



Política de Responsabilidade Social e Programa 2015





I. ENQUADRAMENTO

A criação da Fábrica do Chocolate materializa por si só o sentido de responsabilidade social da empresa e das pessoas envolvidas na sua criação e gestão, na medida em que contribuem para a preservação e valorização de um edifício que faz parte da História e memória da cidade, devolvendo-lhe a dignidade de outrora. A aquisição, e posterior intervenção, foi essencialmente motivada pela vontade de garantir a preservação e transformação num espaço que recupera e perpetua a memória da fábrica de chocolate de Viana, tão presente na vida da comunidade. O edifício representa não só um belo exemplar do modernismo, classificado como de interesse concelhio, mas concretiza também uma oferta cultural singular através da criação, entre outras valências, de um Museu que se constitui como um espaço lúdico e informativo em simultâneo.

Mas as preocupações em matéria de Responsabilidade Social vão muito além da preservação do edifício e memória do mesmo.

A Comissão das Comunidades Europeias, definiu Responsabilidade Social das Empresas como “a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas”, ou seja, as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo. Ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais, implica ir mais além através de um maior investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais.

Assim, à semelhança da gestão da qualidade, a responsabilidade social deve ser considerada como um investimento e não como um custo. Num contexto da globalização e de mutação



Compromisso da FC com a Responsabilidade Social

industrial em larga escala, a longo prazo, o crescimento económico, a coesão social e a protecção ambiental são indissociáveis.

De acordo com o Livro Verde para a RSE da Comissão Europeia as organizações devem ser social e ambientalmente responsáveis sem deixarem de ser economicamente sustentáveis. Essa é a filosofia que orienta a política da Fábrica do Chocolate.

I.1 PRINCIPIOS ORIENTADORES DA RS

Conforme dispõe a NP 4460-1:2007 «a responsabilidade social é o compromisso contínuo e voluntário da organização em assumir um comportamento ético e de contribuir de forma pró-ativa para o desenvolvimento sustentável, numa perspetiva económica, ambiental e social, visando a melhoria da qualidade de vida das pessoas». Nesta definição está implícito um compromisso contínuo e voluntário, que é um meio para o desenvolvimento sustentável das organizações, tendo como fim melhorar a qualidade de vida das pessoas.

A norma NP 4469-1:2008 está baseada em dez princípios de responsabilidade social:

- 1) Cumprimento da lei, dos instrumentos de regulamentação coletiva e dos regulamentos aplicáveis;*
 - 2) Respeito pelas convenções e declarações reconhecidas internacionalmente;*
 - 3) Adoção do princípio da precaução;*
 - 4) Reconhecimento do direito das partes interessadas em serem ouvidas e o dever de reagir por parte da organização;*
 - 5) Reconhecimento dos aspetos da responsabilidade social diretos e indiretos da organização, tendo em conta todo o ciclo de vida dos seus produtos;*
 - 6) Privilégio à prevenção da poluição na origem;*
 - 7) Atuação transparente, partilha de informação e comportamento aberto;*
-



Compromisso da FC com a Responsabilidade Social

8) Responsabilização pelas ações e omissões da organização e prestação de contas pela sua conduta face às legítimas preocupações das partes interessadas;

9) Integração dos aspetos da responsabilidade social nos sistemas de gestão da organização e no seu processo de tomada de decisão;

10) Não regressão, isto é, não utilizar as disposições desta Norma como fundamento para a redução dos níveis de desempenho em responsabilidade social já alcançados pela organização.

I.2 A POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA FÁBRICA DO CHOCOLATE

A definição e implementação da Política de Responsabilidade Social na FC no âmbito de um Sistema Integrado da Qualidade constitui uma **oportunidade** para:

- Revisão dos valores e princípios de actuação da FC,
- Definição de uma Política Integrada de Qualidade que integre todos os princípios da RS acima descritos,
- Identificação e avaliação das partes interessadas da FC para definição de um Plano de envolvimento com as mesmas;
- Auscultar as partes interessadas significativas para identificação das suas expectativas, necessidades e preocupações no âmbito dos temas da RS e do trabalho desenvolvido pela FC;
- Identificação e avaliação dos aspetos significativos de responsabilidade social para, ao integrá-los no Programa e anual, definir mecanismos para medir os aspetos mais significativos e, conseqüentemente, minimizar os impactos daí decorrentes.
- Implementação de um Código de Ética e Conduta;

A Política de Responsabilidade Social da FC visa **melhorar continuamente**:

- *A compreensão e antecipação das necessidades dos nossos clientes (internos e externos) procurando elevar, permanentemente, os padrões de satisfação dos mesmos;*
 - *A resposta em termos de qualidade e prazo;*
 - *A maximização dos impactos positivos e a minimização dos impactos negativos sobre as partes interessadas;*
-



Compromisso da FC com a Responsabilidade Social

- *O cumprimento dos princípios de RS, dos regulamentos legais aplicáveis e outros que a FC subscreva;*
- *O envolvimento, a clareza e fluência da comunicação/informação com as partes interessadas;*
- *O cumprimento dos objetivos de RS através de ajustadas políticas e programas de RS;*
- *A compreensão, por todos os funcionários, fornecedores e demais partes interessadas, de todos os objetivos da qualidade e da responsabilidade social e da sua importância, e o encorajamento para contribuir com ações e sugestões de melhoria;*
- *A correção imediata dos erros detetados e a melhoria dos processos para eliminar a sua ocorrência no futuro;*
- *O desenvolvimento profissional dos colaboradores através da qualificação, de uma adequada conjugação entre formação e prática, e disponibilização de um ambiente de trabalho salutar e desafiante;*
- *A consolidação de uma cultura de **qualidade e inovação** como mais-valia organizacional.*

Além deste documento que estabelece as orientações e o compromisso com a RS, as partes interessadas e aspectos relevantes da RS, a política de RS da FC concretiza-se ainda através do **código de conduta e Plano de Responsabilidade Social**.

O **Código de Conduta** consiste numa declaração formal dos valores e práticas comerciais da empresa, e constitui, simultaneamente, um compromisso solene da empresa para a sua observância e a exigência de que os seus **contratantes, subcontratantes**, fornecedores e parceiros os cumprem. O Código de Conduta da Fábrica do Chocolate pode ser consultado no nosso site.

O **Programa de responsabilidade social** (anual) estabelece um conjunto de **objetivos e medidas** concretas. Para o efeito, é criada uma equipa de trabalho que reúne periodicamente com o intuito de definir e acompanhar a implementação dessas medidas, avaliando a situação atual da empresa e os impactos da sua atividade ao nível económico, ambiental e social.

O Programa de Responsabilidade Social é um documento essencial para a sistematização das oportunidades de melhoria da empresa. Permite ainda que se definam responsabilidades ao nível da gestão em termos de disponibilização de recursos necessários para a implementação das medidas, bem como ao nível dos recursos humanos afetos ao Plano que garantam a sua concretização.



II. AS NOSSAS PARTES INTERESSADAS

Enquanto empresa somos o resultado das interações, compromissos e sinergias que estabelecemos com as diferentes partes interessadas que integram o sistema económico, social e ambiental em que atuamos e acreditamos na responsabilidade social enquanto modelo para a criação de valor económico, social e ambiental para todas as partes. Neste sentido, as partes interessadas – ou seja, as pessoas e organizações que afetam e são afetadas pelas atividades da FC – são a base do desenvolvimento do nosso negócio, pelo que procuramos ativamente identificar as suas necessidades e expectativas e estabelecer mecanismos de diálogo e envolvimento.

A avaliação da significância das partes interessadas foi feita tendo por base a verificação da incidência dos critérios: vínculo, influência, proximidade e dependência. O critério da representação não foi considerado por não ter uma incidência concreta e/ou evidente.

Critérios a adoptar para a definição as partes interessadas (segundo a NP4469-2008)

NP 4469-1:2008

A organização deve estabelecer, implementar e manter um ou mais procedimentos para identificar as suas partes interessadas, internas e externas.

A identificação das partes interessadas deve ter em conta a escala, a natureza e a localização geográfica das actividades e produtos da organização. Adicionalmente, a identificação das partes interessadas deve ter em conta os critérios de vínculo, influência, proximidade, dependência e representação:

Vínculo – *as partes interessadas para com as quais a organização tem, ou poderá vir a ter no futuro, obrigações legais, financeiras ou operacionais na forma de regulamentos, contratos, políticas ou códigos de conduta (por exemplo, colaboradores, autoridades locais, sindicatos).*

Influência – *as partes interessadas que influenciem ou possam vir a influenciar a capacidade da organização atingir os seus objectivos, independentemente das suas acções serem no sentido de facilitar ou de dificultar o seu desempenho (por exemplo, autoridades locais, accionistas e grupos de pressão).*

Proximidade – *as partes interessadas com as quais a organização interage mais, incluindo partes interessadas internas (por exemplo, colaboradores e accionistas), as partes interessadas com relações de longa data (por exemplo, parceiros de negócio), as partes interessadas das quais a organização depende nas operações do quotidiano (por exemplo, autoridades locais, fornecedores locais ou empresas de trabalho temporário) e as partes interessadas que vivem na vizinhança das instalações da organização (permanentes ou temporárias).*



Compromisso da FC com a Responsabilidade Social

Dependência – as partes interessadas que estão directa ou indirectamente dependentes das actividades e produtos de uma organização em termos económicos ou financeiros (por exemplo, empregador único na localidade ou fornecedor único de bens ou serviços) ou em termos de infra-estrutura regional ou local (por exemplo, escolas, hospitais) e de satisfação de necessidades básicas (por exemplo, fornecimento de medicamentos, água ou electricidade). Deve atender-se ao grau de dependência das partes interessadas, sendo de considerar as partes interessadas que mais dependem da organização (por exemplo, colaboradores e as suas famílias, clientes que dependem dos produtos da organização para a sua saúde, segurança ou sobrevivência de fornecedores para quem a organização seja o cliente dominante).

Representação – as partes interessadas que através de disposições legais, estatutos, costumes ou cultura podem legitimamente reclamar e representar outros indivíduos (por exemplo, representantes da comunidade local e de consumidores, associações sindicais, organizações não governamentais, “franchisados”, etc). Estão aqui incluídos os representantes das partes interessadas sem voz (por exemplo, ambiente e gerações futuras).

A organização deve documentar esta informação e mantê-la actualizada.

As partes interessadas da FC podem ser divididas em Internas e Externas:

- Internas: Colaboradores

- Externas: Clientes; Fornecedores e organizações parceiras; Sociedade e Comunidades local

II.2 As partes interessadas mais relevantes

Tendo como referencia os critérios acima identificados, e a realidade específica da FC enquanto empresa turística, que providencia serviços ou experiências, verifica-se que a parte interessada que mais afecta a FC são os fornecedores, e a parte interessada que mais é afectada pela FC são os colaboradores, com um vínculo de exclusividade, influenciando determinantemente a qualidade dos serviços prestados, com uma proximidade elevada, e dos quais a FC depende para concretizar a sua operação, mas também dependentes da FC, na medida em que como entidade empregadora lhe garante o salário, fonte de rendimento.

	Vínculo	Influência	Proximidade	Dependência
Colaboradores	X	X	X	X
Clientes				
Fornecedores		X	X	
Organizações parceiras *		X	X	
Comunidade local			X	

* As organizações parceiras são essencialmente fornecedores, mas a possibilidade de existirem parceiros que não sejam fornecedores leva à sua separação



Compromisso da FC com a Responsabilidade Social

Pela incidência de critérios e dada a natureza da FC, como empresa de serviços turísticos, os colaboradores foram, para o imediato (curto prazo) considerados como parte interessada com maior relevância, e objecto de maior preocupação em matéria de RS. A sua relevância resulta da importância na prossecução dos objectivos do SI da empresa, e porque afectam significativamente a operação da organização e a qualidade dos serviços prestados.

A motivação dos trabalhadores e seu conseqüente aumento de produtividade podem ser alcançados adoptando medidas como a criação de condições para a aprendizagem ao longo da vida (formação); a promoção da igualdade em termos de remuneração e de perspectivas de carreira para ambos os sexos; e da permanente preocupação relativamente à empregabilidade e à segurança dos postos de trabalho.

Desta feita, a Administração da Fábrica do Chocolate compromete-se a implementar um conjunto de medidas, que vão ao encontro das expectativas dos seus colaboradores, fazendo uma consulta anual para aferir as suas necessidades e grau de satisfação dos mesmos. **Foram ainda identificadas para as restantes partes potenciais objectivos para a Fábrica do Chocolate.**

III. ASPECTOS DA RS

Os nossos objetivos estratégicos e aspetos da RS são definidos tendo por base os resultados das auscultações realizadas às diferentes partes interessadas, através de diferentes mecanismos:

- Reuniões de Auscultação Da auscultação aos colaboradores e aos parceiros de negócio, realizada em contexto de reunião, resultou a identificação pelos mesmos dos impactes positivos e negativos resultantes das actividades da FC e de sugestões de ações a implementar para maximizar a relação de parceria.
- Questionário de Auscultação às Partes Interessadas
Está prevista a realização de questionário com vista à auscultação das partes interessadas, integrando questões relacionadas com o desempenho da organização no âmbito da responsabilidade social, especificamente em relação aos aspectos da RS identificados.



III.1. PARTE INTERESSADAS INTERNAS – COLABORADORES

Os colaboradores são uma parte interessada fundamental para o nosso crescimento sustentável enquanto empresa. Nesse sentido, além da garantia de cumprimento de requisitos legais em matéria de horário, salários, condições de higiene, saúde e segurança no local de trabalho, apostamos num conjunto de práticas:

- **Condições de trabalho e bem-estar:** Práticas e mecanismos facilitadores da vida profissional com a esfera familiar e pessoal (Flexibilidade de horário pontual para conciliação com atividades pessoais, teletrabalho pontual para conciliação com necessidades pessoais e familiares); Zona de refeição e lazer para os colaboradores; Ações de convívio e teambuilding com vista ao fomento do espírito de equipa e de entreatajuda (actividades de grupo e jantar de Natal); Celebração de aniversários e outras datas de relevância para a empresa ou para os colaboradores.
- **Desenvolvimento Humano e Formação:** Formação orientada para o desenvolvimento de competências associadas à função e melhoria crescente das qualificações; Motivação e valorização dos recursos humanos (ex. actividades de convívio e prémios de desempenho); Promoção de formação contínua em diversas áreas de conhecimento, para todos os colaboradores (ex. escola do chocolate).
- **Direitos Humanos:** Igualdade de oportunidades; Pagamento igual por trabalho igual; Critérios de recrutamento e selecção claros e isentos para evitar práticas discriminatórias; Integração de princípios de Direitos Humanos no Manual de Acolhimento do Colaborador.

Mecanismos de auscultação e envolvimento dos colaboradores: Porta aberta – acesso direto à administração; Reuniões periódicas de auscultação; Inquéritos de satisfação; caixa de sugestões.



III.2. PARTES INTERESSADAS EXTERNAS

III.2.1 CLIENTES

Os clientes são a razão da existência da FC. O nosso sucesso mede-se pela nossa capacidade de proporcionar experiências positivas e memoráveis, na garantia da segurança, integridade e bem-estar dos clientes. São aspectos relevantes na relação com os clientes

- Saúde e segurança do cliente;
- Rotulagem de produtos e serviços; todos os produtos são rotulados quanto aos ingredientes e prazo de validade;
- Comunicações de marketing.

III.2.2 SOCIEDADE E COMUNIDADE ENVOLVENTE

Queremos contribuir para a qualidade de vida de todas as pessoas que nos rodeiam, estreitando laços com a comunidade onde operamos. Nesse sentido, apresentamos algumas práticas no domínio da relação da FC com a sociedade e comunidade envolvente:

- Preservação cultural do espaço Fábrica Avianense;
- Valorização do conceito Chocolate;
- Promoção de/participação em Campanhas de Solidariedade;
- Apoio e incentivo à formação (visitas instituições ensino/estágios)

III.2.3 FORNECEDORES E PARCEIROS

- Preferência sobre os fornecedores locais, regionais e nacionais e com evidência em matéria de RS;
- Colaboração com fornecedores com o intuito de desenvolver e melhorar os serviços prestados (parcerias);