



UNIVERSIDADE DE CABO VERDE
ENG – Escola de Negócios e Governação

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS E SECRETARIADO EXECUTIVO

A Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável nas
Empresas Privadas:
Estudo de Caso CAVIBEL, SARL

Isabel Maria Soares Monteiro

Praia/Cabo Verde
2012



**UNIVERSIDADE DE CABO VERDE
ENG – Escola de Negócios e Governação**

Isabel Maria Soares Monteiro

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS E SECRETARIADO EXECUTIVO

Monografia como requisito para o complemento do grau de licenciatura em Relações Públicas e Secretariado Executivo, apresentada ao departamento da Escola de negócio e governação da Universidade de Cabo Verde.

Orientador: Mestre José Carlos Teixeira

Praia/Cabo Verde
2012

AGRADECIMENTO

Ter chegado a esta etapa importante da minha vida foi um desafio muito grande. Graças ao meu esforço e ao apoio incondicional de muitas pessoas, hoje posso dizer que ultrapassei mais uma barreira, ganhei mais uma batalha. Uma vitória alcançada, que devo sobretudo aos meus familiares amigos, colegas, e professores. Muito obrigada!

Agradeço também a empresa Cavibel, sarl e a todos os que colaboraram para que este trabalho pudesse realizar.

Um reconhecimento especial vai para o meu professor e orientador, Mestre José Carlos Teixeira, pela sua disponibilidade e dedicação, e, acima de tudo, pela paciência durante todo esse tempo.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, ao meu marido Dany pela paciência e pelo apoio incondicional e, especialmente, ao meu filho Dennys, hoje com 4 anos, a quem tive de roubar os nossos maravilhosos momentos para me dedicar ao trabalho e à universidade.

RESUMO

O papel das empresas face aos problemas sociais e ambientais está a despertar cada vez mais interesse por parte da sociedade e de todos os *stakeholders* envolventes, fazendo com que as empresas adoptem novas estratégias para garantir a sua sustentabilidade a longo prazo. Este trabalho tem como objetivo principal conhecer as acções sociais praticadas pela empresa do ponto de vista dos colaboradores internos e analisar as contribuições destas para a sustentabilidade da mesma. A metodologia consistiu num estudo de caso, na qual foi aplicada um inquérito aos colaboradores internos e uma entrevista ao Director dos Recursos Humanos da Empresa. Os resultados obtidos levam-nos a concluir que a empresa é socialmente responsável e sustentável. Contudo, os colaboradores internos são poucos informados dessas práticas.

Palavra-chave: Responsabilidade Social; Desenvolvimento Sustentável; Sustentabilidade; Empresas Privadas; Cavibel Sarl.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

DNA	Acido Desoxirribonucleico
ECCBC	Companhia Equatorial de Engarrafamento Coca – Cola
FICASE	Fundação Cabo-verdiana de Acção Social Escolar
MAAP	Ministério de Agricultura Ambiente e Pesca
ONGs	Organizações Não Governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
PANA II	Plano de Acções Nacional para Ambiente
PIB	Produto Interno Bruto
RH	Recursos humanos
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
UNEP	Programa Ambiental das Nações Unidas

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
1.1 Contextualização	1
1.2 Pergunta de partida	2
1.3 Justificativa	2
1.4 Objectivos e hipóteses.....	4
1.4.1 Objectivo geral.....	4
1.4.2 Objectivos específicos	4
1.4.3 Hipóteses.....	4
2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA CAVIBEL, SARL	5
3. REFERENCIAL TEÓRICO	7
3.1 Evolução e conceito da Responsabilidade Social	7
3.2 Características básicas de uma empresa socialmente responsável	10
3.3 Políticas de Responsabilidade Social (princípios, valores e ética)	11
3.4 Cidadania corporativa.....	14
3.5 Teoria de Stakeholders e a Responsabilidade Social.....	15
3.6 Responsabilidade Social e moral das empresas.....	16
3.7 Responsabilidade Social e as preocupações sócio ambiental	17
3.8 Contribuição da Responsabilidade Social no fortalecimento da imagem empresarial.....	18
3.9 Desenvolvimento Sustentável	19
3.10 Os três componentes do Desenvolvimento Sustentável	21
3.11 Papel das empresas no Desenvolvimento Sustentável	22
3.12 Desenvolvimento económico - crescimento económico	23
3.13 A Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável em Cabo Verde.....	24
4. METODOLOGIAS	26
4.1 Procedimentos metodológicos.....	26
4.2 Amostra dos inqueridos	26

4.3 Instrumento de recolha de dados	27
4.4 Tratamento e análise de dados	28
4.5 Limitações e constrangimentos	28
5. RESULTADOS: ESTUDO DE CASO CAVIBEL, SARL.....	30
6. CONCLUSÃO	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICOS.....	44
ANEXOS	47
Anexo A: Questionário	
Anexo B: Guião de entrevista	
Anexo C: Certificados das políticas na empresa Cavibel, sarl	

LISTA DE TABELAS, GRÁFICOS E FIGURA

TABELAS:

Tabela 1 - Relativo a Responsabilidade Social

Tabela 2 - Relativo ao Desenvolvimento Sustentável

GRÁFICOS:

Gráfico 1 - Noção de Responsabilidade Social

Gráfico 2 - Classificação da empresa como Socialmente Responsável ou não

Gráfico 3 - Acções sociais direccionados aos colaboradores internos

Gráfico 4 - Projecto sociais de educação infantil

Gráfico 5 – O potencial das acções sociais para a promoção da imagem empresarial

Gráfico 6 – Conceito de Desenvolvimento Sustentável

Gráfico 7 – Classificação da empresa quando a sustentabilidade

Gráfico 8 - Iniciativas para a consciencia ecológica

Gráfico 9 - Tecnologias “amiga” do ambiente

FIGURAS:

Figura 1 - Cronologia da evolução dos conceitos relacionados a Responsabilidade Social empresarial

Figura 2 - Os três componentes do Desenvolvimento Sustentável

1. INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Actualmente, a Responsabilidade Social é um dos temas mais debatidos no campo da gestão, envolvendo todos os sectores de serviços e causando muitas inquietações nos políticos, universitários, empresários e a sociedade em geral. Este tema leva-nos essencialmente para a discussão entre as fronteiras de intervenção empresarial na sociedade e os limites éticos que regulam essas acções.

As empresas são os principais agentes económicos de um país, onde os avanços tecnológicos e a grande capacidade de gerar recursos conduzem-nas a traçar novos objectivos e uma nova visão estratégica. Objectivos, que vão para além do lucro. As empresas passam agora a ter novas preocupações como a Responsabilidade Social, a Gestão Ambiental e a sustentabilidade empresarial.

Uma empresa socialmente responsável, é aquela que adota uma postura ética, onde o respeito pelos seus *stakeholders* e pela comunidade, passam a ser uma grande diferencial na criação de uma vantagem competitiva e no sucesso da mesma. As atitudes individuais e empresariais tornam-se objecto de análise perante os analistas e ambientalistas, que cada vez mais se preocupam com as acções das empresas e do próprio homem perante essas questões.

A Gestão Ambiental e a Responsabilidade Social são actualmente condicionadas pela pressão de regulamento e pela busca de melhor reputação perante a sociedade. O reconhecimento destas na sociedade actual, faz com que estas sejam consideradas valores permanentes, factores de avaliação e indicadores de preferência para investidores e consumidores. Investir na Gestão Ambiental e na Responsabilidade Social pelas empresas são também aspectos que fortalecem a imagem das organizações diante dos mercados em que actuam, perante as comunidades onde estão inseridas, os colaboradores, concorrentes e fornecedores, para além de contribuir para melhoria de qualidade de vida das pessoas.

O Desenvolvimento Sustentável passou a ser incorporado nas estratégias de gestão das empresas, que preocupam com a qualidade de vida dos seus *stakeholders*, o meio ambiente e com as gerações futuras. A sustentabilidade das acções

empresariais transformou num desafio para os dirigentes que apostam na qualidade de vida das pessoas e que têm a consciência de que hoje o lucro tornou-se insuficiente para a sobrevivência das organizações principalmente para as empresas privadas.

Com o aumento de número de empresas e a grande competitividade no mercado, as empresas necessitam de ter uma visão do seu papel na sociedade, e da participação na vida do público interessado. A Responsabilidade Social é vista como uma estratégia utilizada pelas empresas para o alcançar da competitividade.

O desenvolvimento das sociedades, as preocupações éticas e sociais na gestão das empresas e de negócio, a grande concorrência no mercado, e a vigilância das sociedades em relação às actividades sociais das empresas fazem com que as mesmas adoptem um novo posicionamento em relação aos temas sociais.

Infelizmente, ainda existem empresas que exercem suas actividades na sociedade, sem se preocuparem com as consequências dos seus actos, ou a qualidade de vida das pessoas que directas ou indirectamente serão afectadas. Isto porque não existe uma cultura ética na empresa ou porque a preocupação principal é o retorno pretendido, acabando por enfraquecer a sua própria sobrevivência.

1.2 Pergunta de partida

Na óptica dos colaboradores internos, quais as contribuições das ações sociais praticadas pela empresa para a sustentabilidade da mesma?

1.3 Justificativa

As preocupações sociais são da responsabilidade de todos, as empresas devem evoluir junto como os seus colaboradores, bem como junto com a sociedade em geral.

A razão da escolha do tema para este trabalho é primeiramente académico, mas também algumas motivações pessoais incentivaram a escolha:

- A sociedade cabo-verdiana é uma sociedade frágil, com muitos problemas sociais e que carecem de intervenção das empresas;

- Muitas das vezes, as ações sociais praticadas pelas empresas em Cabo Verde não são comunicadas aos colaboradores internos, para que possam participar e de alguma forma dar também os seus contributos – pouca divulgação dessas ações junto dos colaboradores internos;
- A importância da gestão sócio ambiental para a sustentabilidade da empresa ganha hoje cada vez mais importância, para melhoria de condições de vida dos colaboradores e para a satisfação dos seus *stakeholders*;
- Oferecer também aos gestores e futuros gestores uma nova visão sobre as relações com os seus stakeholders e, sobretudo, mostrar uma nova forma de alcançar a vantagem competitiva;
- Demonstrar as contribuições das práticas das ações sociais, para a promoção da imagem empresarial.

A escolha da empresa Cavibel, sarl para aplicar o estudo de caso, foi uma escolha pessoal. Primeiro, porque durante todo o percurso universitário foi muito observada, pelo facto de ser uma empresa industrial que trabalha directamente com o meio ambiente, e com isso, o seu impacto ambiental será maior. Segundo, porque nos últimos anos apesar da empresa Cavibel, sarl estar aparentemente mais activa na sociedade através das suas acções praticadas, os efeitos negativos das suas acções no meio ambiente ainda é preocupante, por causa da emissão de gases e da destruição da Praia Negra situada nas proximidades da empresa.

O nosso contexto social - baixo rendimento, desemprego, educação ambiental fraca, carências no ensino básico -, faz com que temas sociais tornem um desafio cada vez maior para as empresas. Assim sendo, novas estratégias terão que ser adoptadas a fim de melhorar as condições de vida das pessoas e de mudar os comportamentos tanto pessoal como empresarial.

1.4 Objectivos e Hipóteses

1.4.1 Objectivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é conhecer as acções sociais praticadas pela empresa e analisar, do ponto de vista dos colaboradores internos, quais as suas contribuições para a sustentabilidade da mesma.

1.4.2 Objectivos específicos

- Identificar as acções sociais praticadas pela empresa no quadro da sua política de responsabilidade social;
- Verificar se a empresa está ciente da sua missão/responsabilidade perante os seus *stakeholders*;
- Analisar a relação existente entre as práticas das acções sociais e a imagem empresarial;
- Conhecer as acções sustentáveis da empresa e a sua contribuição para a melhoria das condições ambientais;
- Averiguar do nível do conhecimento dos colaboradores internos relativos as práticas de acções sociais da empresa.

1.4.3 Hipóteses

H1: As acções sociais na empresa contribuem para uma maior envolvimento dos seus públicos tanto internos como externos. Em relação aos aspectos empresariais, trazem uma maior motivação e adesão dos seus colaboradores internos, ajuda ainda na melhoria de condições de vida dos colaboradores, das comunidades e no desenvolvimento do país.

H2: A empresa utiliza essas acções como uma estratégia na conquista do seu público interessado (interno e externo). Através de acções sociais, ela pode garantir a sua sustentabilidade a longo prazo, além de fortalecer a sua imagem institucional perante os seus *stakeholders*.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA CAVIBEL, SARL

A Cavibel, sarl indústria de Cabo Verde é, uma empresa privada surgida em 1997 pela fusão da ex. empresa Sumol. É representada por accionistas e uma Assembleia Geral, pertence a companhia espanhola ECCBC, (Companhia Equatorial de Engarrafamento Coca-Cola), que agrupa 13 países, sendo esta companhia a representante oficial da Coca-Cola Company.

A sede da empresa fica situada na Praia Negra, Cidade da Praia, ilha de Santiago - Cabo Verde, o principal polo de atracção económico e financeiro do país, onde fica também a sede da empresa Strela, pertencente aos mesmos accionistas.

Sendo uma grande empresa nacional, a Cavibel, sarl possui três delegações, no Sal, Boa Vista e em São Vicente e tem, ainda, vários representantes nas outras ilhas do país.

Inicialmente a empresa dispunha de duas fábricas: uma na cidade da Praia surgida logo após a sua oficialização e a outra na cidade do Mindelo ilha de São Vicente, implantada no ano de 2002. A fábrica do Mindelo se diferencia da fábrica da praia, porque ali só se engarrafavam refrigerantes em garrafa de plástico.

Após algum tempo (não definido), a fábrica em Mindelo foi fechado, devido a problemas de transporte, devido a nossa insularidade, causando vários constrangimentos na produção dos refrigerantes. O encerramento deve-se ainda á falta de água, problemas sociais de várias ordens, e por se considerar que na cidade do Mindelo já não havia grandes potências económicas que justificasse a presença da fábrica. A fábrica do Mindelo foi transferida para a cidade da Praia, onde houve a unificação das três fábricas, isto contando com a fábrica da Ceris-Cerveja de Cabo Verde que já se encontrava na Praia.

A empresa está estruturada em 6 (seis) departamentos: Direcção Geral, Direcção Recursos Humanos, Direcção suply chain¹, Direcção Industrial, Direcção Comercial e Marketing e Direcção Financeiro. A empresa conta com mais de 2 (duas) centenas de trabalhadores a nível nacional cujo número exacto não foi indicado, sendo que 180 colaboradores contratados na ilha de Santiago. O facto de ser uma empresa

¹ Caminho percorrido por um produto desde a fábrica até ao consumidor.

comercial representante de grandes marcas e diversidades, a Cavibel, sarl acaba por gerar mais de 3 (três) mil empregos indirectos, contando com os estabelecimentos comerciais, quiosques, etc.

O volume de negócio da empresa Cavibel, sarl é de 1.854.143.031\$00 dados relativos ao ano de 2011.

A Cavibel, sarl persegue os seguintes objetivos:

- Criar uma empresa duradoura e eficaz;
- Construir uma valiosa rede de emprego;
- Inovar na criação de formas mais eficientes de produzir bebidas;
- Contribuir para a melhoria social, económico e ambiental das comunidades em que atuam.

Missão da empresa:

Define o objectivo a longo prazo e o critério das actuações e decisões para chegar a 3 (três) metas fundamentais:

- Refrescar o mundo;
- Inspirar momentos de optimismo e felicidade;
- Criar valores e marcar a diferença.

A empresa tem estado a evoluir e a acompanhar as necessidades da sociedade Cabo-verdiana, procurando inserir novos produtos no mercado, tendo actualmente introduzido um novo produto na sua produção: a água Bonáqua, contando assim com os seguintes produtos e marcas:

- Refrigerantes da Coca-Cola (vários sabores) - Coca-Cola, Fantas e Sprite
- Água tónica;
- Schweppes;
- Malta-Actimalt;
- Água - Bonáqua.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Evolução e Conceito da Responsabilidade Social.

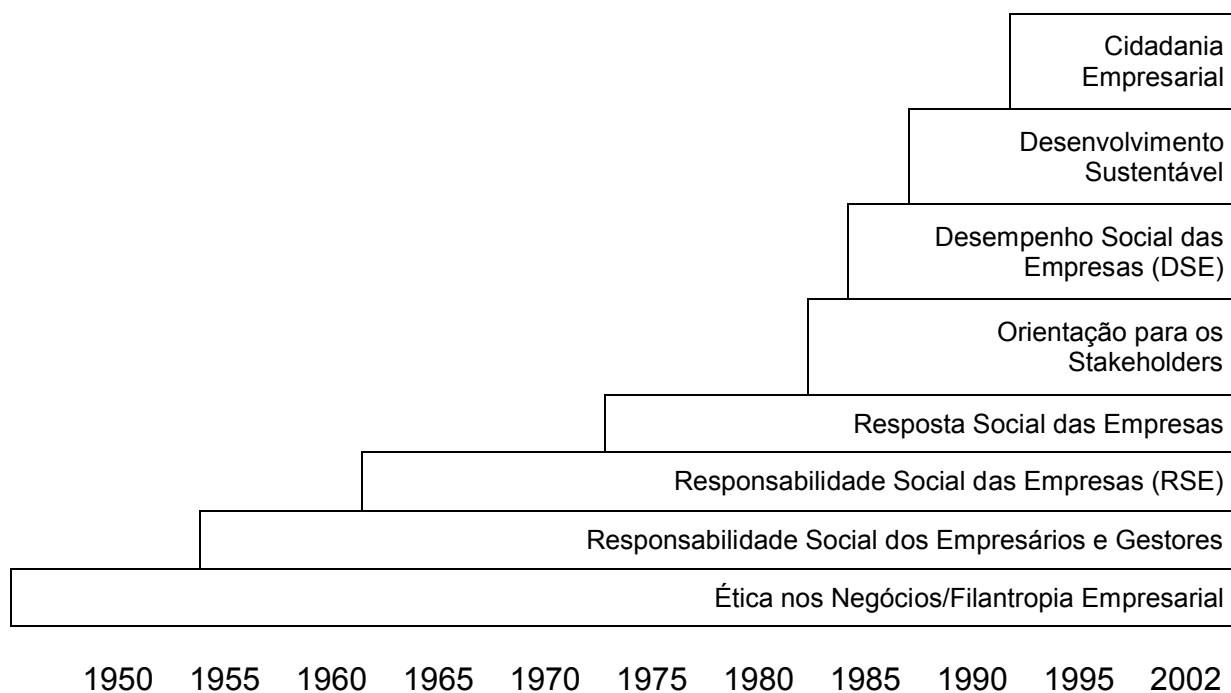
Tenório (2004.p.13) afirma que a abordagem de actuação social empresarial surgiu no século XX com o filantropismo. Em seguida, com o esgotamento do modelo industrial e o desenvolvimento da sociedade pós-industrial, o conceito evoluiu, passando a incorporar os anseios dos agentes sociais no plano de negócio das corporações.

Tenório (2004), afirma ainda que os principais estudos teóricos sobre a Responsabilidade Social Empresarial, desenvolvidos a partir dos pressupostos conceituais da sociedade pós – industrial surgem em 1950.

O conceito contemporâneo da Responsabilidade Social Empresarial está associado aos valores requeridos pela sociedade pós-industrial. Nessa nova concepção do conceito, há o entendimento de que as empresas estão inseridas num ambiente complexo, onde suas actividades influenciam e têm impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade.

Consequentemente, a orientação do negócio visando atender apenas os interesses dos accionistas, torna-se insuficiente, sendo necessária incorporação de acções sociais no plano das empresas, como forma de fazer a interacção entre a empresa e a sociedade. Contudo, é a partir de 1970 que os trabalhos desenvolvidos a respeito do tema foram ganhando destaque. O mesmo autor afirma que além do filantropismo, desenvolveram-se conceitos como o voluntariado empresarial, a cidadania corporativa, responsabilidade social e por último, desenvolvimento sustentável.

Bakker, Groenewege e Hong (2005), identificam um aumento considerável de volume de publicações a partir de 1990, com o conseqüente agravamento de sobreposição de conceitos, reflectindo o interesse crescente dos cientistas sociais pela temática. Segundo os autores, a evolução do campo da RSE é marcada por uma tendência para se desenvolver hipóteses baseadas em trabalhos anteriores e testar teorias, introduzindo simultaneamente novas definições no discurso académico e profissional.



**Figura 1 – Cronologia dos Conceitos relacionados com RSE
(Adaptado de Bakker et al., 2005)**

O Brasil, nas últimas décadas, tem estado em destaque em relação aos outros países com o aumento significativo de trabalhos académicos, debates políticos, e iniciativas empresariais dedicadas à Responsabilidades Social e Empresarial (RSE).

Em 1998, surgiu o instituto Ethos que é considerado como uma das mais influentes fontes de reflexão e divulgação do tema social da RSE no Brasil, cuja missão principal é desenvolver laços duradouros e mutuamente benéficos para os múltiplos *stakeholders* tal como esclarece a seguinte declaração.

«Responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co - responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (accionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, Governo e meio ambiente) e conseguir incorpora-los no planeamento de suas actividades buscando atender às demandas de todos, não apenas dos accionistas ou proprietários» (instituto Ethos, 2006).

Apesar de muitos debates em relação ao tema, ainda não existe uma definição consensual e formal sobre a Responsabilidade Social, o que faz com que este não tenha o mesmo significado para todos. O que para uns representa cumprir

obrigação legal ou traçar o caminho para a sua própria sustentabilidade para outros significa ser ético, fazer o bem sem esperar o retorno material. Portanto, diversos são os pontos de vista dos autores.

Puppim de Oliveira (2005:p.3), embora reconhecendo que não existe uma lista exaustiva do que são acções socialmente responsáveis, define a RSE como respeitando “a maneira como as empresas agem, como impactam e como se relacionam com o meio ambiente e suas partes legitimamente interessadas”. Por outro lado, Ashley (2005:p.61) amplia esta responsabilidade para a necessidade da empresa responder perante “as expectativas de seus stakeholders atuais e futuros” (2005:p.47), evidenciando uma preocupação mas vasta com o desenvolvimento sustentável.

Duarte e Torres (2005) referem que a RSE implica uma actuação estratégica da empresa, traçando metas para atender necessidades sociais, de forma a garantir o lucro, a satisfação do cliente e o bem-estar social. Os autores sintetizam as crenças atuais sobre o tema nos seguintes termos:

«A responsabilidade social surge como resgate da função social da empresa, cujo objectivo principal é promover o desenvolvimento humano sustentável, que actualmente transcende o aspecto ambiental e se estende por outras áreas (social, cultural, económica e política), e tenta superar a distância entre o social e o económico, obrigando as empresas a repensar seu papel e a forma de conduzir seus negócios” (p.24).

Neste contexto, é de salientar que as empresas devem adequar as Responsabilidades Sociais ao contexto em que estão inseridos, tornando a suas acções um sinónimo de produtividade e acima de tudo de competitividade, para que haja um equilíbrio entre a organização e o ambiente envolvente.

Melo Neto e Froes (2001, apud Karkotli, 2006. P.71) mencionam a visão de Responsabilidade Social no início do Séc. XX, como uma “Acção de Caridade” típicas dos capitalistas do início do século, que utilizavam a filantropia como forma de expiração dos seus sentimentos de culpa por obterem lucros fáceis.

A filantropia, tal como entendida actualmente, consiste numa transferência voluntária de recursos da sociedade civil em benefício de quem tem carências essenciais ou em nome de uma transformação social (Kisil, 2005). Sendo esta contribuição da sociedade civil, entendido como expressão de adesão a determinados princípios, valores e crenças.

Neste contexto, Melo Neto Froes (2001 apud, Karkotli, 2006, P.67), distingue a filantropia da Responsabilidades Social:

«A filantropia é individualizada, pois a atitude e a acção são do empresário. A Responsabilidade social é uma atitude colectiva e compreende acções de empregados, directores e gerência, fornecedores, accionistas, e até mesmo clientes e os demais parceiros de uma empresa. É portanto uma soma de vontades individuais e reflecte um consenso. A Responsabilidade Social é uma acção estratégica da empresa que busca retorno (...) A filantropia não busca retorno algum, apenas o conforto pessoal e moral de quem a prática».

3.2 Características básicas de uma empresa Socialmente Responsável

Apesar das diversidades na abordagem do tema, existem algumas condições mínimas que uma empresa deve atender para que seja considerada socialmente responsável, atendendo a três características básicas que a sua conduta deve respeitar.

Furtado (2003, p.10) cita algumas características de uma empresa socialmente responsável:

Reconhece os impactos que causam suas actividades sobre a sociedade na qual está inserida;

Gere os impactos económicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto a nível local como global; e,

Realiza esses propósitos através do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes através de parceiras com outros grupos e organizações.

As questões sociais são concepções que ainda hoje geram pouca clareza por parte das empresas, fazendo com que esta defenda cada vez mais da filosofia, da estratégia organizacional e dos valores individuais de cada gestor dentro da organização.

3.3 Políticas de Responsabilidade Social (Princípios, Valores e Ética)

O estudo das empresas torna-se um fenómeno cada vez mais complexo, isto porque não existem empresas iguais, cada um tem os seus objectivos traçados, cada pessoa dentro dela possui o seu sistema de valores, atitudes e comportamentos deferentes.

No dicionário das Ciências Sociais, Birou (1976: p.419), refere que «a palavra “valor” é uma das que possuem significação mais rica, mais complexa e mais difícil de definir». O autor descreve valor como a «capacidade que um objecto, coisa ou outra pessoa tem de satisfazer um desejo, uma necessidade ou uma aspiração humana», distingue ainda como principais categorias de valores, o valor económico, jurídico, ético ou moral, cultural, e religioso, ressalta ainda que reflectir sobre os valores e reflectir sobre o que é um bem, quer a nível do destino da sociedade quer a nível do destino pessoal.

Segundo Kluckhohn (1951), no âmbito da teoria de acção refere que, os valores influenciam o comportamento, introduzindo um elemento de previsibilidade na vida social (p. 400) na medida em que, de acordo com os seus valores, o agente “manipula os seus recursos” de forma a facilitar a aproximação directa ou indirecta um determinado objecto ou estado que ele valoriza (p.412).

Segundo Elkington (2001, p.412), é preciso que o conceito de valores adquira um significado diante da preocupação com o desenvolvimento sustentável. Não basta apenas que reflectam a cultura e as crenças das organizações. São necessários que respondam questões como:

- A gestão de topo entende que o negócio da empresa não é simplesmente a criação de valor económico, mas também, cada vez mais a satisfação de uma gama de valores sociais e éticos?
- Quais são os valores da empresa? Quais são os valores dos clientes e de stakeholders-chave? Eles são congruentes? E como eles se relacionam com a linha dos três pilares da sustentabilidade?
- Os valores da empresa estão alinhados com a agenda da sustentabilidade emergente? Se não, quais são a natureza e a escala das lacunas a serem preenchidas?

Ética empresarial refere-se ao campo organizacional que estuda os comportamentos e, as decisões empresariais que produzem impactos no bem-estar social e individual. A ética, enquanto estudo dos princípios de conduta e do comportamento moral divide-se em duas grandes áreas teóricas: ética normativa e a meta ética. De acordo com Rohmann (2000, p.146), a primeira propõe os princípios da conduta correcta e a segunda investigação o uso e a fundamentação de conceitos como certo ou errado, bem como do bem e do mal.

Algumas implicações em relação a este conceito:

- O compromisso ético: este compromisso está relacionado com fazer o bem, o código de ética torna-se um instrumento importante na realização da missão e visão da empresa.
- Actuação dos stakeholders: envolvimentos de todas as partes interessadas na definição e estratégia de negócio da empresa a fim de gerar um compromisso mútuo dentro das metas estabelecidas.
- O balanço social: será o registo das acções sociais praticadas pelas empresa, que permite avaliar os resultados.

A empresa socialmente responsável, não se limita exclusivamente as acções sociais virados ao público externo, pois existem acções sociais para o público interno, que vai além de investir no desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, bem como, melhoria das condições de trabalho, criar formas de incentivar os mesmos, baseando num relacionamento ético e transparente.

Furtado (2003) cita alguns pressupostos da política interna da Responsabilidade Social:

- Participação nos lucros e nos resultados, poderoso instrumento de envolvimento e compromisso com o sucesso dos negócios e contribuindo para uma maior motivação dos mesmos;
- Valorização da diversidade: dentro da empresa não deve ter qualquer tipo de discriminação no recrutamento, selecção, tratamento avaliação, remuneração, progressão, promoção;

- Compromisso com o futuro das crianças: a empresa não deve utilizar a mão-de-obra infantil, empregar crianças com menor que 16 anos de idade, conforme a legislação cabo-verdiana. Por outro lado, deve ser socialmente responsável com elas;
- Comportamento frente a demissão e na preparação para aposentadorias.

Os princípios de RSE exigem uma filosofia gerência de permanente busca de equilíbrio entre os três compromissos sociais: económico, legal e ético.

Compromisso económico refere-se a responsabilidade de fazer com eficácia e qualidade necessidades sociais de consumo, gerando com essa actividade lucros que permitam reforçar o investimento, desenvolver o negócios e recompensar financeiramente os accionistas. Este compromisso confunde-se com a própria razão de existência e condição de sobrevivência das empresas, constituindo-se uma prioridade natural dos esforços gerenciais dos dirigentes.

Compromisso legal refere-se ao cumprimento das normas legais e o respeito pelas Autoridades do Estado.

Compromisso ético das empresas, por seu lado refere-se ao respeito pelo princípio geral de conduta segundo a qual, em cada acção deve ser considerado o bem-estar de toda a humanidade.

Uma das teorias com maior adesão na literatura Norte Americana sobre o tema RSE foi a proposta de Carroll (1979,1999), proposta esta que ainda resiste e permanece amplamente aceite pela comunidade científica. Carroll (1979,1999 p.63) estabelece quatro tipos específicos de RSE, identificadas com base nas expectativas da sociedade em relação ao desempenho empresarial, apresentando ainda uma definição de RSE estruturada em quatro dimensões: económico, legal, ética, e filantrópica.

Responsabilidades económicas - são as obrigações que as empresas têm de gerar riqueza, manter o crescimento e responder as necessidades de consumo da sociedade.

Responsabilidades legais - necessidades de que o crescimento económica seja alcançado sem violar o quadro normativo e cumprindo as obrigações legais.

Responsabilidades éticas - adopção de uma conduta sintonizada com os códigos morais e os valores implícitos da sociedade, para além do exclusivo cumprimento da lei.

Responsabilidades filantrópicas - contribuição activa e voluntária das empresas para a resolução de problemas sociais e a melhoria de qualidade de vida da sociedade em geral.

3.4 Cidadania Corporativa

A grande competitividade no mercado faz com que os gestores adaptem-se às situações reais, e adaptam estratégias para atrair os seus colaboradores de forma a crescerem mutualmente.

Vassalo (2000) diz que não existe uma fórmula geral de RSE quando se trata de negócio. Contudo, esse autor adianta alguns passos básicos podem ajudar muito na implantação de uma estratégia de uma boa cidadania corporativa:

- Desenvolver uma missão e um conjunto de valores e serem seguidos, para que a Responsabilidades Social seja uma parte integrante de cada processo decisório, é preciso que ela faça parte do “DNA” da companhia, seu quadro de missão, visão e valores. Isso leva a um comprometimento explícito das lideranças e dos funcionários com questões, como ética nos negócios e respeito a accionistas, clientes, fornecedores, comunidades e o meio ambiente.
- Colocar os valores da empresa de nada adianta ter um maravilhoso quadro de valores na parede do escritório se eles não são exercitados e praticados a cada decisão tomada.

- Promover a gestão executiva é um exercício diário e permanente. É preciso fazer com que cada executivo leve em consideração os interesses dos seus homólogos antes de tomar qualquer decisão estratégica.
- Comunicar, educar e treinar as pessoas só conseguirá colocar valores de cidadania corporativa em prática se os conhecerem e souberem como aplicá-los no dia -a -dia.
- Publicar os balanços sociais e ambientais- elaborados por especialistas e auditores externos, eles garantem uma visão crítica de como accionistas, funcionários, organizações comunitária e ambientalistas enxergam a actuação da empresa.
- Usar a sua influência de forma positiva – o mundo corporativa é formado por uma grande rede de relacionamento. Use os valores cidadãos da empresa para influenciar actuação de fornecedores, clientes e companhias do mesmo sector.

3.5 Teoria dos Stakeholders e a Responsabilidade Social

Freeman foi o primeiro estudioso a apresentar, de forma explícita e detalhada, a teoria dos stakeholders. Segundo Boresnstein (1996) nessa teoria, Freeman argumenta que nas decisões sobre alocações de recursos organizacionais, devem ser considerado os seus efeitos sobre os grupos de interesse que se relaciona com a organização ou exteriores a ela.

Segundo Bryson (2003), a simples definição de stakeholders varia de autor para autor. Freeman (1984) define stakeholders como qualquer grupo ou indivíduo que afecte ou seja afectado, quando uma organização atinge os seus objectivos. Enquanto, Bryson (1995), define o como qualquer pessoa, grupo ou organização que possa atrair atenção, recursos ou produção da organização ou ainda ser afectada por aquela produção. São eles: clientes, fornecedores, empregados, accionistas, comunidade, publica em geral, gerações futuras e meio ambiente.

Freeman e McVae (2001) lançam uma questão interessante, que o desenvolvimento das ideias de Responsabilidade Social contribui para o desenvolvimento da abordagem dos stakeholders. Percebe-se até o momento através de elementos abordados, que a terminologia das Responsabilidades Social permeia vários pontos

da teoria e do histórico do desenvolvimento das concepções, até mesmo as relativas ao desenvolvimento sustentável.

O Desenvolvimento Sustentável reflecte-se em âmbito organizacional de várias formas, sendo uma delas, o desenvolvimento de aspectos sócioambientais entre os objectivos organizacionais, atribuindo assim mais uma justificativa para se abordar a Responsabilidade Social, pois podem surgir desta as características que as organizações devem apresentar perante a sociedade a fim de construir o Desenvolvimento Sustentável.

Certo e Porte (1993, apud Machado filho,2002,p.46), no sentido de formular um pensamento de convergência de pensamento, pró e contra o engajamento das empresas em actividades de Responsabilidades Sociais, manifestam se assim:

O ponto de vista clássico vê as empresas como entidades económicas, enquanto o ponto de vista contemporânea concebe as empresas como membros das sociedades. Embora as organizações de negócio exerçam claramente os dois papéis, o reconhecimento disso nem sempre responde a questões de como as companhias devem se envolver em actividades de responsabilidade social. Entretanto, em muitos casos, ambos os pontos de vista levam a mesma conclusão sobre o facto de uma empresa dever ou não se engajar em uma actividade dessa natureza em particular. Por exemplo, quando a actividade for exigida por lei, ambas as abordagens apoiam o envolvimento nela. E, em situação em que há lucro, ambas as abordagens apoiam o envolvimento na actividade.

3.6 Responsabilidade Social e a moral das empresas

Apesar da Responsabilidade ser uma atribuição dos indivíduos, ela também pode ser atribuída às organizações e, no caso particular as empresas, que hoje colocam-na no plano estratégico da mesma, em concordância com os objectivos da própria empresa.

Hemingway e Maclagan (2004: p.4) referem, a este propósito, que o exercício da RSE, em cada empresa, “não é tanto um indicador da política corporativa, mas sim o reflexo de valores e de acções individuais”

Zimmerman (1992), refere que é necessário verificarem-se duas condições para que alguém possa ser considerado responsável pelas consequências se um acto

praticado: primeiro, a pessoa deve ter agido de livre vontade, resultando o acto de uma escolha entre opções alternativas; segundo, a pessoa deve ter consciência das implicações morais daquela acção.

Tratando-se de RSE, em específico, esta é entendida como «a responsabilidade daquele que é chamado a responder pelos seus actos face á sociedade ou a opinião pública (...) na medida em que tais actos assumam dimensões ou consequências sociais» (Birou,1976: p. 361).

Por isso, tal como esclarece Thiry-Cherques (2003:p.33): «A responsabilidade social compreende dever de pessoas, grupos e instituições em relação á sociedade como um todo, ou seja, em relação a todas as pessoas, todos os grupos e todas as instituições. A responsabilidade é que nos faz sujeitos e objectos da ética, do direito, das ideologias e, se quisermos da fé. É o que nos torna passíveis de sanções de castigo, de reprovações e de culpa.

No entanto, surgem muitas dúvidas e controvérsias quando a responsabilidade moral é incluída no contexto empresarial. Tal como refere Thiry - Cherque (2003 p.54), só as pessoas podem ser moralmente responsabilizáveis, não as empresas enquanto entidades sociais abstractas. Apenas os actos ou intenções de seres Humanos podem ser objecto de apreciação moral, mesmo que praticados ou manifestados em ambiente empresarial.

No contexto de RSE, os dirigentes e os funcionários muitas vezes são individualmente responsabilizados pelos actos praticados em nome da empresa, sujeitando-se, pelo incumprimento das expectativas sociais, a sanções legais, a penalização económicas ou condenações morais que recai directamente sobre a empresa e indirectamente, sobre eles próprios.

3.7 Responsabilidade Social e as preocupações sócio- ambiental

O aumento do número das empresas, a sociedade de consumo, e seus hábitos fizeram com que houvesse grandes manifestações da parte das ONGs que, consideram as empresas e as industrias que ofereciam produtos, considerados ambientalmente incorrectos, as grandes vilãs para a degradação do ambiente e da qualidade de vida das pessoas.

As mudanças ocorridas nas décadas de 1970 e 1980 fizeram com que as preocupações ambientais tornassem mundial. A partir da década de 1980 o poder e a influência dos grupos ambientalistas foram aumentando, fazendo com que as empresas e os gestores implantassem práticas ambientais como parte da Responsabilidade Social das empresas.

Na década de noventa as ações das organizações se tornaram mais pró-ativas, passaram a ser utilizadas como estratégias competitiva, vinculando-se a boa performance ambiental principalmente a melhoria na reputação das empresas, neste período destacaram-se as normas internacionais da série 14000², utilizadas como referência para a implantação de sistemas de gestão ambiental.

Segundo Donaire (1999,p.15), os administradores começam a ver que suas organizações não se baseavam somente, nas responsabilidades referentes a resolver problemas económicos fundamentais (o que produzir, como produzir e para quem produzir) têm presenciado o surgimento de novos papéis que devem ser desempenhados, como resultado das alterações no ambiente em que operam.

3.8 Contribuição da Responsabilidade Social no fortalecimento da imagem empresarial

Atualmente a preocupação com a imagem institucional é cada vez maior, as empresas estão a trabalhar a imagem, a percepção que os seus stakeholders têm perante ela. Ter uma boa imagem institucional torna um diferencial para a competitividade e principalmente na conquista do público-alvo.

Com objetivo de adquirir o reconhecimento do público, as ações sociais adoptadas pelas empresas, transformam-se em elemento motivador do apoio à sociedade, da criação de uma imagem positiva da empresa, e resultando em grandes benefícios como o da legitimidade, o da credibilidade, o da confiabilidade para a empresa.

Segundo Lodi (2002, p.72-75), gradativamente o mercado globalizado aumenta a exigência de uniformização e evidenciação de procedimentos gerenciais relativos à adopção de mecanismos de Responsabilidade Social e de governança corporativa,

² Série de padrões internacionais reconhecidos, por sistema de Gestão Ambiental de uma organização e a gestão desempenho ambiental.

como elementos indispensáveis para o sucesso da empresa que pretenda se consolidar em mercado extremamente competitivo e inter-relacionado. Sendo assim, as empresas terão de ser transparentes nas suas acções, ser ética, e informar os stakeholders, pois as empresas que utilizarem melhores práticas, organizacional e de forma credível, terão maior capacidade de atrair os seus clientes.

Existem várias metodologias para a divulgação dessas acções podem ser: o balanço social, e da demonstração de valores adicionais que são documentos complementares e não obrigatórios podem ter registos dos aspectos relacionados com a preservação ambiental, bem-estar dos funcionários, benefícios sociais, etc. O relatório da administração, onde as empresas divulgam seus resultados económicos- financeiro de carácter obrigatório, constitui também veículo de divulgação de acções sociais.

Portanto, a prática das acções sociais quando bem planeadas torna-se, um diferencial para a empresa, dando uma contribuição valiosa na criação e no fortalecimento de uma boa imagem empresarial.

3.9 O Desenvolvimento Sustentável

Resumo das três fases da evolução do conceito de sustentabilidade:

1ª Fase: Do ambiente a economia ecológica

De acordo com Constanza (2003) apud Santos et al (2008,p. 3º) Conceito de economia ecológica pode ser encontrado no século XVII, mas com os seus primeiros marcos nos anos 60 com as contribuições de Boulding (1966) e Herman Daly (1966).

A partir dos anos 70, passou da sede de economia ambiental para uma economia ecológica, em que os economistas ligados à teoria neoclássica desenvolveram várias investigações acerca da sobreposição dos recursos naturais pelo Homem. Nesta década destaca-se a publicação “Os limites do crescimento” desenvolvido por Meadows et al.1972 apud Santos et al 2008 a qual foi fortemente debatida na conferência das Nações Unidas sobre O Homem e o Ambiente que decorreu em Estocolmo no ano de 1972. A grande contribuição do Relatório do Limites de

Crescimento foi mostrar que os recursos naturais eram extinguíveis e que, em nossa civilização, não se cria valor económico sem haver, como contrapartida a degradação do ambiente. Santos et al 2008,p.3, citando Gray 2006, afirma que os “limites do crescimento” foi um dos primeiros e mais influentes análise ao ambiente e da sua enterração com o Homem global e com a economia.

A partir daí, a questão ambiental passa a ser tema de vários encontros realizados pela Organização das Nações Unidas ONU de onde saiu a Agenda 21³, o protocolo de Quioto⁴ e outras resoluções mundiais (Abdala & oliveira, 2009).

2ª Fase: Da economia ecológica ao Desenvolvimento Sustentável

Da Conferência de Estocolmo ainda resultou a Declaração de Estocolmo assinada pelos países industrializados. A referida Declaração continha um conjunto de princípios para a protecção ambiental e desenvolvimento. Nesse mesmo ano, foi criada o programa Ambiental das Nações Unidas (UNEP United Nations Environmental Programme) a primeira instituição mundial a ter como missão a melhoria da qualidade de vida da população mundial sem comprometer a satisfação das necessidades das sociedades vindouras, encorajando o desenvolvimento de parcerias em prol do ambiente.

Na década dos anos 80 houve uma forte pressão de grupos ambientalistas em prol do ambiente. Esta pressão levou à criação de uma comissão especial, que veio a adoptar o nome de World Commission Environment and development (WCED), que tinha como objectivo criar uma publicação com a tal visão sobre os aspectos ambientais para o século XXI (Santos et al., 2008, p.4). A referida publicação lançada em 1987, ficou conhecida como (Our common good)⁵ ou (Brundtland Report) Relatório de Brundtland. Este relatório afirma que os problemas ambientais críticos resultaram em primeiro lugar da pobreza existente nos países do sul, e dos padrões não sustentáveis de consumo existente no norte. Nesta publicação pode-se identificar os três componentes fundamentais do desenvolvimento sustentáveis, que são: Ambiente, Economia e Sociedade. O relatório ainda apela a implementação de uma estratégia que una os objectivos do desenvolvimento e do ambiente (Santos et al., 2008, p.4).

³ Plano de acção á escala global, nacional e local a ser implementado pelos governos no sentido de promover o desenvolvimento sustentável;

⁴ Tratado internacional com compromissos para a redução da emissão dos gases que provocam o efeito estufa;

⁵ Tradução o nosso bem comum.

3ª Fase: Do Desenvolvimento Sustentável à responsabilidade empresarial

De forma a alcançar o desenvolvimento sustentável definido pelo Relatório Brundtland é necessário encontrar um equilíbrio entre os aspectos económico, ambientais e sociais de qualquer actividade. Segundo Santos et al., (2008) os anos 20,60 finais de 90 e princípio do século XXI foram períodos em que a Responsabilidades Social Corporativa RSC teve um enfoque especial. Na última década as investigações académicas internacionais têm crescido significativamente, quer ao nível de artigos académicos, quer com a publicação de livros especializados, bem como com o desenvolvimento de estudos por parte de várias empresas de consultoria.

Desenvolvimento Sustentável é um desenvolvimento que assegura a satisfação das necessidades do presente, sem comprometer a habilidade das futuras gerações de satisfazerem as suas próprias necessidades.

Para Robinson (2004), muitas das definições usadas actualmente emergem de tentativas de implantação de desenvolvimento sustentável, o que faz com que não tenham um grande rigor enquanto conceito. Este autor ainda considera que se por um lado os conceitos de desenvolvimento sustentável são cientificamente frustrante, a necessidade de uma definição precisa deste pode representar uma importante oportunidade política num mundo cheio de políticas confusas acerca do desenvolvimento sustentável.

3.10 Os três Componentes do Desenvolvimento Sustentável

De acordo como Relatório Brundtland (1987 apud Santos et al 2008, p.4), Desenvolvimento Sustentável é “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades”.

O professor Jose Eli da Veiga⁶, no seu livro “Desenvolvimento sustentável – O desafio do século XXI”, expõe de que a consciência gerada nos anos 70 em relação a problemática ambiental fez com que só desenvolvimento não fosse mais satisfatório. Daí era preciso que o desenvolvimento passasse a ser também sustentável. A expressão “Desenvolvimento Sustentável” vinha sendo usada publicamente desde 1979, mas só se firmou em 1987, quando Gró Herlem Brundtland, presidente da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e

⁶ Professor titular da Faculdade de Economia, Administração e contabilidade de São Paulo.

desenvolvimento, explicou durante a Assembleia Geral Sobre ONU que se tratava do um conceito político. Tal como identificado pelo Relatório de Brundtland, os três componentes do Desenvolvimento Sustentável são: Ambiente, Economia e Sociedade, como mostra a figura abaixo.

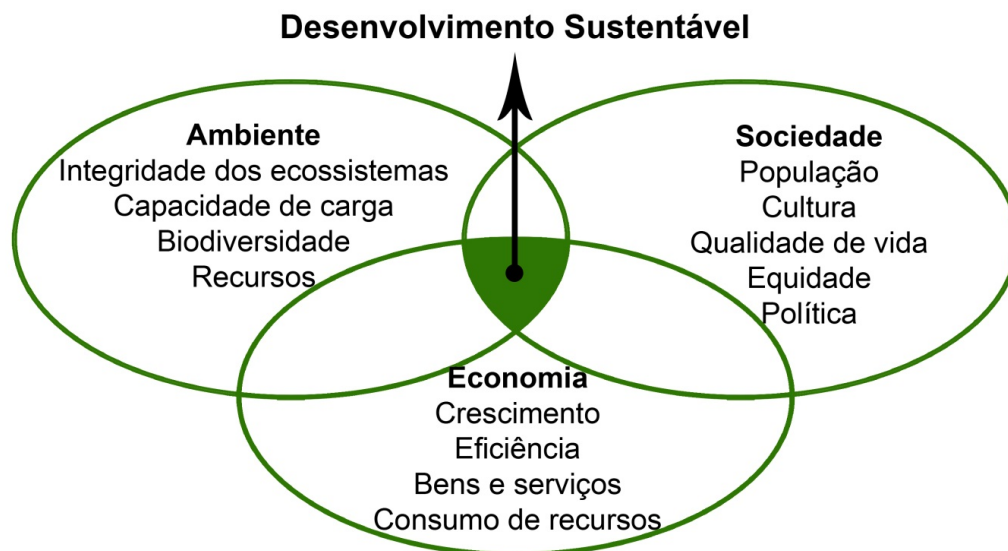


Figura 2 - Os três componentes do Desenvolvimento Sustentável

3.11 Papel das Empresas no Desenvolvimento Sustentável

Jennings e Zendbergen (1995,apud, Debora Nayar Hoff 1020-1022) enfocam os pontos de vista ecológicos sobre a organização, ratificam sua relevância no contexto de busca pelo Desenvolvimento Sustentável. Segundo esses autores, os ecologistas acreditam que as organizações devem agir dentro do modelo de sustentabilidade para ajudar a alcançar algum balanço entre os sistemas ecológicos e social.

As organizações têm um papel importante para a sustentabilidade da ecossistema, isto devido a posição que ocupam na sociedade e pelo facto de muita delas estarem directamente ligados ao meio ambiente. Tratando-se de relação entre a sustentabilidade e as actividades económicas, Munasinghe (2002).apud Debora Nayar Hoff) aponta que a sustentabilidade só será alcançada quando as actividades económicas forem reestruturadas de um modo que seja mais harmoniosa com o ecossistema.

Para tanto, o autor defende políticas que promovam tecnologias que sejam socialmente e ambientalmente mais amigáveis e que usem recursos naturais mais

frugalmente e eficientemente, reduzindo a emissão de poluentes e facilitando a participação pública do processo decisório.

No entanto, a sustentabilidade também tem que estar integrada no ambiente interno da organização cada acto praticado pelos colaboradores interno terá que ser consciente e responsável.

3.12 Desenvolvimento Económico - Crescimento Económico

O acesso a bens e serviços é o principal foco da economia. Uma economia criada e gerada pelo Homem ou oferecida pela natureza. As indústrias são uma das principais fontes de rendimento, contribuindo assim para o desenvolvimento das sociedades.

Neste sentido é necessário o entendimento básico entre crescimento económico e o desenvolvimento económico.

Furtado (2003 p. 03) define o crescimento económico como o acesso e acumulação de matérias físico e financeiros, em termo quantitativo, e por seu lado o desenvolvimento económico representa o acesso a bens e condições em base qualitativa medida por índices de eficiência. O crescimento económico depende do consumo crescente de energia e recursos naturais e implica sempre na acumulação de bens, enquanto o desenvolvimento significa fruição sócio- ambiental responsável e sustentável e melhoria da qualidade de vida.

Do ponto de vista mais filosófica, no caso de Sen (2000) poderá se aparecer que há outras formas de observar o que é desenvolvimento e como ele poderá ser alcançada dentro da ideia de sustentabilidade. Para Sen (2000,p.54), desenvolvimento é permitir ao indivíduo ter á qualidade de vida desejada. Para isso, o autor supõe que o indivíduo precisa ter acesso a um conjunto de liberdades instrumentais, quais sejam liberdades políticas, facilidades económicas, oportunidades sociais, garantias de transparências e segurança protectora. O autor explica estas liberdades instrumentais da seguinte forma (Sen, 2000: p.55-57):

As liberdades políticas “São as oportunidades que as pessoas têm para determinar quem deve governar e com base em que principio, além de incluir a possibilidade de fiscalizar e criticar as autoridades, e de ter liberdade de expressão política...” (Sen, 2000: p.55-57).

As garantias de transparências “são as necessidades de sinceridade que as pessoas podem esperar liberdade de lidar uns com os outros sob a garantia e clareza” (Sen, 2000: p.55-57).

As facilidades económicas referem se às oportunidades que os indivíduos têm para utilizar recursos económicos com o propósito de consumo, produção ou troca”. Enquanto as oportunidades sociais “são as disposições que a sociedade estabelece nas áreas de educação, saúde, etc.. as quais influenciam a liberdade substantiva de o indivíduo viver melhor”. (Sen, 2000: p.55-57).

A segurança protetora é necessária para proporcionar uma rede de segurança social, impedindo que a população afectada seja reduzida á miséria abjecta e, em alguns casos, até mesmo á fome a morte. (Sen, 2000: p.55-57).

3.13 A Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável em Cabo Verde

Cabo Verde, até resente data não dispõe de nenhum documento oficial sobre Responsabilidade Social, como no caso de alguns países entre as quais Moçambique, Angola e Brasil. Na nossa Constituição da República, os códigos das empresas comerciais ou boletins oficiais não existem assuntos relacionados ao tema RSE.

Contudo, é de salientar que apesar da não oficialização do tema, as empresas no nosso país podem ser consideradas socialmente responsáveis de uma forma generalizada, pois não se preocupam apenas com o lucro, há uma cultura social praticada pelas mesmas.

Muitas empresas privadas já colocam as responsabilidades sociais no seu plano estratégico, trabalhando-as de forma cuidadosa e detalhada com o objectivo de

trazer alguma satisfação à sociedade, nomeadamente crianças, jovens artistas, deficientes, aos jovens atletas, entre outros.

Em contrapartida, a problemática ambiental começou a ser abordada logo após a independência com a tomada de consciência por parte de população, dos riscos associados aos problemas ambientais globais (Rocha e Neves, 2007). A partir dos anos 1990 viu-se reforçada essas acções e a “integração do ambiente nas políticas nacionais tornou-se realidade através da integração dos princípios do desenvolvimento sustentável e ao fazer-se da obtenção de um nível elevado de protecção ambiental, uma das prioridades (Rocha e Neves, 2007, p.16). Para tal foi criado o Secretariado Executivo para o ambiente (actual Direcção Geral do Ambiente) marcando o início de um processo na protecção ambiental em Cabo Verde.

A partir de 1993, o Governo introduziu a vertente ambiental no seu programa com a elaboração do Plano de Acção Nacional para o Ambiente – PANAI em 2003, estabeleceu-se objectivos de desenvolvimento sustentável num horizonte de dez anos (2004-2014), basicamente orientadas para a gestão sustentável dos recursos ambientais (MAAP, 2004). O direito ao ambiente está consagrado no artigo 72 da Constituição da República, lei Constitucional nº 2/90 de 28 de Setembro.

4. METODOLOGIA

4.1 Procedimentos Metodológicos

A metodologia adotada para a elaboração deste trabalho tem como principal finalidade, obter o máximo de informações possíveis sobre as práticas de Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável na empresa Caboverdiana Cavibel, sarl.

Utilizou-se o método de estudo de caso, porque este estudo foi aplicada a uma só empresa, investigando fenómenos actuais, através da observação detalhada deste contexto. De acordo com Merriam (apud Carmo & Ferreira, pag. 217), resume as características de um estudo de caso nos seguintes aspectos: Particular - focaliza numa determinada situação, acontecimento programa ou fenómeno; Descritivo - porque o produto final é uma descrição rica do fenómeno que está a ser estudado; Heurístico - porque conduz a compreensão do fenómeno; Indutivo - a maioria destes estudos tem como base o raciocínio indutivo; Holístico - tem em conta a realidade na sua globalidade, é dada uma maior importância aos processos, à compreensão e à interpretação.

Começou-se por pesquisar artigos relacionados, bem como os estudos e bibliografias diversas sobre o tema, isto porque há muita carência de documentos relacionados ao tema no nosso país, em contra partida existem países que já estão avançados em relação ao mesmo.

4.2 Amostra dos Inqueridos

A amostra tirada para o estudo tem um carácter aleatório, pois os questionários foram distribuídos a todos os departamentos da empresa de forma a cobrir todos os níveis hierárquicos.

Tendo em conta o número total dos colaboradores internos da Praia de 180 (cento e oitenta), aplicou-se um inquérito a 60 colaboradores, o que representa a um terço dos funcionários, ou seja 33,33%. Este mesmo valor representa um quarto dos colaboradores a nível nacional. Apenas 54 inquéritos são considerados validos, o qual constitui a nossa amostra. Segundo Richardson (1989, p.103) cada unidade ou membro de uma população, ou universo, denomina-se elemento e quando se toma

certo número de elementos para averiguar algo sobre a população a que pretende, fala-se de amostra.

Para este estudo de caso, não se achou necessário fazer a distinção de sexo, da idade e nem do tempo de serviços dos colaboradores. Mas é de salientar que a empresa Cavibel, sarl tem um quadro jovem e na sua maioria do sexo masculino.

4.3 Instrumentos de recolha de dados

Com intuito de analisar a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável na Cavibel, sarl elaborou-se um questionário para aplicação junto dos colaboradores interno, buscando estabelecer o nível de conhecimento desses em relação ao tema (Anexo A). As perguntas abordam o conhecimento e a opinião que os colaboradores internos têm sobre a prática desses temas no contexto organizacional, e sobre as contribuições e a importância da Cavibel, sarl na vida dos seus colaboradores e na sociedade em geral. Complementarmente aos questionários, elaborou-se um guião de entrevista a ser aplicado ao Director dos Recursos Humanos, possibilitando uma análise qualitativa das respostas, construídas de acordo com os indicadores definidos (Anexo B). A entrevista foi presencial, mediante o guião definido, em que os instrumentos foram apenas uma caderneta de notas e uma caneta para a recolha dados. Por motivo de tempo, a entrevista foi muito curta e objetiva.

Para Hermano e Ferreira (1998), a investigação quantitativa e qualitativa estão associadas a paradigmas. A distribuição entre paradigmas diz respeito a produção do conhecimento e ao processo de investigação e pressupõe existir uma correspondência entre epistemologia, teoria e método.

O primeiro passo para a elaboração dos instrumentos de medida constitui em definir o tipo de informações que pretendemos obter, que neste caso concreto, foram as informações sobre as acções sociais praticadas e a sustentabilidade na empresa Cavibel, sarl na perspectiva dos colaboradores internos.

As observações diretas foram feitas durante as visitas feitas à sede da empresa situada na Cidade da Praia, zona de Praia Negra.

Após preenchidos os questionários foram entregues na rececionista da empresa que ficou encarregue de recolher, pois a sede da empresa fica juntamente com a fábrica e não é aconselhável a distribuição ou a recolha pessoalmente, devido a alguns riscos que podia correr, e também pelo facto ser uma empresa industrial, onde existem máquinas e produtos químicos. Este procedimento foi muito eficaz pelo que, facilitou muito o tempo e a deslocação pois, a empresa fica situada numa área muito reservada, onde não passa transportes públicos, e também pelo facto de sermos estudante/funcionário, cujo tempo é muito limitado. Assim sendo os colaboradores foram informados que deveriam entregar os questionários nos momentos de saída, a fim de facilitar a circulação dentro da empresa.

4.4 Tratamento e análise de dados

As informações recolhidas são exclusivamente da pesquisa feita na empresa Cavibel sarl, ou do cruzamento das informações obtidas através da entrevista, do inquérito e da observação.

Os dados recolhidos são organizados para efeito de melhor tratamento estatístico e análise. Portanto são classificadas e definidas as variáveis para o efeito e tratados em programa do Microsoft Office Excel 2010, utilizando os gráficos, as tabelas juntamente com as respetivas legendas. Seguidamente serão interpretados os resultados desta análise de forma a poder fazer as considerações e retirar as conclusões pertinentes do estudo.

4.5 Limitações e constrangimentos

Para a realização deste trabalho, teve-se várias limitações e constrangimentos. Primeiro pelo facto de ser um tema recente e as dificuldades surgiram concretamente na aceitação de empresas para a aplicação do estudo de caso, pelo que se teve que enfrentar varias rejeições até ser aceite pela Cavibel, sarl. Da mesma forma, pode-se falar em resistência na aplicação da entrevista e do inquérito na empresa objeto do estudo.

O facto de se aplicar o inquérito apenas aos trabalhadores das empresas na cidade da Praia, deve-se sobretudo a insularidade do país e, naturalmente, a falta de recursos financeiros para a pesquisa. Contudo, esses trabalhadores (na cidade da

Praia), onde fica a sede da empresa Cavibel, sarl, representam mais metade dos trabalhadores a nível nacional.

A amostra podia até ser mais representativa dada a alguns constrangimentos encontrados. Na altura da aplicação dos questionários a empresa estava em auditoria, e também pelo facto do espaço não ser muito apropriado para a circulação de pessoas estranhas. A aplicação ficou a cargo da empresa, sob seus critérios de distribuição e recolha. Tanto para a entrevista como para o inquérito, teve-se que enviar um exemplar do guião da entrevista e do questionário previamente elaborados com as questões para ser apreciado. A recolha total dos questionários se arrastou por cerca de 20 (vintes) dias. Esse período foi aproveitado para fazer algumas visitas à empresa, acompanhar o andamento e pressionar um pouco os colaboradores e através desta conseguir algumas informações que possivelmente não estariam nos inquéritos ou no guião de entrevista.

Constatou-se que a empresa Cavibel, sarl não dispõe de um Site empresarial, documentos escritos e também não dispõe de um historial da empresa que facilitasse a recolha de dados. Entretanto, contamos com a boa vontade do Director dos Recursos Humanos que foi muito eficiente e se disponibilizou a narrar a história da empresa e outras informações necessárias.

Tendo em conta os problemas acima mencionados, tentou-se falar com os profissionais de outros departamentos, a fim de recolher mais dados mas não foi possível. Também tentou-se obter alguns documentos que poderiam ser importantes, como os certificados, código de ética e outros, que também não nos foram acedidos.

5. RESULTADOS: ESTUDO DE CASO CAVIBEL, SARL

Neste trabalho, a apresentação segue a seguinte lógica: primeiramente será apresentada os resultados do inquérito realizado juntos dos colaboradores internos, de seguida, ser complementada com as informações tiradas da entrevista com o Director dos Recursos Humanos da empresa.

Um dos aspetos mais destacados nas informações recolhidas da entrevista com Director dos Recursos Humanos, foi a homogeneidade das respostas, uma vez que questionados sobre as questões da Responsabilidade Social e da Sustentabilidade da empresa Cavibel, sarl, este respondeu positivamente a todos, isto é as respostas foram sempre sim, tendo justificado a maioria delas.

A maioria dos colaboradores interno da empresa tem noção do conceito da Responsabilidade Social Empresarial (96%) e apenas 4% não sabem o seu significado (gráfico nº 1), o que indica que os colaboradores estão familiarizados com o tema.

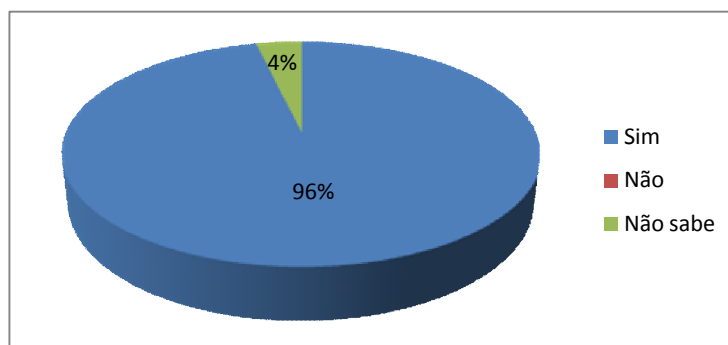


Gráfico 1: Conceito da Responsabilidade Social

93% dos inquiridos classificam a empresa Cavibel, sarl como sendo socialmente responsável, sendo que 2% afirma que não e os restantes 5% não tem opinião formada (conforme o gráfico nº 2), a opinião do Director dos RH é idêntica ao da maioria dos inqueridos, pois ele afirma que a Cavibel, sarl é uma empresa socialmente Responsável e que os resultados são visíveis na sociedades. O

Director afirma ainda que a empresa preocupa com o bem estar das pessoas ao seu redor, com o ambiente e com o bem estar dos seus stakeholders em geral.

Segundo o mesmo a Cavibel, Sarl é uma da empresa que mais pratica acções sociais no nosso país, empresa é muito activa que procura sempre ajudar os mais necessitados, tem participado nos assuntos culturais, sociais e desta forma contribuindo para o desenvolvimento do país.

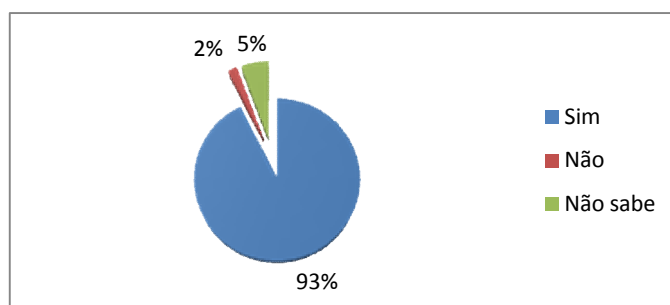


Gráfico 2: Classificação da empresa como Socialmente Responsável ou não

De acordo com as quatro dimensões estabelecidas por Carroll (1979,1999 p.63) para que uma empresa possa ser considerada socialmente responsável - terá que atingir as quatro dimensões económico, ética, legal e filantrópica -, esta última representa a face mais visível das acções da empresa. Recorda-se que as responsabilidades filantrópicas consistem nos apoios da empresa à comunidade e a sociedade em geral. Com base nas expectativas da sociedade em relação ao desempenho empresarial, os colaboradores internos da Cavibel, sarl se posicionam mais por essa dimensão por estar relacionada com as acções sociais que conduz ao bem-estar da sociedade em geral.

Os resultados da entrevista com o Director dos RH veio confirmar a versão dos colaboradores internos de que a Cavibel, sarl é uma empresa responsável, em todos as suas dimensões, mais que em algumas das dimensões a empresa está mais avançada que outra.

Segundo o Director dos RH, para além da responsabilidade filantrópica, Cavibel é uma empresa eticamente correcta com os seus colaboradores, tanto internos como externos, respeitando os seus direitos, preocupando sempre com justiça e a

igualdade social, afirma que é legalmente correcta nas práticas sociais isto é empresa tenta ser o mais transparente passível.

Neste sentido Carroll (1979,1999 p.63) afirma ainda que a responsabilidades éticas consiste na adopção de uma conduta sintonizada com os códigos morais e os valores implícitos da sociedade, para além do exclusivo cumprimento da lei.

Das acções sociais praticadas pela empresa, apenas 56% dos colaboradores internos afirmam que essas acções são direccionados para eles (gráfico 3), 20% não sabem responder e 24% afirmam que não existem acções sociais direccionadas a eles o que se leva a concluir, que apesar de considerarem a empresa Cavibel, sarl, como sendo responsável, são poucos os beneficiados dessas acções.

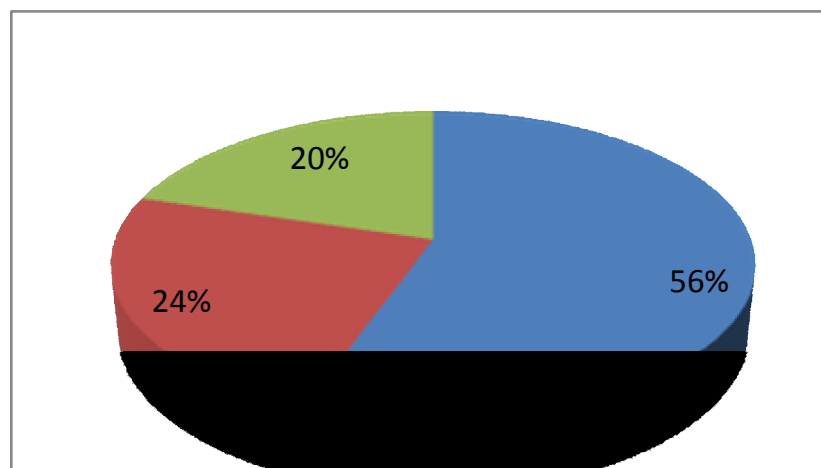


Gráfico 3: Acções sociais direccionados aos colaboradores interno

Já, na entrevista com o Director dos Recursos Humanos da empresa, ele afirmou que existem várias acções direccionadas aos públicos interno, entre elas estão as consultas médicas para os colaboradores e seus familiares próximos, todos os meses os funcionários beneficiam de uma gratificação não muito significativa com os produtos da empresa, água, refrigerantes, transporte grátis para facilitar o deslocamento e ainda a empresa dispõe de uma cantina com ajuda de custo, onde os colaboradores contribuem com um pequeno valor simbólico, valor este que segundo o Director dos RH corresponde a um terço do valor do custo de cada refeição. O mesmo afirma que o facto de todos os anos a Cavibel, sarl atribuir o décimo terceiro mês aos colaboradores interno já é uma acção responsável porque

não está tipificada na lei e não é da obrigação da empresa praticar essas acções. Considera ainda essas acções como sendo responsáveis, uma vez que o objetivo principal da empresa é motivar os colaboradores e melhorar as condições de trabalho sem esperar em obter retornos.

Os resultados ainda mostram que os colaboradores internos da Cavibel, sarl conseguem facilmente destacar as acções direccionadas aos públicos externos e por sua vez há uma certa dificuldade em distinguir as obrigações da empresa das responsabilidades sociais interna a empresa.

Para a divulgação dessas acções, na opinião de Vassalo (2000), utiliza-se os balanços sociais e ambientais. Estes podem ser elaborados por especialistas e auditores externos, e garantem uma visão crítica de como accionistas, funcionários, organizações comunitárias e ambientalistas enxergam a actuação da empresa na sociedade.

Em relação a divulgação das acções sociais podemos constatar através da entrevista com o Director dos RH que a Cavibel não dispõe dos balanços social, o que leva a não publicação do mesmo, segundo o mesmo a preocupação principal da empresa não está na divulgação das acções sociais mais sim nos benefícios dos mesmos.

Uma das grandes apostas sociais da Cavibel, sarl tendo sido os projetos sociais de educação infantil. Segundo os resultados do inquérito, 96% colaboradores internos confirmam esses projectos, que na sua maioria está virado para as crianças do ensino básico (gráfico nº4).

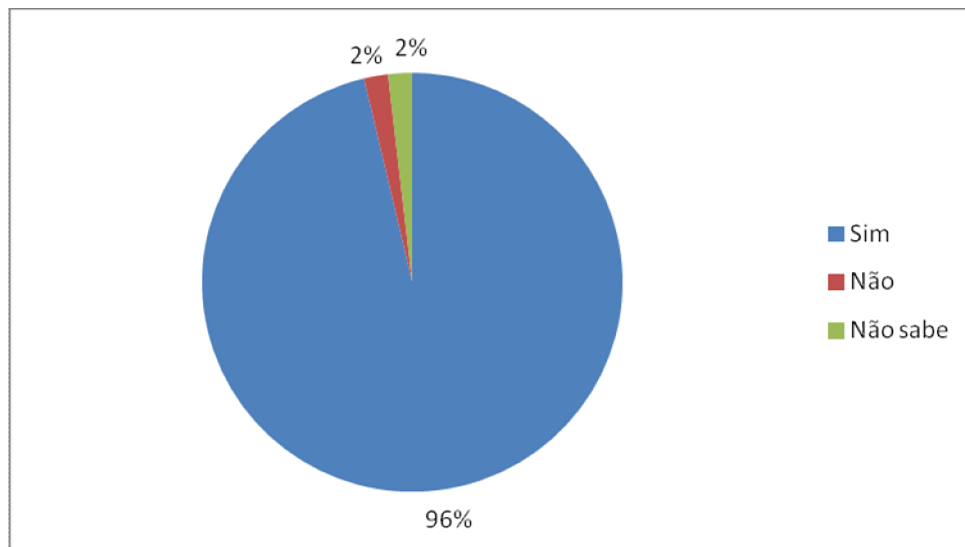


Gráfico n°4: Projecto sociais de educação infantil

Para o Director dos RH, as crianças representam 81% dos beneficiários das acções sociais da empresa. Para além da aposta ensino escolar, a empresa também aposta na melhoria da qualidade de vida das crianças, participa nos projectos de educação infantil através dos programas educativos, atribuição de donativos e actualmente a empresa tem uma parceria com a FICASE na atribuição de uma percentagem do valor da venda de cada produto Actimalt. Isto demonstra que a empresa está a apostar no futuro dessas crianças, do país e do mundo, investindo na educação, no bem-estar, e na saúde das crianças, um dos pontos importante do Desenvolvimento Sustentável, não só empresarial como mundial.

No que se refere a contribuição das acções sociais para a promoção da imagem da empresa, os colaboradores da Cavibel, sarl são da opinião de que a Responsabilidade Social é um grande potencial na promoção da imagem empresarial (conforme o gráfico n° 5). Logo, a conclusão que se tira é que a empresa deve continuar a apostar cada vez mais nessas acções sociais, fazendo destas uma ferramenta da gestão empresarial.

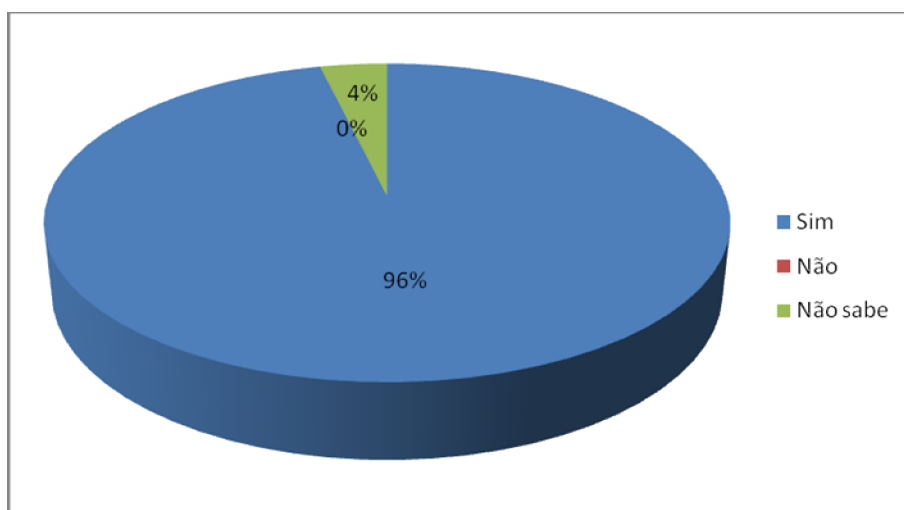


Gráfico 5: O potencial das acções sociais na promoção da imagem empresarial

A Cavibel, sarl deve integrar os colaboradores internos no processo da tomada de decisões principalmente no que se refere à prática de acções sociais visto que, para além de terem conhecimento do assunto, são partes integrantes da empresa e da sociedade. A esse respeito o Director do RH vai de acordo com a maioria dos inqueridos, mas o mesmo afirma que a empresa, apesar de ser muito activa nas práticas de acções sociais, faz pouca divulgação das mesmas por uma questão de política interna.

Analisando as restantes questões de uma forma resumidamente, no quadro 1 pode-se afirmar que os resultados do inquérito são favoráveis. É preocupação da empresa os problemas sociais como a pobreza (ajudando as famílias carenciadas), combate aos males sociais e a exclusão social.

Quadro 1: Relativo a algumas questões Sociais

Questões	Sim	Não	Não Sabe
Projecto da Erradicação da pobreza	78%	2%	20%
Oportunidade de emprego a portadores de deficiência	93%	4%	4%
Cumprimento de legislação no trabalho	48%	16%	36%
Cumprimento de dívida fiscal	43%	11%	45%

Durante as visitas a empresa, constatou-se que a Cavibel, sarl emprega um portador de deficiência no seu quadro de pessoal, no caso concreto tem um funcionário portador de deficiência visual que trabalha como telefonista da empresa, facto este que foi confirmado na entrevista e no inquérito.

Em relação ao cumprimento da legislação, os colaboradores na sua maioria estão pouco informados, pois esses assuntos são muito restritos a administração. Contudo, mais de 40% dos inquiridos afirmam que a empresa é legalmente responsável. A esse respeito, para o Director do RH a empresa cumpre todas as legislações do trabalho e cumpre com as suas obrigações fiscais. Segundo afirma, as dívidas fiscais é uma das obrigações fundamentais da empresa e, considera ainda que é uma forma de demonstrar que a empresa é socialmente responsável, contribuindo desta forma para a melhoria das condições económicas do país em geral.

Como se viu adiante, a maioria dos colaboradores interno da empresa tem noção do conceito da Responsabilidade Social Empresarial (96%). O mesmo pode-se dizer em relação ao conceito de Desenvolvimento Sustentável (93%).

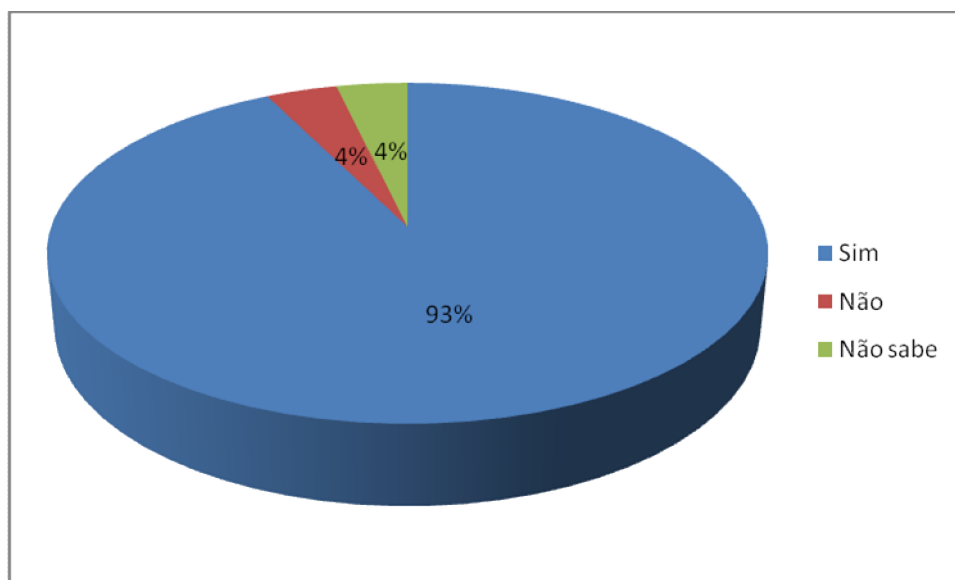


Gráfico 6: Conceito de Desenvolvimento Sustentável

A Cavibel, sarl sendo uma empresa socialmente responsável, é também, na opinião de seus colaboradores (88%), uma empresa sustentável (gráfico nº 7), contribuindo desta forma para a sustentabilidade do ecossistema cabo-verdiano, dado o papel que tem ocupa na sociedade cabo-verdiano.

Os resultados mostra-nos que, nenhum dos inqueridos afirma que a empresa não é sustentável, e sendo somente 12% não soube responder, resultado este que mostra-nos que os colaboradores da Cavibel Sarl, também estão familiarizados com o conceito da sustentabilidade apesar deste ser um tema recente.

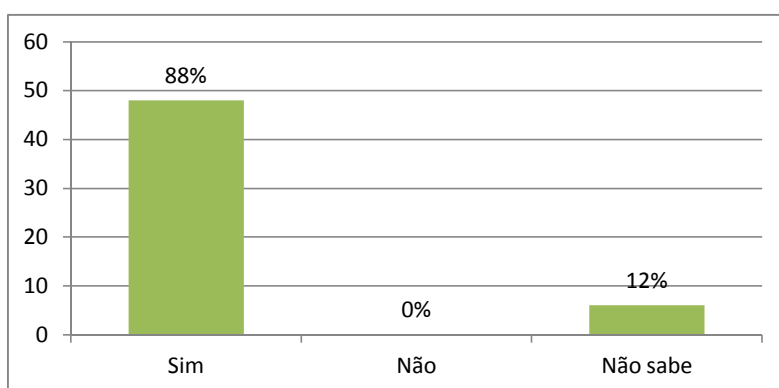


Gráfico 7: Classificação da empresa quanto à Sustentabilidade

Santos et al. (2008) refere que para que haja a sustentabilidade, terá que haver um equilíbrio entre os três pilares, o económico, o social e o ambiental, embora aqui o resultado da pesquisa mostra-nos que os colaboradores internos avaliam a sustentabilidade apenas no pilar económico.

Em relação as características de uma empresa sustentável, pode-se constatar que a Cavibel, sarl dispõe das mesmas. Para Furtado (2003) a empresa sustentável é aquela íntegra na sua gestão os impactos económicos, sociais e ambientais de suas operações. Estes resultados vão de encontro com as opiniões do Director do RH, que confirmou que a empresa tem praticado acções, pensando no Desenvolvimento Sustentável da mesma. E exemplificou a pré-estação de tratamento de água dos resíduos da fábrica, um projeto que foi elaborado juntamente com Electra, sarl. A pré-estacão de água tem como objetivo o tratamento da água industrial para que

esta chegue ao mar com menos poluente e com isso os efeitos negativos serão menor. O uso de garrafas retornáveis é uma outra iniciativa sustentável e, contribui para a diminuição dos gastos da empresa e ajuda na melhoria do ecossistema pois as garrafas utilizadas são de plásticos e de vidros, materiais estes que levam muitos anos para se decomporem no ambiente. Um outro projeto nesse campo da sustentabilidade e limpeza do ecossistema é a recolha seletiva de materiais para reciclagem que a empresa faz, dentre eles plástico, metal e vidro e também faz a reutilização de alguns produtos.

Em relação à recolha de materiais para reciclagem, a informação foi comprovada na observação directa durante a visita a Cavibel, sarl, constatou-se a presença dos depósitos para cada um dos materiais recicláveis, devidamente identificados em algumas áreas estratégicas da empresa.

Em relação às iniciativas da empresa para promover a consciência ecológica as opiniões se divergem. Conforme o gráfico nº 8, 52% dos inquiridos afirmam que a Cavibel, sarl promove essas iniciativas e os restantes 48% afirmam que não há ou não souberam responder. Resultados estes demonstram que uma empresa deste sector deveria fazer mais acções de sensibilização, tendo em conta os efeitos ambientais causados pelas suas acções.

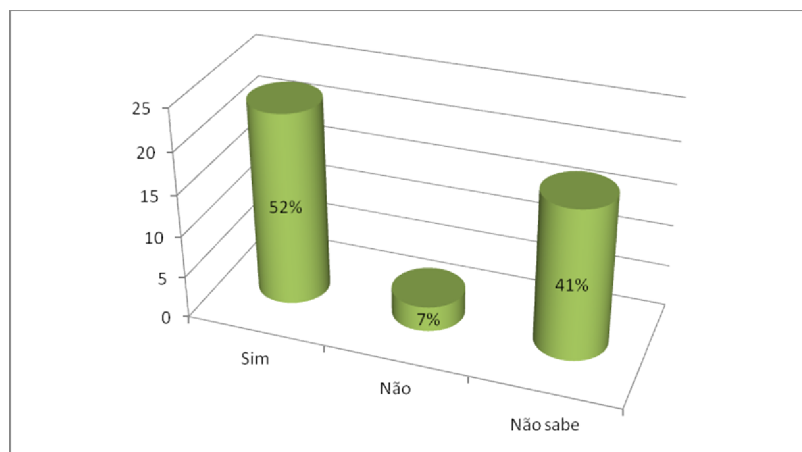


Gráfico 8: Iniciativas para Consciência Ecológica

Para o Director dos RH, muito já se tentou fazer para consciencializar os colaboradores interno, mas considera uma luta difícil visto que, alguns dos

colaboradores já se acomodaram, não preocupam com as consequências dos seus atos ou ainda insistem em manter alguns comportamentos inadequados. A este propósito, Munasinghe (2002) aponta que a sustentabilidade só será alcançada quando as actividades económicas forem reestruturadas de um modo que seja mais harmoniosa com o ecossistema.

Por haver falta de informações aos colaboradores, esses não sabem responder se a empresa adota ou não tecnologias “amiga” do ambiente (gráfico nº 9), sendo 41% dos inqueridos afirma não ter uma opinião formada em relação a este conceito.

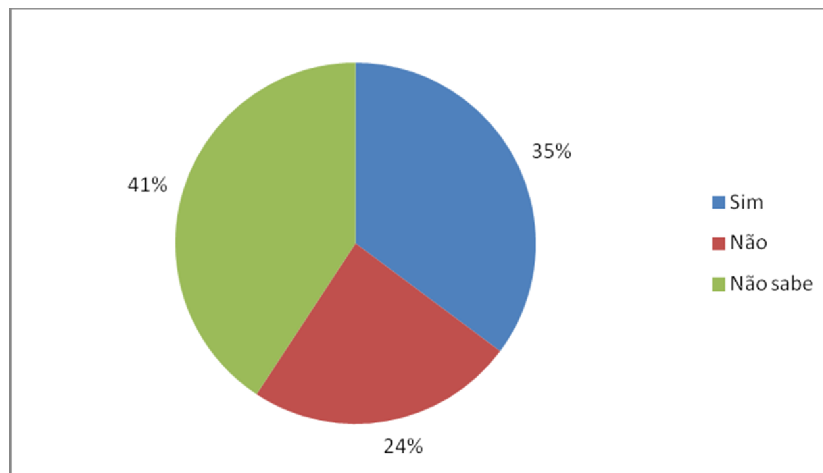


Gráfico nº 9: Tecnologias “amiga” do ambiente

Os resultados obtidos, no quadro 2 deixa claro que a Cavibel, sarl precisa, trabalhar os aspectos ambientais, pois apesar da maioria 52% afirmar que existe esta preocupação ambientais, uma percentagem considerável 40 % não tem nenhum conhecimento, em relação a avaliação do desempenho dos colaboradores os resultados estão equilibrados o que leva-nos a afirmar que a empresa precisa utilizar estas estratégias para motivar os seus colaboradores internos. A avaliação do desempenho é pouco reconhecidos pelos colaboradores internos sendo 69%, mais metade dos inqueridos não sabe responder ou afirma que não existe essa avaliação.

50% dos inqueridos não tem uma opinião formada em relação ou cumprimento das legislações, sendo 41% afirma que a empresa é legalmente responsável e apenas

9% não soube responder. Na entrevista com Director dos RH da empresa, ele afirma que a Cavibel é legalmente Responsável, pois investe todos os anos uma parcela do seu lucro para o bem-estar das comunidades, dos seus colaboradores e para o meio ambiente, afirma ainda que a empresa tem todos os documentos em dia, que cumpre todas as formalidades legais entre elas os impostos, a segurança dos trabalhadores, entre outros.

Quadro 2: Relativa ao Desenvolvimento Sustentável

Questões	Sim	Não	Não Sabe
Prémios de acordo com o desempenho	31%	33%	36%
Cumprimento da legislação ambiental	41%	9%	50%
Preocupações com os impactos negativos no Ambiente	52%	8%	40%

Segundo Donaire (1999, p.15), os administradores começam a ver que suas organizações não se baseavam somente nas responsabilidades referentes a resolver problemas económicos fundamentais (o que produzir, como produzir e para quem produzir) têm presenciado o surgimento de novos papéis que devem ser desempenhados, como resultado das alterações no ambiente em que operam.

As respostas obtidas na entrevista foram positivas, justificando o Director do RH que a Cavibel, sarl oferece os referidos produtos aos colaboradores, como um prémio pelo seus desempenhos, afirma ainda que considera o décimo terceiro mês como uma gratificação pelo desempenho. Além disso, afirma que existem colaboradores que contam ainda com o décimo quarto mês, em casos excepcionais.

Furtado (2003) cita alguns pressupostos da política interna da Responsabilidade Social: participação nos lucros e nos resultados, poderoso instrumento de envolvimento e compromisso com o sucesso dos negócios e contribuindo para uma maior motivação dos mesmos; valorização da diversidade (dentro da empresa não deve ter qualquer tipo de discriminação).

De uma forma geral, os resultados demonstram que que existem uma grande relação entre a a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável da Cavibel, sarl, tornando-se grandes aliados para a preservações dos valores dentro da organização, o bem-estar dos seus stakeholders interno como externo, para a

melhoria da qualidade de vida das pessoas e uma grande fonte de motivação profissional. A Responsabilidade Social preserva vários pontos que podem contribuir para a sustentabilidade de qualquer empresa. As empresas precisam ter o entendimento da importância da sustentabilidade na sua gestão para que possam transmiti-la nas práticas das suas acções.

Um dos pontos comuns nesses dois aspectos é a melhoria da qualidade de vida, que reflecte em diversos indicadores como: O abrigo, habitação, alimentação, meio ambiente, coesão social, educação, direitos humanos, emprego oportunidade de trabalho, identidade cultural, protecção civil, juventude, saúde bem-estar pessoal e comunitária, Infra-estrutura serviços públicos, entre outros.

6. CONCLUSÃO

A Responsabilidade Social, transformou num grande factor para o alcance da competitividade, actualmente é através da sua pratica que muitas empresas atingem o patamar desejado, ela ocupa um lugar de destaque. A gestão empresarial está a utilizar a Responsabilidade Social como uma ferramenta de gestão para atração dos seus publicos-alvo.

As preocupações com desenvolvimento sustentável proporcionou um maior equilíbrio entre o Homem e o meio ambiente, as empresas preocupam cada vez mais com os seus actos, suas acções bem como a preservação dos recursos naturais.

Este trabalho tem como objectivo principal conhecer as acções sociais praticadas pela Cavibel, sarl e analisar, do ponto de vista dos colaboradores internos, quais as suas contribuições para a sustentabilidade da mesma. Durante o trabalho teve-se a oportunidade de conhecer as opiniões dos colaboradores da empresa em estudo, fazer as análises e tirar os possíveis resultados.

Na perspectiva dos colaboradores internos a Cavibel, sarl é uma empresa socialmente responsável, sendo as crianças de Cabo Verde (sobretudo as do ensino básico) as principais beneficiárias. Os colaboradores internos ainda são poucos beneficiados dessas ações sociais. A empresa é também sustentável basicamente num dos seus pilares - o económico -, sendo os outros pilares, o social ainda pouco explorado e o ambiental desconhecido.

Conclui-se que os resultados vão de acordo com as hipóteses levantadas pois, de uma forma geral os colaboradores internos concordam que as práticas sociais contribuem para a promoção da imagem empresarial na melhoria de qualidade de vida das pessoas e da sociedade em geral.

Durante a elaboração deste trabalho, como mencionados na metodologia tivemos vários constrangimentos, mais por outro lado tivemos a oportunidade de aprofundar os nossos conhecimentos em relação ao tema, quer pela parte teórica como pela

parte prática, aprofundamos também os nossos conhecimentos em relação à elaboração de um trabalho científico e a aplicação dos métodos de pesquisas.

Em jeito de sugestões, a empresa precisa focalizar mais as ações sociais ao público interno, promover ações de sensibilizações, palestras a fim de informar os mesmos sobre as estratégias da empresa, fazer com que os seus colaboradores façam parte das decisões principalmente as de carácter sociais.

Em relação às ações sociais para os colaboradores internos, a Cavibel Sarl precisa fazer uma diferenciação destas com as obrigações para que os mesmos tenham a capacidade de conhecer e distingui-las, através de documentos escritos entre elas circulares, ou folhetos.

A Cavibel Sarl deve fazer maior divulgação das suas ações como uma estratégia de promoção da sua imagem e, almejando os ganhos com reputação e valorização da imagem da empresa junto da sociedade deve também começar a atribuir uma maior atenção às questões ambientais tendo em conta o setor em operação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdala, Etienne C; Oliveira Miriam T.T. (2009). Estratégias de Responsabilidade - Sócio Ambiental.

Almeida, Filipe. (2010). Ética e Responsabilidade Social das organizações privadas - Principia editora.

Bakker. (2005). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Bakker, Groenewege e Hong. (2005). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Birrou. (1976). Dicionário das Ciências Sociais.

Boresnstein. (1984). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Carmo, Hermano e Ferreira, Manuela (1998). Metodologia de investigação: Guia para auto aprendizagem. Lisboa editora

Carroll. (1979,1999). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Corte e Porte. (1993). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Donaire. (1996). Revista de Administração, São Paulo.

Fátima Portilho. (2011). Sustentabilidade Ambiental, consume e Cidadania- Cortez editora.

Freman e Mcvae. (2000). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Furtado, João Semedo. (2003). Gestão com Responsabilidade Sócio - Ambiental

Gay e Porte. (1993). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Hemingway e Maclang. (2004). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Lodi (2002, p.72-75). Ética e responsabilidade Social das organizações privadas.

Melo e Froe. (2001). Ética e Responsabilidade Social das Organizações privadas.

Puppim de Oliveira. (2005). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas. - Principia editora. Disponível em: www.teclim.ufba.br/jsfurtado.

Richardson Robert. (1992). Pesquisa social métodos técnicas 2º edição São Paulo

Robinsom. (2004). Ecological Economi.

Rocha e Neves. (2007). Estratégias e plano de Acção Nacional para o Desenvolvimento das Capacidades na Gestão Ambiental Global em Cabo verde - Praia: PNUD; GEF: MA.

Rohmann. (2000). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Sen. (2000).tese de mestrado, Debora Nayar Holff, a construção do desenvolvimento sustentável através da relação entre as organizações e seus stakeholders.

Santos, Sofia. (2009). Inclusão dos riscos sociais na concessão de créditos. Disponível em: www.sustentare.pt.

Tenório. (2004). Ética e Responsabilidade Social das Organizações Privadas - Principia editora.

Thiry-cherques. (2003). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora;

Vassalo. (2000). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

Wilton de Medeiros Daher, Marcelle Colares Oliveira, Bruno de oliveira cal e Vera Maria Rodrigues Pontes. (2009). Responsabilidade Social Corporativa segundo o modelo de Hopkins.

Zimmerman. (1992). Ética e Responsabilidade Social das organizações Privadas - Principia editora.

ANEXOS

Anexo A – Questionário

Anexo B – Guião de entrevista

Anexo C - Certificados da empresa Cavibel, sarl