



ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**ADOÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL POR PARTE DAS MICRO
E PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS PORTUGUESAS: UMA
ANÁLISE A ENTIDADES DOS DISTRITOS DE BRAGANÇA E VILA
REAL.**

Hermínio Cândido Baptista

**Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do Grau de
Mestre em Contabilidade e Finanças.**

Orientada pela Professora Doutora Ana Paula Monte

Bragança, fevereiro de 2015



ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**ADOÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL POR PARTE DAS MICRO
E PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS PORTUGUESAS: UMA
ANÁLISE A ENTIDADES DOS DISTRITOS DE BRAGANÇA E VILA
REAL.**

Hermínio Cândido Baptista

**Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do Grau de
Mestre em Contabilidade e Finanças.**

Orientada pela Professora Doutora Ana Paula Monte

Bragança, fevereiro de 2015

RESUMO

Ao olhar para o mundo numa perspetiva económica não restam dúvidas de que são as empresas que fazem “circular o dinheiro”, fazem com que a economia exista, que no fundo é o que faz com que a população sobreviva e viva. Contudo num olhar mais atento há que perceber que se as empresas têm esta importância e nós seres humanos dependemos da economia para viver não é menos verdade que elas também precisam de nós, seres humanos, para sobreviver. É então neste ponto que percebemos que as empresas têm que ter respeito pelo seu meio envolvente, que têm que ser responsáveis para que a humanidade tenha um futuro saudável e risonho. Falando a este respeito estamos com certeza a falar de Responsabilidade Social.

Perante a importância que as empresas têm denota-se uma crescente consciencialização de que estas devem cada vez mais assumir um papel ativo em termos do reforço da cidadania e um equilíbrio entre a dimensão social, sustentabilidade económica e a proteção ambiental numa lógica de promoção de um desenvolvimento sustentado e sustentável.

É com esta ideia que surge este tema e sua importância de tal modo que este trabalho baseia-se na perspetiva de entender o que as micro, pequenas e médias empresas do distrito de Vila Real e Bragança fazem em relação a esta temática e principalmente sobre o conceito de Responsabilidade Social sendo a economia portuguesa maioritariamente preenchida por micro, pequenas e médias empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento sustentável; Ética; Norte de Portugal; PME; Responsabilidade Social.

RESUMEN

Al mirar el mundo desde una perspectiva económica no hay duda de que se trata de las empresas que conforman el "dinero circular" que la economía no, en el fondo es lo que hace que la población para sobrevivir y vivir. Sin embargo hay una mirada más cercana a darse cuenta de que no, si las empresas tienen esta importancia y que los seres humanos dependen de la economía para vivir es menos cierto que también necesitan de nosotros los seres humanos para sobrevivir.

Es entonces en este punto nos damos cuenta de que las empresas tienen que tener respeto por su entorno, tienen que ser responsables de que la humanidad tenga un futuro saludable y feliz. En declaraciones a este respecto que, sin duda estamos hablando de la responsabilidad social.

Dada la importancia de que las empresas han denotado una conciencia creciente de que éstos están tomando cada vez más un papel activo en el fortalecimiento de la ciudadanía y un equilibrio entre la sostenibilidad económica social y la protección del medio ambiente en una lógica de promoción de un desarrollo sostenido y sostenible .

Es con esta idea que surge este tema y su importancia para que este trabajo se basa en la perspectiva de entender lo que las micro, pequeñas y medianas empresas, en el distrito Vila Real y Bragança son en relación con este tema y sobre todo en el concepto de la responsabilidad social y la comunidad empresarial Portuguesa, siendo a economía portuguesa en su mayoría micro, pequeñas y medianas empresas.

PALABRAS-CLAVE: Desarrollo sostenible; Ética; Norte de Portugal; PYMES; Responsabilidad Social.

ABSTRACT

Looking at the world from an economic point of view there is no doubt that it is the companies that make the “currency movement”, they are responsible for the existence of the economy, deep down is what this is what it takes for the survival and living of the population. However, in a closer look it must be realized that if companies have this importance and we humans depend on the economy to live is no less true that they also need us, humans, to survive. It is then, at this point we realized that companies must have respect for their environment, they must be responsible for humanity to have a healthy and happy future. Thus, we are certainly talking about Social Responsibility.

Given the importance that companies have, is denoted a growing awareness that these are increasingly taking an active role in strengthening citizenship and a balance between social, economic sustainability and environmental protection with the aim of promoting a sustained and sustainable development.

It is with this idea that comes up this topic and its importance so that this work is based on the perspective to understand what SMEs, in the north of Portugal, do in relation to this subject and especially on the concept of Social Responsibility being the Portuguese business sector mostly Portuguese, reaching the conclusion that SMEs do not shall revise its strategy in a Social Responsibility base.

KEYWORDS: Ethics; North of Portugal; Social Responsibility; Sustainable development; SMEs.

AGRADECIMENTOS

Esta foi sem duvida a etapa da minha vida académica mais marcante até hoje, não pelo facto de ter atingido mais um grau mas sim pelo esforço que foi feito para concluir a presente dissertação ultrapassando todas as dificuldades até aqui chegar.

Claro que sendo este um trabalho individual neste momento não posso deixar de fora quem fez com que este trabalho individual dependesse deles também, pelo seu apoio, carinho e sobretudo amizade e profissionalismo.

Por isso, agradecer pelo seu profissionalismo e pela paciência demonstrada ao longo deste tempo, em que por minha culpa e por outros motivos, o trabalho não aparecia feito, contudo com o seu profissionalismo, consegui sempre ter um tempo para me poder ajudar mesmo quando a agenda não o permitia e levar a bom porto esta dissertação, por isso um muito obrigado a Professora Doutora Ana Paula Monte ficarei eternamente grato.

Agradecer da mesma forma aos meus pais, pois tudo que tenho é graças a eles e esta minha etapa que tão orgulhosos sei que os deixa não é exceção. A eles o meu obrigado por tudo o que me dão e são para mim da mesma forma a familiares que sempre se preocuparam e preocupam comigo por isso a minha “irmã” Samanta e a minha “mãe” Olema um obrigado por tudo.

Esta etapa permitiu constatar que a amizade vai além de uma mera conversa ou uma simples companhia, e nestes momentos que precisei de ajuda os amigos estiveram ao meu lado, sem referenciar nomes pois são alguns e eles sabem quem são, a eles o meu obrigado, tentarei ser para vocês o que são para mim.

Por ultimo mas não menos importante, não posso deixar de agradecer a uma pessoa que conseguiu pôr-me no caminho certo para o sucesso de mais uma etapa dando o seu incentivo, força, ajuda, compreensão e pela sua forma direta de me chamar a razão motivando para seguir frente, o meu muito obrigado a minha namorada Catarina Madeira por estas razões e muito mais, sem ela este caminho seria sem duvida mais longo e duro.

Por fim fica um agradecimento especial ao IPB e todos os Professores que me transmitiram conhecimento e tornaram assim a minha experiencia enriquecedora e da qual nunca esquecerei.

Um muito Obrigado mais uma vez a todos.

LISTA DE SIGLAS

APEE – Associação Portuguesa Ética Empresarial

CE – Comissão Europeia

DP – Desvio padrão

GRI – *Global Reporting Initiative*

IPB – Instituto Politécnico de Bragança

IPSS – Instituições Particulares de Solidariedade Social

ISHST – Instituto para a Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho

ISO – *International Organization for Standardization*

ONS – Organismo de Normalização Sectorial

PME – Pequena e Média Empresa

RSE – Responsabilidade Social das Empresas

SAI – *Social Accountability International*

EU – União Europeia

WCED – *World Commission on Economic Development*

WBCSD – *World Business Council for Sustainable Development*

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE TABELAS	XI
INTRODUÇÃO	1
I - REVISÃO DE LITERATURA	3
1.1 – Conceito de Responsabilidade Social e sua Evolução	3
1.2 – Conceitos relacionados com Responsabilidade Social (cidadania, filantropia e espírito empresarial).....	7
1.3 – Responsabilidade Social e Ética	10
1.4 – Responsabilidade Social e Desenvolvimento sustentável	13
1.5 – Dimensões da RSE	15
1.6 - Afirmação Institucional da Responsabilidade Social	18
1.7 – Motivação para a implementação de um sistema de responsabilidade social	29
1.8 – As PME e a Responsabilidade Social	32
1.8.1 – A Aplicação da Responsabilidade Social às PME e microempresas	32
1.8.2 - Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas – Um estudo da situação Portuguesa.....	33
1.8.3 - Estudo “Responsabilidade Social nas PME: Casos em Portugal” por Santos, Pereira e Silva (2006).....	34
II – DESENHO DO ESTUDO EMPÍRICO	37
2.1 – Problemática, Objetivos e hipóteses de investigação.....	37
2.2 – População e amostra	39
2.3 – Descrição do Instrumento de Recolha de Dados	41
2.4 - Técnicas de tratamentos de dados	43
III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS EMPÍRICOS	45
3.1 - Caracterização da amostra	45
3.2 - Análise descritiva univariada das práticas de Responsabilidade Social Empresarial entre as microempresas dos distritos de Bragança e Vila Real	51
3.3 - Análise bivariada e testes de hipóteses.....	66
CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA FUTURA INVESTIGAÇÃO	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXO	78
Inquérito.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Componentes da Cidadania Empresarial.....	8
Figura 2 - Diferenças entre Filantropia e Responsabilidade Social.....	9
Figura 3 - A responsabilidade Social das Empresas (RSE), ética empresarial e valores: uma perspectiva histórica.....	11
Figura 4 - Objetivo Desenvolvimento Sustentável.....	14
Figura 5 - Tipos de Responsabilidade Social.....	15
Figura 6 - Vetores da Responsabilidade Social de uma Empresa.....	16
Figura 7 - Estudos sobre a relação entre o desempenho social e o desempenho económico..	31
Figura 8 - Distribuição das empresas da amostra (total) por ano de constituição	46
Figura 9 - Distribuição das empresas da amostra, por ano de constituição, no distrito de Bragança.....	47
Figura 10 - Distribuição das empresas da amostra, por ano de constituição, no distrito de Vila Real	47
Figura 11 - Distribuição das empresas de acordo com a dimensão medida pelo número de colaboradores, para a amostra total.....	48
Figura 12 - Distribuição das empresas de acordo com a dimensão medida pelo número de colaboradores, para o Distrito de Bragança.....	49
Figura 13 - Distribuição das empresas de acordo com a dimensão medida pelo número de colaboradores, para o distrito de Vila Real.....	49

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Volume de Negócios, número total de colaboradores e total de empresas não financeiras por distrito, em 2010 e 2012.....	40
Tabela 2 – Empresas não Financeiras, por número de trabalhadores e a taxa de variação no período de 2010 e 2012.....	41
Tabela 3 – Localização das empresas da amostra, distribuição por distrito.....	46
Tabela 4 - Dimensão das empresas da amostra total, por escalões de n.º de colaboradores...	48
Tabela 5 – Estatísticas descritivas da distribuição das empresas mediante o número de colaboradores, no total e por distrito.....	50
Tabela 6 – distribuição das empresas por escalão de volume de negócios, no total e por distrito.....	51
Tabela 7 – Distribuição das empresas de acordo com o mercado em que atua, na amostra total e por distrito.....	51
Tabela 8 – Certificação das empresas em Sistemas de Gestão de Responsabilidade Social, no total e por distrito.....	52
Tabela 9 – Práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas pela empresa, refletidas na estratégia desta, no total da amostra e por distrito.....	53
Tabela 10 – Objetivos prioritários para a empresa, no total e por distrito.....	54
Tabela 11 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com os clientes.....	55
Tabela 12 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com Fornecedores.....	55
Tabela 13 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com Produtos e Serviços.....	56
Tabela 14 – Prática de responsabilidade social relacionadas com a Gestão de Recursos Humanos.....	57
Tabela 15 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com Informação, comunicação e diálogo.....	58
Tabela 16 - Prática Práticas de responsabilidade social relacionadas com formação.....	58
Tabela 17 - Práticas de responsabilidade social com a Comunidade Local.....	59
Tabela 18 – Práticas Ambientais desenvolvidas pelas PME.....	60
Tabela 19 – Áreas de Responsabilidade Social mais importantes para as PME.....	61
Tabela 20 – Cooperação da empresa com os seus <i>stakeholders</i> (frequências absolutas e relativas), no total e por distrito.....	62
Tabela 21 – Estatísticas descritivas do relacionamento das PME com os seus <i>stakeholders</i> ...	62
Tabela 22 – Motivações a desenvolver práticas de responsabilidade social na empresa, para a amostra total.....	63
Tabela 23 – Motivações a desenvolver práticas de responsabilidade social na empresa, por distrito.....	64
Tabela 24 – Nível de Intervenção da PME ao nível da RSE, no total e por distrito.....	65
Tabela 25 – Influencia das práticas de responsabilidade Social no desempenho financeiro da empresa.....	65
Tabela 26 – Benefícios que advém das práticas de Responsabilidade Social	66

INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social é um tema recente, e por esta razão ainda não consolidou uma definição de aceitação universal. Pode-se dizer que a definição da Responsabilidade Social ainda está em construção (Maia, 2007). Assim, sendo este um tema atual, a ideia de que a responsabilidade social deve assumir um papel mais presente no quotidiano das empresas seja para o objetivo final de maximização do lucro seja por uma mera atitude voluntária, esta cada vez mais presente no seio de uma organização.

A crescente inovação tecnológica, o aumento da complexidade dos negócios fez com que as empresas aproveitassem cada ponto estratégico para poder ganhar uma vantagem competitiva em relação aos demais, a responsabilidade social no seu âmbito poderá ser uma boa maneira de conseguir, Ashley (2002, p.3) afirma que, por outro lado, “as crescentes disparidades e desigualdades sociais obrigam a que se repense o desenvolvimento económico social e ambiental”.

Assim, percebendo esta perspetiva de Responsabilidade social e as consequências que advêm dela, a responsabilidade social pode começar a ser vista por parte das empresas como uma estratégia tanto para manter como aumentar a sua rentabilidade, pois este é um tema que toca especialmente na consciência do consumidor, que certamente procurará empresas que os seus produtos conseguirem satisfazer e ao mesmo tempo que envolvam práticas de Responsabilidade Social. Assim é de fácil perceção que a Responsabilidade Social denota uma imagem importante perante os consumidores e sociedade. Uma empresa conseguindo ser socialmente responsável pode alcançar então essa tal vantagem competitiva já referida.

No mundo académico já vários autores estudaram e criaram trabalhos, artigos e estudos que argumentam haver relação entre o desempenho económico e os comportamentos socialmente responsáveis das empresas como, por exemplo, a investigação conduzida por Aupperle, Carroll e Hatfield (1985). Mesmo em Portugal há também estudos que tentaram dar resposta a este tema como é o caso do trabalho levado a cabo por Afonso (2012). Como não poderia deixar de ser e até porque este é um tema no qual o consenso universal não existe, também há outros estudos que apontam ser uma relação inconclusiva entre estas duas variáveis (Faria & Leal, 2009)

Durante algum tempo, confundiu-se Responsabilidade Social com ações de filantropia e muitas vezes desligadas do objeto de negócio da empresa. Estas ações podem fazer parte da Responsabilidade Social de uma empresa mas, por si só, não a tornam socialmente responsável, a juntar a este aspeto persiste ainda uma ideia de que nos negócios bem-sucedidos a mentalidade do comerciante terá que deixar de lado meros moralismos importando-se só consigo próprio a fim de se tornar mais forte, contudo esta ideia começa a desaparecer não deixando de ser feito um

esforço enorme para que uma cultura de ética e responsabilidade social se enraíze no mundo dos negócios.

Atualmente na Europa um dos organismos ligado à implementação de medidas de Responsabilidade Social Empresarial é a Comissão das Comunidades Europeias. Ao longo dos últimos anos a Comissão Comunidades Europeias tem trabalhado na emissão de documentos sobre esta temática e procurado promover a RSE nas empresas europeias.

Posto isto, e verificando que a responsabilidade social é um tema cada vez mais abordado e com prospeção elevada a motivação principal referente à realização da presente dissertação, prende-se com o facto de as microempresas e as PME em Portugal constituírem a maior percentagem do tecido empresarial Português, tal como na Europa, e que encaram a RSE como um desafio, dado o peso das PME e microempresas na economia nacional, optou-se por estudar as práticas de responsabilidade social no seio destas empresas.

A própria União Europeia tem vindo a enfatizar a importância que as PME podem exercer ao nível da Responsabilidade Social. Além disso, alguns dos estudos realizados apontam para um aumento das práticas de RSE nestas empresas.

A presente dissertação tem como principal objetivo verificar se as PME e as microempresas do distrito de Vila real e Bragança adotam práticas de responsabilidade social, sendo objetivos secundários, i) se os empresários destas PME e Microempresas se preocupam em adotar estratégias de RSE, ii) se eles vêm estas práticas relacionadas com o desempenho económico das suas PME e microempresas.

Com estes objetivos definidos efetuou-se uma pesquisa bibliográfica junto da biblioteca da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Bragança bem como na biblioteca da Universidade da Beira Interior e através de pesquisas *online* nomeadamente artigos científicos com o intuito de efetuar um enquadramento teórico do tema da presente dissertação.

A estrutura da presente dissertação de mestrado apresenta 2 capítulos, que não inclui a presente introdução. Assim no primeiro capítulo, faz-se uma sucinta revisão de literatura sobre o tema em questão onde procuramos dar a conhecer os conceitos utilizados ao longo da dissertação, bem como um levantamento conciso da investigação efetuada até a data sobre a RSE e em particular nas PME e microempresas. Segue-se o segundo e último capítulo, Desenho do estudo empírico, Análise e tratamento de onde se apresenta os objetivos, hipóteses de investigação, os métodos de recolha e tratamento de dados a aplicar para atingir os objetivos previamente, apresenta-se e analisa-se os resultados do tratamento de dados recolhidos.

Por último, conclui-se o trabalho, discutindo os resultados obtidos e apontando recomendações, aduz-se ainda as principais limitações do presente trabalho e sugere-se algumas linhas de investigação futuras.

I - REVISÃO DE LITERATURA

Neste capítulo foi feita uma revisão de literatura, sobre o tema responsabilidade social bem como os conceitos inerentes a esta temática. O objetivo primordial é dar a conhecer o que já está dito e estudado acerca da Responsabilidade social, visto que é um tema que apesar de só nos últimos anos ter este mediatismo, não é de agora e remonta a tempos longínquos.

1.1 – Conceito de Responsabilidade Social e sua Evolução

Responsabilidade Social, sua definição, importância, objetivos, consequências têm sido de um debate com uma importância enorme no mundo empresarial, existindo uma preocupação por parte dos estudiosos e empresas perceber o seu conceito e dimensões bem como incorporá-lo à sua realidade.

Segundo o livro verde da Comissão das Comunidades Europeias (COM, 2001), as empresas constituem uma importante componente da sociedade, pois geram crescimento económico e riqueza, criam e mantêm postos de trabalho, tornando-se necessário demonstrar-lhes que existem vantagens em termos de rentabilidade, decorrentes da responsabilidade social. Assim a definição dada pelo livro verde da Comissão Europeia é, "a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas operações quotidianas das organizações e na interação com todas as partes interessadas. Trata-se de um modo de contribuir

para a sociedade de forma positiva e de gerir os impactos sociais e ambientais da organização como forma de assegurar e aumentar competitividade” (COM, 2001, p. 7).

O *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, define a RSE como “o compromisso adotado pelas empresas em contribuir para o desenvolvimento económico sustentável, enquanto promovem a qualidade de vida dos trabalhadores e das suas famílias, das comunidades locais e da sociedade em geral”, ou seja, “o compromisso das empresas na promoção do bem-estar das sociedades nas quais atuam diretamente” (WBCSD, 2001).

Walton (1967, citado por Carroll, 1999, p. 25), afirma que “o conceito de Responsabilidade Social reconhece a proximidade da relação entre a empresa e a sociedade”. Pode-se assim afirmar, que o conceito de Responsabilidade Social não é unanime nem consensual, contudo a sua ligação para com o criar o bem-estar e procurar entender as necessidades do meio envolvente parece estar em consonância nas abordagens a este conceito. Assim este é um conceito que vem em constante inovação ao longo dos tempos até aos dias de hoje, “o aumento crescente da complexidade dos negócios, advindo do processo de globalização e da velocidade das inovações tecnológicas e da informação, impõe ao empresariado uma nova maneira de realizar suas transações” (Ashley, 2002, p. 3).

“O entendimento da relação complexa que existe entre as empresas e a sociedade, incluindo comunidades, empregados, governos, e até outras empresas, concerne ao estudo da responsabilidade social de empresas” (Oliveira, 2008, p. 2).

O despertar da responsabilidade social das empresas não tem um histórico cronologicamente definido. Há na verdade, uma evolução da postura das organizações em face da questão social, provocada por uma série de acontecimentos sociopolíticos determinantes e, também, por aqueles que foram consequência da inovação tecnológica. O conceito de responsabilidade social, não como matéria de estudo que tem atualmente, remonta aos tempos da descoberta do Novo Mundo pelos europeus (Oliveira, 2008, p. 2). Contudo, a revisão bibliográfica ira consistir no passado mais recente, quando a responsabilidade social começou a ter a importância atual.

Porém não se pode deixar de realçar atos e situações em que mesmo em outras alturas as práticas de responsabilidade social estiveram presentes e começaram a injetar um novo conceito e uma nova importância à Responsabilidade Social. Uma declarada política de responsabilidade social por parte dos irmãos *Clement* e *August Brenninkmeyer*, ao fundarem as lojas C&A, em 1841, iriam estrategicamente dar o apoio à comunidade através do financiamento a causas e projetos social, (Ashley, 2002, p. 17). Entretanto, em 1916, surgiu o primeiro caso que levantou e arrastou alguma polémica, chegando mesmo à barra dos tribunais, quando Henry Ford, presidente e acionista maioritário da Ford, decidiu não distribuir alguns dividendos esperados sobre o pretexto da realização de objetivos sociais, investindo-os depois em capacidade de produção e aumento de salários na sua própria empresa (Ashley, 2002, p. 18 e 19).

Três anos mais tarde, esta política daria azo a um julgamento nos tribunais americanos com o caso *Ford versus Dodge*. Alegavam John e Horace Dodge que a autoridade de Ford contrariava os interesses de um grupo dos acionistas. Um revés neste tipo de política apareceu quando da decisão do tribunal sentenciou-se a favor dos *Dodges* justificando-se que as empresas existem para o proveito dos seus acionistas e que os diretores têm direito de arbitrar apenas aos meios para atingir tais fins, não podendo usar os lucros para outros e quaisquer fins. Tais medidas de filantropia teriam a perversa justificação de que só seriam aceitáveis se representassem lucros para os acionistas (Ashley, 2002, p. 19).

A aliar a isto, com o clima da Grande Depressão e da Segunda Guerra Mundial que lhe seguiu, a ideia de que as empresas deveriam apenas responder perante os seus acionistas começou a sofrer fortes oposições. Algo mais se exigia! Na sequência de algumas ideias que então começavam a ser criadas, surgiu, em 1953, um caso que viria a abordar e a esboçar os contornos com que a Responsabilidade Social chegaria aos nossos dias (Karkotli & Aragão, 2004, p. 50).

Num julgamento algo semelhante ao do caso Ford, a empresa *A. P. Smith Manufacturing Company* era acusada de doar recursos à Universidade de Princeton, atitude contrária a alguns grupos de acionistas, novamente. Só que, aqui, os tribunais julgaram favoravelmente a tal prática, defendendo a inserção da empresa na sociedade assim bem como as suas responsabilidades sociais. A bonomia empresarial era, pela primeira vez, contemplada na lei, sustentando uma via para o desenvolvimento social (Ashley, 2002).

Com este marco histórico abriram-se os caminhos para múltiplos debates no âmbito político, humano, ético e ambiental ao longo das décadas seguintes. Começou a levantar-se a questão de saber se não haveria igual legitimidade das empresas de enveredarem por outras orientações (a par da filantropia) que relegassem o aspeto financeiro para um plano não tão prioritário. Este assunto iria mesmo ser amplamente abordado no seio das empresas e das universidades por autores como Mason, Chamberlain e Galbraith (citados por Lerner & Fryxell, 1994, pp. 58-81), primeiro nos Estados Unidos e depois na Europa.

Defensores da responsabilidade social começam a sustentar que, se a filantropia era uma ação legítima da Empresa, então outras ações que priorizam objetivos sociais em relação aos retornos financeiros dos acionistas seriam de igual legitimidade, tais como o abandono de linhas de produto lucrativas, porém destrutivas ao ambiente natural e social” (Hood, 1998, p. 13 e 14).

Lerner e Fryxell (1994) já deram a conhecer alguns autores que começaram a estudar a importância da Responsabilidade social no seio das empresas e organizações como por exemplo autores como, Bowen, Mason, Chamberlain, Andrews ou Galbraith (citados por Lerner & Fryxell, 1994, pp. 58-81). Então eis que surge um artigo de Archie Carroll, intitulado *Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct*, apesar de alguns contributos terem sido lançados antes dos anos 50, este considera que a era moderna da RSE começa em 1953, com a publicação do livro *“Social responsibilities of the businessman”*, de Howard Bowen (o “pai” da

RSE), que colocou a seguinte questão: “Que responsabilidade se espera que o homem de negócios assuma para com a sociedade?” (Carroll, 1999, p. 270) e “para quem, o homem de negócios tinha a RS de prosseguir políticas, tomar decisões ou seguir linhas de ação que fossem desejáveis no âmbito dos objetivos e valores da nossa sociedade” (Carroll, 1999, p. 273).

Então a década de sessenta séc. XX, torna-se na década em que o conceito de Responsabilidade Social se tenta formalizar, assim, McGuire (1963, citado por Carroll, 1999) defendeu a ideia que a Responsabilidade Social supõe que a empresa não tem apenas obrigações legais e económicas, mas também algumas responsabilidades para com a sociedade.

Os acontecimentos relacionados com a guerra do Vietname, entre outros factores, levaram ao aparecimento de movimentos populares que se manifestavam relativamente a questões éticas e também de RSE, ainda que com um carácter incipiente (Pées, 2006).

Na década de setenta do século XX multiplicaram-se as definições e as abordagens da Responsabilidade Social nas Empresas. Foi nesta década que trabalhos e estudos começaram a ser feitos sobre o “desempenho social das empresas” e que o termo Responsabilidade Social adquire maior projeção. Davis (1973, p. 312) definiu Responsabilidade Social por “consideração e resposta das empresas a questões que ultrapassam os seus aspetos económicos, técnicos e legais”. Seguidamente, Carroll (1979) propõe as quatro grandes responsabilidades inerentes ao desempenho social da empresa: económicas, legais, éticas e discricionárias (filantrópicas).

A década de oitenta do século XX não trouxe grandes novidades no que diz respeito a definições para Responsabilidade Social, contudo trouxe desenvolvimentos no que toca a estudos empíricos. Um dos principais desenvolvimentos deve-se a Drucker (1984) que defendeu a ideia de que a rentabilidade e a responsabilidade são noções complementares, bem como, a ideia de que é desejável para os negócios a “conversão” das responsabilidades sociais em oportunidades de negócio.

A década de noventa do século XX destaca-se como o período do surgimento e do crescimento de diversas instituições, que atuam de maneira relativamente orgânica e institucionalizada no âmbito da chamada responsabilidade social corporativa. Estas instituições “apelam” às empresas para serem socialmente responsáveis. No final dessa década o tema ganhou maior visibilidade, quando algumas organizações não-governamentais (ONG) começaram a utilizar mais intensamente o conceito responsabilidade social empresarial e passaram a incentivar nas empresas, além de elaborarem os chamados balanços ou relatórios sociais a promoverem, a realização de ações em relação ao meio ambiente, à educação, à saúde e à igualdade de oportunidades principalmente na questão de género e de portadores de deficiência.

A crescente globalização das economias através da ação das grandes multinacionais, condicionada pelas preferências e “valores” do mercado, veio acelerar todo o processo associado à definição do conceito de RSE. Desde então, têm-se realizado diversos estudos e investigação

acerca dos efeitos das políticas de responsabilidade social praticadas pelas empresas, todavia, por falta de resultados consistentes e conclusivos, prosseguem as investigações a nível académico sobre esta temática dada a sua complexidade (Moreno, 2004).

Portanto, as visões de responsabilidade social empresarial são inúmeras, que como colocado por Neto e Froes (2001, p. 39), são as seguintes:

- a) “Como um conjunto de valores”
- b) “Como atitude e comportamento empresarial ético e responsável.”
- c) “Como exercício da capacitação profissional.”
- d) “Como estratégia de integração social.”
- e) “Como exercício da consciência ecológica.”
- f) “Como promotora da cidadania individual e coletiva.”
- g) “Como estratégia social de inserção na comunidade.”
- h) “Como estratégia de valorização dos produtos/serviços.”
- i) “Como estratégia de recursos humanos.”
- j) “Como estratégia de valorização das ações da empresa (agregação de valor).”
- k) “Com estratégia de marketing institucional”
- l) “Como estratégia de relacionamento.”
- m) “Como postura estratégica empresarial.”

1.2 – Conceitos relacionados com Responsabilidade Social (cidadania, filantropia e espírito empresarial)

Como já foi dito a RSE não é um conceito recente, a sua compreensão e essencialmente a incorporação da mesma num sistema de gestão, é nos dias que correm ainda um tema que suscita vários desenvolvimentos. Assim, os conceitos relacionados a este tema encontram-se em fase de consolidação, e por vezes até são usados como sinónimos ao conceito de RSE por isso torna-se necessário conceituar diversos termos, tais como, Cidadania Empresarial, Espírito Empresarial e Filantropia.

Ética e Desenvolvimento sustentável são outros conceitos relacionados a esta temática, contudo decidimos aborda-los individualmente devido a sua importância e ligação à RSE. A cidadania Empresarial, segundo o Fórum económico em 2000, é definida pelo contributo que através da sua relação comercial uma empresa oferece à sociedade. O cumprimento com as políticas públicas, a maneira de cumprir para com os que rodeiam a empresa tanto a nível interno como externo terá um impacto no sucesso da empresa a longo prazo (World Economic Forum, 2013).

Segundo Neto e Froes (1999, p. 999), “ Uma empresa cidadã tem no seu compromisso com a promoção da cidadania e o desenvolvimento da comunidade os seus diferenciais competitivos.

Busca, desta forma, diferenciar-se dos seus concorrentes assumindo uma nova postura empresarial – uma empresa que investe recursos financeiros, tecnológicos e de mão-de-obra em projetos comunitários de interesse público “. Para estes autores a explicação para que este conceito seja confundido e associado ao da RSE é o facto da cidadania Empresarial resultar das ações da Responsabilidade social interna e externa da empresa desenvolvida pela empresa (como se representa na Figura 1).

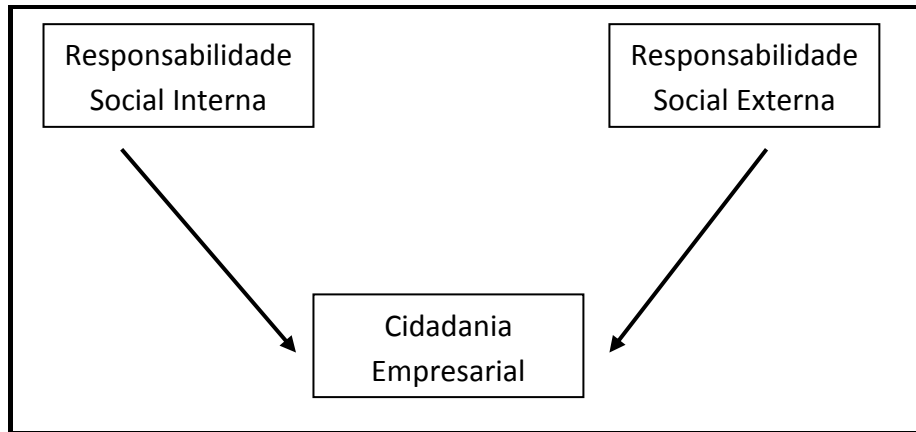


Figura 1 – Componentes da Cidadania Empresarial

Fonte: Adaptado de Neto & Froes (1999)

Neste contexto pode entender-se que a Cidadania empresarial é resultado da Responsabilidade social. “A empresa torna-se cidadã quando contribui para o desenvolvimento da sociedade através de ações sociais direcionadas para suprimir ou atenuar as principais carências dela em termos de serviços e infraestrutura de carácter social” (Neto & Froes, 1999, p. 101).

Outro termo associado a responsabilidade social é o de Espírito Empresarial Responsável Para a Comunidade Europeia em 2003, o conceito de Espírito Empresarial Responsável está ligado às estratégias adotadas para obter o desenvolvimento sustentável que vai de encontro com uma vertente da responsabilidade Social das empresas. O espírito Empresarial Responsável faz a ligação da gestão de uma empresa com os valores pessoais do proprietário (COM, 2003).

Assim, é visível a ligação que este conceito tem com RSE e o motivo de muitas vezes até ser confundido e utilizado como sinónimo, pois um gestor ao estar a ser responsável, ao estar a seguir a sua boa conduta nos negócios e a cumprir sociavelmente mesmo que seja o “obrigatório” por lei, esta sempre a utilizar uma das vertentes da RSE.

Filantropia Empresarial é o termo mais confundido com a responsabilidade Social, segundo Bueno, em Dicionário escolar da Língua Portuguesa (1975), o termo Filantropia pode ser compreendido como caridade, benfeitoria, dedicação humana e altruísmo. A filantropia

desenvolveu-se através de ações e atitudes pessoais dos empresários, que retribuía à sociedade parte dos lucros das suas empresas. Este procedimento retrata a prática da filantropia como “uma vocação para a benevolência, um ato de caridade para com o próximo” (Neto & Froes, 2001, p. 26). Os mesmos afirmam que “A filantropia é baseada no “assistencialismo” (Neto & Froes, 2001, p. 27), no dever moral e ética dos que a praticam. Surge do desejo e vontade individual em auxiliar pobres, desfavorecidos, miseráveis, excluídos e enfermos, procurando contribuir para a sobrevivência desses grupos sociais desfavorecidos”. Ações de filantropia empresarial são “os contributos e os donativos que as empresas facultam a organizações sem fins lucrativos, a museus, a instituições de solidariedade, a instituições educativas e/ou de investigação, a movimentos relacionados com a saúde/doença, a agremiações culturais, a associações de apoio às vítimas de catástrofes, etc.” (Rego, Cunha, Costa, Gonçalves, & Cabral-Cardoso, 2007, p. 162).

Por tudo que já foi dito sobre responsabilidade social, e pelo que se entende por filantropia, percebe-se agora porque estes conceitos são por vezes entendidos como sinónimos. Contudo a filantropia tem apenas razões humanitárias e não significa um compromisso ou correlação. A Responsabilidade Social é muito mais abrangente, perspetivando-se a uma integração no modelo de gestão utilizado. Assim, segundo Neto & Froes (1999), as ações de filantropia correspondem à dimensão inicial da responsabilidade social.

Na figura seguinte (Figura 2) demonstra as principais diferenças entre estes dois conceitos de acordo com os autores.

Filantropia	Responsabilidade Social
Ação Individual e Voluntária	Ação Coletiva
Fomento da Caridade	Fomento da Cidadania
Base Assistencialista	Base Estratégica
Restrita a empresários abnegados	Extensiva a Todos
Prescinde Gerenciamento	Demanda Gerenciamento
Decisão Individual	Decisão Consensual

Figura 2 - Diferenças entre Filantropia e Responsabilidade Social

Fonte: Adaptado de Neto & Froes (1999).

Com uma opinião pessoal depois de uma análise a este quadro penso que fica nitido que a diferença direta entre estes dois termos é que filantropia vai de um ato de bondade da pessoa, não o faz por pensar em algum benefício mas sim como um ato caridoso enquanto que responsabilidade social é algo que é pensado e refletido, recai sobre a responsabilidade do

individuo em querer o melhor para os outros e para a sua empresa ao mesmo tempo, podendo alcançar assim vantagens com atos de responsabilidade.

1.3 – Responsabilidade Social e Ética

Ainda outro conceito que apresenta semelhanças com o de Responsabilidade Social é o de Ética pois responsabilidade Social pode ser compreendida como uma forma de prestação de contas por parte de uma organização para com a sociedade, em que esta responsabilidade social esta relacionada com alguns factores (Neto & Froes, 1999, p. 84):

- “- Consumo pela empresa dos recursos naturais de propriedade da humanidade;
- Consumo pela empresa dos capitais financeiros e tecnológicos pelo uso da capacidade de trabalho que pertence a pessoas físicas, integrante daquela sociedade; e
- Apoio que recebe da organização do estado , fruto da mobilização da sociedade”.

Em pleno século XXI onde o ambiente socioeconómico que nos rodeia é de grande tensão, o rápido crescimento demográfico, o esbanjamento dos recursos naturais com a consequente degradação do meio ambiente, a pobreza persistente em grande parte da humanidade, a opressão, a injustiça e a violência de que sofrem ainda milhões de pessoas, o aumento da discriminação, a dificuldade cada vez maior em educar e a erosão familiar exigem que a temática Ética seja falada.

Na última década, é crescente a preocupação com a ética em vários níveis, envolvendo os níveis políticos, económico e sociocultural, bem como no nível individual, grupal e sistémico (Enderle, 1998). Para Enderle (1998) a Ética é a tentativa de separar o que é certo do que é errado, é uma referência que é utilizada aquando do momento de decisão e agir da maneira mais correta. Definir ética é, por si só, uma realidade bem complexa, uma vez que a ética pode ser abordada de diversas maneiras. Diferentes abordagens vêm sendo desenvolvidas desde a época da Grécia Antiga, aproximadamente cinco séculos antes do nascimento de Cristo. Assim, entende-se a ética como uma ciência que se preocupa, substancialmente, com o comportamento humano, com as suas razões, origens e consequências, cujo objetivo é o bem do homem (Enderle, 1998).

Em suma pode afirmar-se que Ética é a base da RSE e expressa-se através dos princípios e valores adotados pela organização. Não há RSE sem ética nos negócios. É importante seguir uma linha de coerência entre ação e discurso, ética abrange o que é moralmente bom ou mau, certo ou errado, justo ou injusto. A ética é uma disciplina que sempre fez parte da reflexão filosófica e estuda a moral, o que deve ser, a qualificação do bem e do mal, e a melhor forma de atuar na

sociedade (Dewey, 1964, p. XV). A ética da responsabilidade é muito rigorosa porque o indivíduo tem obrigação de assumir todas as suas responsabilidades dos seus atos.

Comportamentos que visam somente ao benefício de alguém, em detrimento da comunidade ou do meio ambiente, têm sido expostas e atacadas publicamente pelos meios de comunicação social e pela sociedade, por sua vez os clientes procuram interagir cada vez mais com empresas com as quais identificam, com os seus princípios. “A empresa é constituída de seres humanos que buscam o bem como ideal, como fim, emanando daí a dignidade de cada pessoa. O meio para alcançar esse fim são as virtudes” (Arruda, Whitaker, & Ramos, 2001, p. 70). Contudo não é novidade aparecer casos de corrupção e escândalos que de nada dignificam a ética. “A falta de honestidade é aparentemente ensinada pelas autoridades da empresa. Quando falta ética neste aspeto, a pressão dos colegas e subordinados sacrifica os padrões éticos em favor de resultados somente financeiros. A ideia de sobrevivência parece ser a razão de muitas atitudes antiéticas” (Arruda & Navran, 2000, p. 34). Na tabela que é apresentada a seguir, segue um resumo da relação entre a Responsabilidade Social nas empresas e a Ética numa perspetiva histórica verificada por Joyner & Payne (2002, p. 311).

Autores	RSE	Considerações sobre Ética/Moral	Valores/Outros
Barnard (1938)	Análise económica, jurídica, moral, social e ambiental	Moral é um resultado ativo das influências resultantes das ações realizadas pelas pessoas	Responsabilidade: poder do código de conduta moral para controlo da conduta individual
Simon (1945)	As organizações devem ser responsáveis pelos valores da comunidade	Os factos prevalecem sobre as proposições da ética	As empresas de sucesso traduzem os seus objetivos em valor para os clientes
Drucker (1954)	A gestão deve considerar o impacto da política empresarial na sociedade	A moralidade deve ser encarada como um princípio de ação através de comportamentos tangíveis	A primeira responsabilidade da empresa para com a sociedade é fazer lucro
Selznick (1957)	A estabilidade de uma empresa contribui para a estabilidade da comunidade	A definição da missão de uma empresa inclui objetivos morais	A liderança requer a defesa de valores críticos
Andrews (1971 - Revisão)	A empresa deve ter estratégia explícita de apoio às instituições comunitárias	Definir empresa apenas em termos financeiros conduz a uma subordinação das preocupações éticas	O comportamento ético é um produto de valores
Freeman (1984)	As empresas devem satisfazer diversas partes interessadas	A preocupação com a ética é necessário, mas não suficiente na tomada de decisões	A estratégia empresarial: o que estamos a fazer?

Figura 3 - A responsabilidade Social das Empresas (RSE), ética empresarial e valores: uma perspetiva histórica

Fonte: Adaptado de Joyner e Payne (2002)

Assim pode-se dizer que a ética e a responsabilidade social andam de mãos dadas, pois será impossível um ato ser socialmente correto e responsável sem que a ética esteja presente. Como já foi visto, ética não é um tema que é de fácil consenso e muito menos com uma definição única, consensual e fácil, mais difícil ainda é quando se fala de uma conduta ética nos negócios e na vida pessoal. Do que foi escrito no ponto anterior, podemos então argumentar que a ética é a concepção do que é correto e justo, conduta ou comportamento (Carroll, 1991).

Há uma grande divergência no que diz respeito ao que pensam vários autores, pois alguns defendem que no negócio, os padrões de ética e moral que são aplicados na vida pessoal onde são adquiridos ao longo da nossa vida não devem ser aplicados, há autores que defendem que dentro de cada pessoa deve existir duas pessoas com padrões de ética diferentes, uma vez que as “regras do jogo” são outras em virtude dos interesses económicos, pois pode-se perder um bom negócio quando se é totalmente honesto (Rego et al., 2007). Esta é uma ideia que na opinião pública e na generalidade está presente na medida em que “muitos empresários afirmam que os negócios são como uma luta mortal contra a concorrência e que nesse tipo de situações não há lugar para a ética. É uma questão de ganhar ou morrer. Afirmam também que não há espaço para a honestidade” (Lama & Muyzenberg, 2008, p. 139).

“A falta de honestidade é aparentemente ensinada pelas autoridades da empresa. Quando falta ética neste aspeto, a pressão dos colegas e subordinados sacrifica os padrões éticos em favor de resultados somente financeiros. A ideia de sobrevivência parece ser a razão de muitas atitudes antiéticas” (Arruda & Navran, 2000, p. 34). “Frequentemente as pessoas adotam um duplo padrão de ética, um para a sua vida privada pessoal, e outro para o local de trabalho. Invariavelmente, a noção de “ética nos negócios” procura justificar condutas que são inconsistentes com princípios éticos universais, como se estas condutas se tornassem aceitáveis no mundo dos negócios” (Bartlett & Ogilby, 1996, p. 39).

Contudo há quem se contraponha a este cenário, como é o caso Gates (2004), citada por Rego et al., (2007) que defende uma substituição da “cultura da batota” pela “cultura ética baseada em valores” (pp. 51-52). Rego et al., (2007) afirma que dois indivíduos éticos podem agir consistentemente, de acordo com os seus valores, e chegarem a conclusões diferentes sobre uma decisão, mostrando que a ética é específica do indivíduo, sendo moldada pelos valores, necessidades, dentre outros aspetos.

Assim a Responsabilidade Social nas empresas é hoje em dia um tema abordado com uma importância significativa, sendo que tem uma ligação enorme com a Ética. Por norma andam sempre juntas, pois a Responsabilidade Social complementa o cumprimento da Ética ao procurar enquadrar-se com os deveres do indivíduo voltadas ao bem-estar da sociedade como um todo.

1.4 – Responsabilidade Social e Desenvolvimento sustentável

Os estudos que dizem respeito ao desenvolvimento sustentável são relativamente recentes sendo um tema que nos dias que correm não tem só importância nos meios académicos mas também começou a ganhar notoriedade nos média, a presença deste tema, começa a ser assídua nos discursos políticos e em campanhas ambientais de educação ambiental.

Contudo, é no meio académico que ocorre as divergências sobre a conceção ampla do conceito de desenvolvimento sustentável, embora a expressão desenvolvimento sustentável seja muito utilizado, não existe um conceito único que o defina. Assim, pode dizer-se que o conceito de desenvolvimento sustentável inclui a utilização de recursos com o carácter de perpetuação, envolvendo crescimento económico, preservação ambiental e bem-estar social.

O conceito “desenvolvimento sustentável”, este conceito vem evoluindo e a deixar de se apresentar como um dado quantitativo para se assumir cada vez mais com um carácter qualitativo, desta forma, “o que importa é deixar bem claro que desenvolvimento não se confunde com crescimento económico, que constitui condição necessária, porém não suficiente” (Veiga, 2005).

A primeira definição de Desenvolvimento Sustentável apareceu em 1986 durante a Conferencia mundial sobre a conservação e o desenvolvimento pela IUCN¹, no Canada, onde o conceito seria praticamente o sinonimo de “Ecodesenvolvimento”, ou seja, o Desenvolvimento sustentável deveria assentar num princípio onde a conservação da natureza e o desenvolvimento estariam em primeiro plano, de modo a que as necessidades humanas fossem satisfeitas mantendo a integridade ecológica e respeitando a diversidade cultural e social (Montibeller, 2004, p. 49 e 50).

Em 1987, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU retoma o conceito de Desenvolvimento Sustentável no relatório “Nosso Futuro Comum”, fazendo a seguinte definição:

“O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades. Ele contém dois conceitos-chave: o conceito de “necessidades”, sobretudo as necessidades essenciais dos pobres do mundo, que devem receber a máxima prioridade; a noção das limitações que o estágio da tecnologia e da organização social impõe ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades presentes e futuras” (CMMAD, 1991, p. 46).

Spangenberg (2001) afirma que a sustentabilidade não passa de uma nova simples forma de ver o mundo, onde as relações são baseadas no que é justo e na partilha de responsabilidade para com gerações futuras como podemos verificar na figura 4.

¹ IUCN é a sigla em inglês da União Internacional para a Conservação da Natureza, uma organização não governamental criada em 1948 com o objetivo de elaborar estratégias para a conservação da natureza.

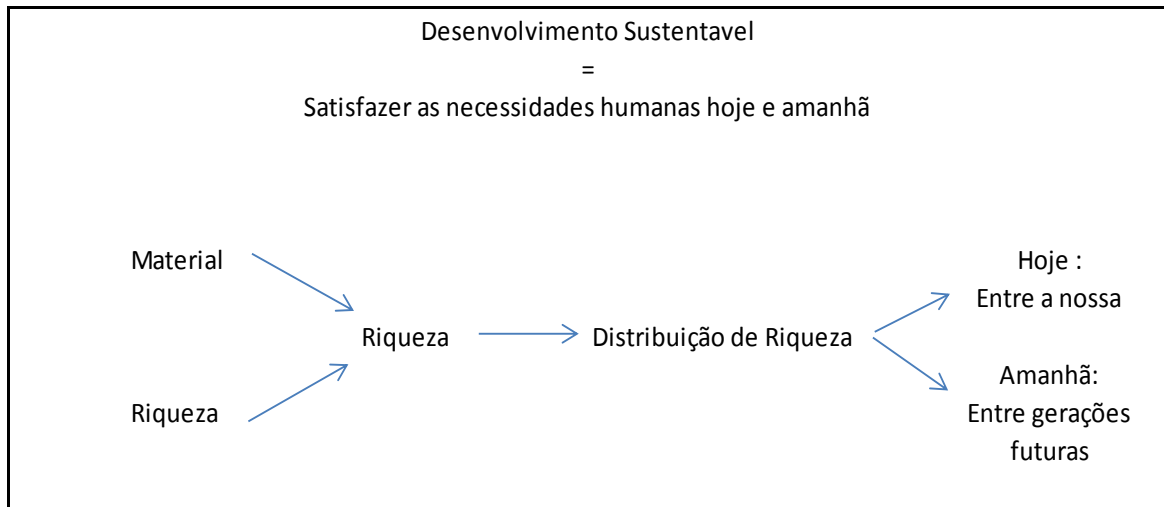


Figura 4 – Objetivo Desenvolvimento Sustentável

Fonte: Adaptado de Spangenberg (2001, p.27)

Segundo Neves (2005) a Responsabilidade vem sendo inserida num contexto mais amplo, que é o desenvolvimento Sustentável. Isto consegue-se perceber quando temos em conta o conceito de Desenvolvimento Sustentável definido pelo *World Commission in Economic Development (WCED)*, sendo o Desenvolvimento Sustentável que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras.

Assim, este princípio só será alcançado se existir práticas de responsabilidade social por parte das organizações, ou seja, com práticas que respeitem a melhoria de resultados no que diz respeito à qualidade ambiental, informação ao público e bem-estar de clientes e empregados. Autores que defendem esta teoria são por exemplo Lyon (2004) e Schaefer (2004) argumentando que melhorias continuam na performance em relação a aspetos ambientais e sociais a longo prazo, só é possível numa cultura organizacional assente na Responsabilidade Social.

“Existe um enorme esforço em conciliar as exigências de desenvolvimento das sociedades modernas com a necessidade em proteger o meio ambiente” (Leisorowitz, Kates & Thomas, 2006, p. 43). Posto isto, a “Responsabilidade social pretende dar resposta a estes desafios ao possibilitar que as organizações nas suas relações alcancem o desenvolvimento sustentável” (Castelo Branco, 2006). Este esforço de que se fala, surge de instituições que promovem a responsabilidade social com prémios e certificações e também de algumas leis que terão que ser seguidas pelas empresas de forma a que elas sigam o mínimo de praticas com responsabilidade social, nomeadamente com os seus funcionários, clientes e meio ambiente.

1.5 – Dimensões da RSE

A RSE surge como uma ferramenta ao serviço das empresas para darem a sua contribuição naquilo que deve ser uma relação de equilíbrio entre crescimento económico e desenvolvimento sustentado.

Schvarstein (2003) considera que existem dois tipos de RSE. O facto de as organizações cumprirem com o que é imposto legalmente será classificado como Responsabilidade Social “exigida”, pois as organizações têm obrigação de respeitar as leis, isto faz com que a empresa seja Responsável socialmente, mas a motivação é imposta externamente. A outra Responsabilidade é a interna, a empresa desenvolve determinada ação social e/ou ambiental por acreditar que isso é o que tem que ser feito por ser o correto. Este conceito envolve o anterior mas vai mais além no que diz respeito a cumprirem-se só os requisitos legais. A Figura 5 ajuda a uma melhor interpretação dos dois significados abordados.

Responsabilidade	Origem	Conduta	Organização
Exigida	Obrigaçã	Legal	Reativa
Interna	Opçã	Ética	Pro-ativa

Figura 5 - Tipos de Responsabilidade Social

Neto e Froes (1999) utilizam uma outra classificação de responsabilidade social, para estes, existe uma responsabilidade social interna, que aborda as questões que tratam de relações com os funcionários e seus dependentes. De acordo com estes autores, o “objetivo é motivá-los para um desempenho ótimo, criar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para o seu bem-estar” (Neto & Froes, 1999, p. 85). Já a responsabilidade externa esta relacionada com a comunidade onde a empresa se encontra inserida.

Ainda de acordo com estes autores, existem sete condições que fazem com que o processo de gestão empresarial contribua para o fortalecimento social da empresa (Figura 6).

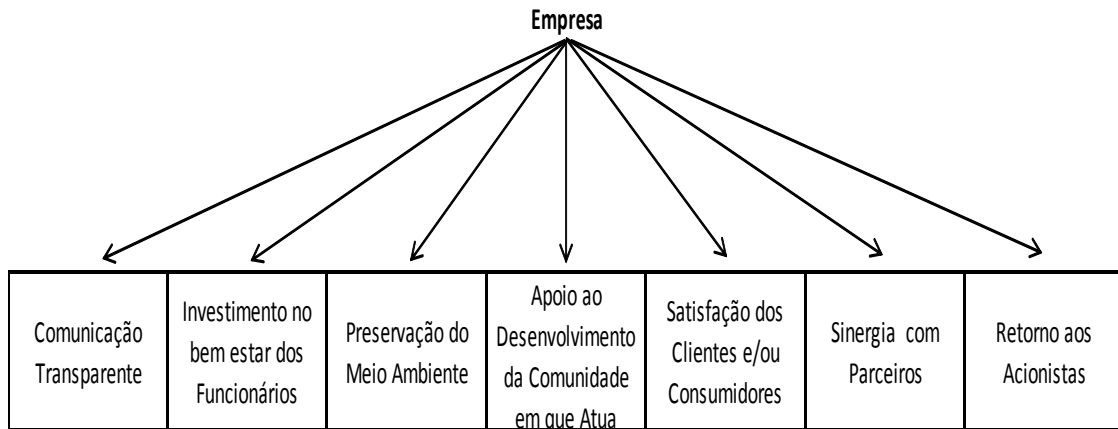


Figura 6 - Vetores da Responsabilidade Social de uma Empresa

Fonte: Adaptado de Neto & Froes (1999)

A relação que as organizações criam com a comunidade bem como os projetos para com esta ou as ações existentes para com o público interno são elementos fundamentais e estratégicos para a prática de responsabilidade social, contudo o grande desafio é incorporar critérios de Responsabilidade Social na gestão estratégica do negócio e traduzir as políticas de inclusão social em metas que possam ser incorporadas na avaliação de desempenho passando assim a ser uma nova forma de gerir os negócios.

“A Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa, de tal forma, que a torna parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e ambiente) e conseguir incorporá-los no planeamento das suas atividades, procurando responder às necessidades de todos e não apenas dos acionistas e proprietários (Instituto Ethos, 2014).

“A responsabilidade Social, enfim, tornou-se um importante instrumento geral para a capacitação e criação de competitividade para as organizações, qualquer que seja seu segmento económico” (Tachizawa, 2004). Este conceito deixa claro que a Responsabilidade Social deve ser interpretada como uma nova forma de gestão. Assim, a Responsabilidade Social pode ser vista como o compromisso da empresa “em contribuir para o desenvolvimento económico sustentável, trabalhando com os empregados, as suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar a sua qualidade de vida” (Holme & Watts, 2000, p.1).

Em suma, quando se fala em responsabilidade social das empresas o primeiro pensamento será o de reciclar o lixo que produz, da reciclagem dos toners, plásticos e papel, contudo este conceito evoluiu e agora estende-se ao respeito pelas pessoas com quem se convive diariamente e ainda

ao apoio que se presta á sociedade, As empresas devem assumir as suas responsabilidades na vida quotidiana e contribuir para aspetos como, a coesão social, o respeito pelos direitos humanos e a defesa do meio ambiente. As empresas deverão procurar entender qual os impactos sociais nas atividades que desenvolve e se existe possibilidade de atuar de forma a minimizar os eventuais efeitos negativos por elas criados. Podemos então afirmar que, a Responsabilidade Social se baseia, essencialmente, em questões de natureza ética e moral.

De acordo com o Livro Verde da CE (COM, 2001), a RSE também é analisada através de duas grandes dimensões: interna e externa. Em consonância com Neto e Froes (1999), o Livro Verde (COM, 2001) declara igualmente que a dimensão interna envolve essencialmente os trabalhadores e questões relacionadas com o investimento em capital humano, saúde, segurança e gestão da mudança; incorpora ainda práticas ambientais e a gestão de recursos naturais. Segundo o Livro Verde, “estes aspetos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada” (COM, 2001, p. 8). No que diz respeito à dimensão externa, esta pode ser definida como a responsabilidade que ultrapassa a área da empresa e compreende a comunidade local, os parceiros comerciais, os fornecedores, os clientes, as autoridades públicas e as organizações não-governamentais (ONG).

De salientar ainda que a dimensão interna da RSE é constituída por outras quatro dimensões, de acordo com o referido no Livro Verde da CE, nomeadamente: a gestão dos recursos humanos, a saúde e segurança no trabalho, a adaptação à mudança, e a gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais (COM, 2001). Com referência à gestão dos recursos humanos, o Livro Verde (COM, 2001) sublinha que a manutenção de trabalhadores qualificados numa empresa é uma grande luta difícil para as empresas, para combater essa situação sugere medidas que as empresas podem adotar para atrair trabalhadores qualificados como, por exemplo, a participação dos trabalhadores em processos decisórios, ações formativas, aprendizagem contínua e conciliação da vida profissional com as responsabilidades familiares, regimes de participação nos lucros e no capital das empresas, igualdade em termos de remuneração e de perspetivas de carreira para as mulheres. As práticas de recrutamento também são referidas no documento como uma forma de redução das taxas de desemprego, porque facilitam a contratação de trabalhadores mais idosos, mulheres, trabalhadores de longa duração e pessoas provenientes de minorias étnicas. O processo de reestruturação deve ter em consideração os direitos dos trabalhadores e equilibrar os interesses de todas as partes interessadas e afetadas.

Por seu lado, a dimensão externa, tal como a dimensão interna, é constituída por quatro grupos: comunidades locais; parceiros comerciais, fornecedores e consumidores; direitos humanos; e preocupações ambientais globais (COM, 2001). As comunidades locais e as empresas têm uma relação de proximidade muito importante. As empresas contribuem com emprego, remunerações, benefícios e impostos, mas, por outro lado, também dependem da estabilidade, salubridade e da prosperidade da comunidade em que estão inseridas. Assim, quanto maior for o envolvimento das empresas com a comunidade local maior será a produtividade e a competitividade da empresa (COM, 2001). Ainda de acordo com o Livro Verde, a relação da empresa com os parceiros

comerciais e fornecedores pode resultar como uma vantagem para empresa, pois pode reduzir a complexidade e os custos das suas operações (COM, 2001). No que diz respeito aos consumidores, as empresas devem procurar responder às necessidades dos seus clientes de forma ética, eficiente e ecológica.

O Livro Verde refere-se aos direitos humanos como uma questão complexa devido aos dilemas políticos, jurídicos e morais que coloca (COM, 2001). A distinção entre as áreas de responsabilidade das empresas e dos governos pode confundir-se em situações como o funcionamento de uma empresa num país onde não sejam respeitados os direitos humanos. A pressão efetuada por ONG, consumidores e comunidades pode levar as empresas a recorrer a códigos de conduta que incluem as condições de trabalho, direitos humanos e normas ambientais. Os códigos de conduta servem, assim, para a empresa melhorar a sua imagem e reduzir os riscos de reações negativas por parte dos consumidores, mas não substituem as disposições legais e normas vinculativas a nível nacional, da União Europeia (UE) e internacional.

1.6 - Afirmação Institucional da Responsabilidade Social

Na sequência do ponto anterior torna-se pertinente abordar a institucionalidade da Responsabilidade Social e perceber de que forma a responsabilidade social é impulsionada, nos vários países e pelas organizações nacionais e supranacionais.

Se é verdade que já se apercebeu que a responsabilidade social é uma questão de preocupação pelo bem-estar das pessoas e sua envolvente, agora começa-se também a perceber que a certa altura estas questões passaram para um nível mais além do que as próprias questões de ética e seguir boas condutas. As empresas cada vez mais são “obrigadas” a praticar atos de responsabilidade social, que passam também a estar enquadradas num conjunto de políticas e medidas que tem vindo a ser promovidas por diversas organizações.

“Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proactivamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de carácter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade” (Ashley, 2002, p. 7). Deste modo percebe-se que a responsabilidade Social vai além do estipulado na lei, mas torna-se importante também referir e dar importância ao modo de como a lei se relaciona com a responsabilidade social.

Para Prava (1996), existe uma distinção entre duas correntes relativas a responsabilidade legal, a clássica, que era referida por Friedman (1970) – onde a ideia chave era a de que a empresa se devia centrar nos seus lucros e maximização dos mesmos e somente nas suas obrigações legais, por outro lado a corrente defendida por Stone (1975), o qual defende as práticas de responsabilidade para além das leis, uma vez que o sistema legal pode ser lento e limitado (sendo esta uma das motivações pontadas para o autor para que as práticas não se cinjam apenas às leis e vão para além destas). Em relação ao primeiro aspeto, o autor refere que entre a deteção de um problema e a criação e aplicação de uma lei que o tenta resolver ou atenuar, muitos danos podem ser causados e alguns deles de forma irreversível. É nesse lapso de tempo que as organizações devem atuar, em vez de esperar que a lei se aplique.

Ostas (2001) analisou também a relação existente entre Responsabilidade social e a responsabilidade Legal baseando-se no conceito de lei dado por Friedman (1970) para chegar a conclusão de que os empresários têm que perceber a lei para depois partirem para ações responsáveis socialmente. Para Silverstein (1988), é de uma forma dinâmica que a lei se relaciona com a responsabilidade social, explicando assim os temas relacionados com as práticas de Responsabilidade social vão sempre ser transpostos para a lei pelas exigências da própria sociedade. Silverstein (1988) faz ainda abordagem ao bem-estar que determina a responsabilidade social e para isto deve ir além daquilo que a lei determina. Podemos concluir assim que a lei não chega para que uma empresa seja responsável socialmente, ou seja, as empresas tem que ser por si também responsáveis e importarem-se com o mundo lá que as rodeia. Ao longo do tempo e com esta temática a ganhar um protagonismo enorme várias instituições surgem com prémios, leis e desta forma impulsionam a responsabilidade social.

Estando esta temática a suscitar estudos e a atenção do mundo dos negócios e académico, já se vislumbrou que a responsabilidade social enquanto sistema de gestão leva ao desenvolvimento sustentável com a consequente defesa do meio em que está inserida a empresa (meio ambiente, clientes, fornecedores, funcionários, etc.), sendo motivada por iniciativas de organizações que a promovem.

Assim no que diz respeito a **nível mundial**, ao longo das últimas décadas as Nações Unidas têm tido um papel incansável não só no que diz respeito a garantir a paz mundial mas também como impulsionador do desenvolvimento humano. A história da rede de apoio à responsabilidade social, no que diz respeito as Nações unidas é realçada em 1992 com a Conferência das Nações Unidas do Ambiente e do Desenvolvimento, onde o resultado é a agenda 21, onde neste documento revela e estabelece a importância dos países em se comprometer a refletir sobre a forma de como os seus governos, empresas, organizações podem atuar de forma a cooperar no estudo e em formas de agir para contribuir para a dissolução dos problemas socio ambientais e culturais (Nações Unidas no Brasil, 2014).

Aos poucos esta dimensão tem ganho uma força e notoriedade inquestionável, prova disso são as mais variadas assembleias, programas, ações de combate aos males existentes no mundo, especificamente voltados para a saúde, bem-estar e defesa do patrimônio bem como o combate à pobreza. Em 1999, foi lançado um inovador repto ao mundo empresarial no fórum Economico de Davos e mais uma vez pela Nações Unidas, através do seu Secretario Geral, KoFi Annan, deste repto surge o Pacto global das Nações Unidas. Este é uma iniciativa de política estratégica para as empresas que estão comprometidas em alinhar suas operações e estratégias com dez princípios universalmente aceites nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Esse entendimento cada vez maior, reflete-se no rápido crescimento do Pacto Global. Com mais de 10.000 participantes de empresas e outras partes interessadas em mais de 130 países, é a maior iniciativa de RSE voluntária do mundo. Neste código de conduta os dez princípios consagrados são relativos aos direitos humanos, ao direito do trabalho, à proteção ambiental e contra a corrupção (United Nations Global Compact, 2014). Assim, os princípios são os seguintes:

- Em relação aos Direitos Humanos

- Respeitar e proteger os direitos humanos
- Impedir violações dos direitos humanos

- Em relação ao Direito do Trabalho

- Apoiar a liberdade de associação no trabalho
- Abolir o trabalho infantil
- Eliminar a discriminação no trabalho infantil

- Em relação ao Ambiente

- Promover a Responsabilidade Ambiental
- Encorajar tecnologias que não agridem o meio ambiente

- Em relação à Corrupção

- Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e suborno

No entanto têm surgido inúmeras organizações à luz deste paradigma empresarial, e uma delas é o Instituto Ethos (Brasil). Esta organização foi fundada em 1998 e tem tido um papel de grande dimensão como impulsionador da ética empresarial ao nível mundial, afirmando que as empresas socialmente responsáveis são agentes de nova cultura empresarial e de mudança social; produzem valor para todos os *stakeholders*; são diferenciadoras e têm maior potencial de sucesso e de longevidade.

A missão do Instituto Ethos é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. O Instituto Ethos propõe-se a disseminar a prática da responsabilidade social empresarial, ajudando as instituições a (Instituto Ethos, 2014):

1. Compreender e incorporar de forma progressiva o conceito do comportamento empresarial socialmente responsável;
2. Implementar políticas e práticas que atendam a elevados critérios éticos, contribuindo para o alcance do sucesso econômico sustentável em longo prazo;
3. Assumir suas responsabilidades com todos aqueles que são atingidos por suas atividades;
4. Demonstrar a seus acionistas a relevância de um comportamento socialmente responsável para o retorno em longo prazo sobre seus investimentos;
5. Identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum;
6. Prosperar, contribuindo para um desenvolvimento social, econômica e ambientalmente sustentável.

Outra Organização que merece o nosso destaque e referência é a *Global Reporting Initiative* (GRI), que é uma organização sem fins lucrativos onde o seu trabalho recai sobre a criação de diretrizes e indicadores para que possam ser elaborados relatórios de sustentabilidade, criada em 1997, a GRI reúne representantes de governos, empresas, ONG e especialistas de todo o mundo (Global Reporting Initiative, 2013).

Reduzindo mais a dimensão das instituições que apoiam a responsabilidade social e abordando agora a um **nível europeu** é importante abordar o que realmente marca o crescimento destas políticas foi em Março de 2000, através da cimeira de Lisboa, que a União Europeia inicia a sua estratégia de incluir a responsabilidade social como uma estratégia importante para o modelo económico e social da Europa, os desafios residem na identificação da forma como a RSE pode contribuir para o cumprimento do objetivo enunciado pela Estratégia de Lisboa. É lançado o “apelo especial ao sentido de responsabilidade social no que toca às melhores práticas em matéria de aprendizagem ao longo da vida, organização do trabalho, igualdade de oportunidades, inclusão social e desenvolvimento sustentável” (Conselho Europeu de Lisboa, 2000).

Em junho de 2001, no conselho de Gotemburgo é aprovada a estratégia de Desenvolvimento Sustentável, sendo explicitamente referido que “a longo prazo, o crescimento económico, a coesão social e a proteção ambiental são indissociáveis” (Conselho Europeu de Gotemburgo, 2001, p. 3). Esta situação foi reforçada em 2001, com a publicação do Livro Verde, pela CE (COM, 2001).

Em julho de 2002, a Comissão emite uma comunicação relativa a responsabilidade social das empresas, denominada, “um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável” (COM, 2002). Então ao nível Europeu foi dado grande ênfase a esta temática, tendo sido desenvolvidas diversas iniciativas, como por exemplo:

- Fórum Multilateral sobre RSE à escala da União Europeia, tratando-se de um fórum presidido pela CE que reúne cerca de 40 organizações;

- KEY – Pretende desenvolver uma rede de PME europeias assente numa plataforma que, Divulgue os benefícios para o negócio aplicando estas práticas e difunda boas práticas de RSE na Europa (www.crscampaign.org).
- *Corporate Social Responsibility Europe* – Rede europeia formada por empresas, lançada em 1996 (www.csreurope.org).
- Centro de Copenhaga – Desenvolvimento de um programa que visa identificar e responder às necessidades de formação do sector empresarial no domínio da responsabilidade social, através da cooperação entre empresas e o meio académico (www.copenhagencentre.org).

Assim, a União Europeia tem como primordial objetivo fazer do espaço europeu uma plataforma de excelência da RSE, para isso apoia-se em três pressupostos:

- I. A RSE é a contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável;
- II. A RSE pode contribuir para que se consigam mercados de emprego mais integradores e com maiores níveis de inclusão social;
- III. É essencial o diálogo entre as partes interessadas, fundamentalmente, o diálogo social. Neste sentido, os representantes das empresas e os sindicatos têm um papel relevante a desempenhar na RSE.

Então assim pode-se dizer que um novo modelo de empresa surge, o qual vai para além dos lucros e adota um compromisso com os meios social e ambiental. Em resumo, para a União Europeia o sucesso da responsabilidade social deve começar em cada um dos colaboradores da empresa, de forma a, que toda a equipa, ou equipas, que constituem a empresa estejam integrados no projeto em curso, sendo que, para isso deve obter-se um nível generalizado de satisfação a nível remuneratório e social.

Como não poderia deixar de ser esta abordagem ficava incompleta se não fosse referenciado o que se faz por Portugal em relação à responsabilidade social e assim as primeiras intervenções sociais que tiveram origem no século XV com a fundação das Misericórdias, muito ligadas à Igreja Católica. Devido ao baixo nível de industrialização em Portugal, até a relativamente pouco tempo, os níveis de poluição não eram exagerados o que não era uma preocupação logo a questão ambiental por exemplo não era muito sentida em relação a países da União Europeia.

Com o passar dos anos este cenário foi alterando-se drasticamente, com os indicadores ao nível da poluição não só do ar mas também das águas, as construções sem regras que levam a uma destruição do património ambiental. Com isto, surge a preocupação de controlar este descambar do ambiente e apesar de a responsabilidade social em Portugal ser algo ainda muito incipiente e, muitas vezes, associada a um conceito "errado" de solidariedade e ações filantrópicas das empresas, as empresas portuguesas estão "mais avançadas do que muitas outras em termos de mercado mundial" na responsabilidade social, mas estão ainda atrasadas em relação aos

mercados europeus. "Temos muito que fazer", admitiu, ao Jornal de Notícias, o presidente da Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE). Segundo Candoso (2006) num artigo publicado no Diário de Notícias, «Portugal é “bom aluno” na responsabilidade social», já são inúmeras as empresas têm na sua agenda questões de sustentabilidade e responsabilidade social. No que respeita às grandes empresas “o número é já impressionante”, diz Ballan (citado por Candoso, 2006), sócia-gerente da “Sair da Casca”, empresa pioneira em Portugal em consultadoria de responsabilidade social.

Efetivamente, esta temática tem estado bastante centrada ao nível das grandes empresas, pois é a grande empresa que detém recursos financeiros e muitas vezes motivos comerciais suficientemente fortes para no âmbito da defesa da sua imagem pública conduzir esforços rumo à integração mais ou menos voluntária da Responsabilidade Social e seus conceitos. No que respeita às PME Portuguesas, estas também desenvolvem múltiplas ações neste domínio, apesar de no seu caso ser menos visível (Diário de Notícias, 2006).

De acordo com Rego, Cunha, Costa e Gonçalves (2006), Portugal iniciou o seu percurso na RSE um pouco mais tarde do que a maioria dos países industrializados. Os autores referem que apesar desse facto, são já numerosas as manifestações de que o tema está presente na comunicação social, é objeto de estudos académicos e é levado à prática pelas empresas. De modo a caracterizar a responsabilidade social empresarial em Portugal serão enumeradas algumas estratégias de apoio direto à sua promoção/implementação e proceder-se-á ao levantamento e análise de alguns prémios e instituições, que têm como objetivo colaborar com empresas que pretendam desenvolver atividades na área da responsabilidade social, bem como promover a articulação entre as empresas, o governo e a sociedade civil contribuindo, desta forma, para uma maior familiarização com este assunto e para o seu desenvolvimento a nível nacional.

➤ **BCSD Portugal – Conselho empresarial para o Desenvolvimento Sustentável**

O BCSD é uma instituição que foi criada em 2001 por um grupo de empresas de primeira linha da economia nacional., com o intuito de impulsionar o mundo empresarial para criar um mundo que seja sustentável para todos, promovendo nas empresas a eco-eficiência, inovação e Responsabilidade Social (BCSD Portugal, 2014). Esta organização surgiu com os objetivos de dar a conhecer e o que caracteriza o desenvolvimento sustentável, articular e facilitar a comunicação entre o mundo empresarial e o governo de modo a promover o desenvolvimento sustentável bem como ações educacionais que dão a conhecer os princípios do desenvolvimento sustentável.

➤ **Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE)**

Foi institucionalizada em 2002 por um grupo de empresários que através da sua experiência aperceberam-se da importância que esta temática tinha na gestão de suas empresas, com a missão de promover a Ética e a Responsabilidade Social esta associação é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos e atua por todo o território nacional com os objetivos de Sensibilizar e promover a ética e responsabilidade social no tecido empresarial e outras organizações portuguesas, Desenvolver parcerias com entidades de referência nacionais e internacionais que potenciem a promoção da ética e a implementação da responsabilidade social, Investigar e estudar as melhores práticas empresariais ao nível da ética e responsabilidade social, de modo a promover as boas práticas nestes domínios entre muitos outros (APEE, 2007).

Tendo-se enumerado as organizações existentes que parecem ter mais visibilidade na divulgação e defesa entre a comunidade empresarial em Portugal que lutam pela responsabilidade Social, vai enumerar-se de seguida os prémios existentes em Portugal promovidos por entidades que visam impulsionar a responsabilidade social.

➤ **Prémio “Igualdade é qualidade”**

O prémio “Igualdade é qualidade” é uma iniciativa da Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego. Destina-se a premiar as empresas que adotam políticas responsáveis e éticas nas áreas de igualdade entre o sexo masculino e feminino bem como as boas práticas no que diz respeito a prevenção e combate à violência doméstica e de género, ou seja, procura promover a igualdade de género (Igualdade é Qualidade).

➤ **“As melhores empresas para trabalhar”**

Podendo não ser considerado um prémio para as empresas é sem dúvida um estímulo e um objetivo qualquer empresa poder ter o seu nome envolvido, esta é uma iniciativa criada pela revista “Exame” (Exame e Accenture, 2014). A seleção das empresas baseia-se, fundamentalmente, nas respostas dos membros organizacionais a um questionário que contempla cinco dimensões sendo elas a credibilidade, respeito, Justiça, sentido de orgulho na organização e espírito de camaradagem.

➤ **“Prevenir mais viver melhor no trabalho”**

Criado em Novembro de 2003, no âmbito do Programa Europeu de Boas Práticas, com o objetivo de reconhecer publicamente as pessoas que, em cada ano, se tenham distinguido no domínio da inovação e da prevenção de riscos profissionais, o Prémio “Prevenir Mais Viver Melhor no Trabalho”, do Instituto para a Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho (Instituto para a Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho - ISHST), vem despertando um crescente interesse por parte das empresas, dos investigadores, das organizações patronais e sindicais e das autarquias. Tem como objetivo, incentivar o desenvolvimento de boas práticas em segurança e saúde no trabalho, através do reconhecimento público de entidades que, em cada ano, se tenham distinguido nos domínios da inovação e melhoria da prevenção dos acidentes de trabalho e de doenças profissionais. O prémio é atribuído nas categorias de “Estudos/Investigação” e de “Boas Práticas”, podendo concorrer pessoas singulares e coletivas, tais como empresas e empresários em nome individual, organizações socioprofissionais, instituições de ensino e investigação, associações cooperativas e autarquias locais, entre outras.

➤ **“Ser PME responsável”**

Este projeto constitui uma parceria de desenvolvimento apoiado pela iniciativa comunitária EQUAL (<http://www.equal.pt>), integrando 5 PME e 8 entidades de interface:

- CTCV - Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro;
- APCER - Associação Portuguesa de Certificação;
- CES - Centro de Estudos Sociais;
- CIVEC - Centro de Formação Profissional da Indústria de Vestuário e Confeção;
- IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento;
- PRIMUS MGV - Promoção e Desenvolvimento Regional, SA;
- Sandra Lopes - Consultoria, Unipessoal, Lda.

Este projeto tem como finalidade valorizar a adoção de práticas de responsabilidade social nas PME.

➤ **Projeto “Mão-na-Mão”**

O Projeto Mão-na-Mão é um movimento empresarial português, constituído em 25 de Setembro de 2001, para o voluntariado liderado pela Fundação Portugal Telecom e que conta com diversas iniciativas de solidariedade em prol da comunidade, incluindo, desde manifestações de teor cultural ou formativo, a contributos para o bem-estar social e lazer, e ainda intervenções nos campos da reabilitação de espaços e preservação do ambiente.

Normas e certificações de RSE

Para além de prémios que incentivam as empresas existem também normas e certificações que fazem com que as empresas persigam a responsabilidade social. Estes trabalhos de normalização na área da responsabilidade social são desenvolvidos pela Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE) que para além de cooperar no Grupo de Trabalho de Responsabilidade Social da ISO – *International Organization for Standardization*, suporta o trabalho das Comissões Técnicas de Responsabilidade Social e de Ética nas Organizações, através de um protocolo com o Instituto Português da Qualidade (APEE, 2007). Em 2004 foi celebrado um protocolo com o instituto Português da qualidade (IPQ) ficando assim com a qualificação para o exercício de funções de normalização em Portugal, assumindo-se como um organismo de normalização sectorial (ONS) no que diz respeito a Ética e da Responsabilidade Social (APEE, 2007). Assim, as funções que cabem a ONS-APEE passam pela realização de normas nos domínios em cima referidos (APEE, 2007). Em 2005 o ONS-APEE criou a Comissão Técnica de Responsabilidade Social – CT 164 e Comissão Técnica de Ética nas Organizações – CT 165. A CT 164 tem como objetivo criar uma norma portuguesa de responsabilidade social, aplicável a todas as organizações, com um seguimento internacional da ISO 26000. Já a CT 165 procurou criar uma norma portuguesa contendo linhas de orientação para o processo de elaboração e implementação.

Posto isto é de fácil perceção que o modelo de gestão com responsabilidade social incorpora normas e certificações. As normas SA 8000 (*Social Accountability*, SAI), NP 4469 (Sistema de Gestão de Responsabilidade Social) e ISO 26000 (Norma Internacional de Responsabilidade Social) são as três principais normas de RS em Portugal, pelo que se vai dar a conhecer sucintamente cada uma delas de seguida.

SA 8000 – *Social Accountability*

Esta é uma norma com certificação internacional que tem com intuito encorajar as empresas a praticarem ações socialmente responsáveis, tendo sido criada pelo *Social Accountability International* (SAI), uma afiliada do *Council on Economic Priorities*. (*Social Accountability International*, 2008). É uma norma que principalmente foca-se nas normas internacionais direcionadas para os direitos humanos nas leis da Organização Internacional do Trabalho na UN Convenção dos Direitos das Crianças. Esta é uma norma com capacidade para ser aplicada a todas as empresas sem a condicionante da dimensão, posição geográfica ou ate mesmo o seu sector (*Social Accountability International*, 2008). A SA 8000 refere que os requisitos da Responsabilidade Social permitem a uma organização “desenvolver, manter e executar políticas e procedimentos com o objetivo de gerir aqueles temas os quais ela possa controlar ou influenciar” e ainda “demonstrar para as partes interessadas que as políticas, procedimentos e práticas estão

em conformidade com os requisitos desta norma” (Social Accountability International, 2008, p. 3). A norma é basicamente composta por nove requisitos (SA 8000):

- Trabalho infantil: não é permitido;
- Trabalho forçado: não é permitido;
- Saúde e segurança: devem ser asseguradas;
- Liberdade de Associação e negociação coletiva: devem ser garantidas;
- Discriminação: não é permitida;
- Práticas Disciplinares: não são permitidas;
- Horário de Trabalho: não deve ultrapassar 48 horas/semana, além de 12 horas extra/semana;
- Remuneração: deve ser suficiente;
- Sistemas de gestão: deve garantir o efetivo cumprimento de todos os requisitos

NP 4469 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social

A NP 4469 é uma norma de Sistemas de Gestão de Responsabilidade Social editada pelo Instituto Português da Qualidade (IPQ), foi elaborada pela já referida Comissão Técnica 164 sendo coordenada pela ONS-EPAA também já referenciada acima. A necessidade da criação desta norma prende-se em conformidade com a ISO 26000 de cada região ou país criar uma norma em resposta a esta, adaptando assim à sua realidade interna a norma (<http://www.apcer.pt>). Esta norma segue os mesmos princípios das normas internacionais ou seja, pretende “incentivar e orientar as organizações para uma atuação socialmente responsável, no contexto dos desafios do desenvolvimento sustentável” e “é aplicável a organizações de todos os tipos e dimensões, podendo adaptar-se a diversas condições geográficas, culturais e sociais” (NP4469 – Sistema de Gestão de Responsabilidade Social, 2008). Esta norma baseia-se em dois ciclos interligados, sendo um de gestão estratégica e outro de gestão operacional. Assim sendo, torna-se claro que as empresas ao atingirem esta certificação conseguiram obter benefícios, os quais destacamos (<http://www.ipq.pt>):

- Poupança de recursos financeiros nas micro-empresas porque a norma incorpora os requisitos de ambiente e segurança;
- Confiança nos fornecedores, eliminando burocracias e a necessidade de auditorias de 2.^a parte ou da verificação de códigos de conduta;
- Menores conflitos com ONG, comunidades locais, trabalhadores e seus representantes, entidades públicas, órgãos governamentais, etc.;
- Reforço das relações entre clientes e fornecedores pelas suas atuações socialmente responsáveis, evitando processos judiciais e promovendo a cooperação;
- Salvaguarda de toda a cadeia de valor e confiança ao consumidor final;

- Sistema de Gestão baseado no ciclo PDCA integrável com os outros Sistemas de Gestão Melhoria no acesso ao mercado de capitais e a financiamento, visto que estes recorrem cada vez mais a listas de verificação de carácter social e ambiental para avaliarem os riscos do investimento;
- Maior penetração em novos mercados pela quantidade crescente de consumidores a preocupar-se com a aquisição de produtos social e ambientalmente responsáveis;
- Maior produtividade, elevados níveis de criatividade e menor absentismo pela criação de um melhor ambiente de trabalho;
- Redução de custos com acidentes e doenças, através de sistemas preventivos relacionados com a higiene, saúde e segurança no trabalho;
- Reforço do desempenho individual e organizacional, pelo incremento das políticas de formação Redução dos níveis de *stress* e absentismo dos colaboradores, através de políticas de conciliação da vida familiar e profissional;
- Atração e retenção dos colaboradores mais talentosos;
- Gestão ambientalmente mais responsável, reduzindo a utilização e os custos dos recursos naturais;
- Melhoria da reputação e da imagem.

ISO 26000 – Norma Internacional da Responsabilidade Social

A norma ISO 26000, é uma norma não certificável visto que é uma norma mais orientadora, foi elaborada por um grupo de Trabalho de Responsabilidade Social da ISO, através de um processo *multi-stakeholder* onde estiveram presentes mais de 90 países, representados por especialistas de área (<http://www.apq.pt>). Sendo uma norma não certificável, as suas recomendações não devem ser encaradas como requisitos, tendo como principal objetivo encorajar as organizações a contribuírem para o desenvolvimento sustentável. Para isso, esta norma fornece um conjunto de orientações ao nível económico, social, ambiental, jurídico e organizacional, que visão complementar outros instrumentos e iniciativas relacionadas com a responsabilidade social (<http://www.apq.pt>). Seguir a norma ISO 26000 garante às organizações uma atuação e presença no mercado em consonância com os princípios da responsabilidade social e sustentabilidade. Ao mesmo tempo, esta norma constitui uma base para normas certificáveis como a de Sistemas de Gestão da Qualidade (ISO 9001), a de Sistemas de Gestão Ambiental (ISO 14001) e a de Sistemas de Gestão de Segurança e Saúde Organizacional (OSHAS 18001), visto que é uma norma de cariz orientador e abrangente (<http://www.apq.pt>).

1.7 – Motivação para a implementação de um sistema de responsabilidade social

O crescente aumento da complexidade dos negócios, o avanço de novas tecnologias, o incremento da produtividade levou a um aumento significativo da competitividade entre as empresas e, desta forma, elas tendem a investir mais em processos de gestão de forma a obter diferenciais competitivos. Ashley (2002) afirma que, por outro lado, “estes factos levam a que uma empresa repense nas suas políticas e atue em consonância com o desenvolvimento económico, social e ambiental” (p. 3). As empresas veem na responsabilidade social uma estratégia a mais para manter ou aumentar a sua rentabilidade e maximizar o seu desenvolvimento, verificando-se uma maior conscientização do consumidor, o qual procura por produtos e práticas que geram melhoria para o meio ambiente e a comunidade (Ashley, 2002).

Aliado a isto, o “crescimento económico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas e, portanto deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas que passem por soluções ambientalmente sustentáveis, socialmente corretas e economicamente viáveis” (Lewis, 2003, p. 356). Ultrapassando aquela ideia que prevalecia, que todas as práticas de responsabilidade social só geravam despesas e custos para as empresas, e só se aplica em função das imposições legais, a Comissão das Comunidades Europeias vem afirmar que a responsabilidade social nas empresas pode gerar bons resultados, vantagens, lucros e crescimento das próprias empresas e da economia em geral (COM, 2001).

Porter e Kramer (2002) defendem que a empresa pode utilizar iniciativas sociais para melhorar o seu contexto competitivo. Do seu ponto de vista, a consequência de iniciativas sociais e filantrópicas focadas no contexto em que a empresa atua, permite adquirir e melhorar as suas potencialidades, e assim, cooperar com a sociedade de forma mais coerente e efetiva (Porter & Kramer, 2002). Ainda segundo os mesmos autores, as ações realizadas pelas empresas devem estar diretamente ligadas à sua missão, pois desta forma permitem aumentar o seu potencial de criação de riqueza. Posteriormente, Porter e Kramer (2002), subdividem as práticas sociais em três categorias: (a) questões sociais genéricas, que não intervêm para o desenvolvimento da empresa mas têm impactos na sociedade; (b) impactos sociais da cadeia de valor participam no desempenho normal da empresa e (c) dimensão social do contexto competitivo, refere-se a questões sociais do ambiente externo, que afetam significativamente a competitividade (Porter & Kramer, 2002). Porter e Kramer (2007) afirmam que “as abordagens sobre a responsabilidade social por vezes veem afastadas das estratégias da empresa que acabam por esconder as várias oportunidades que uma empresa pode ter em apoiar a sociedade, é ainda referido que se a empresa revisse os seus objetivos ao nível da responsabilidade Social aperceber-se-ia que esta responsabilidade social lhe traria benefícios, oportunidade e sobre tudo uma vantagem competitiva e não uma despesa para a empresa” (p. 34).

Assim, é um facto que responsabilidade social e estratégia empresarial têm sido vistas geralmente separadas, cada uma contribuindo apenas com objetivos sociais e económicos respetivamente, no

entanto podem ser trabalhadas conjuntamente, no intuito de maximizar tanto os resultados económicos como sociais da empresa (Husted & Allen, 2001). Com base em Husted e Salazar (2005), as estratégias de Responsabilidade Social resolvem as tensões existentes entre os objetivos sociais e a rentabilidade das empresas, já que ambos os desempenhos são cobrados pela sociedade e pelos acionistas, e os resultados devem ser positivos (Husted & Salazar, 2005).

Em síntese e de acordo com Neto & Froes (1999), os principais benefícios oriundos das ações sociais das empresas podem ser classificados do seguinte modo:

- “Ganhos na imagem corporativa;
- Popularidade de seus dirigentes, que aparecem como verdadeiros líderes empresariais com destacado senso de cidadania corporativa;
- Mais apoio, motivação, lealdade, confiança, e desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- Melhor relacionamento com o governo;
- Maior disposição dos fornecedores, distribuidores e representantes na realização de parcerias com a organização;
- Maiores vantagens competitivas (marca conhecida e mais forte);
- Mais fidelidade dos clientes atuais e melhores chances de conquistar novos clientes.”

Porém, será certo que as empresas, em geral, adotarão práticas e estratégias que incorporem preocupações sociais e ambientais (RSE e sustentabilidade) se tiverem a percepção de que essas atitudes lhes trarão benefícios económico-financeiros diretos e indiretos, pelo que vai-se analisar em seguida as teorias (e estudos empíricos) sobre a relação entre RSE e o desempenho económico-financeiro das empresas. Como refere Tenório (2006), “a questão da responsabilidade social empresarial é tema recente, polêmico e dinâmico, envolvendo desde a geração de lucros pelos empresários, em visão bastante simplificada, até a implementação de ações sociais no plano de negócios das companhias, em contexto abrangente e complexo” (p. 13). O desempenho social das empresas tem sido, nas últimas décadas, uma das dimensões da atuação das empresas a que os gestores cada vez mais prestam atenção. É comumente aceite que as empresas devem assumir comportamentos socialmente responsáveis, não podendo, no entanto, ignorar que o seu fim último – que legitima e sustenta a sua existência – é a criação de riqueza para os investidores. Contudo, cada vez menos se aceita que essa riqueza favoreça apenas os interesses de alguns, devendo a mesma contribuir para o interesse coletivo (Marques & Teixeira, 2008). É neste contexto que surge a noção de empresa socialmente responsável. A relação entre a responsabilidade social e o desempenho organizacional das empresas, em concreto o económico-financeiro, tem sido objeto de muita investigação, sobretudo anglo-saxónica, sem, todavia, se chegar a um consenso relativamente à relação entre aquelas variáveis. Porém existe alguma divergência nos resultados obtidos nos estudos desenvolvidos por parte de diversos autores, isto porque alguns autores apontam uma relação positiva, outros são inconclusivos ou pouco significativos, e outros, ainda, indicam uma relação negativa. Na figura 7 resume-se os

estudos realizados e revistos nesta pesquisa sobre a relação entre o desempenho económico-financeiro e a RSE, agrupando-os consoante as conclusões obtidas.

Relação Positiva	Relação Neutra/inconclusivo	Relação Negativa
<i>Década de 1980</i>		
<i>Anderson & Frankle (1980)</i>	<i>Anderson & Frankle (1980)</i>	<i>Chen & Metcalf (1980)</i>
<i>Chen & Metcalf (1980)</i>	<i>Fredman & Jaggi (1982)</i>	<i>Kedia & Kuntz (1981)</i>
<i>Kedia & Kuntz (1981)</i>	<i>Ingram & Frazier (1983)</i>	<i>Eckbo (1983)</i>
<i>Fry et al (1982)</i>	<i>Aupperle et al (1985)</i>	<i>Strachan et al (1983)</i>
<i>Fredman & Jaggi (1982)</i>		<i>Shane & Spicer (1983)</i>
<i>Cochran & Wood (1984)</i>		<i>Cochran & Wood (1984)</i>
<i>Newgren et al (1985)</i>		<i>Jarrel & Peltzman (1985)</i>
<i>Marcus & Goodman (1986)</i>		<i>Marcus & Goodman (1986)</i>
<i>Spencer & Taylor (1987)</i>		<i>Pruitt & Peterson (1986)</i>
<i>Wokutsh & Spencer (1987)</i>		<i>Davidson et al (1987)</i>
<i>Lerner & Fryxell (1988)</i>		<i>Davidson & Worrell (1988)</i>
<i>Década de 1990</i>		
<i>Morris et al (1990)</i>	<i>Hill et al (1990)</i>	<i>Hill et al (1990)</i>
<i>Coffey & Fryxell (1991)</i>		<i>Holman et al (1990)</i>
<i>Riahi-belkaoui (1992)</i>		<i>Coffey & Fryxell (1991)</i>
<i>Hart & Ahuja (1994)</i>		
<i>Johnson & Griining (1994)</i>		
<i>Waddock & Grabes (1994)</i>		
<i>Preston & O'Bannon (1997)</i>		
<i>Waddock & Grabes (1994) *</i>		
<i>Dean (1998) *</i>		
<i>Posteriores a 2000</i>		
<i>Orlitzky (2001) *</i>	<i>McWilliams & Siegel (2000) *</i>	
<i>Ruf et al (2001) *</i>	<i>Afonso (2012)*</i>	
<i>Simpson & Kohers (2002) *</i>		
<i>Orlitzky (2003) *</i>		
<i>Allouche & Laroche (2005) *</i>		
<i>Velde et al (2005) *</i>		
Nota: * Estes trabalhos foram acrescentados aos apresentados pelos autores originalmente		

Figura 7 - Estudos sobre a relação entre o desempenho social e o desempenho económico

Fonte: Elaboração própria a partir de Griffin & Mahon (1999)

1.8 – As PME e a Responsabilidade Social

Segundo os autores Porter e Kramer (2007), há uma emergência da RSE. Em Portugal houve também uma evolução significativa neste sentido passando de 10 empresas em 2004 que publicaram o seu relatório de sustentabilidade para 41 em 2007 (BCSD, 2014). Contudo, no que diz respeito ao nível da certificação da norma de Responsabilidade Social SA8000, essa evolução é menos significativa, passou-se de uma empresa em 2003 para apenas quatro em 2007. Todavia, estes indicadores dizem apenas respeito às grandes empresas. No entanto, a Europa e também Portugal têm como principal característica do seu tecido económico as pequenas e médias empresas (PME) e as microempresas que representam 99,9% do tecido empresarial português e são responsáveis por menos de dois terços (60,9%) do volume de negócios do sector empresarial português, segundo os dados divulgados ao jornal de negócios no estudo do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2010).

De acordo com a classificação das empresas por dimensão, classificam-se como microempresas as unidades que empregam menos de 10 pessoas e cujo volume de negócios ou balanço total anual não excede 2 milhões de euros. As pequenas empresas são aquelas que empregam menos de 50 pessoas e cujo volume de negócios ou balanço total anual não excede 10 milhões de euros (IAPMEI, 2014). As PME detêm recursos (humanos, tempo, dinheiro) muito mais escassos do que nas grandes empresas, estando a responsabilidade social muito mais associada à eficácia na gestão dos recursos disponíveis e num registo intuitivo e não estruturado. Estão muitas vezes integradas em cadeias de valor na qual não dominam a gestão, conduzidas para um plano de competição pelo baixo custo, em que a proteção da marca ou a visibilidade pública não constituem preocupações prioritárias. Assim sendo, para serem competitivas, as PME e as microempresas necessitam de se adaptar às novas demandas do mercado e da sociedade em que operam. A própria natureza destas empresas permite que estas respondam mais rapidamente a estas mudanças, pois podem mais facilmente detetar e tirar proveito das oportunidades de mercado do que as empresas de maior dimensão.

1.8.1 – A Aplicação da Responsabilidade Social às PME e microempresas

As PME e as microempresas, como qualquer organização, estão em constante interação com o meio envolvente, influenciando e sendo influenciadas pelo mesmo. Numa economia em constante mudança factores como a evolução rápida do mercado, as expectativas dos clientes, os parceiros de negócios e as alterações constantes da sociedade tornam a temática da RSE uma prioridade para uma empresa forte e competitiva. No entanto, não existe uma fórmula para implementar a RSE nas empresas

Segundo Silva e Santos (2010), “embora seja uma questão observada em um grande número de empresas, poucos estudos têm sido feitos sobre esse tipo de prática em pequenas e médias

empresas” (p. 191). Na UE tem sido fortemente defendida a importância de práticas de RSE nas PME europeias. Contudo, dada a atualidade desta temática é necessário aprofundar mais o conhecimento sobre a cultura corporativa nas PME.

Neste sentido é notório que a RSE para que possa ser aplicada às PME e microempresas da mesma forma que é aplicada as grandes empresas terá que assumir um papel de destinatárias por parte dos organismos que promovem a RSE, merecendo uma abordagem específica para promover a RSE entre as PME e microempresas. Estas organizações necessitam de ser incentivadas e apoiadas no sentido de integrarem melhor a RSE nas atividades de consultoria e de apoio que prestam em benefício das PME e microempresas, constituem meios fundamentais de comunicação para as PME e microempresas e estão aptas a comunicar a RSE para que esta seja compreensível por todas.

Como já foi referenciado neste documento, já se nota um esforço por parte das entidades de direito, em promover e incentivar as PME e microempresas a seguir este caminho. São muitos os investigadores que ao longo dos anos têm procurado respostas sobre a RSE, desde a caracterização do grau de envolvimento das empresas com a RSE, os benefícios e vantagens para as empresas resultantes de práticas de RSE, até aos obstáculos na implementação da RSE. Os inquéritos e as entrevistas são as metodologias mais comumente utilizadas pelos investigadores, sendo de particular relevância para a análise comparativa dos resultados não só a caracterização da dimensão das empresas, mas também os países de origem nos diversos estudos. Neste ponto iremos descrever alguns estudos importantes que foram feitos a nível europeu e a nível nacional na temática de RSE e que servirão de suporte para a parte empírica da presente dissertação.

1.8.2 - Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas – Um estudo da situação Portuguesa

Rego *et al.* (2003) realizaram um estudo sobre a atuação socialmente responsável das empresas portuguesas, que teve por base um inquérito a 123 dirigentes de empresas portuguesas sobre a gestão ética e responsabilidade social. Algumas das conclusões levadas a cabo por este estudo foram:

- Os dirigentes das empresas inquiridas consideram que as suas organizações tentam efetuar o pagamento aos seus fornecedores dentro do tempo acordado;
- Os dirigentes inquiridos consideram que a relação das suas empresas com os seus empregados e clientes é feita com máxima consideração pela higiene e segurança;
- 51% dos dirigentes inquiridos afirma que a sua organização pratica ações de ajuda financeira ou de outro tipo junto de organizações de beneficência;
- 52% das empresas está certificada com pelo menos uma norma de qualidade.

1.8.3 - Estudo “Responsabilidade Social nas PME: Casos em Portugal” por Santos, Pereira e Silva (2006)

O estudo correspondeu ao diagnóstico de práticas de responsabilidade social nas PME em Portugal Continental, através da aplicação de um inquérito por questionário. Teve por objetivo identificar as práticas de responsabilidade social desenvolvidas pelas PME no âmbito da dimensão económica, social e ambiental. Foram inquiridas 2000 pequenas e médias empresas de cinco regiões de Portugal (Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve). As principais conclusões retiradas deste estudo foram (Santos, et al, 2006):

- As principais práticas desenvolvidas pelas empresas inquiridas em relação aos clientes são a adequação do produto/serviço às necessidades dos clientes (75%) e o sistema de tratamento de reclamações (62%);
- As principais práticas desenvolvidas pelas empresas inquiridas em relação aos fornecedores e parceiros comerciais são a garantia do pagamento no prazo acordado (68%);
- As principais práticas desenvolvidas pelas empresas inquiridas em relação às temáticas de saúde, segurança e higiene no trabalho são a prática de medicina no trabalho (93%) e condições de iluminação, ventilação, temperatura e ruído (68%);
- As principais práticas desenvolvidas pelas empresas inquiridas em relação à gestão da mudança são a reorganização de processos de trabalho envolvendo a participação de trabalhadores (58%) e a participação, consulta e informação sobre o processo de mudança (38%);
- As empresas inquiridas referem como principais benefícios da implementação de práticas de RS a reputação junto de clientes/consumidores (78%), a motivação dos trabalhadores (75%) e o aumento da qualidade (73%);

1.8.4 – A Responsabilidade Social e as PME: As práticas de RSE das Microempresas

Este estudo foi realizado por Correia (2013) com o intuito de interpretar e compreender o significado das práticas de RSE nas PME, em particular microempresas do distrito de Lisboa, bem como a importância e os benefícios que a RSE tem nas suas estratégias económicas, sociais e ambientais. Os objetivos a que se propôs a autora foram os de responder a algumas questões, tais como (Correia, 2013, p. 58):

- “As empresas inquiridas compreendem o significado do conceito de responsabilidade social das empresas, a sua importância e os benefícios que podem alcançar?”
- Quais as principais práticas de responsabilidade social das PME na vertente económica, social e ambiental?

- As principais práticas de responsabilidade social das PME praticadas pelos inquiridos têm carácter voluntário?
- Qual o nível de intervenção das PME em termos de responsabilidade social? “

Assim, a autora chegou as seguintes conclusões apos término da sua dissertação (Correia, 2013):

- O inquérito realizado às práticas de RS de 54 microempresas do distrito de Lisboa mostra que apenas 7% dos inquiridos considera ter uma intervenção bastante forte a nível da RS, em oposição aos 31% que afirmam ter uma intervenção em termos de RS muito fraco.

- É possível verificar que as práticas de RS desenvolvidas pelas empresas estão pontualmente refletidas na estratégia das empresas, podendo ser caracterizadas como práticas ocasionais e não estruturadas.

A autora decidiu avaliar as dimensões das práticas de RSE em quatro dimensões, económica, social interna, social externa e por fim a dimensão ambiental. As conclusões retiradas foram:

- Quanto à dimensão económica é possível concluir um esforço por parte das empresas em manter boas relações com os seus clientes e fornecedores.

- No que diz respeito à dimensão Interna a autora concluiu que, esta opção parece estar associada ao cumprimento de obrigações legais neste domínio.

- Relativamente à dimensão social externa a principal prática desenvolvida pelas empresas inquiridas com a comunidade local foi a cedência de donativos, espelhado também um défice de práticas nesta dimensão e uma relação de cariz indireto com a comunidade.

- Por último, na dimensão ambiental verifica-se que a principal prática desenvolvida pelas empresas é a reciclagem e o uso de produtos não tóxicos.

Quanto aos benefícios resultantes das práticas de RS as empresas inquiridas referiram a redução de custos e o aumento de vendas. Em contrapartida, o reforço da imagem junto da comunidade mostra ser um benefício pouco importante. Para Correia (2013) “Apesar das práticas de RS verificadas nas microempresas serem ainda ocasionais, não estarem relacionadas com a estratégia das empresas e existirem bastantes deficiências em certos domínios da Responsabilidade Social, como o apoio social, a presença das práticas de RS verificadas nas empresas inquiridas através da aplicação do inquérito são um indicador positivo de que as microempresas inquiridas estão a fazer um esforço para integrar as preocupações com a RS nas suas atividades e estratégias, indo ao encontro do que já se pratica nas grandes empresas” (p.99).

Como investigações futuras Correia (2013, p.99) sugere “a utilização de um inquérito por questionário aplicado a outros distritos além do distrito de Lisboa e o aumento da amostra,

garantindo que esta não é por conveniência, bem como a recolha de informações juntos de empregados da empresa e a reformulação do questionário abrangendo mais opções de práticas desenvolvidas em RS, são opções que poderão ser exploradas em outras investigações”.

Em suma, o que se pode concluir sobre estes trabalhos realizados em Portugal é que as PME têm atos de responsabilidade social, contudo numa proporção mínima em que muitos desses atos realizados são por obrigações legais. No que diz respeito ao facto de haver relação entre estas práticas e o desempenho económico da PME não é esclarecido o assunto.

II – DESENHO DO ESTUDO EMPÍRICO

Após a fase conceptual passamos então à fase metodológica, também denominada de metodologia de investigação que segundo (Sousa & Baptista, 2011, p. 15) “consiste num processo de seleção da estratégia de investigação, que condiciona, por si só, a escolha das técnicas de recolha de dados, que devem ser adequadas aos objetivos que se pretendem atingir.”

Neste capítulo será explanado como foi desenhada a componente prática da presente dissertação, nomeadamente o problema de investigação, objetivos e hipóteses de investigação, a seleção da técnica documental, a recolha de dados, o tratamento de dados, o universo e a amostra.

2.1 – Problemática, Objetivos e hipóteses de investigação

Como se evidenciou no capítulo anterior a prática de RSE denota grande importância na atualidade. Deste modo, embora haja alguns poucos estudos sobre a RSE em pequenas empresas em Portugal, estes ainda não são suficientes para se verificar a evolução da penetração destas práticas nas estratégias e atitudes das PME e micro empresas. Verifica-se ainda que ainda há muito por fazer e investigar neste domínio no que diz respeito à realidade portuguesa e particularmente no que concerne às PME e microempresas, apesar de o tema estar a ser abordado com mais frequência entre o meio académico, empresarial e nos meios de comunicação social. Questões como (i) as PME adotam práticas de responsabilidade social voluntariamente; (ii) As PME são certificadas com normas de responsabilidade social; (iii) Ainda que as PME e

microempresas não sejam certificadas, nem relatem as práticas de responsabilidade social, inconscientemente estas aplicam-nas; (iv) Se os pequenos e médios empresários consideram que a implementação voluntária de práticas de responsabilidade social é benéfico para a sua empresa e que contribui positivamente para o seu desempenho económico-financeiro.

O trabalho apresentado por Correia (2013) sugere o estudo da adoção de práticas de responsabilidade social nas microempresas nas várias regiões do país. Este tipo de empresas têm um peso significativo (como se demonstrará no ponto seguinte) no tecido empresarial português e apesar da sua dimensão mais reduzida, estas poderão ser beneficiadas pela adoção de práticas de responsabilidade social e sem que isso acrescente custos desmedidos à sua estrutura. Pelo seu impacto na economia estas também não devem se alhear da sua responsabilidade social e de contribuir para a sustentabilidade económica, social e ambiental da sociedade.

Deste modo a presente dissertação surge com o objetivo de analisar e identificar se as PME e as microempresas do distrito de Vila real e Bragança adotam práticas de responsabilidade social e se, na ótica do empresário, tais praticas tem consequências no desempenho financeiro das suas empresas. Assim, espera-se que este trabalho consiga responder a algumas das seguintes questões:

- Os empresários preocupam-se em adotar práticas de RSE?
- Os empresários vêem estas práticas relacionadas com o desempenho financeiro de suas empresas?
- As empresas inquiridas compreendem o significado do conceito de responsabilidade social das empresas, a sua importância e os benefícios que podem alcançar?
- Quais as principais práticas de responsabilidade social das PME e microempresas na vertente económica, social e ambiental?

Tendo em conta os objetivos fixados e a revisão de literatura efetuada, estabeleceram-se as seguintes hipótese de investigação:

Hipótese de investigação 1 (H1) – “As micro e pequenas empresas do distrito de Vila Real e Bragança adotam práticas de RSE”. Os trabalhos apresentados por Correia (2013) e Santos et al (2006) sobre Portugal, indiciam que os pequenos e médios empresários, embora por vezes de forma ocasional e descontinuada, adotam algumas praticas de responsabilidade social, nas suas diferentes dimensões mas com mais incidência na dimensão social (quer interna, quer externa) e ambiental (aqui com preocupações com a reciclagem e não utilização de produtos tóxicos). No presente trabalho procurar-se-á identificar as práticas de responsabilidade social adotadas na amostra de Pequenas e medias empresas e microempresas dos distritos de Bragança e Vila Real.

Hipótese de Investigação 2 (H2): “A adoção da RSE está associado aos benefícios da sua implementação para o desempenho financeiro e económico da empresa, na ótica do empresário.”

O trabalho apresentado por Afonso (2012), embora aplicado a grandes empresas portuguesas cotadas, obteve uma relação positiva entre o desempenho financeiro, medido pela rentabilidade das vendas, e o nível de responsabilidade social das empresas do PSI20, pelo que poder-se-á aventar como hipótese de investigação se os pequenos empresários têm perceção de que adoção de práticas de responsabilidade social acarreta benefícios financeiros e económicos para a empresas. O trabalho de Correia (2013) também constatou que os pequenos empresários do distrito de Lisboa tinham como motivação para a implementação de práticas de responsabilidade social a melhoria do desempenho económico.

Hipótese de Investigação 3 (H3): “A adoção da RSE é indiferente às características das empresas, nomeadamente área geográfica de localização, volume de negócios ou mercado em que atua.”

Neste trabalho pretende-se ainda testar se as características “socioeconómicas e demográficas” das empresas influenciam a adoção ou não de práticas de responsabilidade social, nomeadamente se haverá diferenças estatisticamente significativas no comportamento e atitude face à responsabilidade social em função de factores como a “idade”, a localização geográfica ou o mercado alvo.

No ponto que se segue pretende-se justificar e definir a amostra que se pretende utilizar para implementar o estudo empírico.

2.2 – População e amostra

O presente estudo terá como objeto as microempresas e Pequenas e Médias Empresas que representam 99,9% do tecido empresarial português das quais 96% são microempresas (com menos de 10 trabalhadores, volume de negócios inferior a 50 milhões de Euros e um ativo total inferior a 43 milhões de Euros), sendo que a região norte de Portugal tem 32,7% das empresas em 2012 (INE, 2014). Em termos de número de pessoas ao serviço, em 2012, as PME empregaram 78,1% do total das empresas ao serviço, sendo que as microempresas representam 44,8% do total. Por região NUT II, a região norte é a segunda que tem maior percentagem de pessoas ao serviço (33,1%, contra os 35,3% na região de Lisboa), de acordo com INE (2014).

A região Norte de Portugal é constituída por 8 regiões (NUT III): Ave, Cavado, Douro, Entre Douro e Vouga, Grande Porto, Minho-Lima, Tâmega, Alto Trás-os-Montes que correspondem a agrupamentos de municípios (INE, 2014) e utilizando uma divisão administrativa mais antiga mas ainda por vezes utilizada – os Distritos, a que estavam associados os antigos governos civis, será de considerar cinco distritos, a saber: Braga, Bragança, Porto, Viana do Castelo e Vila Real.

Atendendo à área geográfica de influência mais próxima onde o Instituto Politécnico de Bragança atua (e de onde o mestrando é originário), decidiu-se limitar a área de estudo aos distritos da

região Norte com características de maior interioridade como são os distritos de Bragança e Vila Real.

Em termos de caracterização do tecido empresarial da região agora definida, de acordo com os dados obtidos da base de dados Pordata (2014), estes dois distritos tinham registadas 29915 empresas não financeiras, sendo que 12733 empresas (42,46% das empresas nos dois distritos) estão sediadas no distrito de Bragança e 17182 empresas (57,44%) sediadas em Vila Real, as quais empregavam 66319 colaboradores (25,34% dos quais no distrito de Bragança), tomando em consideração os dados reportados na Tabela 1. Pode-se assim verificar que entre os anos 2010 e 2012 houve uma variação negativa tanto no número de empresas não financeiras como no número de colaboradores e no volume de negócios para os dois distritos (ver Tabela 1), assim verifica-se uma diminuição de 6.39% no número total de empresas no distrito de Bragança e de -5.18% no distrito de Vila Real. Neste horizonte temporal também se verificou uma retração no número de colaboradores ao serviço, sendo esta diminuição mais acentuada no distrito de Vila Real. Quanto ao volume de negócios, também se observou um decréscimo, tendo sido este mais pronunciado no distrito de Bragança. As variações reportadas nestes indicadores poderão estar relacionadas com a crise económica, financeira e da dívida soberana que se abate sobre o País desde 2008 e a conseqüente dificuldade que atravessam as empresas em subsistir no mercado. Note-se que havendo uma retração no número de empresas a atuar no mercado, haverá alguma diminuição no número de postos de trabalho disponíveis (aumento do desemprego e conseqüentemente menos pessoas ao serviço) e também direta e indiretamente no volume de negócios total gerado pelas empresas existentes no mercado (serão em menor número) e que também poderão estar a sofrer concorrência interna e externa, aliado a menor poder de compra e por conseguinte conduzir a uma retração no volume agregado de negócios.

Tabela 1 – Volume de Negócios, número total de colaboradores e total de empresas não financeiras por distrito, em 2010 e 2012.

	Bragança		Vila Real		Taxa de Variação (2012/2010)	
	2010	2012	2010	2012	Bragança	Vila Real
Total de empresas (Número)	13573	12733	18096	17182	-6,39%	-5,18%
Nº Total de Colaboradores	27340	26804	42450	39515	-1,98%	-7,16%
Volume de Negocio (Euros)	1989515	1727335	2315120	2071963	-14,13%	-11,10%

Fonte: Pordata, 2014

Analisando para estes dois distritos a distribuição das empresas não financeiras por dimensão, usando como medida o número médio de trabalhadores/colaboradores ao serviço em 2012, como se pode verificar na Tabela 2, na qual se apresenta o número de empresas por escalões de trabalhadores, verificando-se assim que a maior parte do tecido empresarial tanto no distrito de Vila Real como de Bragança é constituído por empresas que empregam menos de 10

trabalhadores. No que diz respeito às taxas de variação, pode-se verificar que o decréscimo mais significativo entre 2010 e 2012 incidiu sobre as empresas que empregam entre 50 a 249 trabalhadores. De salientar que nas empresas que empregam mais de 250 trabalhadores verificou-se uma taxa de variação positiva de 28.77% no distrito de Bragança e de 69.31% no distrito de Vila Real. Num contexto global a taxa de variação é negativa para os dois distritos.

Tabela 2 – Empresas não Financeiras, por número de trabalhadores e a taxa de variação no período de 2010 e 2012

Escala	Bragança				Vila Real				Taxa de Variação (2010/2012)	
	2010	%	2012	%	2010	%	2012	%	Bragança	Vila Real
Menos de 10 Trabalhadores	13.260	97,70	12.482	98,30	17.575	97,12	16.731	97,37	-6,05%	-4,92%
De 10 a 19 Trabalhadores	177	1,31	162	1,27	339	1,87	293	1,7	-8,86%	-14,58%
De 20 a 49 trabalhadores	82	0,61	74	0,58	138	0,763	122	0,71	-10,27%	-12,32%
De 50 a 249 Trabalhadores	13	0,10	11	0,086	43	0,23	35	0,2	-16,71%	-20,59%
Mais de 250 Trabalhadores	3	0,02	4	0,03	1	0,05	2	0,012	28,77%	69,31%
Total	13.535	100%	12.733	100%	18.096	100%	17.183	100	-6,11%	-5,18%

Fonte: Pordata, 2014

Constata-se assim que nestes dois distritos à semelhança do que se passa na NUT III (Região Norte de Portugal) e no restante território nacional, as microempresas são as que predominam e por isso será justificado o seu estudo, em particular na temática da responsabilidade social pelos motivos já referidos.

Para a persecução dos objetivos delineados no ponto anterior selecionou-se deste modo uma amostra por conveniência de microempresas e pequenas e medias empresas (até 50 trabalhadores) sedeadas nos distritos de Bragança e Vila Real, por uma questão de escassez de tempo e relativa “facilidade” na obtenção das respostas – uma vez como se denotará no ponto seguinte, foi entregue o questionário em papel nas empresas selecionadas.

2.3 – Descrição do Instrumento de Recolha de Dados

O instrumento utilizado foi o inquérito por questionário, aplicado às empresas locais dos distritos de Bragança e Vila Real. Este instrumento foi construído com base na literatura consultada sobre as práticas de Responsabilidade Social a nível económico, social e ambiental das PME e microempresas do Norte, mais especificamente dos distritos supracitados.

A estrutura do Inquérito foi elaborada tendo como base o questionário realizado por Santos, et al (2006) e Correia, (2013), a quem se solicitou autorização para a utilização do mesmo para fins de investigação. O autor do questionário não viu qualquer objeção na sua utilização, no entanto foram

efetuadas algumas alterações e adaptações à realidade do tecido empresarial inquirido, até que se chegou ao documento que se encontra em anexo (ver anexo I).

Antes da sua aplicação ainda houve o cuidado de se efetuar um teste, para verificar o tempo que o inquirido levava a fazer o inquérito e as reações às questões apresentadas e à linguagem utilizada, para isto este teste foi efetuado a duas pequenas e médias empresas sedeadas em Macedo de Cavaleiros que se enquadravam no universo que este trabalho incidiria, após as reações verificou-se que o inquérito estaria pronto a ser utilizado na nossa amostra e que garantia que o pretendido seria alcançado.

Os objetivos primordiais da aplicação do inquérito prendem-se com a verificação da adoção de práticas de Responsabilidade social a nível económico, social e ambiental e se na ótica dos empresários as práticas de RSE tem influência no desempenho económico das PME e microempresas. Assim, o inquérito é constituído por duas partes. A primeira parte, que se estende da questão um até a questão cinco, destina-se a caracterizar as empresas inquiridas, e por consequência a amostra, em termos de localização geográfica (onde está sediada), o seu ano de criação (indiretamente identifica-se a idade), número de colaboradores ao serviço (uma das vertentes da dimensão), o seu volume de negócios e, por fim, sobre o mercado alvo de atuação em termos geográficos (local, regional, nacional ou internacional. A segunda parte, um pouco mais extensa, procura caracterizar as práticas de Responsabilidade Social adotadas pela empresa. Assim esta segunda parte inicia com uma questão que procura identificar se a empresa inquirida se encontra certificada, designadamente com certificados relativos à qualidade, RSE e sustentabilidade ambiental. A questão seguinte surge com o interesse de perceber se na opinião do empresário as práticas de RSE encontram-se refletidas na estratégia da empresa. Esta questão ajudará ainda a entender se o empresário pratica atos de responsabilidade Social inconscientemente ou conscientemente. Na questão oito propõe-se identificar os objetivos prioritário da empresa e se estes declaradamente visam a adoção de práticas de responsabilidade social.

Em seguida tem-se conjunto de perguntas que formam um conjunto cujo objetivo é o de compreender o nível de adoção de práticas de responsabilidade social nas suas diferentes dimensões (económica, social e ambiental, interna e externa). Assim, as questões 9, 10,11,12 e 15 prendem-se com a dimensão externa mais concretamente com as práticas desenvolvidas com os seus clientes, fornecedores, produtos e serviços (dimensão económica) e por fim com a gestão de recursos humanos (dimensão social interna). As questões 13, 14 e 16, integradas na dimensão Interna, procuram identificar as práticas desenvolvidas pela empresa no que diz respeito a Formação desenvolvida, a informação e diálogo e práticas ambientais. Segue-se a questão 17 que procura identificar a área que o empresário dá mais ênfase no que concerne às práticas de responsabilidade social. Estas questões foram delineadas como questões de resposta múltipla, onde o respondente poderia selecionar mais do que uma opção.

A questão 18 pretende compreender com quem a empresa mais se relaciona na sua atividade económica tentando assim testar a coerência das respostas à questão anterior. De referir que no item comunidade local se pretende averiguar da cooperação da empresa com associações recreativas, culturais e desportivas, Organizações Não Governamentais sem Fins Lucrativos, conhecidas por ONG e Instituições Particulares de solidariedade social (IPSS). A resposta a esta questão é do tipo Likert, com as alternativas de quantidade: Bastante, Muito, Razoavelmente, Pouco ou Nada.

A questão 19 que tem como objetivo perceber as motivações e o nível motivacional do empresário para implementação de práticas de responsabilidade social, usando-se a escala de Likert motivacional (Muito desmotivado, Desmotivado, Pouco desmotivado, Motivado e Muito Motivado). Consequentemente na questão 20 indaga-se o nível de intervenção da empresa quanto à responsabilidade social, apresentando-se uma escala de 5 pontos de *Likert*: Muito Fraco, Fraco, Moderado, Forte e Muito Forte. A questão seguinte visa descortinar a opinião do empresário quanto aos benefícios decorrentes da adoção de prática de responsabilidade social no desempenho financeiro e organizacional da empresa que administra, e caso a resposta seja positiva solicita-se a identificação desses benefícios, numa escala de concordância (com as alternativas de resposta Discordo totalmente, Discordo, Não concordo nem discordo, Concordo e Concordo totalmente).

De modo a fazer chegar o inquérito às empresas e com pouco tempo para que se pudesse fazer de forma diferente, o inquérito foi entregue diretamente nas empresas em suporte papel e em algumas empresas via correio eletrónico. Em alguns casos foi contactada a empresa por via telefónica. Este foi um processo que demorou sensivelmente dois meses tendo-se iniciado em Julho de 2014 até que se reunisse material suficiente para que se pudesse passar a análise – o inquérito foi disseminado nos meses de julho e agosto.

2.4 - Técnicas de tratamentos de dados

Os dados foram recolhidos, através do questionário aplicado às empresas, para poderem responder às hipóteses formuladas e apresentadas no capítulo anterior. Uma vez recolhidos os questionários, precedeu-se à criação de uma base de dados em SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 20.0 para *Microsoft Windows* onde foram introduzidas todas as respostas obtidas e feita a análise estatística dos dados. Recorreu-se a este *software* pois apresenta-se como uma excelente ferramenta de análise e tratamento estatístico para bases de dados obtidas através de questionários. Na primeira fase, com o objetivo de descrever e caracterizar a amostra em estudo, foi realizada uma análise descritiva dos dados em função da natureza das variáveis em estudo. Calcularam-se as seguintes medidas: frequências absolutas, frequências relativas, estatísticas descritivas de tendência central (média, mediana e moda), de dispersão (desvio padrão). Quando considerado relevante, representaram-se algumas variáveis em gráficos circulares e outras de barras. As medidas estatísticas utilizadas foram as mais usuais na análise descritiva de amostras.

Para o teste das hipóteses acima referidas, utilizou-se a análise *crosstabs* (análise de frequências cruzadas) de variáveis, o teste do Qui-quadrado (χ^2) e o teste de associação V de Cramer, uma vez que a maioria das variáveis em análise são nominais ou tratadas como tal (Laureano, 2011; Marôco, 2007). Nos testes de hipóteses usou-se o nível de significância de 5%, pelo que sempre que o valor de prova obtido for inferior a 5%, as diferenças observadas são consideradas estatisticamente significativas (Gageiro & Pestana, 2005).

III – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS EMPÍRICOS

Neste ponto procede-se à análise e discussão dos resultados em função dos recolhidos pela aplicação do inquérito a Microempresas e Pequenas e médias empresas da Região Norte de Portugal, mais concretamente dos distritos de Bragança e Vila Real. Começa-se pela caracterização das empresas respondentes em termos de distribuição de localização por distrito, ano de criação (na amostra total e por distrito) e dimensão, a qual é medida pelos indicadores número de colaboradores, volume de negócios e montante do ativo total. Em seguida procede-se à análise univariada com o recurso a estatísticas descritivas tais como frequências, medidas de tendência central, de dispersão e de associação das questões relativas à adoção de práticas de responsabilidade social nas diferentes dimensões da RSE. Por último, testa-se as hipóteses de investigação recorrendo à análise correlacional e multivariada para dar resposta aos objetivos do estudo.

3.1 - Caracterização da amostra

Como referido no capítulo anterior, para este estudo selecionou-se uma amostra por conveniência de microempresas e pequenas e médias empresas localizadas na região norte de Portugal, mais especificamente nos distritos de Bragança e Vila Real. Como se pode observar na tabela 3, obtiveram-se 188 inquéritos válidos distribuídos por 85 empresas (45,2% da amostra total) de Bragança e 103 (54,8%) de Vila Real.

Tabela 3 – Localização das empresas da amostra, distribuição por distrito

Localização	Frequência	
	Absoluta	Relativa
Bragança	85	45,2%
Vila Real	103	54,8%
Total	188	100,0%

Caracterizando as empresas que constam da amostra em termos de idade, a partir do seu ano de constituição, observa-se que (ver Figura 8) as empresas distribuem-se entre os anos de 1910 (a empresa mais antiga da amostra, que se localiza em Vila Real) e 2013, sendo o ano de 2001 e o ano de 2005 o que apresenta maior número de empresas (21 e 18 empresas, respetivamente) e que mais de 50% das empresas da amostra foi criada entre 1997 e 2009.

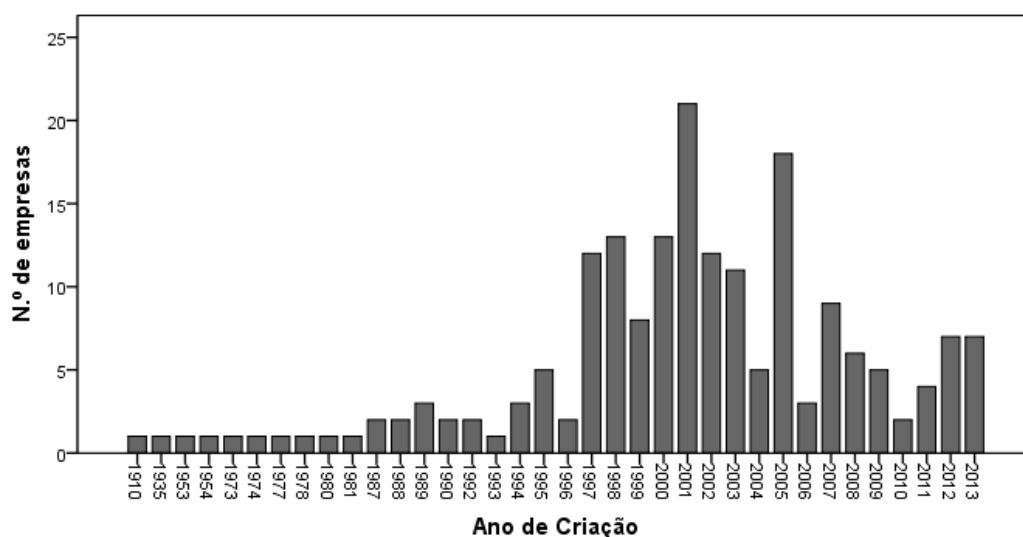


Figura 8 – Distribuição das empresas da amostra (total) por ano de constituição.

Analisando por distrito, como se pode observar nas Figura 9 e Figura 10, constata-se que enquanto no distrito de Bragança a maioria das empresas (mais de 50%) distribuem-se pelos anos de 1994 a 2006, sendo que a o maior número de empresas desta subamostra foi constituída no ano de 2001 (com 10 empresas). Relativamente ao distrito de Vila Real, as empresas distribuem-se maioritariamente entre 1997 e 2009, sendo que 2005 foi o ano com maior n.º de empresas (12 empresas). De notar que neste distrito há um número relativamente elevado de empresas com menos de dois anos de idade (constituídas entre 2012 e 2013), totalizando 11 empresas (4 e 7, respetivamente).

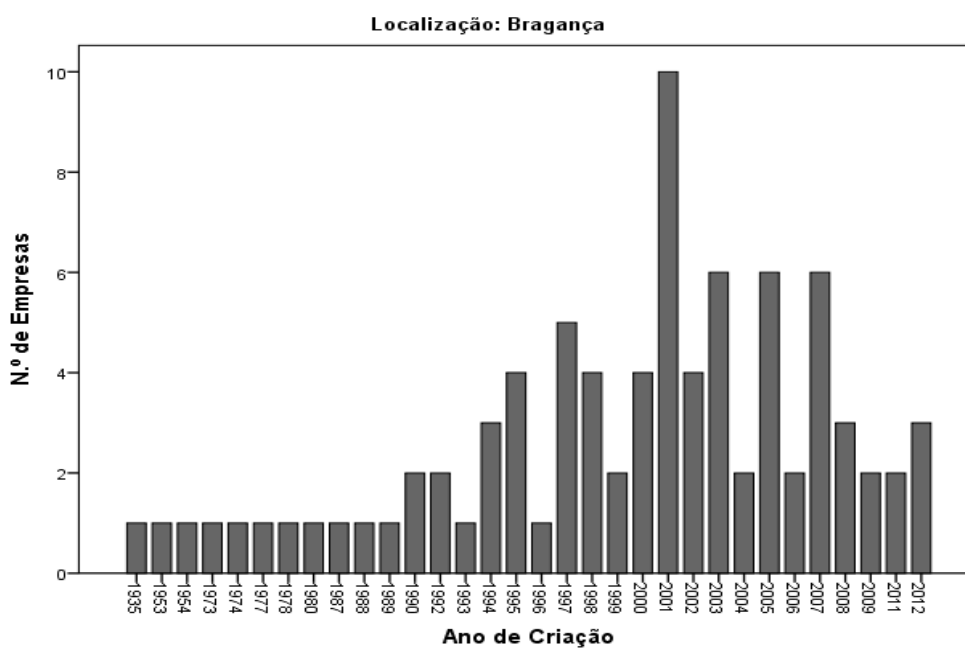


Figura 9 – Distribuição das empresas da amostra, por ano de constituição, no distrito de Bragança

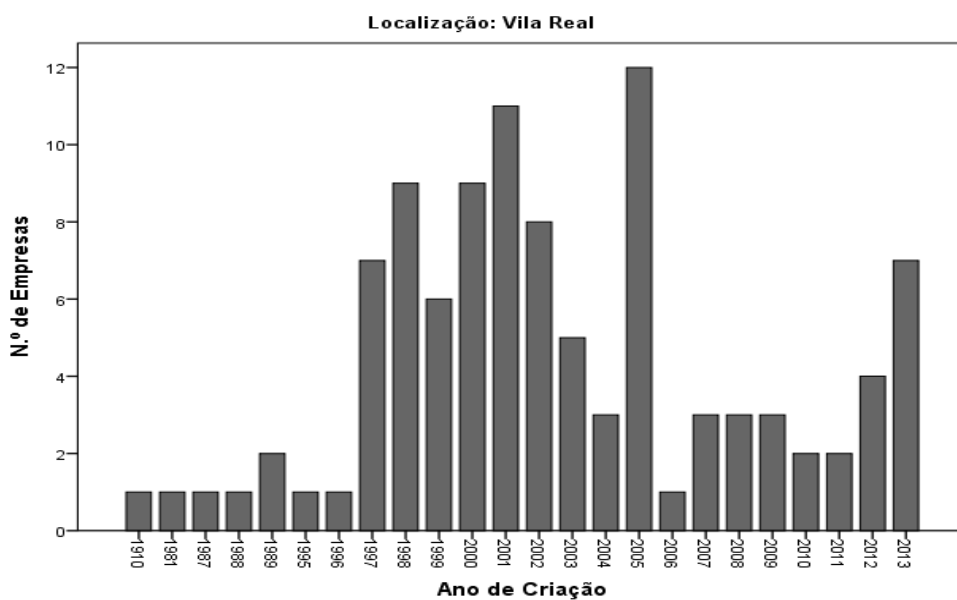


Figura 10 – Distribuição das empresas da amostra, por ano de constituição, no distrito de Vila Real.

Tomando agora em consideração a distribuição das empresas de acordo com a dimensão, usando o indicador do número de colaboradores, como se pode verificar na figura 11, o número mínimo de trabalhadores reportado é um e máximo 52 (para a amostra total), sendo que 21 empresas (11,2% da amostra total) têm 7 trabalhadores seguindo-se 18 empresas com 12 trabalhadores (9,6% do total da amostra). Quando agrupados por escalões (ver tabela 4), 49,5% das empresas da amostra têm menos de 10 trabalhadores e 41,5% entre 11 e 20 colaboradores.

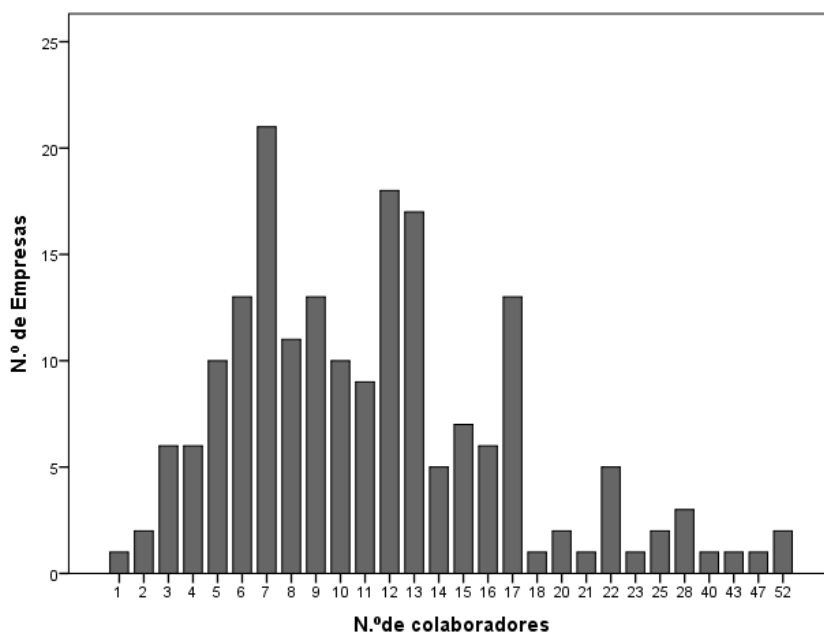


Figura 11 - distribuição das empresas de acordo com a dimensão medida pelo n.º de colaboradores, para a amostra total

Tabela 4 - Dimensão das empresas da amostra total, por escalões de n.º de colaboradores

<i>N.º de colaboradores (por escalões)</i>	<i>Frequência</i>		
	<i>Absoluta</i>	<i>Relativa (em %)</i>	<i>Acumulada (em %)</i>
<i>Menos de 10 colaboradores</i>	93	49,5	49,5
<i>11 a 20 colaboradores</i>	78	41,5	91,0
<i>21 a 30 colaboradores</i>	12	6,4	97,3
<i>31 a 40 colaboradores</i>	1	0,5	97,9
<i>41 a 52 colaboradores</i>	4	2,1	100,0
Total	188	100,0	

Analisando por distrito (figuras 12 e 13), comprova-se que a subamostra do distrito de Bragança apresenta maior dispersão da distribuição pois o intervalo de variação está compreendido entre um e 52 trabalhadores (sendo que apresenta empresas com 40, 43, 47 e 52 trabalhadores), enquanto no distrito de Vila Real as empresas que constituem esta subamostra apresentam no máximo 28 trabalhadores. Em Bragança, 55,3% das empresas têm 10 ou menos trabalhadores (sendo que há onze empresas que têm 7 trabalhadores). Em Vila Real, 44,7% das empresas têm no máximo 10 trabalhadores, sendo que há 10 empresas com 7 trabalhadores e onze empresas com 12 trabalhadores (número mais elevado).

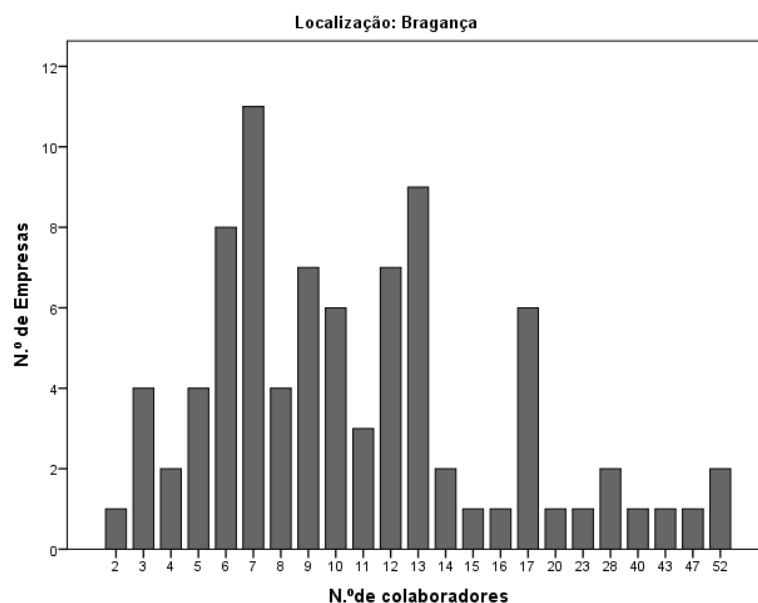


Figura 12 - distribuição das empresas de acordo com a dimensão medida pelo n.º de colaboradores, para o distrito de Bragança

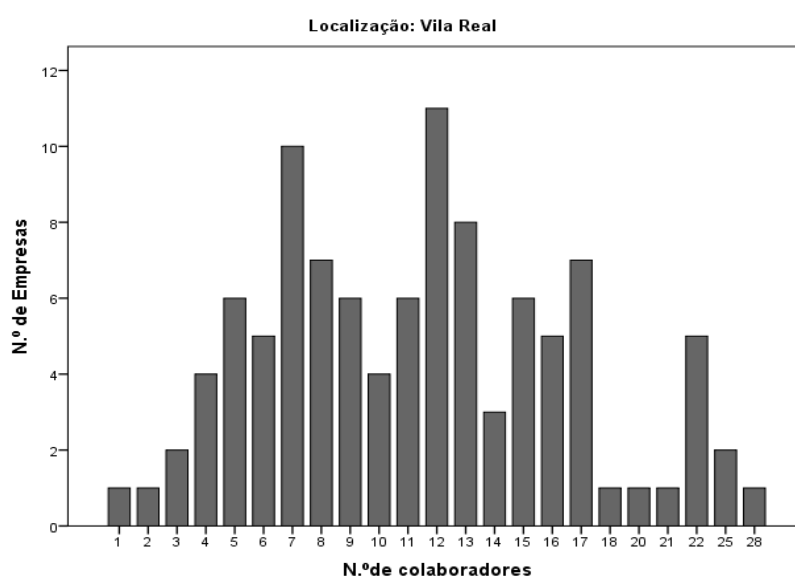


Figura 13 - distribuição das empresas de acordo com a dimensão medida pelo n.º de colaboradores, para o distrito de Vila Real

Na tabela 5 apresentam-se as estatísticas descritivas da variável número de colaboradores, para a amostra total e por distrito, verificando-se que o n.º médio de trabalhadores é 11,89 (desvio padrão- DP= 7,9), mediana 11 e moda 7 (n.º de colaboradores mais frequente), para o total da amostra; sendo que em Bragança o nº médio é 12,35 (DP=10,067), com moda 7, enquanto em Vila Real a média é 11,5 (DP=5,539) e moda 12. Os intervalos interquartis refletem a variabilidade na amostra, uma vez que 50% das empresas tem entre 7 e 14 colaboradores (no total), sendo que em Bragança esse intervalo é menor (entre 7 e 13 trabalhadores) e em Vila Real maior (entre 7 e 15 trabalhadores). Em ambos os distritos 25% das empresas tem no máximo 7 trabalhadores.

Tabela 5 – Estatísticas descritivas da distribuição das empresas mediante o número de colaboradores, no total e por distrito

<i>Estatísticas descritivas</i>	<i>Total</i>	<i>Bragança</i>	<i>Vila Real</i>
<i>N.º de empresas (N)</i>	188	85	103
<i>Média</i>	11,89	12,35	11,50
<i>Mediana</i>	11,00	10,00	11,00
<i>Moda</i>	7	7	12
<i>Desvio padrão (DP)</i>	7,902	10,067	5,539
<i>Mínimo</i>	1	2	1
<i>Máximo</i>	52	52	28
	25	7,00	7,00
<i>Percentil</i>	50	11,00	10,00
	75	14,00	13,00

A Tabela 6, que se segue, representa a distribuição das empresas por volume de negócio e localização, assim tomando em consideração a localização por distrito, observa-se que 78,8% das empresas localizadas em Bragança apresentam um volume de negócios máximo de 2 milhões de Euros, 8.6% apresentam um volume de negócios compreendido entre dois milhões de euros e os dez milhões de euros, por fim 8% apresentam um volume de negócios superior a 10 milhões já no distrito de Vila Real 87.3% verifica um volume de negócios inferior a 2 milhões, 7.8% das empresas apresentam entre dois e dez milhões de euros e 4.9% superior a 10 milhões. Em suma verifica-se que 83.4% das empresas inquiridas apresentam um volume de negócios inferior a dois milhões, 8.6% compreendido entre dois e dez milhões e por último 8% da amostra apresenta um volume de negócios superior a dez milhões mas inferior a 50 milhões de euros.

Tabela 6 – distribuição das empresas por escalão de volume de negócios, no total e por distrito.

Volume de Negócios	Amostra Total		Bragança		Vila Real	
	N	%	N	%	N	%
Menos de 2 Milhões Euros	156	83,4	67	78,8	89	87,3
Entre 2 e 10 Milhões Euros	16	8,6	8	9,4	8	7,8
Entre 10 e 50 Milhões Euros	15	8	10	11,8	5	4,9
<i>Missing</i>	1					
Total	188	100	85	100	102	100

Nota: N – Frequência absoluta; % - Frequência relativa

Em relação aos mercados onde as empresas inquiridas atuam (ver Tabela 7), como se pode verificar na Tabela 8, 70,2% das empresas da amostra estão focalizadas no mercado local e apenas 2,7% destas está vocacionada para o mercado internacional. Analisando por distrito, observa-se que as empresas do distrito de Bragança estão mais voltadas para a internacionalização, ainda que a taxas relativamente baixas (3,5% do total das empresas do distrito), enquanto as de Vila Real estão mais direcionadas para o mercado local (70,9% *versus* 69,4% em Bragança).

Tabela 7 – Distribuição das empresas de acordo com o mercado em que atua, na amostra total e por distrito.

Mercados	Amostra total			Bragança			Vila Real		
	N	%	Σ%	N	%	Σ%	N	%	Σ%
Local	132	70,2	70,2	59	69,4	69,4	73	70,9	70,9
Regional	35	18,6	88,8	18	21,2	90,6	17	16,5	87,4
Nacional	16	8,5	97,3	5	5,9	96,5	11	10,7	98,1
Internacional	5	2,7	100,0	3	3,5	100,0	2	1,9	100,0
Total	188	100,0		85	100,0		103	100,0	

Nota: N – Frequência Absoluta; % - Frequência relativa; Σ% - Frequência acumulada

3.2 - Análise descritiva univariada das práticas de Responsabilidade Social Empresarial entre as microempresas dos distritos de Bragança e Vila Real

Neste capítulo analisa-se os resultados obtidos, recorrendo à análise descritiva univariada (análise de frequências e medidas de localização de tendência central e quando adequado medidas de dispersão), na segunda parte do questionário onde se colocou questões que visam averiguar da

adoção de práticas de responsabilidade social e opinião do empresário quanto aos benefícios que estas possam trazer para o desempenho organizacional.

A primeira questão colocada pretende averiguar se empresa se encontra certificada com algum Sistema de Gestão de responsabilidade Social. Como se pode observar na Tabela 8, a maioria das respostas foi negativa (Não), correspondendo a 75% da amostra (N=188) e apenas 46 empresas no total responderam que “Sim”. A distribuição por distrito foi de 22,4% das empresas de Bragança (no total de 85 empresas na amostra) estão certificadas – responderam sim; e 26,2% em Vila Real (com 103 empresas na amostra). Em ambos os distritos a percentagem de empresas certificadas é inferior a 30%, o que representa um nível de certificação inferior, em qualquer dos distritos, ao que Correia (2013) apurou na sua amostra de 54 empresas do distrito de Lisboa, na qual 44% afirmaram possuir certificação.

Tabela 8 – Certificação das empresas em Sistemas de Gestão de Responsabilidade Social, no total e por distrito

	Amostra Total		Bragança		Vila Real	
	N	%	N	%	N	%
Sim	46	24,5	19	22,4	27	26,2
Não	141	75	66	77,6	75	72,8
Missing	1	0,5	0	0	1	1
Total	188	100	85	100	103	100

A Tabela 9 reflete as respostas dadas por parte das empresas da amostra no que diz respeito às práticas desenvolvidas pelas empresas, tendo quatro alternativas de resposta: “Extremamente refletidas na estratégia da empresa”, “Regularmente refletidas na estratégia da empresa”, “Pontualmente refletidas na empresa” e por fim ainda tem a possibilidade caso seja a realidade da empresa de optar por a resposta “Não se aplica”. Observa-se pois que 55,3% das empresas da amostra total afirmaram que as práticas de responsabilidade social estão “pontualmente refletidas na estratégia da empresa”, seguido da resposta “regularmente refletida na estratégia”, com 28,2% das respostas e que 6,9% das empresas na amostra total responderam “não se aplica”, o que indicia que estas empresas conscientemente não aplicam nem consideram qualquer prática de responsabilidade social na sua estratégia. Analisando por distrito, pode-se verificar que 81,2% das empresas ao distrito de Bragança e 85,4% no distrito de Vila Real responderam que pontualmente ou regularmente refletem as práticas de responsabilidade social na estratégia da empresa. De referir ainda que no distrito de Bragança a percentagem de empresas que afirmaram “extremamente refletidas na sua estratégia” é mais elevada do que no distrito de Vila Real (12,9% *versus* 7,8%) e que as que responderam “não se aplica” é menor em Bragança que em Vila Real

(5,9% *versus* 6,8%). Estes indicadores são demonstrativos que a adoção das práticas de responsabilidade social já começam estar na mente dos empresários e pelo menos pontualmente refletidas na sua estratégia. Comparativamente aos resultados obtidos por Correia (2013), onde a resposta “Não se aplica” é a mais frequente pressupondo assim a autora que as empresas não têm preocupações estratégicas com a responsabilidade social. Deste modo, tomando em consideração os resultados do presente estudo e o de Correia (2013), pode-se dizer que os empresários transmontanos (dos distritos de Bragança e Vila Real) parecem estar “mais conscientes” da responsabilidade social das empresas e parecem demonstrar maior preocupação estratégica com a responsabilidade social.

Tabela 9 – Práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas pela empresa, refletidas na estratégia desta, no total da amostra e por distrito

	Amostra Total		Bragança		Vila Real	
	N	%	N	%	N	%
Extremamente refletidas na estratégia da empresa	18	9,6	11	12,9	7	6,8
Regularmente refletidas na estratégia da empresa	53	28,2	23	27,1	30	29,1
Pontualmente refletidas na estratégia da empresa	104	55,3	46	54,1	58	56,3
Não se aplica	13	6,9	5	5,9	8	7,8
Total	188	100	85	100	103	100

Nota: N – Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

As questões que se seguem são questões de resposta múltipla em que o inquirido pode selecionar mais do que uma opção de resposta. Cada opção de resposta, nestas variáveis, foi tratada como variável nominal dicotómica (atribuindo-se o valor 1 se a opção fosse assinalada e 2 se não fosse assinalada) pelo que em cada opção de resposta a frequência absoluta poderá ser superior ao número de casos.

Na questão seguinte (questão 8 do inquérito), pretende-se identificar os objetivos prioritários para as empresas. Assim e de acordo com a Tabela 10, os objetivos relacionados com os resultados financeiros foram os que obtiveram maior frequência de respostas (42,6% no total das respostas), correspondendo a 93,10% dos casos inquiridos, seguido das condições de trabalho (20,7% das respostas e 45,20% dos casos) e do cumprimento da legislação ambiental e social (16,3% das respostas e 35,60% dos casos). A preocupação com a qualidade e segurança dos produtos foi dos objetivos que apresentou menor frequência de respostas na amostra total. Analisando por distrito, observa-se o objetivo dos resultados financeiros é o mais frequente, seguido também pelas condições de trabalho em segundo. Verifica-se ligeira diferença quanto à frequência relativa de respostas e casos nos restantes objetivos, por distrito. O distrito de Bragança apresenta 7,3% das respostas (15,3% dos casos) para o objetivo “Realização de operações respeitando a preservação ambiental” enquanto Vila Real regista o valor de 1,3% de respostas (2,3% dos casos). Já Vila Real, para o objetivo da qualidade e segurança nos produtos e serviços, apresentou percentagem

de resposta mais elevada que o objetivo anterior (1,7% das respostas e 3,90% dos casos) contrário a Bragança. Comparativamente aos resultados obtidos por Correia (2013), estes corroboram os obtidos pela autora já que em ambos as conclusões retiradas foram que os objetivos financeiros são os prioritários para as empresas inquiridas e de menor prioridade os relacionados com as práticas de responsabilidade social e proteção ambiental.

Tabela 10 – Objetivos prioritários para a empresa, no total e por distrito.

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	n.	%	% Casos	n	%	% Casos	n	%	% Casos
Resultados Financeiros	175	42,6	93,10%	77	43,3	90,60%	98	42,1	95,10%
Qualidade/segurança produtos e serviços	10	2,4	5,30%	6	3,4	7,10%	4	1,7	3,90%
Cumprimento da legislação ambiental e social	67	16,3	35,60%	21	11,8	24,70%	46	19,7	44,70%
Condições de trabalho	85	20,7	45,20%	37	20,8	43,50%	48	20,6	46,60%
Imagem da empresa na comunidade local	58	14,1	30,90%	24	13,5	28,20%	34	14,6	33,00%
Realização de operações respeitando a preservação ambiental	16	3,9	8,50%	13	7,3	15,30%	3	1,3	2,90%

Nota: N – número de casos na amostra; n – Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Em relação às práticas de responsabilidade social desenvolvidas pela empresa na relação com os clientes (ver Tabela 11), 79.70% dos casos (41% das respostas) assinalaram a opção “Adaptação às necessidades futuras dos clientes”, seguindo-se a “assistência pós venda” com 26% das respostas (50.30% dos casos). Confrontando os resultados obtidos por Santos et al. (2006) e por Correia (2013) conclui-se que a “Adaptação às necessidades futuras dos clientes” é a prática com maior frequência de resposta em qualquer dos estudos. No entanto, no estudo de Santos et al. (2006) segue-se a prática o “processo de registo e tratamento de reclamações” (61,9%), enquanto no de Correia (2013) a segunda mais frequente foi “Ajustamento do produto/serviço às necessidades dos clientes” (38.89% dos casos), já no presente estudo, a segunda prática mais frequente foi “assistência pós venda” (50.30% dos casos), verificando-se assim uma divergência entre os resultados obtidos para a segunda prática mais frequente.

Tabela 11 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com os clientes

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos
Adaptação às necessidades futuras dos clientes	149	41%	79,70%	72	44,20%	84,70%	77	38,10%	75,50%
Processo de registo e tratamento de reclamações	55	15%	29,40%	21	12,90%	24,70%	34	16,80%	33,30%
Assistência pós-venda	94	26%	50,30%	35	21,50%	41,20%	59	29,20%	57,80%
Ajustamento do produto/ serviço às necessidades dos clientes	46	13%	24,60%	23	14,10%	27,10%	23	11,40%	22,50%
Disponibilidade da empresa para a execução de auditorias de qualidade e/ ou responsabilidade social	16	4%	8,60%	12	7,40%	14,10%	4	2,00%	3,90%
Não se aplica	5	1%	2,70%				5	2,50%	4,90%
Total	365	100%		163	100%		202	100%	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Em relação às práticas relacionadas com fornecedores, como se observa da análise da Tabela 12, a opção que obteve maior frequência de resposta foi o “pagamentos no prazo acordado” com 77% dos casos seguindo-se, a “formação obtida por fornecedores”, com 30% dos casos. Estes dados corroboram com os estudos de Santos et al. (2006) e Correia (2013), este facto pode ser explicado por, segundo Santos (2006) citado por Correia (2013, p.75) “as dificuldades de tesouraria, por vezes existentes nas PME, nas quais exigem um controlo sistemático ao nível dos prazos de pagamento e recebimento, associado a uma preocupação ética”.

Tabela 12 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com Fornecedores

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos
Formação obtida por fornecedores	51	21%	30%	26	25%	35%	25	19%	26%
No processo de seleção de fornecedores consideram-se aspetos de preservação ambiental	19	8%	11%	5	5%	7%	14	11%	15%
No processo de seleção de fornecedores consideram-se aspetos de Direitos Humanos	37	16%	22%	8	8%	11%	29	22%	31%
Pagamento no prazo acordado	131	55%	77%	66	63%	88%	65	49%	68%
Total	238	100%		105	100%		133	100%	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Para a questão “indique as principais iniciativas desenvolvidas pela empresa em relação a produtos e/ ou serviços”, 42% das repostas (83 % dos casos) indicaram “aspetos de segurança fiabilidade e serviço na utilização do produto” seguido da prática “informações éticas, sociais e ecológicas” com 20% das repostas (39% dos casos). De realçar que não houve empresas a

selecionar a opção “não se aplica” identificando-se assim em todos os casos com alguma prática (ver Tabela 13). Relacionando o resultado obtido na presente dissertação com os obtidos por Correia (2013) constata-se que as empresas transmontanas (dos distritos de Bragança e Vila Real) não corroboram os resultados de Correia (2013), uma vez que a opção “Não se aplica” foi a resposta mais frequente no seu estudo (79.6%) e neste trabalho não se registou esta opção.

Tabela 13 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com Produtos e Serviços

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos
Informação sobre a sua utilização	18	5%	10%	10	6%	12%	8	4%	8%
Aspetos de segurança, fiabilidade e serviço na utilização do produto	153	42%	83%	67	42%	81%	86	43%	85%
Informações éticas, sociais e ecológicas	71	20%	39%	30	19%	36%	41	20%	41%
Ajustamento do produto/ serviço às necessidades dos clientes	66	18%	36%	28	17%	34%	38	19%	38%
Disponibilidade da empresa para a execução de auditorias de qualidade e/ ou responsabilidade social	54	15%	29%	26	16%	31%	28	14%	28%
Não se aplica	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	308	100%		135	100%		173	86%	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Na questão sobre as práticas de responsabilidade social relacionadas com a Gestão de Recursos Humanos (ver Tabela 14), as empresas da amostra deram ênfase à opção igualdade de oportunidades entre homens e mulheres, com 46% das respostas, ou seja, 85,6% de casos. De realçar que práticas como “Admissão de pessoas de grupos sociais desfavorecidos”, “concentração do tempo normal de trabalho em menor número de dias” obtiveram resultados escassos, com percentagens de respostas inferiores a 2% das respostas (3 a 4% dos casos). 2% dos casos responderam “não se aplica”. Por distritos, a opção “Igualdade de oportunidades entre homens e mulheres” é também a mais frequente, observando-se diferenças relativas no plano de carreiras, onde no distrito de Bragança apenas 20% dos casos assinalaram esta opção (11% das respostas) enquanto no de Vila Real 41% dos casos (21% das respostas). Outra diferença encontrada na tabela de frequências diz respeito à “Atribuição de objetivos e responsabilidades em função do cargo”, em que no distrito de Vila Real apenas 9% dos casos (5% das respostas) indicaram esta prática, enquanto no de Bragança foi de 25% e 14%, respetivamente. Já em relação à prática “Recrutamento realizado junto dos trabalhadores e familiares”, obteve-se 9% das respostas (15% dos casos), contra 11% (21%) em Vila Real (esta foi a terceira prática mais frequente neste distrito). Os resultados obtidos validam os obtidos por Correia (2013) onde também a “Igualdade de oportunidades entre homens e mulheres” é a prática com maior frequência (46.30%).

Tabela 14 – Prática de responsabilidade social relacionadas com a Gestão de Recursos Humanos

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos
Igualdade de oportunidades entre homens e mulheres	161	46%	86%	72	46%	85%	89	45%	87%
Recrutamento realizado junto dos trabalhadores e familiares	34	10%	18%	13	8%	15%	21	11%	21%
Recrutamento realizado junto das Escolas, Universidades e Centros de Empregos Locais	27	8%	14%	14	9%	17%	13	7%	13%
Admissão de pessoas de grupos sociais desfavorecidos	8	2%	4%	6	4%	7%	2	1%	2%
Atribuição de objetivos e responsabilidades em função do cargo	30	9%	16%	21	14%	25%	9	5%	9%
Sistema de avaliação de desempenho assente em critérios objetivos	14	4%	8%	7	5%	8%	7	4%	7%
Concentração do tempo normal de trabalho em menor número de dias	6	2%	3%	2	1%	2%	4	2%	4%
Possibilidade de trabalhar a partir de casa	11	3%	6%	2	1%	2%	9	5%	9%
Plano de carreiras	59	17%	32%	17	11%	20%	42	21%	41%
Não se aplica	3	1%	2%	2	1%	2%	1	1%	1%
Total	353	100%		156	100%		197	100%	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

A Tabela 15 mostra como se distribuem as respostas dadas pelas empresas dos dois distritos, quando questionadas quais as suas principais práticas de informação e comunicação. Assim, verifica-se que a prática “reuniões internas nos variados departamentos/sectores” é a mais utilizada (68% dos casos) pelas PME inquiridas seguindo-se a “participação dos trabalhadores nas decisões que lhe digam respeito”, com 52% dos casos, reportarem esta prática. A nível de distritos é de assinalar a diferença observada ao nível da prática “Participação dos trabalhadores nas decisões que lhe digam respeito”, onde se constata que no distrito de Bragança a percentagem de casos que apontaram a prática foi maior do que em Vila Real (59% *versus* 48%), já no que concerne à “Informação relativa aos direitos e deveres dos trabalhadores”, verifica-se que 29% dos casos em Vila Real contra 19% dos casos em Bragança. Os resultados para a amostra total estão em concordância com os obtidos por Correia (2013).

Tabela 15 – Práticas de responsabilidade social relacionadas com Informação, comunicação e diálogo.

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos
Reuniões internas nos variados departamentos/ setores	107	42	68	46	39	63	61	44	72
Painéis de informação	27	11	17	15	13	21	12	9	14
Informação relativa aos direitos e deveres dos trabalhadores	39	15	25	14	12	19	25	18	29
Participação dos trabalhadores nas decisões que lhe digam respeito	84	33	52	43	36	59	41	30	48
Total	257	101		118	100		139	101	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Em relação às principais práticas de formação desenvolvidas pela empresa, a opção “análise de necessidades de formação” foi a mais assinalada com 22,5% das respostas (49.2% dos casos), seguindo-se “Requalificação dos trabalhadores” com 13,5 % das respostas (29.4% dos casos). De assinalar a percentagem elevada no que toca a opção “não se aplica” com 21.4% dos casos. Comparando por distritos, observam-se algumas diferenças na opção “Atividades de formação”, onde Vila Real apresenta maior percentagem de resposta (casos), com 10% (21,6%) contra 6,4% (14,1%) em Bragança e na opção “Disponibilização de revistas técnicas”, onde mais uma vez Vila Real tem maior percentagem de respostas (casos) 9,5% (20,6%) versus 5,9% (12,9%) em Bragança. Comparando os resultados obtidos por Correia (2013) em que as empresas identificaram que nenhuma das práticas são aplicadas (45%) pode-se afirmar que existe uma incongruência nos resultados verificados por Correia (2013) face aos resultados obtidos no presente estudo.

Tabela 16 - Prática Práticas de responsabilidade social relacionadas com formação.

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos
Análise de necessidades de formação	92	22,5	49,2	42	22,5	49,4	50	22,6	49,0
Avaliação da formação	34	8,3	18,2	12	6,4	14,1	22	10,0	21,6
Requalificação de trabalhadores	55	13,5	29,4	25	13,4	29,4	30	13,6	29,4
Atividades de instrução	15	3,7	8,0	8	4,3	9,4	7	3,2	6,9
Formação inicial	44	10,8	23,5	22	11,8	25,9	22	10,0	21,6
Disponibilização de revistas técnicas	32	7,8	17,1	11	5,9	12,9	21	9,5	20,6
Desenvolvimento de planos de formação/ atualização de conhecimentos	19	4,7	10,2	12	6,4	14,1	7	3,2	6,9
Incentivos que estimulem os/ as trabalhadores/ as a alargar os seus conhecimentos	27	6,6	14,4	11	5,9	12,9	16	7,2	15,7
Partilha de experiências com os colegas	50	12,3	26,7	25	13,4	29,4	25	11,3	24,5
Não se aplica	40	9,8	21,4	19	10,2	22,4	21	9,5	20,6
Total	408	100		187	100		221	100	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Relativamente a prática de responsabilidade social que a empresa tem com a comunidade local, pode-se observar que os “patrocínios de eventos desportivos” foi a prática que as PME identificaram mais frequentemente (20% das respostas e 43.7% dos casos) seguida da “oferta de estágios e bolsas de estudo” (19% das respostas e 42.1% dos casos). Nenhuma empresa assinalou a resposta “Não se aplica” identificando-se assim com uma ou mais das práticas referenciadas no inquérito (ver Tabela 17). Das práticas enunciadas a que menor frequência de resposta obteve foi a participação em programas locais de educação, formação e emprego, políticas ambientais e renovação urbana e doação de produtos/serviços. Analisando por distrito, constata-se que parece existir diferenças de comportamento entre as empresas, pois embora as práticas mais referidas na amostra total também sejam por distrito, observa-se que a mais frequente em Bragança é o patrocínio de eventos desportivos, seguindo-se a partilha de recursos humanos e depois a oferta de estágios e bolsas de estudo e a cedência de espaços e equipamentos. Já em Vila Real, a mais frequente é a oferta de estágios e bolsas de estudo, seguido de cedência de espaços e equipamentos, uso de produtos e serviços de empresas locais só depois patrocínios de eventos desportivos. Confrontados os resultados obtidos por Correia (2013) chega-se à conclusão de que estes são diferentes dos obtidos no presente estudo, pois Correia (2013) identifica que 59.3% das empresas inquiridas não tem qualquer tipo de prática de ligação com a comunidade em que se insere.

Tabela 17 - Práticas de responsabilidade social com a Comunidade Local

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	Casos	Freq.	%	Casos	Freq.	%	Casos
Cedência de espaços e equipamentos	68	16,7	37,2	29	14,6	34,5	39	18,8	39,4
Uso de produtos e serviços de empresas locais	63	15,5	34,4	26	13,1	31,0	37	17,8	37,4
Doação de produtos/ serviços	27	7,0	14,8	15	7,5	17,9	12	5,8	12,1
Partilha de recursos humanos	54	13,0	29,5	32	16,1	38,1	22	10,6	22,2
Parcerias com outras organizações	29	7,0	15,8	14	7,0	16,7	15	7,2	15,2
Patrocínio de Eventos desportivos	80	20,0	43,7	46	23,1	54,8	34	16,3	34,3
Oferta de estágios e bolsas de estudo	77	19,0	42,1	29	14,6	34,5	48	23,1	48,5
Participa em programas locais de educação, formação e emprego, políticas ambientais e renovação urbana	9	2,0	4,9	8	4,0	9,5	1	0,5	1,0
Não se Aplica	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total	407	100		199	100		208	100	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Segundo a Tabela 18, que reporta os resultados relacionados com as práticas associadas ao ambiente, constata-se que a prática mais implementada no que toca ao ambiente é a “reciclagem” com 90.3% dos casos (44,8% das respostas). Segue-se o “Uso de produtos de limpeza não tóxicos” com 45.9% dos casos (22,8% das respostas) a evidenciarem que adotam esta prática. Apenas uma das empresas (0.5% dos casos) inquiridas afirma que nenhuma das práticas

referidas no inquérito são aplicadas. “Sistema de Gestão ambiental” é uma prática que somente foi identificada por duas empresas (1.1% dos casos) e estas pertencem ao distrito de Vila Real o que representa somente 3% da amostra do distrito de Vila Real. Não se observam diferenças que pareçam significativas entre as respostas analisadas por distrito. Estes resultados são coincidentes com os apresentados por Correia (2013).

Tabela 18 – Práticas Ambientais desenvolvidas pelas PME

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos	Freq.	%	% Casos
Reciclagem	167	44,8	90,3	74	43,0	87,1	93	46,3	93,0
Prevenção da poluição atmosférica	19	5,1	10,3	9	5,2	10,6	10	5,0	10,0
Mobilização para o desempenho ambiental ao longo da cadeia de produção	13	3,5	7,0	5	2,9	5,9	8	4,0	8,0
Minimização e reciclagem de resíduos	46	12,3	24,9	20	11,6	23,5	26	12,9	26,0
Poupança de Energia	32	8,6	17,3	20	11,6	23,5	12	6,0	12,0
Uso de produtos de limpeza não tóxicos	85	22,8	45,9	41	23,6	48,2	44	21,9	44,0
Sistema de Gestão Ambiental	2	0,5	1,1	0	0,0		2	1,0	2,0
Adesão a rótulos ecológicos	8	2,1	4,3	2	1,2	2,4	6	3,0	6,0
Não se aplica	1	0,3	0,5	1	0,6	1,2	0	0,0	0,0
Total	373	100		172	100		201	100	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Na questão sobre quais as áreas de responsabilidade social mais importantes para as empresas, “Cumprir a legislação ambiental e social” foi a prática que as empresas evidenciam mais adotar com 43.4% respostas das empresas (91.8% dos casos), seguida da prática “Melhorar o desempenho ambiental” com 42.9% dos casos e “Relacionar com a comunidade onde a empresa se insere” com 42.4%. Não se verificou nenhuma empresa que tenha referido que “Não se aplica” esta situação a sua empresa (ver Tabela 19). Por distrito não se observam diferenças que pareçam significativas face à análise já efetuada. Comprando os resultados de Correia (2013) verifica-se que nesse estudo 40.7% das empresas inquiridas não se identificam com nenhuma área respondendo assim “não se aplica” o que como já foi referido isso não aconteceu no presente estudo, indiciando que as empresas transmontanas apesar de tudo estarão mais propensas a implementar algumas práticas de responsabilidade social e ambientais.

Tabela 19 – Áreas de Responsabilidade Social mais importantes para as PME

	Amostra Total (N=188)			Bragança (N=85)			Vila Real (N=103)		
	Freq.	%	Casos	Freq.	%	Casos	Freq.	%	Casos
Cumprir a legislação ambiental social	169	43,4	91,8	74	44,3	88,1	95	42,8	95,0
Melhorar o desempenho ambiental	79	20,3	42,9	31	18,6	36,9	48	21,6	48,0
Relacionar com a comunidade onde a empresa se insere	78	20,1	42,4	29	17,4	34,5	49	22,1	49,0
Seguir comportamentos voluntários, que vão além do cumprimento da legislação	48	12,3	26,1	23	13,8	27,4	25	11,3	25,0
Não se Aplica	0	0	0	0		0	0	0	
Outro	15	3,9	8,2	10	6	11,9	5	2,3	5,0
Total	389	100		167	199		222	100	

Nota: N – número de casos na amostra; Freq - Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Com o intuito de perceber o grau de relação que a empresa mantém com os diversos *stakeholders* (tais como fornecedores, instituições financeiras, clientes, comunidade local, empresas concorrentes, autarquias e serviços autárquicos, universidades e outras instituições) colocou-se a questão “Com quem coopera a sua empresa preferencialmente”. Assim, através da Tabela 20, na página que se segue, pode-se observar que os fornecedores, as instituições financeiras, clientes e comunidade local foram os *stakeholders* que as empresas indicaram como cooperaram “muito” (com percentagens na escala 2 –“muito”- de, respetivamente 71%, 65,6%, 69,9%, e 65,5%). As estatísticas de localização central indicam para a cooperação elevada (bastante ou muito) com os fornecedores a média de 1,9 (desvio padrão 0,598) - ver Tabela 21, assim como para Instituições financeiras (média= 2.18; DP= 0689), Clientes (média = 1.76; DP= 0.496) e comunidade local (média = 2.16; Desvio padrão=0.617). Comparando com Correia (2013), empresas afirmaram cooperar “bastante” com os fornecedores (39%), “razoavelmente” com as instituições financeiras, “bastante” com clientes (48.2%).

Em relação às empresas concorrentes 93 empresas afirmam que tem um grau razoável para com as empresas concorrentes e 41 empresas afirmam relacionar-se “muito” com as empresas concorrentes (ver Tabela 20). Atendendo à tabela 21 (apresentada na página que se segue), constata-se que a média é de 3.01 e o desvio padrão de 0,854, o que reflete que em média as empresas cooperam razoavelmente com as empresas concorrentes. As autarquias e serviços autárquicos e as Universidades e outros Institutos são os *stakeholders* com quem as empresas menos cooperam. Confrontados estes resultados com os obtidos por Correia (2013), verifica-se que as conclusões são semelhantes. As estatísticas descritivas de localização central e dispersão confirmam estas observações: as autarquias e serviços autárquicos apresentaram Média=3.35 (DP= 0.92) e a cooperação com as Universidades e outros institutos a Média = 3.67 (DP= 0.96), pelo que terão uma cooperação fraca ou nenhuma.

III – Apresentação e Análise dos Resultados Empíricos

Tabela 20 – Cooperação da empresa com os seus stakeholders (frequências absolutas e relativas), no total e por distrito.

Stackholders		Amostra total					Bragança					Vila Real				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Fornecedores	N	38	132	13	2	1	30	45	7	2	1	8	87	6	0	0
	V.E	38	132	13	2	1	17,4	60,3	5,9	0,9	0,5	20,6	71,7	7,1	1,1	0,5
	% dentro	20,4	71	7	1,1	0,5	35,3	52,9	8,2	2,4	1,2	7,9	86,1	5,9	0	0
Instituições financeiras	N	20	122	34	10	0	15	52	15	3	0	5	70	19	7	0
	V.E	20	122	34	10	0	9,1	55,8	15,5	4,6	0	10,9	66,2	18,5	5,4	0
	% dentro	10,8	65,6	18,3	5,4	0	17,6	61,2	17,6	3,5	0	5	69,3	18,8	6,9	0
Clientes	N	50	130	6	0	0	31	52	2	0	0	19	78	4	0	0
	V.E	50	130	6	0	0	22,8	59,4	2,7	0	0	27,2	70,6	3,3	0	0
	% dentro	26,9	69,9	3,2	0	0	36,5	61,2	2,4	0	0	18,8	77,2	4	0	0
Comunidade Local	N	19	122	43	1	1	9	58	17	0	1	10	64	26	1	0
	V.E	19	122	43	1	1	8,7	55,8	19,7	0,5	0,5	10,3	66,2	23,3	0,5	0,5
	% dentro	10,2	65,6	23,1	0,5	0,5	10,6	68,2	20	0	1,2	9,9	63,4	25,7	1	0
Empresas concorrentes	N	6	41	93	38	8	3	16	44	15	7	3	25	49	23	1
	V.E	6	41	93	38	8	2,7	18,7	42,5	17,4	3,7	3,3	22,3	50,5	21	4,3
	% dentro	3,2	22	50	20,4	4,3	3,5	18,8	51,8	17,6	8,2	3	24,8	48,5	23	1
Autarquias	N	7	20	75	68	16	3	5	40	29	8	4	15	35	39	8
	V.E	7	20	75	68	16	3,2	9,1	34,3	31,1	7,3	3,8	10,9	40,7	37	8,7
	% dentro	3,8	10,8	40,3	36,6	8,6	3,5	5,9	47,1	34,1	9,4	4	14,9	34,7	39	7,9
Universidades e outras instituições	N	5	14	55	74	37	3	5	23	34	19	2	9	32	40	18
	V.E	5	14	55	74	37	2,3	6,4	25	33,6	17	2,7	7,6	30	40	20
	% dentro	2,7	7,6	29,7	40	20	3,6	6	27,4	40,5	23	2	8,9	31,7	40	18

Nota: 1- Bastante; 2- Muito; 3- Razoavelmente; 4- pouco; 5- Nada. N – Frequência Absoluta; V.E- Valor Esperado;%dentro – frequência relativa dentro da categoria.

Tabela 21 – Estatísticas descritivas do relacionamento das PME com os seus stakeholders

	Amostra				Bragança				Vila Real			
	Mín.	Máx.	Média	Desvio Padrão	Mín.	Máx.	Media	Desvio Padrão	Mín.	Máx.	Media	Desvio Padrão
Fornecedores	1	5	1,9	0,598	1	5	1,8	0,779	1	3	2	0,374
Instituições financeiras	1	4	2,18	0,689	1	4	2,1	0,704	1	4	2,3	0,665
Clientes	1	3	1,76	0,496	1	3	1,7	0,524	1	3	1,9	0,456
Comunidade Local	1	5	2,16	0,617	1	5	2,1	0,632	1	4	2,2	0,607
Empresas concorrentes	1	5	3,01	0,854	1	5	3,1	0,916	1	5	2,9	0,798
Autarquias	1	5	3,35	0,92	1	5	3,4	0,876	1	5	3,3	0,958
Universidades e outras instituições	1	5	3,67	0,969	1	5	3,7	0,998	1	5	3,6	0,947

Nota: Min.- mínimo; Max.- máximo.

Seguem-se as motivações para desenvolver práticas de responsabilidade social por parte das PME. Tomando em consideração os resultados expressos na Tabela 22, para a amostra total verifica-se que o motivo com maior média, indicando maior motivação foi melhorar a imagem (media= 4,01; DP= 1,005), em que 36% e 38% das respostas, respetivamente, indicaram estar

motivados ou muito motivados, seguindo-se os “princípios éticos e cívicos”, com média de 3.98 (DP= 0.657), sendo que 76,3% das empresas afirmaram-se “motivados”. Outra das motivações apontadas com média superior a 3,5 foi “Aumentar a satisfação dos trabalhadores” (média=3,95; DP=0,653). Os factores que menos motivam as empresas, segundo o que se pode analisar da Tabela 22, foram a utilização de incentivos públicos (média= 2,49; DP=1,106) e melhorar relações com os parceiros de negócio (média= 3,41; DP=0,838), embora este último em média tenda para a motivação positiva. Comparando com os resultados de Correia (2013), embora esta tenha usado uma escala de 3 níveis e neste estudo utilizou-se uma escala de 5 níveis, confirma-se que a utilização de incentivos públicos é o menos motivador, já melhorar a imagem institucional e os princípios éticos são dos mais motivadores.

Tabela 22 – Motivações a desenvolver práticas de responsabilidade social na empresa, para a amostra total

		1	2	3	4	5	Missing	Média	DP	
	Princípios éticos e cívicos	N	3	4	12	142	25	2	3,98	0,657
	% Esperada		1,6	2,2	6,5	76,3	13,4			
	Aumentar satisfação dos trabalhadores	N	4	2	14	144	21	3	3,95	0,653
	% Esperada		2,2	1,1	7,6	77,8	11,4			
	Pressão das Organizações locais	N	3	12	48	119	3	3	3,58	0,711
	% Esperada		1,6	6,5	25,9	64,3	1,6			
Amostra Total	Pressão dos clientes, concorrentes	N	2	17	69	88	8	4	3,45	0,767
	% Esperada		1,1	9,2	37,5	47,8	4,3			
	Melhorar relações com os parceiros de negócio	N	2	19	82	64	17	4	3,41	0,838
	% Esperada		1,1	10,3	44,6	34,8	9,2			
	Melhorar imagem institucional	N	2	17	29	66	70	4	4,01	1,005
	% Esperada		1,1	9,2	15,8	35,9	38			
	Utilizar incentivos públicos	N	32	79	30	36	7	4	2,49	1,106
	% Esperada		17,4	42,9	16,3	19,6	3,7			

Por distrito (ver tabela 23), observa-se que para o distrito de Bragança, os factores “melhorar a imagem institucional” (média=3,94; DP=1,004); “aumentar a satisfação dos trabalhadores” (média=3,94; DP=0,722), são os mais motivadores, seguido dos princípios éticos e cívicos (média= 3.9; DP= 0.845). O menos motivador é a utilização de incentivos públicos (média= 2,69; DP= 1,136). No distrito de Vila Real o factor mais motivador é “melhorar a imagem institucional”, com média de 4.06 (DP= 1.008), seguido dos princípios éticos e cívicos (média= 4,04; DP= 0.443) e de “aumentar a satisfação dos trabalhadores”, com o valor médio de 3.96 (DP= 0.596). O factor menos motivador neste distrito também foi referido a utilização de incentivos públicos.

III – Apresentação e Análise dos Resultados Empíricos

Tabela 23 – Motivações a desenvolver práticas de responsabilidade social na empresa, por distrito

		1	2	3	4	5	Missing	Média	Desv. Padrão	
Bragança	Princípios éticos e cívicos	N	3	3	7	57	14	1	3,9	0,845
	% Esperada		3,6	3,6	8,3	67,9	6,7			
	Aumentar satisfação dos trabalhadores	N	2	1	9	59	12	2	3,94	0,722
	% Esperada		2,4	1,2	10,8	71,1	14,5	2,4		
	Pressão das Organizações locais	N	1	9	21	50	2	2	3,52	0,771
	% Esperada		1,2	10,8	25,3	60,2	2,4			
	Pressão dos clientes, concorrentes	N	1	11	30	33	8	2	3,43	0,886
	% Esperada		1,2	13,3	36,1	39,8	9,6			
	Melhorar relações com os parceiros de negócio	N		10	35	29	9	2	3,45	0,845
	% Esperada			12	42,2	34,9	10,8			
Vila Real	Melhorar imagem institucional	N	1	9	11	35	27	2	3,94	1,004
	% Esperada		1,2	10,8	13,3	42,2	32,5			
	Utilizar incentivos públicos	N	12	30	17	20	4	2	2,69	1,136
	% Esperada		14,5	36,1	20,5	24,1	4,8			
	Princípios éticos e cívicos	N	0	1	5	85	11	2	4,04	0,443
	% Esperada		0	1	4,9	83,3	10,8			
	Aumentar satisfação dos trabalhadores	N	2	1	5	85	9	1	3,96	0,596
	% Esperada		2	1	4,9	83,3	9,8			
	Pressão das Organizações locais	N	2	3	27	69	1	1	3,63	0,659
	% Esperada		2	2,9	26,5	67,6	1			
Vila Real	Pressão dos clientes, concorrentes	N	1	6	39	55	0	2	3,47	0,657
	% Esperada		1	5,9	38,6	54,5	0			
	Melhorar relações com os parceiros de negócio	N	2	9	47	35	8	2	3,38	0,835
	% Esperada		2	8,9	46,5	34,7	7,9			
	Melhorar imagem institucional	N	1	8	18	31	43	2	4,06	1,008
	% Esperada		1	7,9	17,8	30,7	42,6			
	Utilizar incentivos públicos	N	20	49	13	16	3	2	2,34	1,061
	% Esperada		19,8	48,5	12,9	15,8	3			

Nota: 1- Muito desmotivado; 2- Desmotivado; 3- pouco motivado; 4- Motivado; 5- Muito Motivado; N – Frequência Absoluta

Na questão, “Como classifica o nível de intervenção da sua organização ao nível da responsabilidade social?” 110 empresas (cerca de 59% das empresas da amostra) classificaram a sua intervenção como “moderado” (ver Tabela 24), sendo a média de 3,07 (DP=0,752). De referir que mais de 83% das empresas da amostra afirmaram que a sua intervenção é moderada a muito forte. Por distrito, a média para Bragança é 3,07 (DP=0,752) enquanto para Vila Real a média é 3,05 (DP=0,712). Bragança apresenta assim um indicador mais elevado que Vila Real, indiciando que as empresas deste distrito estão conscientemente mais interventivas que as de Vila Real. Comparando estes resultados aos obtidos por Correia (2013) pode-se afirmar que os resultados estão em concordância.

Tabela 24 – Nível de Intervenção da PME ao nível da RSE, no total e por distrito

		1	2	3	4	5	Missing	Média	Desvio Padrão
Amostra Total	N	6	24	110	41	4	3	3,07	0,752
	% Validada	3,2	12,8	58,5	21,8	2,1			
Bragança	N	3	11	48	19	3	3	3,1	0,81
	% Validada	3,6	13,1	57,1	22,6	3,6			
Vila Real	N	3	13	62	22	1		3,05	0,712
	% Validada	3	12,9	61,4	21,8	1			

Nota: 1- Muito Fraco; 2- fraco; 3- Moderado; 4- Forte; 5- Muito Forte

Em sequência surge a questão “na sua opinião, a implementação de práticas de responsabilidade social apresenta benefícios para o desempenho financeiro da sua empresa?”, cuja resposta é dicotómica e seria a última questão do questionário para aqueles que respondessem negativamente. Tal verificou-se em 28.1% da amostra. Em suma 133 empresas (71.9% da amostra, ver Tabela 25) afirmaram que as práticas de responsabilidade social geram benefícios para as suas empresas, pelo que foi solicitado que indicassem os principais benefícios (que se analisam na tabela 26). Por distrito, 69% das empresas afirmaram que traz benefícios para a saúde financeira da empresa (desempenho financeiro)

Tabela 25 – Influencia das práticas de responsabilidade Social no desempenho financeiro da empresa

	Amostra Total		Bragança		Vila Real	
	N	%	N	%	N	%
Sim	133	71,9	58	69	75	74,3
Não	52	28,1	26	31	26	25,7
Missing	3		1		2	
Total	188	100	85	100	103	100

Nota: N – Frequência Absoluta; % - Frequência relativa

Para as empresas que na pergunta anterior responderam positivamente solicitou-se que respondesse a mais uma questão (ou seja, às 133 empresas que responderam sim na questão anterior) para que identificassem, na sua opinião, quais os benefícios que advêm da implementação de práticas de responsabilidade social, usando uma escala de concordância (discordo totalmente, discordo, não concordo nem discordo, concordo e concordo totalmente).

O maior benefício que advêm da implementação de práticas de responsabilidade social, na opinião dos inquiridos, na amostra total é reforçar a imagem junto da comunidade (média =4,18; DP=0,459), seguido de aumentar a reputação junto dos clientes (média=4,15; DP=0,469). O item que obteve a menor média é “reduzir custos” (média=2,77; DP=1,146), ou seja, os empresários tendencialmente discordam de que a implementação de práticas de responsabilidade social contribua para reduzir custos. Analisando por área geográfica (distrito), constata-se que em Bragança, os empresários consideram que a implementação de práticas de responsabilidade

social contribui para aumentar vendas (média=4,25;DP=0,471), seguido de Reforçar a imagem junto da comunidade com média de 4,23 (DP=0,462), Reduzir custos é a que tem menor média (2,95; DP=1,175), ou seja tendencialmente discordam deste benefício. Em Vila Real, aumentar a reputação junto dos clientes (media=4,15;DP=0,350) e aumentar a imagem junto da comunidade (Media=4,13;DP=0,445) são os maiores benefícios. Também estes empresários não concordam que reduzir custos seja um benefício (média de 2,02; DP=1,107).

Tabela 26 – Benefícios que advém das práticas de Responsabilidade Social

	Amostra total (N=136)					Bragança (N=51)					Vila Real (N=75)					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Aumentar reputação junto do cliente	N	1	0	0	111	24	1	0	0	47	13	0	0	0	64	11
	% E	0,7	0	0	81,6	17,6	1,6	0	0	78,7	100	0	0	0	85,3	14,7
		Média=4,15; DP=0,469					Média=4,16; DP=0,583					Média=4,15; DP=0,350				
Reforçar a imagem junto da comunidade	N			4	104	28	0	0	1	45	15	0	0	3	59	13
	% E			2,9	76,5	14,9	0	0	1,6	73,8	24,6	0	0	4	78,7	17,3
		Média=4,18; DP=0,459					Média=4,23; DP=0,462					Média=4,13; DP=0,445				
Aumentar Vendas	N		2	5	102	27	1	0	0	44	16	0	2	4	58	11
	% E		1,5	3,7	75	14,4	1,6	0	0	72,1	26,2	0	2,7	5,3	56,3	14,7
		Média=4,13; DP=0,528					Média=4,25; DP=0,471					Média=4,04; DP=0,556				
Aumentar motivação dos trabalhadores	N	30	0	0	79	27	0	0	15	34	12	0	0	15	20	15
	% E	22,1	0	0	58,1	19,9	0	0	25	55,7	19,7	0	0	20	60	20
		Média=3,98; DP=0,649					Média=3,95; DP=0,669					Média=4,00; DP=0,667				
Aumentar a produtividade	N	1	9	70	41	15	0	5	27	7	0	1	4	43	19	8
	% E	0,7	6,6	52	30,1	11	0	8,2	44	11,5	0	1,3	5,3	57,3	25,3	10,7
		Média=3,44; DP=0,805					Média=3,51; DP=0,809					Média=3,39; DP=0,804				
Reduzir Custos	N	15	51	35	23	13	5	20	17	11	8	10	31	18	12	5
	% E	10,9	37,2	25,5	16,8	9,5	8,2	32,8	20	12,9	9,4	9,7	30	17,5	11,7	4,9
		Média=2,77; DP=1,146					Média=2,95; DP=1,175					Média=2,02; DP=1,107				

Nota: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Não Concordo nem Discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente; N – Frequência Absoluta; %E – percentagem esperada; DP- Desvio padrão

3.3 - Análise bivariada e testes de hipóteses

Apos a análise descritiva dos resultados vai-se agora proceder a análise bivariada e aos testes de hipóteses. A primeira hipótese de investigação delineada visa identificar se os empresários dos distritos de Bragança e Vila Real adotam práticas de responsabilidade social. Atendendo que as questões do inquérito sobre a adoção de práticas de responsabilidade social eram de resposta múltipla e tratadas como variáveis nominais dicotómicas, para testar a hipótese acima referida analisa-se as frequências para cada um desses itens verificando-se que em cada um dos conjuntos de práticas por dimensão de responsabilidade social, em geral pelo menos uma das práticas foi identificada com frequência superior a 40% dos casos. Acresce ainda que em relação

a questão “nível de intervenção da PME ao nível da responsabilidade social, conforme se observou na tabela 24 da secção anterior a média de resposta foi moderada (média 3.07; DP=0.752). Estes indiciam assim que os empresários de Bragança e Vila Real ainda que moderadamente adotam algumas praticas de responsabilidade social validando na nossa opinião a primeira hipótese de investigação.

Em relação a segunda hipótese elaborou-se tabelas de contingência (Tabelas *crosstabs*) fazendo o cruzamento das variáveis relacionadas com as diferentes práticas de responsabilidade social com a variável relativa à opinião do empresário quanto ao benefício da adoção de práticas de responsabilidade social no desempenho financeiro na empresa e calculou-se o teste do Qui-quadrado e simultaneamente o coeficiente de associação V de Cramer que é um coeficiente não paramétrico apropriado para medir a intensidade de associação entre duas variáveis nominais (Maroco, 2007), como é o caso. Dada a extensão das tabelas produzidas não se apresentam, procedendo-se apenas ao reporte dos resultados mais significativos.

Recordando a hipótese dois “existe associação entre a adoção das práticas de responsabilidade social e o desempenho financeiro da empresa”, subdividiu-se esta hipótese mediante as diversas dimensões das práticas de responsabilidade social (clientes, fornecedores, produtos e serviços, gestão de recursos humanos, comunidade local e etc.). Assim na dimensão clientes constata-se que a prática mais frequente (referida na secção anterior) – Adaptação às necessidades futuras dos clientes depende da opinião do empresário relativamente aos benefícios das práticas de responsabilidade social para o desempenho económico-financeiro da empresa dado que pelo teste do Qui-quadrado a hipótese nula não é rejeitada ($\chi^2=3.538$; $p\text{-value}=0.068$). De referir que a associação entre estas duas variáveis é positiva (V-Cramer=0.138) mas não estatisticamente significativa, para um nível de significância de 5%. Outra das variáveis que não é possível rejeitar a hipótese nula é a disponibilidade da empresa para a execução de auditorias de qualidade e/ou de responsabilidade social. As restantes rejeitam a hipótese nula e o maior grau de associação (V-Cramer=0.196) entre a assistência pós venda e a variável benefícios para o desempenho financeiro. Quanto aos fornecedores prática com grau de associação mais elevado obteve-se na prática “no processo de seleção de fornecedores consideram-se aspetos de direitos humanos” com V-Cramer=0.313 e estatisticamente significativo para um nível de significância de 5%. De salientar que pelo teste do Qui-quadrado as práticas –“pagamento no prazo acordado” e “formação obtida por fornecedores” não rejeitam a hipótese nula ($\chi^2=0.069$; $p\text{-value}=0.86$ e $\chi^2=3.813$; $p\text{-value}=0.067$, respetivamente). As restantes variáveis rejeitam a resposta nula.

Quanto as práticas relacionadas com produtos e serviços apenas a prática “aspetos de segurança, fiabilidade e serviço na utilização do produto” e “disponibilidade da empresa para execução de auditorias de qualidade e/ou responsabilidade social” não rejeitam a resposta nula pelo teste do Qui-quadrado e nível de significância de 5% ($\chi^2=2.114$; $p\text{-value}=0.204$ e $\chi^2=1.307$; $p\text{-value}=0.285$, respetivamente), as restantes variáveis rejeitam a resposta nula. Em relação a

medida de associação observa-se que a prática “ajustamento do produto ou serviço as necessidades do cliente” tem um grau de associação moderado, com V de Cramer = 0.39 estatisticamente significativo para um nível de significância de 5%.

Em relação as práticas de responsabilidade social com a gestão de recurso humanos verifica-se a não rejeição da hipótese nula para todas as variáveis com a exceção do “recrutamento realizado junto dos trabalhadores e familiares”, “possibilidade de trabalhar a partir de casa” e “plano de carreiras”, a variável com maior grau de associação foi de “plano de carreiras” com V de Cramer com 0.189 e estatisticamente significativo para um nível de significância de 5 %. Relativamente às práticas de informação, comunicação e diálogo apenas as “reuniões internas nos variados departamentos/setores” rejeita a resposta nula ($\chi^2=38.618$; $p\text{-value}<0.001$). A variável com maior grau de associação (V de Cramer =0.457) é “reuniões internas nos variados departamentos/setores”. Na dimensão formação as práticas “análise de necessidades de formação” e “requalificação de trabalhadores” foram as que rejeitaram a resposta nula ($\chi^2=16.192$; $p\text{-value} <0,001$ e $\chi^2=10.903$; $p\text{-value} =0,001$, respetivamente). Para a dimensão comunidades locais verifica-se a rejeição da resposta nula para as variáveis “doação produtos/serviços”, “partilha de recursos humanos” e “oferta de estágios e bolsas de estudo”. A variável com maior grau de associação é “partilha de recursos humanos” com V de Cramer = 0,216 e estatisticamente significativo para um nível de significância de 5%. No que concerne as práticas de responsabilidade social ambientais verifica-se a rejeição da hipótese nula pelo teste do Qui-quadrado com o nível de significância de 5% para os seguintes casos: “minimização e reciclagem de resíduos”; “uso de produtos de limpeza não tóxicos”; “melhorar o desempenho ambiental” e “relacionar com a comunidade onde a empresa se insere”. A associação entre variáveis medida pelo V de Cramer varia entre 0.015 e 0.33, no grau de associação mais elevado corresponde as práticas de melhorar o desempenho ambiental e relacionar com a comunidade onde a empresa se insere sendo estatisticamente significativo.

A hipótese de investigação três “A adoção da RSE é indiferente às características das empresas, nomeadamente área geográfica de localização, volume de negócios ou mercado em que atua.” Foi dividida em sub-hipóteses em que H3.1 define-se pelo teste da relação entre a adoção de práticas de responsabilidade social e localização das empresas; H3.2 relaciona as práticas de responsabilidade social com o volume de negócios; H3.3 relaciona as práticas de responsabilidade social com os mercados em que atua. Para a dimensão clientes a variável “disponibilidade da empresa para auditorias de qualidade/responsabilidade social” é a que apresenta maior grau de associação (V de Cramer = 0.183) estatisticamente significativo para um nível de significância de 5% e que rejeita a hipótese nula de indiferença em função da área geográfica de localização da empresa ($\chi^2=6.264$; $p\text{-value}=0.017$). Para o conjunto de práticas relacionadas com fornecedores a variável “processo de seleção de fornecedores consideram-se aspetos de preservação ambiental com um grau de associação de V de Cramer = 0.235, estatisticamente significativo e rejeita a hipótese nula com $\chi^2=10.350$; $p\text{-value}=0.002$. As práticas relacionadas com produtos e serviços

tem todas grau de associação inferior a 0.01 e não rejeitam a hipótese nula em todas as situações. Em relação a gestão de recursos humanos o grau de associação varia entre 0.024 e 0.223 sendo que este último se relaciona com “planos de carreiras” estatisticamente significativo rejeitando-se a hipótese nula ($\chi^2=9.335$; $p\text{-value}=0.003$). No que concerne as práticas relacionadas com Informação comunicação e dialogo também se observa graus de associação muito baixos embora positivos e todas as variáveis não rejeitam a hipótese nula, o mesmo se observa quanto as práticas relacionadas com a formação. Nas práticas relacionadas com a comunidade local o coeficiente de Cramer varia entre 0.026 e 0.212, sendo que apenas as variáveis “patrocínios de eventos desportivos”, “partilha de recurso humanos” e “participação em programas locais de educação formação e emprego” rejeitam a hipótese nula para um nível de significância de 5%. Para finalizar analisando as práticas de responsabilidade social ambientais observa-se que o grau de associação das práticas e a localização está compreendido entre 0.015 e 0.157, sendo este último associado a variável “poupança de energia” que rejeita a hipótese para um nível de significância de 5% ($\chi^2=4.653$; $p\text{-value}=0.034$).

Em relação a hipótese 3.2 constata-se que a associação entre as variáveis relativas a prática de responsabilidade social e o volume de negócios nas suas diversas dimensões é relativamente baixa variando entre 0.074 e 0.353. Pelo teste do Qui-quadrado as variáveis “pagamento no prazo acordado”, “aspetos de segurança fiabilidade e serviço na utilização do produto”, “informações éticas sociais e ecológicas” “disponibilidade da empresa para auditorias de qualidade /responsabilidade social”, “igualdade de oportunidades entre homens e mulheres”, “atribuição de objetivos e responsabilidades em função do cargo”, “sistemas de avaliação de desempenho assente em critérios objetivos”, “plano de carreiras”, “painéis de informação”, “análise de necessidades de formação”, “avaliação de formação”, “atividades de instrução e desenvolvimento de planos de formação/atualização de conhecimentos”, “doação de produtos e serviços”, “parcerias com outras organizações”, “patrocínios de eventos desportivos”, “ofertas de estagio e bolsas de estudo”, “programas locais de educação, formação e emprego”, “reciclagem e por fim “prevenção da poluição atmosférica”, rejeitam a hipótese nula para um nível de significância de 5%.

Para finalizar analisando os resultados para validar a hipótese 3.3 constata-se que a associação entre as práticas de responsabilidade social e os mercados em que atua varia entre 0.020 e 0.364 este ultimo estatisticamente significativo e associado a variável atividades de instrução rejeitando a hipótese nula para um nível de significância de 5%.

CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA FUTURA INVESTIGAÇÃO

Este trabalho tem como objetivo principal averiguar se as PME do norte de Portugal e em particular nos distritos de Bragança e Vila Real adotam práticas de responsabilidade social e secundariamente se os pequenos empresários estão cientes e integram nas suas estratégias as práticas de responsabilidade social. Em face deste objetivo geral patenteou-se três hipóteses de investigação tendo por mentor os trabalhos já apresentados por Santos et al. (2006), Afonso (2012) e especialmente Correia (2013) e as seguintes perguntas de investigação: (i) os empresários preocupam-se em adotar práticas de RSE?; (ii) os empresários vêm estas práticas relacionadas com o desempenho financeiro de suas empresas?; (iii) as empresas inquiridas compreendem o significado do conceito de responsabilidade social das empresas, a sua importância e os benefícios que podem alcançar?; (iv) quais as principais práticas de responsabilidade social das PME na vertente económica, social e ambiental?

Para responder a estas questões foi aplicado um inquérito a uma amostra por conveniência de 188 empresas classificadas de pequenas e micro empresas localizadas nos distritos de Bragança e Vila Real, sendo 85 empresas do distrito de Bragança e 103 do distrito de Vila Real. Este inquérito foi baseado no aplicado por Correia (2013), a quem se solicitou autorização para a sua utilização. Foi enviado por e-mail e entregue em mãos nas empresas selecionadas para a amostra e o período de recolha de dados ocorreu entre Julho de 2014 até início de Setembro de 2014.

No tratamento dos dados procedeu-se à análise estatística univariada descritiva construindo tabelas de frequência e cálculo de medidas de tendência central e de dispersão. Para os testes das hipóteses formuladas dado que a maioria das variáveis são nominais realizou-se cruzamento de variáveis com recurso a tabelas de contingência (*crosstabs*) e aplicou-se testes de Qui-quadrado e medida de associação V de Cramer.

Os resultados alcançados indiciam que os empresários transmontanos (dos distritos de Bragança e Vila Real) embora não tenham ainda atingido um patamar elevado de adoção de práticas de adoção de responsabilidade social, pelas respostas obtidas parece que pelo menos em certas áreas já estarão consciencializados e adotam consciente e inconscientemente algumas dessas práticas, nomeadamente nas relações com clientes, fornecedores, recursos humanos, formação, com a comunidade local e em práticas ambientais. Saliente-se ainda que há uma tendência para a intervenção das PME ao nível da responsabilidade social moderada a forte e a reflexão dessas práticas na estratégia na empresa ainda que pontualmente mas com tendência para a regularidade.

Ainda a referir que 71% dos empresários inquiridos consideram que as práticas de responsabilidade social beneficiam o desempenho económico-financeiro da empresa sendo que os principais benefícios identificados por estes se referem ao reforço da imagem junto da comunidade em que se insere, aumento da reputação junto dos clientes e o aumento das vendas. Quanto as motivações para a implementação para a prática de responsabilidade social as mais referidas foram melhorar a imagem institucional, os princípios éticos e cívicos e aumentar a

satisfação dos trabalhadores. A que menos motiva são incentivos públicos. Esta última observação leva-nos a refletir e a concluir que a responsabilidade social empresarial não advém por imposição legal mas por carácter voluntária e mudança de mentalidade por parte dos empresários. Somos da opinião que se conseguiu validar pelo menos parcialmente as hipóteses aventadas, se bem que o grau de associação entre as variáveis seja relativamente baixo ou moderado.

Após concluído este processo e refletindo sobre os resultados alcançados e as dificuldades encontradas na sua implementação sugere-se que se reveja a construção de algumas questões nomeadamente as que procuram identificar as práticas de responsabilidade social adotadas pelas empresas convertendo estas não em respostas múltiplas mas usando escalas de frequência para desse modo e acrescentando para as mesmas variáveis questões relacionadas com o grau de utilidade atribuído a essas se puder melhor identificar quais as práticas consciente e inconsciente adotadas e se há coerência entre a opinião e a prática efetiva.

Uma outra sugestão será aplicar o inquérito preferencialmente revisto, a uma amostra mais representativa e diversificada por setores de atividade que permita testar se existe diferenças entre estes setores para além dos mercados onde atuam e da sua dimensão.

Em suma, a conjuntura económico financeira e o desenvolvimento da sociedade em consequência da globalização tem colocado em relevo as questões económicas, sociais e ambientais e o papel que cada individuo e cada empresa deve desempenhar neste processo. A responsabilidade social empresarial embora frequentemente conotada como algo que só as grandes empresas “deverão” suportar, mas é um fato que essa responsabilidade passa por todos incluindo as pequenas e micro empresas. A adoção das práticas de responsabilidade social nem sempre implicam o dispêndio efetivo de recursos financeiros, simplesmente exige mudanças de atitude e de operar que tenham em consideração o bem-estar social e ambiental e por consequência a própria sustentabilidade económica. Espera-se assim o presente trabalho contribua para o conhecimento da realidade nacional em particular as micro e pequenas empresas do distrito de Vila Real e Bragança, numa região económica e demograficamente desfavorecida, mas ainda assim com potencial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Afonso, S. (2012). Práticas de Responsabilidade Social nas Organizações: O Caminho para o Desenvolvimento Sustentável.
- APEE. (17 de dezembro de 2007). *Origens APEE*. Obtido de <http://www.apee.pt/>, Consultado em 23 de janeiro de 2014.
- Arruda, M. C., & Navran, F. (2000). Indicadores de clima ético nas empresas. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, São Paulo, 40 (3), pp. 26-35.
- Arruda, M. C., Whitaker, M. d., & Ramos, J. M. (2001). Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica, São Paulo: Atlas.
- Ashley. (2002). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B. & Hatfield, J. D. (1985). An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *The Academy of Management Journal*, 28, 2, pp. 446-463.
- Bartlett, R. W., & Ogilby, S. M. (1996). Business versus Personal Values: Does a Double Standard Exist? *Business & Professional Ethics Journal*, 15, 37-63.
- BCSD Portugal. (2014). *Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável*. Obtido de <http://www.bcsdportugal.org/>, Consultado em 16 de Maio de 2014.
- Carroll, A. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 497-505.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34, pp. 39-48.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Castelo Branco, M. &. (2006). Corporate Social Responsibility and resource - Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, 111-132.
- CMMAD. (1991). *Nosso Futuro Comum*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas.
- Comissão Europeia [COM] - Direção Geral Empresa. (2004). *Espírito Empresarial Responsável: um conjunto de casos de boas práticas de pequenas e médias empresas na europa*. Obtido de <http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index.htm>, Consultado em 26 de Julho de 2014.

- Comissão Europeia [COM]. (2001). Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas.
- Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego. (s.d.). Obtido de <http://www.cite.gov.pt>
- Conselho Europeu de Gotemburgo. (2001). Obtido de http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/c10241_pt.htm, Consultado em 14 de Julho de 2014
- Conselho Europeu de Lisboa. (2000). Obtido de http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/c10241_pt.htm, Consultado em 14 de Julho de 2014.
- Correia, A.S.R. (2013). A responsabilidade Social e as PME: As Práticas de RSE das Microempresas. *Dissertação de Mestrado*, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa.
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Review*, pp. 312-322.
- Dewey, J. (1964). *Teoria da Vida Moral* (1ª ed.). (L. G. Carvalho, Trad.) São Paulo: Ibrasa.
- Diário de Notícias. (2006). *Portugal é "bom aluno" na responsabilidade social*. Obtido de http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=637679&page=1, Consultado em 20 de Janeiro de 2014.
- Drucker, P. F. (1984). Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*.
- Enderle, G. (1998). Approaches to Business Ethics in Different Parts of World. *Congresso de Ética, Negócios e Economia na America Latina. I*. São Paulo: FGV-EAESP.
- European Commission [COM]. (2003). *EUROPA - Enterprise - Responsible entrepreneurship - resp_entrep_en.pdf*. Obtido de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/responsible_entrepreneurship/doc/resp_entrep_en.pdf, Consultado em 24 de Abril de 2014.
- Faria, J.; Leal, S. (2009). *As percepções de responsabilidade social e o empenhamento organizacional: um estudo aplicado a cooperativas em Portugal*. In Colóquio Ibérico de Cooperativismo e Economia Social, 5, Santarém, 2009
- Friedman, R. E. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, pp. 122-126.
- Gagueiro, J., & Pestana, M. (2005). *Análise de dados para Ciências Sociais - A Complementaridade do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

- Global Reporting Initiative. (2013). *About GRI*. Obtido de <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>, Consultado em 15 de Julho de 2014.
- Mahon, J. F., & Griffin, J. J. (1999). Painting a Portrait A Reply. *Business & Society*, 38(1), 126-133.
- Holme, R., & Watts, P. (1999). Corporate social responsibility. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.
- Hood, J. (1998). Do Corporations Have Social Responsibilities?. Freeman-New York-Foundation for Economic Education, 48, 680-684.
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2001). Toward a model of corporate social strategy formulation. *Paper presented at the Social Issues in Management Division. Academy of Management Conference*.
- Husted, B. W., & Salazar, J. J. (2005). Un estudio exploratorio de la estrategia social de empresas grandes publicadas en Mexico. *Contaduria y Administracion*. 215.
- IAPMEI (2014). Definição de PME. <http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=1790>, consultado em 12 de julho de 2014
- Igualdade é Qualidade. (s.d.). *O que é o prémio - Igualdade é Qualidade*. Obtido de <http://www.cite.gov.pt/pt/premioigualdade/oquepremio.html>, Consultado em 26 de Julho de 2014.
- INE, 2014. *Empresas em Portugal 2012* Instituto Nacional de Estatística I.P, Lisboa.
- Instituto Ethos. (2014). *Missão - Instituto Ethos*. Obtido de <http://www3.ethos.org.br/conteudo/sobre-o-instituto/missao/#.VF-oAPnkerl>, Consultado em 17 de Agosto de 2014.
- Joyner, B., & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: a study of values. *Journal of Business Ethics*.
- Karkotli, G., & Aragão, S. D. (2004). *Responsabilidade Social: uma Contribuição à Gestão Transformadora das Organizações* (1ª ed.). Petrópolis: Vozes.
- Lama, D., & Muyzenberg, L. (2008). *O Caminho para a Liderança*. (S. Oliveira, Trad.) Alfragide: Publicações D. Quixote.
- Laureano, R.M.S. (2011). *Testes de Hipóteses com o SPSS – O meu manual de consulta rápida*. 1.ª Edição, Lisboa: Edições Silabo, Lda.

- Leisorowitz, A. A., Kates, R. W., & Thomas, M. P. (2006). Sustainability Values, Attitudes and Behaviours: A Review of Multinational and Global Trends. *Annual Review on Environment Resources*, pp. 413-444.
- Lerner, L. D., & Fryxell, G. (1994). *Business and Society*. CEO Stakeholder Atitudes and Corporate Social Activity in Fortune 500. *Business Society*, April 1994, 33 (1), 58-81
- Lewis, S. (2003). Reputation and Corporate Responsibility. *Journal of Communication Management*, 356-364.
- Lyon, D. (2004). How Can You Help Organizations Change to Meet the Corporate Responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11, 133-139.
- Maia, P. L. (2007). *Introdução à Ética e Responsabilidade Social: Administração e Ciências Contábeis*. São Paulo: Leud.
- Maroco, J. (2007). *Análise Estatística - Com utilização do SPSS.3.ª Edição*, Lisboa: Edições Silabo, Lda.
- Marques, M., & Teixeira, C. (2008). A responsabilidade social das empresas e o desempenho organizacional. *Revista de Estudos Politécnicos*, 6(10), 149-164
- Montibeller F., G. (2004). *O Mito do Desenvolvimento Sustentável: Meio Ambiente e Custos Sociais no Moderno Sistema Produtor de Mercadorias*. Florianópolis: Edições da UFSC.
- Moreno, J. A. (2004). Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad: Una Visión desde la Empresa. *Revista Valenciana de Economía Y Hacienda*.
- Nações Unidas no Brasil. (2014). *A ONU e o meio ambiente*. Obtido de <http://www.onu.org.br/a-onu-em-acao/a-onu-e-o-meio-ambiente>, consultado em 24 de Março de 2014.
- Neto, F. P. M., & Froes, C. (1999). *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: A Adminoistração do Terceiro Setor*. Rio de Janeiro: Edições Qualitymark.
- Neto, F., & Froes, C. (2001). *Responsabilidade Social e cidadania Empresarial: A Administração do Terceiro Setor*. Rio de Janeiro: Edições Qualitymark.
- Neves, J. G. (2005). Responsabilidade Social das Organizações (RSO): Conceito e Aplicabilidade. *Recursos Humanos Magazine*, pp. 52-63.
- Notícias do Douro. (s.d.). Obtido de <http://www.dodouro.com/noticia.asp?idEdicao=142&id=5822&idSeccao=1476&Action=noticia>, Consultado em 18 de Março de 2013.
- Oliveira. (2008). *Empresas na Sociedade*. Rio de Janeiro: Elsevier.

- Ostas, D. T. (2001). Deconstructing Corporate Social Responsibility: Insights from Legal and Economic Theory. *American Business Law Journal*, 38, 261-299.
- Pées, E. (2006). Eficiência Diâmica RSE y Desarrollo Incluyente: Una Aproximacion Económica a Microfundamentos y Modelizaciones Alternativas. *VIII Reunión de Economía Mundial*. Alicante.
- Pordata. (2014). <http://www.pordata.pt/>, consultado em 13 de Dezembro de 2014
- Porter, M., & Kramer, M. R. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*.
- Porter, M., & Kramer, M. R. (2007). Strategy and society: the Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*.
- Prava, M. L. (1996). The Talmudic concept of Beyond the Letter of the Law: Relevance to Business Social Responsibilities. *Journal of Business Ethics*, 15, 941-950.
- PT Fundação. (s.d.). *Mão-na-Mão*. Obtido de <http://fundacao.telecom.pt/Home/Voluntariado/VoluntariadoEmpresarial/M%C3%A3onaM%C3%A3o.aspx>, Consultado em 28 de Julho de 2014.
- Rádio Renascença . (5 de Fevereiro de 2014). Abrem mais empresas do que fecham em Bragança.
- Rego, A., Cunha, M. P., Costa, N. G., Gonçalves, H., & Cabral-Cardoso, C. (2007). *Gestão Ética e Socialmente Responsável*. Lisboa: Editora RH.
- Rego, A., Moreira, J. M., & Sarrico, C. (2003). Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas . *Um Estudo da Situação Portuguesa*. Principia.
- Santos, A., M., Pereira, E., N., Silva, J., A. (2006). Responsabilidade social nas PME: casos em Portugal. In Santos, Maria (Coord.). 1.^a Edição, Lisboa: Editora RH.
- Schaefer, A. (2004). Corporate Sustainability - Integrating Environmental and Social Concerns? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11, 179-187.
- Schvarstein, L. (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones: Desarrollando las Competências Necessarias para el Ejercicio Efectivo de la Responsabilidad Social*. Buenos Aires: Editora Paidós.
- Silva, R., & Santos, M. J. (2010). A Importância da Responsabilidade Social Corporativa para a Potenciação do Capital Social em Pequenas e Médias Empresas. *Revista de Ciências da Administração*, 12, pp. 190-207.

- Silverstein, D. (1988). Managing Corporate Social Responsibility in a Changing Legal Environment. *American Business Law Journal*, 25, 179-187.
- Social Accountability International. (2008). *SA8000 Certified Facilities*. Obtido de SocialAccountabilityInternational: www.saasaccreditation.org/certifacilitieslist.htm
- Spangenberg, J. H. (2001). Sustainable Development: from Catchwords to Benchmarks and Operational Concepts. In M. Charter, & U. Tischner, *Sustainable Solutions: Developing Products and Services for the Future* (pp. 24-46). East Bourne: Greenleaf Publishing.
- Stone, C. D. (1975). *Where the Law ends: the Social Control of Corporate Behavior*. New York: Harper and Row.
- Tachizawa, T. (2004). *Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa - Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira* (2ª ed.). São Paulo: Editora Atlas.
- Tenório, F. G. (2006). *Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática* (2ª ed.). Rio de Janeiro: FGV.
- United Nations Global Compact. (2014). *Os Dez Princípios*. Obtido de https://www.unglobalcompact.org/Languages/portuguese/dez_princ%C3%ADpios.html
- Veiga, J. E. (2005). *Desenvolvimento Sustentável, o Desafio do Século XXI* (1ª ed.). Rio de Janeiro: Editora Garamond.
- WBCSD. (2001). Obtido de <http://www.wbcd.org/home.aspx> , consultado em 24 de julho de 2014.
- World Economic Forum. (2004). *GGI summary 010604*. Obtido de <http://www.weforum.org/pdf/Initiatives/GGI%20summary%20010604.pdf>, consultado em 24 de Junho de 2014.
- World Economic Forum. (2013). *weforum*. Obtido de http://www3.weforum.org/docs/LA11/WEF_LA11_Report_PT.pdf: www.weforum.org/site/homepublic.nsf/content/global+corporate+citizenship+initiative, consultado em 24 de Junho de 2014.

ANEXO

Bragança, 01 de Agosto de 2014

Exmo(a). Senhor(a)

Gostaria de solicitar a sua colaboração no preenchimento do inquérito em anexo. Este inquérito destina-se ao desenvolvimento de um estudo empírico, com vista à elaboração da minha dissertação de mestrado no IPB – Instituto Politécnico de Bragança .

Este estudo tem como objetivo caracterizar e compreender quais as principais práticas de responsabilidade social a nível económico, social e ambiental, e qual o nível de intervenção em termos de responsabilidade social da sua empresa.

O questionário é constituído por uma primeira parte com questões destinadas à caracterização da empresa e uma segunda parte composta por perguntas sobre as práticas de responsabilidade social realizadas na sua empresa.

As suas respostas são **confidenciais** e serão utilizadas, exclusivamente, para fins de investigação.

Agradeço-lhe, desde já, o tempo que vai despende no preenchimento do questionário (o tempo estimado de preenchimento do inquérito é de 10 minutos). A sua colaboração é preciosa; sem ela a investigação não poderá ser realizada.

MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO!

Hermínio Cândido Baptista

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

INQUÉRITO

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

Este inquérito destina-se ao desenvolvimento de um estudo empírico, com vista à elaboração da minha dissertação de mestrado no IPB – Instituto Politécnico de Bragança.

Este estudo tem como objetivo caracterizar e compreender quais as principais práticas de responsabilidade social a nível económico, social e ambiental, e qual o nível de intervenção em termos de responsabilidade social da sua empresa.

O questionário é constituído por uma primeira parte com questões destinadas à caracterização da empresa e uma segunda parte composta por perguntas sobre as práticas de responsabilidade social realizadas na sua empresa.

As suas respostas são **confidenciais** e serão utilizadas, exclusivamente, para fins de investigação.

Agradecemos, desde já, o tempo que vai despende no preenchimento do questionário (o tempo estimado de preenchimento do inquérito é de 10 minutos). A sua colaboração é preciosa; sem ela a investigação não poderá ser realizada.

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

Este inquérito destina-se ao desenvolvimento de um estudo empírico, com vista à elaboração da minha dissertação de mestrado em Contabilidade e Finanças (APNOR), no Instituto Politécnico de Bragança (IPB), a qual tem como objetivo verificar se as PME do Norte de Portugal adotam práticas de Responsabilidade Social a nível económico, social e ambiental e qual o nível de intervenção em termos de responsabilidade social da sua empresa.

O questionário é constituído por uma primeira parte com questões destinadas à caracterização da empresa e uma segunda parte composta por perguntas sobre as práticas de responsabilidade social adotadas na sua empresa.

As suas respostas são **confidenciais** e serão utilizadas, exclusivamente, para fins de investigação. Agradecemos, desde já, o tempo que vai despende no preenchimento do questionário (o tempo estimado de preenchimento do inquérito é de 10 minutos). A sua colaboração é preciosa; sem ela a investigação não poderá ser realizada.

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

1. Identificação da empresa:

1.1 Localização (Distrito): _____

2. Ano de Criação _____

3. Número de colaboradores _____

4. Volume de Negócios

Menos de 2 milhões de euros

Entre 2 milhões de Euros e 10 milhões de euros

Entre 10 milhões de euros a 50 milhões de euros

5. Identifique o(s) mercados(s) onde a sua empresa atua:

Local

Regional

Nacional

Internacional

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

CARATERIZAÇÃO DAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA

6. Sua empresa encontra-se certificada, com algum Sistema de Gestão de Responsabilidade Social? (p.e. HACPP, Certificação PME, Certificação NP 4469, SA 8000, outras)

Sim

Não

Se Sim, que certificações possui? _____

7. Considera que as práticas desenvolvidas pela sua empresa no domínio de Responsabilidade Social estão: (selecione com uma cruz apenas a opções que entender)

Extremamente refletidas na estratégia da empresa

Regularmente refletidas na estratégia da empresa

Pontualmente refletidas na estratégia da empresa

Não se aplica

8. Quais, dos seguintes objetivos, considera mais próximos das prioridades da sua empresa: (selecione com uma cruz as opções que entender)

Resultados financeiros anuais obtidos

Qualidade/ Segurança dos produtos e serviços prestados

Cumprimento da legislação ambiental e social

Condições de trabalho

Imagem da empresa na comunidade local

Realização de operações respeitando a preservação ambiental

Desenvolvimento de novos produtos/ serviços

Outro

Qual? _____

9. Quais as práticas desenvolvidas pela empresa na relação com **clientes**? (selecione com uma cruz as opções que entender)

Adaptação às necessidades futuras dos clientes

Processo de registo e tratamento de reclamações

Assistência pós-venda

Ajustamento do produto/ serviço às necessidades dos clientes

Disponibilidade da empresa para a execução de auditorias de qualidade e/ ou responsabilidade social

Não se aplica

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

10. Quais as práticas desenvolvidas pela empresa na relação com **fornecedores**? (selecione com uma cruz as opções que entender)

Formação obtida por fornecedores

No processo de seleção de fornecedores consideram-se aspetos de preservação ambiental

No processo de seleção de fornecedores consideram-se aspetos de Direitos Humanos

Pagamento no prazo acordado

Não se aplica

11. Indique as principais iniciativas desenvolvidas pela empresa em relação a **produtos** e/ou **serviços**? (selecione com uma cruz as opções que entender)

Informação sobre a sua utilização

Aspetos de segurança, fiabilidade e serviço na utilização do produto

Informações éticas, sociais e ecológicas

Ajustamento do produto/ serviço às necessidades dos clientes

Disponibilidade da empresa para a execução de auditorias de qualidade e/ ou responsabilidade social

Não se aplica

Outro, qual? _____

12. Quais as práticas de Gestão de Recursos Humanos desenvolvidos? (selecione com uma cruz as opções que entender)

Igualdade de oportunidades entre homens e mulheres

Recrutamento realizado junto dos trabalhadores e familiares

Recrutamento realizado junto das Escolas, Universidades e Centros de Emprego locais

Admissões de pessoas de grupos sociais desfavorecidos (p. e. pessoas com deficiência, desempregados de longa duração, grupos étnicos e toxicodependentes)

Atribuição de objetivos e responsabilidades em função do cargo

Sistema de avaliação de desempenho assente em critérios objetivos

Concentração do tempo normal de trabalho em menor número de dias

Possibilidade de trabalhar a partir de casa

Plano de carreiras

Não se aplica

Outro, qual? _____

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

13. Indique as principais práticas de Informação, Comunicação e Diálogo desenvolvidas pela empresa? (selecione com uma cruz as opções que entender)

- | | |
|--|--------------------------|
| Reuniões internas nos variados departamentos/ setores | <input type="checkbox"/> |
| Painéis de informação (p. e. circulares internas) | <input type="checkbox"/> |
| Informação relativa aos direitos e deveres dos trabalhadores | <input type="checkbox"/> |
| Participação dos trabalhadores nas decisões que lhe digam respeito (organização do trabalho, segurança e saúde no trabalho, formação, remuneração) | <input type="checkbox"/> |
| Não se aplica | <input type="checkbox"/> |
| Outro, qual? _____ | <input type="checkbox"/> |

14. Indique as principais práticas de Formação desenvolvidas pela empresa? (selecione com uma cruz as opções que entender)

- | | |
|---|--------------------------|
| Análise das necessidades de formação | <input type="checkbox"/> |
| Avaliação da formação | <input type="checkbox"/> |
| Requalificação de trabalhadores | <input type="checkbox"/> |
| Atividades de instrução (p. e., português, inglês e informática) | <input type="checkbox"/> |
| Formação inicial | <input type="checkbox"/> |
| Disponibilização de revistas técnicas | <input type="checkbox"/> |
| Desenvolvimento de planos de formação/ atualização de conhecimentos | <input type="checkbox"/> |
| Incentivos que estimulem os/ as trabalhadores/ as a alargar os seus conhecimentos | <input type="checkbox"/> |
| Partilha de experiências com os colegas | <input type="checkbox"/> |
| Não se aplica | <input type="checkbox"/> |

15. Indique as principais práticas/atividades que a empresa desenvolveu com a comunidade local, nos últimos 3 anos? (selecione com uma cruz as opções que entender)

- | | |
|--|--------------------------|
| Cedência de espaços e equipamentos | <input type="checkbox"/> |
| Uso de produtos e serviços de empresas locais | <input type="checkbox"/> |
| Doação de produtos/ serviços | <input type="checkbox"/> |
| Partilha de recursos humanos | <input type="checkbox"/> |
| Parcerias com outras organizações | <input type="checkbox"/> |
| Patrocínios de eventos desportivos | <input type="checkbox"/> |
| Oferta estágios e bolsas de estudo | <input type="checkbox"/> |
| Participa em programas locais de educação, formação e emprego, políticas ambientais e renovação urbana | <input type="checkbox"/> |
| Outro, qual? _____ | <input type="checkbox"/> |

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

16. Indique as principais práticas ambientais desenvolvidas pela empresa? (selecione com uma cruz as opções que entender)

- | | |
|---|--------------------------|
| Reciclagem | <input type="checkbox"/> |
| Prevenção da poluição atmosférica (p. e. emissões para a atmosfera e a água, descargas de efluentes, ruído) | <input type="checkbox"/> |
| Mobilização para o desempenho ambiental ao longo da cadeia de produção | <input type="checkbox"/> |
| Minimização e reciclagem de resíduos | <input type="checkbox"/> |
| Poupança de energia (p. e. iluminação inteligente) | <input type="checkbox"/> |
| Uso de produtos de limpeza não tóxicos | <input type="checkbox"/> |
| Sistema de Gestão Ambiental (Certificação 14000 e/ou EMAS) | <input type="checkbox"/> |
| Adesão a rótulos ecológicos | <input type="checkbox"/> |
| Não se aplica | <input type="checkbox"/> |

17. Qual ou quais as áreas de responsabilidade social mais importantes para a sua empresa? (selecione com uma cruz as opções que entender)

- | | |
|--|--------------------------|
| Cumprir a legislação ambiental e social | <input type="checkbox"/> |
| Melhorar o desempenho ambiental | <input type="checkbox"/> |
| Relacionar com a comunidade onde a empresa se insere | <input type="checkbox"/> |
| Fomentar o desenvolvimento de pessoas que trabalham na empresa | <input type="checkbox"/> |
| Seguir comportamentos voluntários, que vão além do cumprimento da legislação | <input type="checkbox"/> |
| Outro, qual? _____ | <input type="checkbox"/> |

18. Com quem coopera a sua empresa, preferencialmente?

	Bastante	Muito	Razoavelmente	Pouco	Nada
Fornecedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instituições Financeiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunidade local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autarquias e serviços autárquicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidades e outras instituições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Inquérito sobre as práticas de responsabilidade social nas PME

19. Na sua opinião, quais as motivações para desenvolver práticas de responsabilidade social? (coloque uma escala de 1 a 5, sendo que 1 representa muita desmotivação e 5 muita motivação)

	Muito desmotivado	Desmotivado	Pouco Motivado	Motivado	Muito Motivado
Princípios éticos e cívicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a satisfação dos trabalhadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pressão das organizações locais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pressão de clientes, concorrentes e Estado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar as relações com os parceiros de negócio e investidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a imagem institucional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilizar incentivos públicos (subsídios, apoios e benefícios fiscais)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Como classifica o nível de intervenção da sua organização ao nível da Responsabilidade Social?

Muito fraco Fraco Moderado Forte Muito forte

21. Na sua opinião, a implementação de práticas de responsabilidade social apresenta benefícios para o desempenho financeiro e organizacional da sua empresa?

Não

Sim

Se respondeu sim a esta questão responda à questão 22, caso contrário termina aqui o seu questionário.

22. Na sua opinião, quais os benefícios que advém da implementação de práticas de responsabilidade social?

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Aumentar a reputação junto de clientes/consumidores e parceiros de negócio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reforça a imagem junto da comunidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar as vendas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a motivação dos trabalhadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a produtividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir custos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obrigado pela sua colaboração!

