gestão do risco,
- incentiva novos mercados (como os das energias renováveis) e implica novas soluções financeiras.
- *A Caixa percebe e reconhece esta situação como uma oportunidade.*
- Nesta linha, a Caixa promove, desde 2007, o **Programa Caixa Carbono Zero** que é um **programa estratégico que visa contribuir para a redução do impacte ambiental das suas actividades ao mesmo tempo que induz boas práticas junto dos seus colaboradores, clientes e sociedade em geral.**

**O Programa Caixa Carbono Zero 2010 concretiza a estratégia agindo em cinco vectores:**

- a) Informação – Caixa informa sobre reduções de carbono
- b) Acção Interna - Caixa reduz consumos de energia e emissões de carbono
- c) Compensação – A Caixa compensa emissões de carbono inevitáveis
- d) Mercado- Caixa promove negócios de baixo carbono
- e) Comunicação - Comunica através de Caixa Carbono Zero

# CONCRETIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA EM PROJECTOS

- **Central Solar Térmica**
- **Dia a Dia Carbono Zero**  
*O Planeta Agradece*
- **Floresta Caixa**
- **Sensibilização Ambiental**
- **Sensibilização Ambiental – Floresta Caixa**  
Conferência de Al Gore  
*“área lounge”*  
Acções de Natal *“para um futuro melhor”*
- **Cartão Caixa Carbono Zero**  
**Tapada Nacional de Mafra**
- **Calculadora de Carbono Caixa**

- **Apoio à Investigação Científica**  
**Saldo Positivo, Ciclo da Poupança**  
**Programa Nova Geração de Cientistas Polares**  
**Ciclo de Conferências “Um Alerta Global para o Desenvolvimento Sustentável**
- **Concurso de Design de Mobiliário com Materiais Reciclados**
- Publicações Revista Azul
- Programas crédito- energias renováveis, My Energy
- A sustentabilidade ambiental não deve ser desligada dos outros dois pilares do desenvolvimento: económico e social >>> acções de solidariedade da Caixa, acções de apoio à cultura e desporto dos seus colaboradores e da Comunidade; esforços quanto à transparência da informação (incluindo a criação de um provedor para o cliente), etc

# NOTAS CONCLUSIVAS

- Cedo para avaliar os resultados da estratégia.
- A) Sinais de reconhecimento, por parte da Comunidade:
- Prémio no estudo “Marcas de Confiança” em que a Caixa foi considerada Marca de Confiança em Portugal e foi realçado o seu papel ao nível ambiental,
- *O Planeta Agradece* foi distinguido com o prémio “eficácia em responsabilidade social”,
- Estudos da BrandScore evidenciam a associação da Marca CGD à Responsabilidade Social e uma forte associação da marca à Cultura.
- Até que ponto esta actividade tem tido impacto no mercado e na performance da Caixa é uma questão para futura investigação.

- B) Importância da tradição em termos de RS.
- C) RS não é seguramente apenas filantropia, embora possa/deva também incluir esta actividade.

*A responsabilidade social, em geral, e a promoção da sustentabilidade ambiental, em particular, procedem a uma operacionalização mais eficaz se integrada na perspectiva global do negócio e das suas relações com o meio envolvente.*

- D) O caso CGD evidencia as vantagens do estabelecimento de uma estratégia coerente e integrada, com um fio condutor que organiza os diferentes eixos de actuação e respectivas acções.
- Reforça a imagem de Marca com um selo de pertinência e coerência interna que possibilita um desempenho mais eficaz.