

Empresas Responsáveis – Questionário de Sensibilização



Comissão Europeia
Direcção-Geral Empresa

1. Introdução

O presente questionário ajudá-lo-á a reflectir sobre os esforços desenvolvidos pela sua empresa no domínio da responsabilidade empresarial, através de perguntas sobre as possibilidades de melhorar o seu negócio de forma lucrativa e sensata. O questionário ajudá-lo-á ainda a identificar outras medidas que possa tomar para reforçar o seu negócio, a sua reputação e o respectivo desempenho.

O preenchimento deste questionário não deverá demorar mais de dez minutos. Assinale as respostas que melhor se adequam a si e à sua empresa, uma vez que o questionário é para si. Não há respostas certas ou erradas, pretendendo-se, antes, levá-lo a reflectir sobre as medidas que pode tomar. Depois de preenchido, guarde-o para futura consulta. Não será apresentado a ninguém, nem recolhido pelos organizadores do evento.



2. Políticas em matéria de local de trabalho

1. Incentiva os seus trabalhadores a desenvolverem competências reais e carreiras a longo prazo (por exemplo através de um processo de avaliação do seu desempenho ou de um plano de formação)?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
2. Existe algum processo para garantir que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação (por exemplo, contra mulheres, grupos étnicos, pessoas com deficiência, etc.)?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
3. Consulta os seus trabalhadores sobre questões importantes?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
4. A sua empresa dispõe de planos em matéria de saúde, segurança e apoio social que protejam adequadamente os seus trabalhadores?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
5. A sua empresa preocupa-se em proporcionar aos seus trabalhadores um bom equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar, admitindo, por exemplo, horários de trabalho flexível ou permitindo o trabalho em casa?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>

Contribuição das boas políticas em matéria de local de trabalho para o sucesso da sua empresa

O sucesso a longo prazo da sua empresa e a sua capacidade para agir com eficácia como empresário dependem, muitas vezes, dos conhecimentos, competências, talento, capacidade de inovação e, sobretudo, da motivação dos seus trabalhadores. À medida que a sua empresa cresce, precisará de pessoas em quem possa confiar e delegar tarefas, de forma a poder fortalecer o seu negócio.

Embora o cumprimento da legislação em matéria de emprego e de saúde e segurança no trabalho vá ao encontro das necessidades básicas dos trabalhadores, um empenho visível na sua satisfação profissional, na evolução das suas carreiras e no apoio social demonstrar-lhes-á que a empresa lhes dá o devido valor como pessoas e valoriza o seu contributo . A participação dos seus trabalhadores no processo permitirá obter deles mais ideias, empenho e lealdade, aumentando a sua eficácia como empresário.

Os trabalhadores constituem os soldados de primeira linha da maioria das empresas e, muitas vezes, estão em posição de se aperceberem dos problemas e das respectivas soluções antes de si. Se lhes transmitir claramente os valores e métodos de trabalhos da sua empresa e lhes permitir que contribuam com as suas ideias, poderão ajudá-lo a enfrentar melhor as mudanças que surgem à medida que a sua empresa evolui.

Eis algumas sugestões que o ajudarão a estabelecer boas "parcerias internas" com os seus trabalhadores:

- Assegure-se de que reina a confiança entre chefias e trabalhadores;
- Consulte os seus trabalhadores sobre questões comerciais (quando tal for útil) e solicite a sua cooperação em questões relevantes para a empresa; e
- Tenha em consideração a forma como o desenvolvimento da carreira e a formação de cada trabalhador podem beneficiar a sua empresa a longo prazo.

Quando as parcerias internas são eficazes permitem ainda criar relações que melhoram a flexibilidade e a capacidade de resposta e de partilha de conhecimentos entre os trabalhadores. Uma equipa motivada está muitas vezes na base da estabilidade e da satisfação do pessoal, ajudando igualmente a empresa a criar uma boa reputação.

3. Políticas ambientais

6. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de:				
○ poupança de energia?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
○ minimização e reciclagem de resíduos?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
○ prevenção da poluição (como, por exemplo, emissões para a atmosfera e a água, descargas de efluentes, ruído)?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
○ protecção da natureza?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
○ opções de transporte sustentável?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
7. Pode a sua empresa diminuir os custos reduzindo o seu impacto ambiental (por exemplo, reciclando, reduzindo o consumo de energia ou evitando poluir)?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
8. No desenvolvimento de novos produtos e serviços, pondera os potenciais impactos ambientais (por exemplo, avaliando a utilização de energia, as possibilidades de reciclagem ou a emissão de substâncias poluentes)?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
9. A sua empresa disponibiliza informação ambiental clara e precisa sobre os seus produtos, serviços e actividades aos clientes, fornecedores, comunidade local, etc.?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
10. Consegue identificar formas de a sua empresa utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética, etc.)?				
Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>

Contribuição das boas políticas ambientais para o sucesso da sua empresa

A degradação do ambiente é um problema tanto global quanto local, que tem vindo a suscitar uma crescente preocupação em toda a sociedade e, por conseguinte, também entre os seus clientes. Além disso, um bom desempenho ambiental é também normalmente vantajoso do ponto de vista financeiro. A eficiência energética, a prevenção da poluição e a minimização e reciclagem dos resíduos podem levar a significativas reduções de custos na sua empresa negócio, além de oferecerem outras vantagens, como garantir o respeito pela legislação ambiental, melhorar o seu relacionamento com a comunidade local, motivar os seus trabalhadores e promover uma maior fidelização dos clientes. Todas estas vantagens contribuem claramente para a sustentabilidade e sucesso a longo prazo da sua empresa.

Todas as empresas, independentemente da sua dimensão ou sector de actividade, podem ter um impacto positivo ou negativo sobre o ambiente. Os impactos negativos resultam do consumo directo ou indirecto de energia e recursos, da produção de resíduos e substâncias poluentes e da destruição dos habitats naturais.

Embora a redução dos impactos ambientais negativos alcançada pelas empresas mais pequenas possa não ser muito significativa, todas as empresa podem contribuir, reduzindo o consumo de energia e o volume de resíduos e reciclando os materiais utilizados. Mesmo pequenas melhorias podem fazer uma profunda diferença quando somadas aos esforços desenvolvidos por outras empresas.



4. Políticas de mercado

11. A sua empresa possui uma política destinadas a garantir a honestidade e qualidade em todos os seus contratos, negócios e publicidade (como, por exemplo, uma política de aquisições equitativa, disposições em matéria de defesa do consumidor, etc.)?	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
12. A sua empresa disponibiliza informação e rótulos claros e precisos sobre os seus produtos e serviços, inclusive em matéria de obrigações pós-venda?	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
13. A sua empresa garante o pagamento atempado das facturas dos fornecedores?	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
14. A sua empresa possui algum processo que garanta a eficácia na recolha de reacções e nas consultas e/ou diálogo com os clientes, fornecedores e outras pessoas com quem negocia?	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
15. A sua empresa dispõe de algum processo de registo e tratamento de reclamações apresentadas por clientes, fornecedores e parceiros comerciais?	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>
16. A sua empresa coopera com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial?	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>	Em parte <input type="checkbox"/>	Não sei <input type="checkbox"/>	Não se aplica <input type="checkbox"/>

Contribuição das boas políticas de mercado para o sucesso da sua empresa

As empresas são fundamentalmente organizações “humanas” dependentes de uma teia de relações internas e externas com importância vital para a prosperidade recíproca. A forma como estas relações de trabalho são geridas é determinante para o sucesso de uma empresa. As boas relações com clientes e fornecedores resultam em ganhos para ambas as partes.

Uma boa rede de contactos tem uma importância decisiva para o sucesso. Uma forma rápida de melhorar o desempenho da sua empresa consiste em partilhar experiências com fornecedores, clientes e outras empresas e organizações locais do sector comercial com uma visão idêntica. Existem muitos exemplos de boas práticas no sector que podem ajudá-lo a atingir os objectivos da sua empresa. Poderá igualmente ajudar outras empresas partilhando com estas a sua experiência.

Para manter a reputação da sua empresa, é importante que aja sempre de forma correcta em todas as suas relações laborais. Na prática, poderá conquistar uma boa reputação através da satisfação dos consumidores, do pagamento atempado das facturas e de um empenho contínuo em práticas comerciais éticas. Esta reputação tem uma importância crucial para garantir o sucesso no mercado.

5. Políticas relativas à comunidade

17. A sua empresa proporciona oportunidades de formação a membros da comunidade local (como, por exemplo, estágios ou oportunidades de trabalho para jovens ou pessoas pertencentes a grupos desfavorecidos)?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
18. Dispõe de um canal aberto de diálogo com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controversas ou delicadas que envolvam a sua empresa (como, por exemplo, a acumulação de resíduos fora das suas instalações ou veículos a obstruírem estradas ou caminhos)?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
19. A sua empresa tenta fazer as suas aquisições no mercado local?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
20. Os seus trabalhadores são incentivados a participar em actividades da comunidade local (por exemplo, através da disponibilização de tempo e de conhecimentos especializados dos trabalhadores ou de outra ajuda prática)?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
21. A sua empresa oferece um apoio financeiro regular às actividades e projectos da comunidade local (por exemplo, através de donativos a organizações de beneficência ou de patrocínios)?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>

Contribuição das boas políticas relativas à comunidade local para o sucesso da sua empresa

Existe uma relação clara entre uma empresa saudável e rentável e o bem-estar da comunidade em seu redor. A maioria das pequenas empresas constituem uma parte integrante da comunidade local e participam activamente nas aspirações e actividades locais. Tais empresas usufruem de vantagens, tais como, por exemplo:

- uma valiosa rede de relações e contactos com outras empresas locais;
- um maior reconhecimento e consideração por parte dos consumidores;
- uma melhor reputação empresarial; e
- uma melhor contratação e fidelização do pessoal.

Mas ser um bom vizinho não é apenas respeitar quem mora nas proximidades. O apoio à comunidade pode incluir tudo o que a beneficiar, como um patrocínio ou a disponibilização de tempo e conhecimentos especializados. Pode igualmente abranger a participação em iniciativas locais em matéria de desporto, educação ou cultura. Uma ajuda na abordagem de questões sociais, como a prevenção do crime ou o desemprego a longo prazo na sua zona, podem também contribuir para o sucesso financeiro a longo prazo da sua empresa.

A sua participação positiva na comunidade local pode ainda ajudá-lo a identificar novos mercados, clientes ou oportunidades de negócio, a estabelecer contactos com autoridades locais e pessoas com influência na opinião pública, bem como facilitar novas parcerias com outras empresas no âmbito de projectos da comunidade.

Tente escolher actividades que se coadunem com os objectivos comerciais da sua empresa (como, por exemplo, actividades que interessem a clientes potenciais ou respondam às necessidades de formação e contratação da empresa), sejam relevantes para a sua comunidade local, promovam o empenhamento dos seus trabalhadores e estejam dentro das possibilidades da sua empresa.

 **6. Valores da empresa**

22. Já definiu claramente os valores e regras de conduta da sua empresa?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
23. Comunica os valores da sua empresa a clientes, parceiros comerciais, fornecedores e outras partes interessadas (por exemplo, em promoções de vendas, material de marketing ou na comunicação informal)?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
24. Os seus clientes estão cientes dos valores e regras de conduta da sua empresa?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
25. Os seus trabalhadores estão cientes dos valores e regras de conduta da sua empresa?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>
26. Proporciona formação aos seus trabalhadores sobre a importância dos valores e regras de conduta da sua empresa?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em parte <input type="checkbox"/> Não sei <input type="checkbox"/> Não se aplica <input type="checkbox"/>

Contribuição dos valores da empresa para o sucesso da sua empresa

A maioria das pequenas empresas já age de forma correcta ou, pelo menos, toma algumas boas medidas! As pequenas e médias empresas reflectem, frequentemente, os valores e princípios defendidos pelo seu proprietário ou gestor. Porém, são poucas as empresas que consagram os seus valores num código de conduta, numa declaração de boas práticas comerciais ou mesmo num conjunto de regras simples que articule a sua visão, valores, responsabilidades e ambições.

A definição e comunicação dos seus valores ajudá-lo-á a si e aos seus trabalhadores a permanecerem fiéis àquilo em que acredita e contribuirá para construir a reputação da sua empresa. Trata-se de uma ferramenta muito útil, que lhe permitirá apresentar uma declaração de intenções perante as pessoas e parceiros com quem trabalha. As pessoas gostam de trabalhar com quem partilha os seus valores e, assim, esta atitude poderá ajudá-lo a conquistar trabalhadores, clientes, fornecedores e investidores que aprovelem os seus princípios.

Certifique-se de que estes valores reflectem realmente a empresa e o respectivo contexto. É importante promover elevados padrões de ética no local de trabalho e lidar de forma positiva com os interesses e preocupações dos seus trabalhadores, clientes, fornecedores e da comunidade local.

A comunicação de valores claramente definidos é um ponto de partida. Regra geral, os seus valores devem ser suficientemente claros e coerentes para servirem de orientação em situações problemáticas ou que suscitem conflitos de interesses. Obterá melhores resultados se conseguir convencer outras pessoas do seu empenho nos valores declarados pela empresa. Para tal deve:

- ser pessoalmente um modelo de coerência;
- ter capacidade para fazer as pessoas dialogar; e
- comunicar os seus valores tanto a nível interno como externo.

Os valores e princípios fundamentais de uma empresa, bem como o empenho na sua prossecução, encontram-se inextricavelmente ligados à reputação da própria empresa.