



Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Sociologia

Área de especialização | Recursos Humanos

Dissertação

**Responsabilidade Social das Organizações: Perspetivas,
perceções e práticas.**

Cláudia Isabel Carvalheira Gaio

Orientador(es) | Maria da Saudade Baltazar

Évora 2021



Universidade de Évora - Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Sociologia

Área de especialização | Recursos Humanos

Dissertação

**Responsabilidade Social das Organizações: Perspetivas,
perceções e práticas.**

Cláudia Isabel Carvalheira Gaio

Orientador(es) | Maria da Saudade Baltazar

Évora 2021





A dissertação foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Ciências Sociais:

Presidente | Domingos Afonso Braga (Universidade de Évora)

Vogais | Maria Manuel Serrano (Universidade de Évora) (Arguente)
Maria da Saudade Baltazar (Universidade de Évora) (Orientador)

Responsabilidade Social das Organizações: Perspetivas, perceções e práticas.

Índice

Índice de Figuras	3
Índice de Tabelas	3
Índice de Gráficos.....	4
Resumo	6
Abstract.....	7
Introdução.....	8
1. Para uma aproximação à Abordagem Sociológica da Responsabilidade Social	13
2. Responsabilidade Social: Conceito e Perspetivas Teóricas.....	20
2.1 Abordagem Histórica da Responsabilidade Social.....	20
2.2 A Responsabilidade Social das Empresas: Dimensão Interna e Dimensão Externa	27
2.3 Abordagens Teórico-Conceptuais da Responsabilidade Social	33
2.3.1 Tipos de Stakeholders.....	38
3. As Agendas Políticas das Organizações Transnacionais sobre a Responsabilidade Social	40
3.1 Organização das Nações Unidas (ONU)	41
3.2 Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE)	44
3.3 União Europeia	48
4. A Perceção dos Europeus Sobre a Responsabilidade Social.....	54
4.1 Bases de Dados Europeias.....	57
4.1.2 Euro Barómetro	57
4.2 Análise dos Resultados.....	58
5. Conduta Empresarial Responsável e Direitos Humanos: O Papel do Estado e das Empresas.....	95
5.1 Estudos de Caso de Organizações Portuguesas.....	113
Conclusão	127
Bibliografia.....	130

Índice de figuras

Figura nº1: Pirâmide da Responsabilidade Social Empresarial proposta por Carroll (1991).....	36
Figura nº2: Modelo dos três domínios da Responsabilidade Social Empresarial.....	37
Figura nº3: Tipos de Stakeholders.....	38

Índice de tabelas

Tabela nº1: Grau de informação dos europeus sobre o comportamento empresarial face à Responsabilidade Social perante a sociedade.....	61
Tabela nº2: Nível de informação sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade por países.....	65
Tabela nº3: Interesse global sob a Responsabilidade Social das empresas para com a sociedade.....	66
Tabela nº4: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.....	69
Tabela nº5: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.....	70
Tabela nº6: Perceção dos europeus sobre a Influência geral das empresas na sociedade.....	71
Tabela nº7: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade.....	74
Tabela nº8: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade.....	75
Tabela nº9: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência na sociedade.....	79
Tabela nº10: Esforço das empresas para com a sociedade.....	80
Tabela nº11: Tipos de empresas considerados esforçados ao nível das práticas de Responsabilidade Social para com a sociedade.....	84
Tabela nº12: Relação entre o volume de negócios e o número de trabalhadores.....	99

Tabela nº13: Respostas positivas relativas ao conhecimento dos diferentes instrumentos.....	101
Tabela nº14: Perceção das empresas sobre o compromisso público nas quatro áreas da conduta empresarial responsável.....	104
Tabela nº15: Respostas positivas à existência de compromisso público por área da conduta empresarial responsável.....	107
Tabela nº16: Respostas positivas das empresas sobre as práticas relacionadas com os processos de avaliação dos impactos negativos.....	109
Tabela nº17: Respostas positivas das empresas sobre as práticas relacionadas com as políticas de prevenção dos impactos negativos.....	110
Tabela nº18: Respostas positivas das empresas sobre as práticas respeitantes aos mecanismos não judiciais de reparação em função dos países onde exercem atividade.....	112
Tabela nº19: Conjunto de boas práticas nas organizações em Portugal.....	118/119

Índice de gráficos

Gráfico nº1: Total de pessoas informadas/não, informadas sobre o comportamento socialmente responsável das empresas perante a sociedade.....	62
Gráfico nº2: Nível de informação sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.....	63
Gráfico nº3: Nível de informação sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade por países.....	64
Gráfico nº4: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.....	66
Gráfico nº5: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.....	67
Gráfico nº6: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade. (Por país).....	68
Gráfico nº7: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.....	70

Gráfico nº8: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade.....	71
Gráfico nº9: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade.....	72
Gráfico nº10: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade.....	73
Gráfico nº11: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade.....	76
Gráfico nº12: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade.....	77
Gráfico nº13: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade. (Por países).....	78
Gráfico nº14: Setores que se esforçam para manter um comportamento socialmente responsável perante a sociedade.....	81
Gráfico nº15: Tipos de empresas considerados esforçados ao nível das práticas de Responsabilidade Social para com a sociedade.....	81
Gráfico nº16: Informação, comunicação e empresas tecnológicas (ICT).....	85
Gráfico nº17: Empresas de manufatura de roupas e sapatos.....	86
Gráfico nº18: Empresas bancárias e financeiras.....	87
Gráfico nº19: Empresas de produção alimentar e agrícolas.....	88
Gráfico nº20: Empresas de mineração e indústria de petróleo e gás.....	89
Gráfico nº21: Empresas de construção.....	91
Gráfico nº22: Empresas químicas.....	92
Gráfico nº23: Empresas farmacêuticas.....	93
Gráfico nº24: Empresas de retalho e supermercados.....	96

Resumo

A Responsabilidade Social, nomeadamente a empresarial em Portugal tem vindo a assumir maior proeminência e destaque no momento presente. Situação que ocorre de igual modo a nível internacional, e em particular em outros países da Europa, o conceito propagou-se de uma forma consistente e inovadora, e as empresas assim como outras organizações têm vindo a trabalhar em prol da Responsabilidade Social, melhorando conceitos e práticas, de forma a ser possível chegar mais longe e a mais pessoas. A presente dissertação, cujo principal foco é a análise da Responsabilidade a partir do estudo de perspetivas, perceções e práticas, procura averiguar o reconhecimento atribuído à responsabilidade social tendo em conta as diferentes áreas de estudo, nomeadamente a nível europeu e nacional. O desfecho revela que é urgente educar para a responsabilidade social, que apesar de se identificarem resultados positivos, ainda existe um longo caminho a percorrer.

Palavra-Chave: Responsabilidade Social; Portugal; União Europeia; Sustentabilidade; Educação;

Social Responsibility of Organizations: Perspectives, perceptions and practices.

Abstract

Social Responsibility, namely corporate responsibility in Portugal, has come to assume greater prominence and prominence at the present time. A situation that occurs at the international level, and particularly in other European countries, the concept has spread in a consistent and innovative way, and companies as well as other organizations have been working towards Social Responsibility, improving concepts and practical, in order to reach further and reach more people. This dissertation, whose main focus is the analysis of Responsibility from the study of perspectives, perceptions and practices, seeks to ascertain the recognition attributed to social responsibility taking into account the different areas of study, namely at European and national level. The outcome reveals that it is urgent to educate for social responsibility, that despite the identification of positive results, there is still a long way to go.

Keyword: Corporate Social Responsibility; Portugal; European Union; Sustainability; Education.

Introdução

No contexto da responsabilidade social organizacional, desenvolvo a presente dissertação, integrada no mestrado em Sociologia da Universidade de Évora, especialização em Recursos Humanos. O tema tem vindo a ser alvo de várias conceções e debates, suscitando interesse por parte dos mais estudiosos e pela sociedade. Escolhi como tema “Responsabilidade Social das Organizações: Perspetivas, perceções e práticas” com o propósito de educar para o tema e colmatar alguma desinformação que possa ainda existir sobre o respetivo.

A Responsabilidade Social é o ato voluntário adotado por empresas e outras organizações, que promovem o bem-estar interno e externo, desta forma, o conceito envolve pessoas ligadas às empresas como os funcionários e acionistas e pessoas exteriores às empresas, isto é, comunidade, parceiros e meio ambiente.

Entretanto, com o passar do tempo, este conceito determinou novas conceções, entre os quais, a Responsabilidade Social Empresarial, desenvolvida a pensar na qualidade de vida e bem-estar de vários públicos e na diminuição de impactos negativos dentro da comunidade e no meio ambiente, adotando comportamentos e medidas de gestão que envolvam maior ética e valores na relação com todas as pessoas, demonstrando assim, uma maior transparência por parte da empresa.

É notório que hoje em dia, a constante preocupação com o desenvolvimento sustentável e com o meio ambiente tenha ganho uma maior atenção e exposição, o que leva a uma consciencialização geral da sociedade relativamente ao tema, por sua vez, também os produtos sustentáveis ganham maior destaque, tanto por parte das empresas como dos consumidores.

É visível a constante procura pelas marcas mais sustentáveis, que zelam pela proteção da qualidade do meio ambiente, e conseqüentemente, pelo bem estar dos compradores.

Estas empresas procuram estar envolvidas em todo o tipo de práticas sustentáveis e acompanhar a atualidade ao nível da política, sociedade e ambiente. É desta forma que

conseguem destaque por parte das comunidades, através do seu envolvimento em projetos, associações, atividades e campanhas sociais e a forma como aplicam as práticas de Responsabilidade Social Empresarial no seu dia-a-dia e a partilha de resultados alcançados de todo o trabalho feito. Podemos afirmar que o crescimento das empresas se deve em grande parte ao conceito da Responsabilidade Social Empresarial e a incessante mudança para comportamentos e políticas socialmente responsáveis por parte das empresas (Monteiro, 2015).

É de notar ainda que a adoção de boas práticas e comportamentos socialmente responsáveis contribui para atenuar os riscos e promove novas oportunidades, aumentando, de forma positiva, um grande número de indicadores que servem para medir o sucesso do negócio.

Ainda assim, é importante referir que, as empresas continuam o seu trabalho autonomamente, não por adotarem práticas de Responsabilidade Social, mas pela contínua relação que vão moldando entre instituições interessadas e objetivos determinados, dessa forma, conseguem construir valor para ambas as partes (Nicolau & Simaens, 2008).

O tema da Responsabilidade Social tem sido alvo de várias análises e estudos por parte de diversas organizações. A título de exemplo, na tese de mestrado “A Responsabilidade Social das Empresas em Portugal” realizada pela mestranda Carolina Leite no ano de 2009, na Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra, inserido no mestrado em Psicologia das Organizações e do Trabalho, os pontos estudados foram a importância da Responsabilidade Social em Portugal; O estado atual em que esta se encontra em Portugal; A gestão integrada da Responsabilidade Social Empresarial; Caracterização de práticas de Responsabilidade Social Empresarial; Os processos de implementação de práticas de Responsabilidade Social Empresarial; Metodologia dos estudos e consequentes resultados.

Segundo a dissertação de mestrado apresentada, podemos ver como surge a Responsabilidade Social no mundo, e concretamente, em Portugal, ao ponto de desmistificar a ideia geral do tema e de diversos subtemas ligados à Responsabilidade Social. Após um longo desenvolvimento da atuação da Responsabilidade social e a sua implementação em Portugal, revela ainda que as metodologias de investigação utilizadas para fins analíticos foram entrevistas às empresas selecionadas anteriormente, tendo sido possível compreender que as políticas criadas pela empresa eram pouco alinhadas com as práticas de Responsabilidade Social Empresarial. Ficou claro que as entidades não

conheciam devidamente esta prática e que surge à vontade e necessidade de se construírem modelos e medidas que possam ser adquiridos pelas empresas e impostos de acordo com as características das empresas e das suas possibilidades de atuação.

Um outro exemplo, a tese de mestrado “Responsabilidade Social Empresarial: Sustentabilidade ou Estratégia de Negócio?” realizada por Douglas Montagna em 2015, na Universidade Autónoma de Lisboa, integrado no Mestrado em Gestão de Empresas, especialidade em Planeamento e estratégias empresarias, demonstra que a veracidade da atuação da Responsabilidade Social por parte das empresas, na medida em que, várias são as teorias que afirmam que a atuação da Responsabilidade Social funciona como uma estratégia de marketing. No desenvolvimento do trabalho encontramos as definições de Responsabilidade Social e suas variantes, detalhadamente descritas.

O capítulo seguinte, trata a descrição do que são as empresas socialmente responsáveis e as empresas sociais, assim como, procura compreender os conceitos de sustentabilidade e estratégia de negócio. O autor refere nestas páginas que é preciso atentar que nem todas as empresas têm como principal foco o trabalho social, optando apenas por usar a Responsabilidade Social Empresarial como forma de se destacarem no mercado.

O autor procurou analisar algumas empresas portuguesas e brasileiras, aplicando questionários, através dos quais se verificou que, das 14 empresas estudadas a maior parte estão ligadas à Responsabilidade Social, enquanto as restantes têm uma certa preocupação em atuar na área da Responsabilidade Social Empresarial, o que se entende que apenas 4 empresas possuem fundos destinados à atuação real da Responsabilidade Social Empresarial.

Finalmente com este estudo notou-se a pouca divulgação e empenho para com o universo da responsabilidade social nas empresas. A sua implementação vai muito mais além do que realçar a empresa no mercado e promover a si mesma, pelo que, há muito mais a trabalhar na ação da Responsabilidade Social e de a fazer chegar mais longe socialmente, pois é fundamental para todas as empresas, comunidades vizinhas e sociedade em geral.

A evidente transversalidade do tema e a análise interdisciplinar que ela suscita, reforça a pertinência dos estudos sobre a Responsabilidade Social. A presente dissertação, em contrapartida das distintas aqui mencionadas, procura trabalhar um outro ponto de vista da Responsabilidade Social, as perceções, perspetivas e práticas de

Responsabilidade Social das empresas e organizações (entidades públicas e de economia social).

Identifiquei como ponto de partida para a presente dissertação o reconhecimento da Responsabilidade Social, teorias, abordagens e práticas nos dias de hoje. Para o efeito defini como objetivo geral a análise e compreensão sobre as principais teorias e abordagens sobre a temática, tendo em conta que o foco seria o meio empresarial, no contexto europeu e nacional.

Face a estes objetivos as principais opções metodológicas são, no que toca ao tipo de estudo exploratório e de abordagem mista. As técnicas de recolha de dados são a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, tendo como apoio algumas bases de dados estatísticos, artigos, livros, trabalhos académicos e outros documentos alusivos ao tema. Estes procedimentos metodológicos encontram-se descritos de modo mais detalhado ao longo do trabalho em nota preambular aos capítulos em que se estrutura.

O presente trabalho divide-se em 5 capítulos: o primeiro capítulo descreve uma aproximação à abordagem sociológica da Responsabilidade Social, uma vez que as informações divulgadas e autores citados no decorrer do capítulo são os que considero mais assertivos e pertinentes, tentando aproximar as minhas considerações e reflexões às destes autores no contexto desta dissertação. Procuo neste capítulo partilhar algumas perspetivas sociológicas e refletir sobre as mesmas.

O segundo capítulo, engloba os temas da Responsabilidade Social: Conceptualização e perspetivas teóricas, a parte em que tenciono distinguir o conceito da responsabilidade social e seus derivados, abordando diferentes visões de diversos autores sobre o tema.

O terceiro capítulo, as Agendas Políticas das Organizações Transnacionais sobre a responsabilidade social, procura identificar as orientações e os princípios sobre a responsabilidade social das empresas por parte das organizações internacionais. Com base em algumas plataformas oficiais como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), a Organização das Nações Unidas (ONU), a União Europeia (UE) que oferecem informações relevantes sobre o tema e projetos desenvolvidos ao longo dos anos e nos mostram de que forma atuam no campo da responsabilidade social das organizações.

O quarto capítulo, fala-nos da perceção dos Europeus sobre a responsabilidade social e no desenvolver do mesmo, demonstro as perceções dos europeus sobre o

comportamento responsável das organizações e a forma como tem vindo a evoluir ao longo dos anos.

Finalmente, o quinto capítulo, é dedicado à Responsabilidade Social em Portugal, que me permite abordar e descrever algumas práticas no domínio da Responsabilidade Social das organizações portuguesas. Procurei demonstrar a importância destas práticas para o desenvolvimento da responsabilidade social em Portugal e identificar no geral traços de algumas teorias que têm vindo a ser desenvolvidas por diversos autores ao longo dos anos.

1. Para uma aproximação à abordagem sociológica da Responsabilidade Social

A sociologia descende da tentativa de laminar a época moderna. Entre os séculos XVI e XIX notou-se uma diferença significativa nas relações sociais, o que levantou preocupações a vários níveis.

A época do renascimento cultural, a mudança do teocentrismo para antropocentrismo, a descoberta de um novo mundo, o aparecimento da ideia individualista e a revolução científica, que levantaram hesitantes verdades, a luta de classes e outros marcos importantes na história do mundo.

Segundo o artigo publicado por Luís Guisard e Irineu Junior (2011), a sociologia procura estudar a passagem do mundo da tradição para o mundo moderno, a passagem da comunidade para a sociedade e a passagem da sociedade pré-capitalista para a sociedade capitalista industrial. A. Comte, e. Durkheim, representaram de forma exemplar a sociologia positivista, como forma de equilibrar e acompanhar a transformação do mundo com a condição de o adaptar e conter a revolução. Segundo Comte, a democracia não era um movimento social espontâneo e preocupado com a afirmação de liberdades de direitos. Pelo contrário, remetia para a unidade e para um movimento indiviso, que nos mostra uma democracia totalitária por não ter em consideração a participação da sociedade.

Por outro lado, Durkheim expõe uma sociologia científica onde o estudo empírico é usado para confirmar princípios teóricos, ignorando a subjetividade.

O sociólogo fez nascer uma conceção da sociologia como uma ciência que procura estudar a sociedade com ferramentas próprias e teorias assertivas, assim como, o conceito de anomia, algo que não é normal e deve ser corrigido. Por exemplo, as crises sociais e conflitos são consideradas uma anomia.

O desenvolvimento da sociologia moderna ajudou a nascer o conceito de “solidariedade”, que segundo Comte, era um sentimento que despertava paz e união na sociedade. Além de Comte, muitos foram os autores que se debruçaram sob o tema, e nos deram uma perspetiva interessante. Definiu Gutiérrez Garcia a solidariedade como sendo um comportamento social que suscita sempre a ideia de coesão, agregação, ordenação e

integração unificante dos homens que se sentem agentes sociais da solidariedade. Também Manuel Bernardo, descreveu a solidariedade de uma forma peculiar dizendo que as pessoas não são ilhas que possam realizar-se separadamente. É através da cooperação mútua e em relação fraterna que elas conseguem as condições necessárias à sua realização plena.

Assim, podemos assentar que a solidariedade é um direito social regido por regras e leis, as quais devemos respeitar. Por outro lado, a solidariedade, é a doação de um ato. Podemos assumir que nasce deste conceito uma relação entre a pessoa e a sociedade, o que significa que existe uma ação de responsabilidade que cabe a todos acarretar, é um ato ético.

Foi através da ideologia de Comte que Durkheim desenvolveu dois famosos conceitos “solidariedade mecânica” e “solidariedade orgânica”.

Segundo Durkheim, a consciência individual e coletiva, juntas formam uma solidariedade mecânica. Esta é fruto das parecenças e tornaria ligado o indivíduo à sociedade. “A solidariedade mecânica liga os homens menos fortemente do que a solidariedade orgânica, como também, à medida que avançamos na evolução social, ela se vai afrouxando cada vez mais.” (Durkheim, 1999, p. 133).

Para que fique claro, a solidariedade mecânica caracteriza as sociedades pré-capitalistas com um grau de consciência coletiva que controla a sociedade. A solidariedade orgânica caracteriza a sociedade capitalista, existe divisão de funções e trabalhos, criando independência na sociedade.

Para Durkheim, a teoria da solidariedade orgânica levaria a sociedade a cair no individualismo, e por sua vez, no enfraquecimento da consciência coletiva.

Durkheim defendia que a solidariedade social se identifica através da análise do direito, onde este reproduz as primeiras formas de solidariedade social. No entanto, a intenção do autor era encontrar uma espécie do direito que representasse a solidariedade social proporcionada pela divisão do trabalho. “É fácil determinar qual é o papel do direito restitutivo a que essa solidariedade corresponde: é o conjunto dos direitos reais” (Durkheim, 1999, p. 92)

O autor estuda as sanções detalhadamente com o objetivo de encontrar características que ao mesmo tempo que fossem necessárias aos fenómenos jurídicos, fossem ainda capazes de se transformar quando elas se renovem.

Desta forma, Durkheim, menciona dos tipos de sanções: as repressivas, que estão inteiramente ligadas ao direito penal e as restitutivas que estão ligadas ao direito civil,

comercial, processual, administrativo e constitucional. “O vínculo de solidariedade social a que corresponde o direito repressivo é aquele cuja rutura constitui o crime.” (Durkheim, 1999, p. 39).

Assim menciona o autor, que o crime é o que circunscreve o tipo de pena. Por sua vez, permite criar uma relação crime e sociedade, pois naturalmente, a pena, provoca reações na sociedade contra os associados que transgrediram determinadas regras de conduta. A ligação entre o crime e pena nasce dos sentimentos lesados, pela existência de uma consciência comum que ultrapassa a existência de uma consciência individual.

Auguste Comte, referido anteriormente, ficou conhecido por desenvolver outras teorias relativas ao positivismo, denominando assim este conceito como um movimento científico que pretendia alargar o método de investigação científica para estudar a sociedade.

O autor foca o positivismo e define-o como uma perspectiva científica do mundo. Para isso, o autor ignorava verdades abstratas e buscava leis gerais, tudo o que era retido sobre o mundo devia chegar até nós através da observação, os fatos eram estudados e as consequentes relações que acabariam por se estabelecer davam lugar às leis gerais. Comte acreditava que a história da sociedade tinha como base a lei dos três estados, lei que pretendia desenvolver a ciência e o espírito humano, e que para isso, era necessário ser submetido a três fases: fase teológica, a metafísica e a positiva (o estado mais evoluído).

A primeira fase, teológica, remetia para a ideia de que o homem só estava capacitado a explicar a natureza através da crença, de deuses e espíritos. Como referia Comte (1848) a adoração dos astros caracteriza o grau mais elevado desta primeira fase teológica que, no começo, quase não difere do estado mental a que atingem os animais superiores.

Este género de pensamentos criou um papel de coesão social, na medida em que, os homens ao confiarem em seres místicos e sobrenaturais, eram também levados a acreditar num sistema político monarquista e militarista.

O segundo estado de que fala o autor, estado metafísico, é mais evoluído. Neste patamar, o autor afirma que o homem confia em “forças” física, química e vital, e que seriam estas as explicações para os fenómenos naturais, que viriam então substituir as divindades, eliminando ideias teológicas sobrenaturais. Segundo Comte (1848) o regime metafísico acha-se sempre na inevitável alternativa de tender para uma vã restauração do estado teológico a fim de satisfazer as condições de ordem ou de impelir a uma situação puramente negativa para escapar ao império opressivo da teologia.

Finalmente, chegamos ao estado positivo, onde cada ideia deve corresponder a factos. Ao contrário dos anteriores estados, o estado positivo explica os fenómenos por meio de uma relação entre a área das ciências com base em metodologias comuns que facilitam a fraternidade entre os homens, uma vez que as leis são para todos de igual forma. Em suma, tanto Durkheim como Comte acreditavam no poder da sociologia como uma ciência para fazer evoluir a sociedade. Os conceitos de solidariedade e positivismo nos dois autores foram fundamentais para a construção de uma sociologia pacífica e com vista a recuperar de uma época de revolução e mudança. “A sociologia positivista propõe o cerceamento das paixões, dos impulsos, em prol do convívio social.” (Guisard & Júnior, 2011). A sociologia tem vindo a sofrer diversas transformações, o que obrigou os pensadores e estudiosos desta área a repensar no trabalho sociológico, métodos e conceitos. Vários pensadores debateram mudanças e alterações drásticas sentidas no passar de uma sociedade moderna industrial para uma sociedade pós-moderna, no qual, foi necessário criar um método de conhecimento que ajudasse na sua compreensão.

Numa altura em que o individualismo ganha espaço e as pessoas estão confusas com tamanha mudança e novos valores, obrigando assim, a sociologia a focar-se na compreensão dos impactos que estes processos tiveram na vida dos indivíduos, a forma como os afetou e como estes foram forçados a lidar com toda a situação. Sociólogos como Z. Bauman e A. Giddens debruçaram-se sobre este tema e procuraram responder à situação no seu todo. Bauman (1998) acredita que estar em movimento significa não fazer parte de nenhum lugar. Aqui podemos explicar o foco do autor numa perspetiva assente no individualismo. Para ele, toda esta nova situação de liberdade cultural, novas ideologias, novos movimentos, faria com que as pessoas pudessem cada vez mais escolher um rumo próprio, afastando-se da ideia de uma sociedade comum, onde as ideologias seriam as mesmas para todos os indivíduos. “Nessa desarticulação e na decorrente inimizade entre a cultura e a existência reificada, a modernidade talvez esteja sozinha dentre todas as disposições societárias conhecidas.” (Bauman, 1998, p. 99).

O autor compreende que está perante uma época moderna muito distinta da qual se tinha algum dia idealizado. O próprio, fala abertamente, inúmeras vezes, que o individualismo é um dos maiores problemas existente nesta pós-modernidade, referindo a privatização de tarefas e deveres. “a recusa a ser integrado - a determinação de situar-se fora do espaço, de construir um

lugar próprio, diferente do lugar em que os outros à volta se inserem.” (Bauman, 2001, p. 370).

“Os modos de vida produzidos pela modernidade nos desvincilharam de todos os tipos tradicionais de ordem social, de uma maneira que não tem precedentes.” (Guiddens, 1991, p. 13)

Guiddens, acredita que a transformação que a sociedade viveu é única e continuará a transformar-se nesse sentido. No entanto, segundo Guiddens (1991), as civilizações tradicionais podem ter sido consideravelmente mais dinâmicas que outros sistemas pré-modernos, mas a rapidez da mudança em condições de modernidade é extrema.

Assim como o pós-modernismo trouxe transformações muito positivas e gratificantes para os indivíduos, como afirma Guiddens (1991) apoiado em algumas teorias Marxistas também esta tem um lado sombrio. O lado em que a burocracia rompia qualquer criatividade e autonomia individual. O totalitarismo e o despotismo foram conceitos temíveis por estes pensadores, pondo em questão, a degradação das sociedades.

Considerando as ideologias descritas por Bauman e Guiddens, podemos afirmar que o que preocupa os autores é o constante crescimento e transformação que o mundo e as sociedades podiam vir a sofrer com o avançar dos tempos e das mentalidades das pessoas. Sendo que para os dois autores, o individualismo não é uma escolha, é algo que surge inevitavelmente com estas mesmas mudanças. Giddens, por outro lado, tem em consideração que tanto o universo da política e da burocracia podem influenciar as pessoas de tal maneira que estas se tornem diferentes, agem de formas diferentes e que seja constante e continua toda e qualquer mudança.

No âmbito da responsabilidade social, todos estes autores apresentam reconhecidas contribuições para melhor entender as formas de pensar e as várias teorias que cada um partilhou. A responsabilidade social é parte do pós-modernismo e da ideia de podermos auxiliar novas causas e de sermos ouvidos, de dar e receber.

O conceito de dar e receber é um dos mais fundamentais no que diz respeito à Responsabilidade Social, o foco é dar o que se tem e receber na mesma medida. Dessa forma, existe um autor que me ajudou a olhar de outra perspetiva para a cooperação que fazemos para com os outros e entender que existe sempre um retorno.

Marcell Mauss lançou em 1925 a sua grande e mais destacada obra “Ensaio sobre a dádiva” onde desenvolve importantes conceitos relativos à sociologia Durkheimiana. O autor tinha um grande interesse pelos fenômenos humanos, independentemente do seu tempo e espaço.

O ensaio sobre a dádiva está inteiramente relacionado com a noção de dar e receber, da gratuidade e voluntariado. Para Mauss, um dos mais importantes e complicados conceitos é o voluntariado, o autor acredita que a aparência do voluntariado é gratuita e livre, no entanto, tem também algo de obrigatoriedade e interesse para com a outra parte, afirmando assim que esta ideia no fundo só revela formalismo, mentira social e interesse económico. “De todos esses temas muito complexos e dessa multiplicidade de coisas sociais em movimento, queremos considerar aqui apenas um dos traços, profundo, mas isolado: o caráter voluntário, por assim dizer, aparentemente livre e gratuito, e no entanto obrigatório e interessado.” (Mauss, 1925, p. 188).

Relembrando a ideia da Responsabilidade Social, que corresponde ao trabalho voluntário de pessoas e empresas que se disponibilizam a dar apoios e ajudar a causas importantes para a sociedade. No entanto, ao nível empresarial, também estes esperam receber com os contributos que fazem para determinada causa ou campanha, esperam o reconhecimento do seu nome e do seu indispensável papel no apoio às causas. Esperam compaixão das pessoas, mais clientes, fama e conseqüentemente, maiores resultados para a sua empresas e seus colaboradores. Apesar de não sentir que seja algo errado, todo o trabalho da responsabilidade social associada às empresas se aproxima da ideia que Mauss nos apresenta.

Afinal, segundo Marcel Mauss (1925), todas essas instituições exprimem unicamente apenas um fato, um regime social, uma mentalidade definida: é que tudo, alimentos, mulheres, filhos, bens, talismãs, solo, trabalho, serviços, ofícios sacerdotais e funções, é matéria de transmissão e de prestação de contas. Tudo vai e vem como se houvesse troca constante de uma matéria espiritual que compreendesse coisas e homens, entre os clãs e os indivíduos, repartidos entre as funções, os sexos e as gerações.

Em suma, estas perspetivas contribuíram para a evolução do pensamento sociológico e dos principais conceitos que integram, dos quais se destaca o da Responsabilidade Social. Embora seja um conceito que se tem vindo a reafirmar mais

recentemente, podem-se encontrar antecedentes quer nos sociólogos clássicos quer nos que marcam a contemporaneidade.

2. Responsabilidade social: conceito e perspectivas teóricas

2.1 Abordagem histórica da Responsabilidade Social

O conceito de “Responsabilidade Social” foi pela primeira vez mencionado no decorrer de várias manifestações industriais inglesas. Ainda assim, as primeiras manifestações que saíram em apoio desta ideia, tiveram início no século XX, com os contributos de Charlies Eliot (1906), Hakley (1907) e John Clark (1916).

Em 1923, Oliver Shelton, publica a obra “*The philosophy of Management*” cujo propósito seria unir a ética social com a prática da administração. Neste sentido, o autor elaborou um conjunto de medidas que fomentavam o equilíbrio entre a abordagem científica da produção e a responsabilidade social da administração.

No desenrolar deste processo, o autor destacou que a mecânica da produção era secundária no que diz respeito ao elemento humano, e assim, considerou que o conceito não era apenas direcionado à área administrativa e interna das empresas, mas sim que podia escalar para os princípios e valores considerados pela sociedade. (Benedicto, Rodrigues, & Penido, 2008)

Após a primeira Guerra Mundial, verificou-se que a indústria começava a cooperar com a comunidade, levando a um aumento de movimentos associativos, tais como, sindicatos e partidos políticos, que prometiam melhorar as condições de vida dos trabalhadores, e conseqüentemente, a melhoria da sociedade.

Em 1953, nasce a era moderna da Responsabilidade Social com a publicação da obra “*Social Responsibilities of te businessman*”, de Howard Bowen, que se questionou acerca das responsabilidades que se esperam que um homem de negócios assuma para com a sociedade.

Assim, 1960, foi o ano em que a Responsabilidade Social ganhou espaço para se transformar e crescer. Foi ainda a altura que se definiu concretamente o seu conceito, após várias abordagens de diferentes pensadores que procuraram, cada um à sua maneira, definir da melhor forma o seu conteúdo.

O autor Keith Davis num dos seus artigos definiu a Responsabilidade Social como decisões de um homem de negócios e suas conseqüentes ações que vão além do interesse económico ou técnico das empresas. “Homens de negócios reconhecem que ao administrarem uma unidade económica na sociedade, eles têm uma ampla obrigação para com a comunidade no que diz respeito aos desenvolvimentos económicos que afetam

o bem-estar público” (Davis, 1960, p. 71). O autor destacou-se pela sua ideia sobre a Responsabilidade Social e o poder dos negócios.

William Frederick, sendo igualmente um contributo para a definição do conceito de Responsabilidade Social, afirma que o homem de negócios deve ver além do sistema económico que preenche as expectativas do público. “Responsabilidade social implica uma postura em relação à sociedade e à gestão de Recursos Humanos e ter uma vontade de ver que esses mesmos recursos são usados para fins sociais e não para interesses pessoais e empresas.” (Frederick, 1960, p. 60)

Friedman suportou a ideia de que a responsabilidade social das organizações consiste em ampliar o lucro para os acionistas. “Essa responsabilidade é conduzir o negócio de acordo com os seus desejos, o que geralmente será ganhar tanto dinheiro quanto possível enquanto se conforma com as regras básicas da sociedade, tanto aquelas consagradas na lei quanto aquelas consagradas nos costumes éticos.” (Friedman, 1970, p. 17).

Para Carroll (1979) a responsabilidade social das empresas abrange as dimensões económica, legal, ética e filantrópica e as expectativas da sociedade em relação a essas organizações num dado momento. “Estas quatro categorias não são mutuamente exclusivas, nem pretendem retratar a divisão entre preocupações económicas e sociais. Ou seja, eles não são cumulativos nem aditivos. Em vez disso, eles apenas sugerem o que pode ser denominado como papel fundamental na importância da evolução.” (Carroll, 1979, p. 499 – 500). Quatro anos após esta conceção feita, o autor aposta na representação da responsabilidade social das organizações sob a forma de uma pirâmide. O facto de este tema ser algo complexo e indefinido, figuras como a pirâmide da responsabilidade social organizacional de Carroll desmistificam a temática, tornando-a simples. “Na minha opinião, a responsabilidade social organizacional envolve a condução de um negócio que seja economicamente lucrativo, cumpridor da lei, ético e socialmente favorável. Ser socialmente (...) então significa que a lucratividade e a obediência à lei são a condição primordial para discutir os temas da empresa e a extensão pela qual ela apoia a sociedade na qual existe com contribuições em dinheiro, tempo e talento. Assim, a responsabilidade social das empresas é composta por quatro partes: económica; jurídica; ética e voluntária ou filantrópica.” (Carroll, 1983, p. 604).

A abordagem estratégica dos *stakeholders* surge no decorrer dos anos 80, onde o grande impulsionador foi Freeman, com a sua obra “*Strategic Management* –

A Stakeholders Approach” em 1984. O grande objetivo desta obra traduz-se na construção de uma estrutura que respondesse às preocupações dos gestores que sofriam com as turbulências e as alterações climáticas. “As nossas teorias atuais são inconsistentes comparadas com a quantidade e os tipos de mudanças que ocorrem no ambiente empresarial. É necessária uma nova estrutura conceptual.” (Freeman, 1984, p. 5)

Para Drucker (1984) a responsabilidade social da empresa consiste na transformação de um problema social em oportunidades e benefícios, sejam eles económicos, ao nível da capacidade produtiva, da competência humana, do trabalho bem pago ou da criação de riqueza.

Em 1999 o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (WBCSD) surge como uma plataforma para as empresas responderem aos desafios da sustentabilidade que começavam a aparecer na consciência empresarial. “O BCSD Foi um grande avanço porque reuniu líderes empresariais do mais alto nível para expressar uma preocupação com a proteção ambiental, retratá-la como uma preocupação comum e quebrar o molde prevalecente de expressar a questão apenas de forma simplista e antagónica.” (Najam, 1999, p.65 – 66).

No ano 2000 foi publicada pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) um documento que enunciava um conjunto de Orientações destinado a empresas multinacionais, com o propósito de promover as normas fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre condições de trabalho e direitos dos trabalhadores, assim como, o comportamento das empresas segundo o meio onde estão inseridas.

Uma das maiores contribuições ao nível da responsabilidade social foi ainda o livro Verde criado pela Comissão Europeia (CE) com o propósito de promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Surge a atualização do conceito da responsabilidade social das empresas, onde se afirma a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas.

Fundamentando os quatro domínios da responsabilidade social organizacional (1979) e a pirâmide de responsabilidade social corporativa (1991) surge em alternativa uma nova proposta desenhada por Carrol & Schwartz (2003) que apresenta

Uma nova estrutura onde as três categorias da responsabilidade social organizacional (económica, jurídica e ética) se transformam em sete novas categorias que

resultam da sobreposição dos três domínios principais. “O novo modelo destina-se a fornecer um meio mais apropriado e teórico para categorizar atividades da responsabilidade social empresarial. Prevê-se que, como empresários consigam uma melhor reflexão sobre as ações organizacionais e onde devem ser classificadas dentro do modelo de três domínios, que seja conseguida uma melhor compreensão da relação entre negócios e sociedade e mais especificamente entre a economia, o direito e a ética possa ocorrer.” (Carrol & Schwartz, 2003, p. 525).

Em suma, a responsabilidade social consiste num comportamento socialmente responsável por parte de várias organizações e empresas, e está articulado às grandes empresas, já consideradas multinacionais, que por serem de grande dimensão têm a capacidade de manipular decisões políticas e detêm recursos uteis à sua implementação.

Posto isto, o conceito de Responsabilidade Social deu origem a novos conceitos complementares, tais como:

a) **Responsabilidade Social Corporativa**

Maioritariamente ligado a grandes empresas, cujas preocupações remetem para apreensões sociais voltadas à sua área de negócios, ou até, ao seu quadro de funcionários.

b) **Responsabilidade Social Empresarial**

Após notar que este é um conceito bastante complexo e de difícil definição, está em constante desenvolvimento e acompanha os processos de mudança, tal como vimos acontecer com as empresas no mundo. O foco deste conceito é amplo e estende-se aos stakeholders (beneficiários), tendo em atenção a qualidade de vida e o bem-estar do seu colaborador, e de igual modo, procuram reduzir os impactos negativos da sua atividade na comunidade e no meio ambiente. Tendo isto em consideração, estas empresas tendem a adotar mudanças comportamentais mais transparentes, onde persiste a ética e os valores.

Ao longo do tempo, temos notado uma mudança das empresas perante a sociedade e com ela uma maior noção da necessidade de equilíbrio, tanto social como ambiental, também as empresas encaram estas atitudes de uma forma diferente e atenta.

c) **Responsabilidade Social Ambiental**

Um dos mais recentes conceitos a ser adotado e um dos mais extensos. Remete para o compromisso das empresas com pessoas e valores, mas também para questões preocupantes relativas ao meio ambiente.

No início dos anos 60, os Estados Unidos da América, notaram um grande crescimento de movimentos da população que lutavam a favor de temas importantes como a ética e a Responsabilidade Social das Empresas. Para este movimento se começar a expandir muitos foram os fatores que contribuíram, tais como, o ódio à guerra do Vietname, que de alguma forma, se manifestou através do boicote à aquisição de produtos e serviços por parte de várias empresas ligadas ao conflito.

Como consequência, várias empresas partilharam informações sobre as suas práticas sociais e ambientais, e ainda, dentro do mesmo panorama, existiram as lutas pela igualdade de direitos, o fim da discriminação racial, a sensibilização das mulheres e a sua luta pela conquista do seu espaço no mercado de trabalho e na política, a luta por novos valores e novas atitudes e muitos outros movimentos que acabaram por impulsionar a mudança nas empresas, relativamente às suas práticas, relacionamento com funcionários, consumidores, comunidade exterior, fornecedores e meio ambiente.

Foi no início da década de 70, que o tema se destacou pela Europa fora, principalmente na França e Inglaterra, onde as empresas começaram a construir e a publicar relatórios sobre as atividades de carácter social, criando modelos e práticas, hoje conhecidos como balanço social.

Em 2001, a Comissão das Comunidades Europeias, definiu a Responsabilidade Social como a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas. “O conceito de responsabilidade social na sua definição atual é plural, no sentido em que os gestores não devem prestar contas apenas aos acionistas, mas, antes, a todos os que se relacionam com as empresas, ou para cujo negócio contribuem.” (Monteiro, 2005)

No âmbito da União Europeia, foi criado um documento que nos indica como promover um quadro europeu para a Responsabilidade Social Empresarial. Este encontra-se no Livro Verde da Comissão Europeia de 18 de Julho de 2001.

Neste livro podemos ainda encontrar uma definição mais concisa da Responsabilidade Social Empresarial. “A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma

sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. [...] Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afetadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados.” (Comissão das Comunidades Europeias, 2001)

Em Portugal o conceito de responsabilidade social está ligado a determinadas práticas que ajudam a combater os desafios económicos que o nosso país atravessa e o atraso que encaramos a nível europeu.

Esta ideia de responsabilidade social empresarial nasce indiretamente no Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (2000 - 2006) que visava a mudança das empresas, o seu vigor ao nível da qualidade dos sistemas educativos e programas de formação.

Em 2002 realizou-se em Portugal um Seminário Nacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas, onde tiveram presença, vários empresários, o governo e comunidade académica. O propósito desta reunião foi a reflexão sobre a proposta de Responsabilidade Social das Empresas da seção portuguesa do Centro Europeu das Empresas com Participação Pública e Empresas de Interesse Económico Geral (CEEP) e do Conselho Económico e Social da União Europeia.

Portugal procurou com esta reunião compreender as diretrizes enviadas pela União Europeia e de que forma poderiam ser adotadas no país, tendo em consideração a fraca industrialização em Portugal, assim como, o nível social e o cumprimento de normas, que ficariam muito longe do contexto em que estavam outros países europeus mais ricos. Deu para entender que, a Responsabilidade Social, não é um modelo único e deve ser adequada a cada país e a cada realidade. É para isso necessário, avaliar internamente a situação económica, social e política de cada país.

Atualmente, Portugal, é já bastante ativo na prática da Responsabilidade Social Empresarial, no entanto, ainda há que completar o trabalho das empresas, e em prol disso, foram criadas plataformas empresariais unicamente focadas na Responsabilidade Social Empresarial, tais como, BCSD Portugal (Conselho Empresarial para o Desenvolvimento sustentável; O GRACE (Grupo de Reflexão e apoio à Cidadania Empresarial e a Responsabilidade Social Empresarial Portugal (Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas). Generalizando, todos estes grupos associativos,

trabalham para dar destaque e apoio ao desenvolvimento da Responsabilidade Social Empresarial.

As empresas que se comprometeram com a Responsabilidade Social asseguram um crescimento mais sustentável e uma maior visibilidade e credibilidade por parte dos vários públicos.

2.2 A Responsabilidade Social das Empresas: Dimensão interna e Dimensão externa

No interior das empresas, as práticas sustentáveis impostas, estão diretamente ligadas aos trabalhadores e às questões de investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mudança. Segundo Monteiro (2005) é possível identificar um conjunto de políticas de gestão de Recursos Humanos que potenciam o bem-estar, e consequentemente, o reforço da competitividade da empresa e do desenvolvimento social.

Por outro lado, as práticas ambientais, estão relacionadas com a parte dos recursos naturais explorados no processo de produção.

A dimensão interna contempla os seguintes assuntos:

a) Gestão dos Recursos Humanos

O papel dos recursos humanos é desafiante, no que diz respeito a encontrar trabalhadores qualificados para determinados cargos. Assim, uma gestão própria e adequada a cada situação e o acompanhamento ativo dos trabalhadores, reduziu despesas nas empresas.

As medidas com maior foco são a aprendizagem ao longo da vida, a responsabilização dos trabalhadores, melhoria da informação dentro das empresas, maior equilíbrio entre a vida profissional, familiar e lazer, diversidade de recursos humanos, igualdade na remuneração, perspectivas de carreira para as mulheres e a preocupação quanto à empregabilidade e à segurança dos postos de trabalho.

A tentativa de implementar práticas de recrutamento responsáveis e não discriminatórias torna mais fácil a contratação de pessoas mais idosas, mulheres, desempregados de longa duração e pessoas em desvantagem no mercado de trabalho e desta forma, é possível ajudar a combater o desemprego e exclusão social, sendo este um dos objetivos impostos pela Estratégia Europeia de Emprego.

Por outro lado, no que diz respeito à aprendizagem ao longo da vida as empresas são fundamentais. Procuram parcerias com agentes locais que forneçam programas educativos e formações, limitando as necessidades de formação, para além de que, ajudam na transição dos jovens da escola para o mercado de trabalho. As empresas acreditam que podem transformar a vida de trabalhadores com baixo nível de

escolaridade, oferecendo a oportunidade de os qualificar, através de projetos como a aprendizagem ao longo da vida.

b) Saúde e segurança no trabalho

As empresas e organizações têm procurado, cada vez mais, usufruir dos serviços de outras empresas que promovam a saúde e segurança, e até, como elemento de marketing para a promoção dos seus próprios produtos e serviços. Assim, estas iniciativas estão incluídas na cultura de prevenção, ou seja, aumentar a saúde e segurança no trabalho.

Os critérios de saúde e segurança no trabalho têm sido incluídos nos programas de certificação e de rotulagem existentes para produtos e equipamentos. A tendência das empresas para a preocupação atenta da saúde e segurança no trabalho, fez desenvolver um sistema de gestão e de formação do contratante, no que diz respeito, à saúde e segurança no trabalho, fazendo com que uma parte da empresa se dedique à aprovação inicial de um contratante e, conseqüentemente, à melhoria contínua do processo.

c) Adaptação à mudança

Reestruturar uma empresa de forma socialmente responsável obriga a que se tenha em consideração o equilíbrio dos interesses de todas as partes interessadas que podem vir a ser afetadas com determinadas mudanças. É necessário, e para que todo o processo se desenrole de forma responsável, correta e que seja bem sucedida a mudança, a participação de todos os elementos afetados, através de informações e diálogo.

É importante para uma grande mudança, ter em atenção os riscos, uma previsão de custos (diretos e indiretos), uma estratégia e políticas alternativas, e mais importante, avaliar todos os aspetos que permitam reduzir a necessidade de despedimento.

Tem sucesso uma reestruturação empresarial quando são salvaguardados os direitos do trabalhador, quando é possível captar investimentos públicos ou privados, quando se definem procedimentos para a informação, o diálogo, a cooperação e se estabelecem parcerias.

d) Gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais

Reduzir a exploração de recursos, emissões poluentes e produção de resíduos, reduz significativamente o impacto negativo no ambiente e nas empresas. É vantajoso para as empresas, no sentido em que, as faz poupar despesas energéticas e na eliminação de resíduos, assim como, custos em matérias-primas e despoluição.

Verificou-se que as empresas que trabalham com uma exploração menos intensiva dos recursos naturais está suscetível a aumentar os seus lucros e alcançar uma competitividade reforçada.

Estes investimentos são benéficos para o ambiente e para a empresa. Para esta matéria, existe o Programa de Ação da Comunidade Europeia em Matéria de Ambiente, onde nos mostram como a União Europeia e os governos podem auxiliar estas empresas a identificar oportunidades de mercado e a fechar investimentos benéficos, para a empresa e para o ambiente.

Um dos exemplos de abordagem que permite às autoridades publicas trabalhar em conjunto com empresas é a política de produtos integrada (PPI). A PPI tem como base a ponderação dos impactos dos produtos ao longo do seu ciclo de vida envolvendo as empresas e outras partes interessadas. As empresas estão conscientes das oportunidades associadas a um melhor trabalho ambiental e procuram ser parte dessa transformação.

A **dimensão externa** do tema da Responsabilidade Social engloba a comunidade local, envolve todas as pessoas que estão ligadas indiretamente com a empresa, como, acionistas, parceiros comerciais, fornecedores, clientes, organizações não governamentais e autoridades publicas.

a) Comunidades locais

A Responsabilidade Social, para além de tudo o que o seu conceito implica, é ainda a integração de uma empresa na comunidade que a envolve. As empresas contribuem para uma comunidade, na medida em que, lhes oferece emprego, remunerações, benefícios e impostos.

Por outro lado, também a empresa necessita da comunidade, da sua salubridade, estabilidade e o desenvolvimento da mesma. Várias pequenas e médias empresas contratam clientes do meio envolvente onde estão situados e interessam-se pela disponibilidade local.

É muito importante para as empresas a sua reputação na comunidade, é um fator que contribui para a competitividade. Muitas empresas contribuem para causas locais, cedendo espaços para atividades ou formações, ações de promoção ambiental, recrutamento de pessoal vítima de exclusão social, ajuda com cuidados na infância para os filhos dos colaboradores, faz parcerias com entidades da comunidade, patrocínio de eventos sociais e culturais, donativos, e entre outras.

O facto de existir uma boa relação com a comunidade local é uma mais-valia para o capital social da empresa. As empresas têm vindo a intensificar este tipo de relações como forma de ajudar no seu crescimento e reconhecimento.

b) Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores

Os parceiros comerciais são uma grande ajuda para as empresas, é uma oportunidade para reduzir custos e aumentar a qualidade dos produtos/serviços. As grandes empresas têm as suas relações com outras empresas de menores dimensões, sejam eles, clientes, fornecedores ou concorrentes, no entanto, é importante referir que, o seu desempenho social pode ser influenciado pelas práticas dos seus parceiros ou fornecedores ao longo de todo o ciclo de produção.

O efeito que as práticas de Responsabilidade Social também podem afetar não só a empresa em si como todos os indiretamente ligados – parceiros económicos e todos os outros envolvidos. Muitas das vezes, a saúde económica destas pequenas empresas depende das grandes empresas para as quais desempenham funções.

Faz parte do papel da Responsabilidade Social, que as comunidades forneçam, de forma ética e eficiente, produtos e serviços que os consumidores procuram e precisam. As empresas constroem estas relações positivas com os clientes, e para que tudo seja correto e tenha sucesso, focam todo o seu empenho em compreender e satisfazer os clientes, através de qualidade, segurança e confiança, e assim, esperam contrariamente, obter lucros mais elevados. “Os aspetos mais relevantes relativos aos clientes prendem-se com a adoção de políticas que se centrem na sua conservação através da construção de relações duradouras baseadas na compreensão das suas expectativas e necessidades e na sua satisfação, disponibilizando bens e serviços que correspondam aos mais elevados padrões de qualidade, segurança e confiança” (Monteiro, 2005)

c) Direitos Humanos

Os direitos humanos são uma questão difícil e que nos posiciona frente a frente com impasses políticos, jurídicos e morais. As empresas procuram garantir que nenhum princípio determinado pelos direitos humanos é violado, no entanto, as empresas sentem dificuldade em entender quando algo está na sua alçada ou quando deve ser o próprio governo a reagir.

A própria União Europeia tem dificuldades em assegurar coerência entre as suas políticas de desenvolvimento, política comercial e as estratégias de expansão do setor privado nos países em desenvolvimento. Desta forma, as empresas adotam códigos de conduta que englobam as condições de trabalho, os direitos humanos e assuntos ambientais, fundamentalmente, reservados aos seus fornecedores. Introduzem estas práticas como o objetivo de melhorar a imagem da empresa e reduzem os riscos de uma reação negativa por parte dos consumidores, no entanto, estas não se sobrepõem às medidas legais impostas ao nível nacional, da União Europeia e internacional.

Os códigos de conduta devem basear-se nas convenções fundamentais reconhecidas na Declaração sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho – 1998.

É mandatário a continua avaliação nas empresas do cumprimento e aplicação dos códigos, esta avaliação segue uma série de normas e padrões estipulados, envolve autoridades públicas, sindicatos e as organizações não governamentais, fazem-no de modo a garantir a veracidade destes códigos e que de facto são levados a sério.

d) Preocupações ambientais globais

Cada vez mais somos presenteados com problemas ambientais devido a atividades ilegais praticadas por empresas e a exploração de recursos mundiais, no entanto, as empresas devem ter um papel fundamental no que diz respeito ao meio ambiente.

Muitas empresas recorrem a objetivos de responsabilidade social não só ao nível europeu como também ao nível internacional. Podem e devem adotar medidas ao nível do seu desempenho ambiental ao longo do ciclo de produção e recorrer a produtos e instrumentos de gestão europeus. Em 2007 foi lançada por parte da União Europeia, a iniciativa “Global Compact” que tem como objetivo ligar as empresas como parceiros para obter melhorias globais ao nível ambiental e social. Também a OCDE, através da “Guidelines for Multinational Enterprises” promove o

desenvolvimento sustentável, informando como as empresas podem ser sustentáveis e adquirir comportamentos saudáveis.

A discussão sobre a Responsabilidade Social e a sua operacionalização está longe do fim, é um tema em constante crescimento e transformação. As empresas rejeitam a ideia de regulamentar as práticas de Responsabilidade Social Empresarial, afirmando que, não seria benéfico para a criatividade e inovação das empresas. Ser de natureza voluntária é mais espontâneo e fiável, e conseqüentemente, é mais atrativo.

2.3 Abordagens teórico-conceituais da Responsabilidade Social

Durante os últimos anos, vários foram os autores que escreveram as suas próprias teorias sobre a Responsabilidade Social. Vou explorar e indicar alguns dos modelos mais relevantes para a história da Responsabilidade Social.

Carroll (1994) definiu a situação da Responsabilidade Social como um campo eclético com pontas soltas, algumas associações múltiplas e diferentes perspectivas. No entanto, aos olhos de outros autores, esta associação era fraca, o que levou à criação de novas teorias que pudessem completar a anterior.

Autores como Brummer (1991), Altman (1998), Frederick (1998) interligaram novos conceitos como a cidadania corporativa, a gestão de problemas, gestão, religião e ciência, às teorias existentes sobre a Responsabilidade Social. Apesar de valiosas e importantes para o progresso do tema, acabam por ser ainda limitadas, não chegando ao ponto fulcral do tema. Do mesmo modo, Garriga e Melé (2004) contribuíram para a construção de uma teoria mais completa, mapeando as zonas onde cada teoria da Responsabilidade Social Empresarial está edificada.

A economia, a política, a integração social e a ética são as principais bases na Responsabilidade Social e podem ser estudados em qualquer sistema social. A adaptação ao meio ambiente está associada aos recursos e economia e o alcance da meta encontra-se associado à cultura e aos valores. Esta hipótese oferece-nos a possibilidade de agrupar em quatro grupos as teorias criadas:

1. O grupo onde se aceita que a corporação é uma ferramenta para criar riqueza. Onde a economia prevalece e a atividade social é aceite somente se consistir em criação de riqueza. O grupo tem como nome “teorias políticas por entender a Responsabilidade Social como um meio para atingir um fim.
2. É o grupo chamado de teorias políticas. O poder social é o ponto fulcral, principalmente na relação com a sociedade. Isto leva a empresa a aceitar determinados deveres e direitos sociais e a participar na cooperação social.
3. Este grupo está relacionado com o negócio. E afirma-se que o negócio depende da sua sociedade para ter ou não crescimento e continuidade. É o chamado grupo de teorias integrativas.
4. O último grupo entende que a relação entre negócios e sociedade é cravado em valores éticos. Assim, a Responsabilidade Social Empresarial é formada por uma

base ética. As empresas devem ver a Responsabilidade Social como uma obrigação ética em primeiro lugar. Este grupo é denominado teoria das éticas de grupo.

A teoria da vantagem competitiva criada por Porter e Kramer (2002) e mencionada no artigo “The competitive advantage of corporate philanthropy” revela a crença dos autores na adoção de atividades sociais com o objetivo de estas melhorarem o contexto competitivo do mercado onde estão integradas. No entanto, no sentido de atualizar o que já tinha sido falado, os mesmos autores, apresentam quatro anos mais tarde um novo documento que contém as atividades sociais anteriormente faladas, mas desta vez, distinguidas em grupos. Segundo Porter e Kramer (2006), a estratégia está relacionada com o ato de fazer escolhas, e dessa mesma forma, se alcança também o sucesso ao nível da Responsabilidade Social de uma empresa.

Desta forma, e destacando uma outra ideia referida pelos autores, é necessário muito mais que boas intenções e uma forte liderança para fazerem um negócio sólido. É pertinente existir sempre ajustes na estrutura destas empresas, assim como, nas relações e nos incentivos. São poucas as empresas que fazem uma boa gestão das suas prioridades, de modo, a conseguirem focar a sua área de intervenção e a sua importância para a empresa.

No entender de Carroll (1991) para a que a Responsabilidade Social Empresarial fosse compreendida, criou um modelo que agregasse vários dos argumentos da Responsabilidade Social. Assim, nasceu a pirâmide da Responsabilidade Social Empresarial.

Este esquema piramidal está dividido em quatro tipos de Responsabilidades Sociais que constituem a Responsabilidade Social como um todo: económico, legal, ético e filantrópico.

Fig.1 A Pirâmide da responsabilidade social empresarial proposta por Carroll (1991)



Fonte: Carroll, A, 1991, p.10

A base da pirâmide remete-nos para a categoria das Responsabilidades Econômicas e é a partir da base que ganham forma as restantes categorias.

Primeiramente, as empresas eram uma unidade económica básica na nossa sociedade e serviam apenas para produzir bens e serviços que os consumidores necessitassem.

A ideia da motivação de lucro foi alterada de forma a ser uma ideia de lucro máximo, e assim permaneceu como um dos valores mais importantes. A Responsabilidade Legal sugere que a lei se faça valer. É exetável que as empresas cumpram com as regulamentações impostas e determinadas regras onde operam. A legislação é o meio de se distinguir entre as ações admissíveis e inadmissíveis. Segundo Freire e Sousa (2010) é importante reconhecer que o sucesso de uma empresa deve estar associado ao cumprimento das obrigações legais e fornecer bens e serviços que atendam às exigências legais.

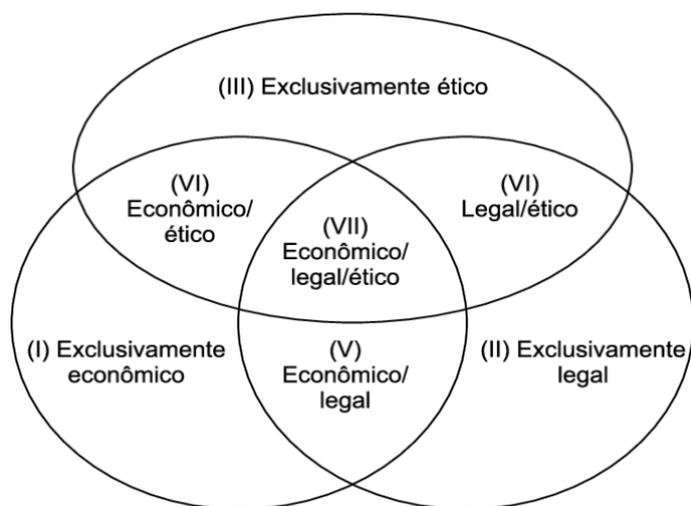
No que diz respeito à categoria da Responsabilidade ética, engloba todas as atividades e práticas que são aceites ou rejeitadas pela sociedade. Por outras palavras, é um código de conduta social que obriga a atuar de acordo com as normas, padrões e valores sociais. De acordo com Faria e Leal (2003) este aspeto vem adquirindo

maior importância, porque a tolerância da sociedade face a comportamentos não éticos é cada vez menor.

Por último, o topo da pirâmide avança com as Responsabilidades filantrópicas. É nesta fase que são avaliadas as ações e comportamentos das empresas em relação aos cidadãos. Pode avaliar-se através da preocupação das empresas em fornecer à sociedade o bem-estar de todas as pessoas, e os contributos financeiros que uma empresa faz para ajudar determinados aspetos sociais ou culturais.

O modelo desenhado por Carroll (1991) não era suficientemente claro, pelo que, nasceu um novo modelo de Responsabilidade Social que contém três domínios: económico, legal e ético. Foi elaborado por Carroll e Schwartz em 2003.

Fig.2 Modelo dos três domínios da responsabilidade social empresarial



Fonte: Schwartz, M. & Carroll, A, 2003, p.15

Se desmistificarmos cada parte deste modelo, começamos por referir que o domínio económico está ligado às atividades com impacto económico positivo na empresa, direta ou indiretamente, ou seja, o aumento de vendas, que para a empresa é uma atividade direta bastante positiva. Por outro lado, as ações que procuram elevar a moral dos colaboradores e a imagem da empresa, é um trabalho indireto, mas positivo.

O domínio legal, segundo Faria e Leal (2009) tem que ver com a recetividade da empresa às expectativas da sociedade expressas na jurisdição federal, estatal e local, ou através dos princípios legais presentes na lei. Assim é expectável que seja feito o cumprimento da lei e a antecipação da mesma. Podemos verificar que o

domínio ético remete-nos para as responsabilidades éticas das organizações. Na realidade, é o que é esperado pelas pessoas ligadas à empresa e pela população no geral.

Uma diferente teoria criada em torno da Responsabilidade Social é a dos *stakeholder*. Segundo Lyra, Gomes e Jacovine (2009) é por definição qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela realização dos objetivos dessa empresa.

Uma outra perspectiva é apresentada por Freeman et al (2010) que afirma que o termo pretende desafiar a noção de que os acionistas são o único grupo a quem a administração das empresas deve responder. São, no fundo, sujeitos ou organizações interessadas nas atividades de uma determinada empresa e que podem influenciar as mesmas. Mitchell, Agle e Wood (1997) sugerem que ao identificarem e salientarem a teoria dos stakeholder deve ser tida em consideração pelos stakeholder ocultos, pois devem ser todos compreensivos e úteis porque a sua identificação pode ajudar organizações a evitar problemas e a aumentar a sua eficácia.

Após várias análises e estudos em torno deste tema, revelou-se que os stakeholders são identificados com base em atributos: poder, legitimidade e urgência. Foram encontrados sete tipos de stakeholder. “As entidades que não possuíssem nenhum dos três atributos não seriam consideradas stakeholder e, por isso, não teriam relevância na administração da organização.” (Lyra *et al.*, 2009)

Fig.3 Os tipos de Stakeholders



Fonte: Mitchell et al, 1997, p.42

Com base na figura acima apresentada, esta tipologia categoriza os stakeholders. A forma como são classificados depende de várias combinações entre

atributos (poder, legitimidade e urgência). Assim, o resultado das combinações dá origem a sete tipos diferentes de stakeholders.

2.3.1 Tipos de Stakeholders

Adormecido – Impõe a sua vontade na empresa apesar de não possuir legitimidade e urgência, o que leva a que o seu poder e interação na empresa sejam nulos. Por outro lado, tem necessidade de chegar a um segundo atributo através do seu potencial.

Arbitrário – Detém a legitimidade, mas não influencia a empresa nem depende de urgência. “A atenção que deve ser dada a essa parte interessada diz respeito à Responsabilidade Social Corporativa, pois tende a ser mais recetiva.” (Silva et al., 2016)

Reivindicador – É um reivindicador quando o seu atributo mais importante na empresa for urgência. Reconhece o seu potencial para receber um segundo atributo, no entanto, sem poder e sem legitimidade não atrapalha a empresa.

Dominante - Usufrui da sua afluência na empresa garantida pelo poder e pela legitimidade, faz com que receba mais atenção e destaque por parte da empresa.

Perigoso – Tem poder e urgência, mas não há legitimidade. É um exemplo de stakeholder coercitivo e violento para a empresa, o que se traduz num futuro perigo.

Dependente - Obedece ao poder de outro stakeholder para chegar às suas exigências. É o exemplo de possuir urgência e legitimidade.

Definitivo - Detém poder, legitimidade e urgência. São imprescindíveis para o progresso das atividades da empresa. É o stakeholder a quem devemos dar prioridade no seu acolhimento e atenção urgente.

“O potencial para a cooperação dos stakeholders é particularmente importante porque pode levar as empresas a unir forças com outros stakeholders, de modo a resultar numa melhor gestão para o ambiente dos negócios” (Savage *et al.*, 1991)

O grau de poder que um stakeholders tem numa empresa é a forma como estes são reconhecidos pelas empresas e que podem impor as suas forças e vontades nas atividades da mesma. No entanto, é preciso existirem ferramentas que permitam distinguir os stakeholders “positivos” dos stakeholders “negativos” uma vez que, alguns detém a capacidade de levar as empresas a chegar muito longe no seu sucesso e outros podem ser um entrave e um atraso para as empresas.

É crucial para as empresas identificar os seus stakeholders e entenderem de que forma podem usufruir dos mesmos e de que forma podem unir forças e cooperar juntos.

3. As Agendas políticas das Organizações Transnacionais sobre a Responsabilidade Social

Organizações transnacionais são todas aquelas que realizam atividades e prestam serviços entre diferentes nações, apesar de estarem sediadas num determinado local. Este tipo de organizações representam um instrumento pelo qual as práticas organizacionais são transferidas e aplicadas de país para país.

Segundo Huntington (1975) estas organizações têm aspetos em comum, cada uma carece de uma burocracia centralizada e organizada hierarquicamente. Ambas desempenham um conjunto de funções relativamente limitadas, especializadas e técnicas em alguns sentidos: congregam inteligências, investem recursos financeiros, veiculam mensagens e promovem vendas.

Em último lugar, cada uma destas organizações desempenha as suas funções através de uma ou mais fronteiras internacionais.

Os governos dos países em desenvolvimento procuram aliciar o investimento das empresas transnacionais através da liberação das restrições ao investimento e pela privatização de empresas do estado. Por outro lado, as organizações transnacionais veem os países menos industrializados como algo que tem potencial para fazer crescer o seu mercado consumidor, mas também como opção produtiva em razão dos custos operacionais mais baixos e com salários reduzidos, assim como, sistemas de saúde e regulação ambiental reduzida que estes países patenteiam.

O facto de serem organizações mundiais, dá-lhes poder para comprar determinadas características de cada país e estudar a relação de custo-benefício das localidades.

3.1 Organização das Nações Unidas (ONU)

Uma das Organizações que podemos considerar neste ramo é a ONU. A organização das Nações Unidas fundada em 1945, funciona como um fórum para os seus estados-membros expressarem as suas perspetivas através da assembleia geral, do conselho de segurança e do conselho económico e social. A existência de um diálogo e mediação entre os membros fez com que a ONU se transformasse num mecanismo que oferece aos governos a possibilidade de encontrar áreas de compreensão e formas de lidar com os desafios todos juntos.

O objetivo desta organização é unir todas as nações do mundo em função da paz e do desenvolvimento de todos os países. A ONU possibilita aos países a oportunidade de procurar soluções em conjunto para os desafios existentes hoje no mundo, na medida em que, os interesses sejam preservados e a soberania nacional também.

Em 2015, a ONU definiu a Agenda 2030, composta por várias dimensões do desenvolvimento sustentável, tais como, social, económica e ambiental. Um dos grandes objetivos é também promover a paz, a justiça e instituições eficazes.

A agenda 2030 é composta por **17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável** que foram criados como um contrato entre líderes mundiais e é o que tomamos como comum entre toda a humanidade. Estes objetivos alertam para a pobreza, a fome, a saúde, a educação, a igualdade de género, água e saneamento, energias renováveis e acessíveis, trabalho digno e crescimento económico, indústria e inovação, infraestruturas, desigualdades, comunidades sustentáveis, produção e consumo sustentáveis, ambiente, proteção da vida marinha e terrestre, paz e justiça, instituições eficazes e parcerias para implementar os objetivos. A Agenda 2030 foi aprovada em 2015 e tem sido fundamental a sua abordagem pelo mundo. Com vista a ser cumprido o regulamento da Agenda 2030, foi criada uma entidade de referência ao nível da sustentabilidade empresarial em Portugal para setores públicos e privados, o BCSD – *Business Council for Sustainable Development* – a maior associação internacional a trabalhar na área da sustentabilidade com mais de 200 empresas associadas em vários países e uma rede internacional de parceiras.

Este projeto promove formações às empresas sobre como implantar determinadas medidas descritas no SDG Compass (Guia para alinhar estratégias

empresariais com os ODS) é um guia que orienta as empresas sobre como podem alinhar a sua estratégia, ao mesmo tempo que, contribuem para os objetivos de desenvolvimento sustentável. Segundo este guia, é crucial compreender o conceito da SDG Compass, definir prioridades e objetivos, integrá-los na empresa, reportar e comunicar. São estes os passos orientadores descritos no guia SDG Compass. Segundo as organizações especializadas nesta área, os objetivos de desenvolvimento sustentável são como pilares de uma sociedade moderna e equilibrada, estão capazes de gerir emprego e riqueza para um país, respeitando o ambiente e os direitos humanos.

Desta forma, a ONU foi uma das organizações mais empenhada em implementar modelos e projetos dinâmicos. Tal como referido anteriormente, o BCSD incentiva e apoia os seus membros no seu caminho para a sustentabilidade, ajudando na construção de modelos de negócio que sejam competitivos, sustentáveis e inovadores. Em Portugal, este é um dos projetos que foi implementado e continua a trabalhar para construir modelos de negócio responsáveis e eficazes, ao mesmo tempo que, contribui para a construção de políticas públicas e a sensibilização da sociedade, com vista ao desenvolvimento sustentável de Portugal.

O BCSD implementou vários outros projetos em Portugal recentemente, tais como, o Pacto de Mobilidade Empresarial para a Cidade de Lisboa, em 2019. A sua atuação foi muito positiva e levou cerca de 57 empresas e organizações a comprometerem-se com o pacto de Mobilidade para a cidade de Lisboa.

Um outro projeto promovido pelo BCSD foi o Act4nature, uma iniciativa lançada em França em 2018 que tinha a finalidade de mobilizar as empresas a proteger e restaurar a biodiversidade. As empresas, para além do seu trabalho ao nível da Responsabilidade Social, procuram estar atualizadas e é do seu interesse inovar e estarem comprometidas com projetos de natureza ambiental, pois uma vez que estas dependem de ecossistemas estáveis e resilientes, também podem surgir oportunidades de negócio para as empresas.

A ESI Europe – Energy Savings Insurance - também está a ser desenvolvido em Portugal pelo BCSD em 2018 e o grande objetivo deste projeto é criar condições para que as pequenas e médias empresas possam ser tecnologicamente eficientes e diminuam o seu risco de investimento, através da criação e da realização de um seguro de desempenho.

O ESI é um modelo inovador que permite a redução de consumo de energia, ao mesmo tempo que, melhora a performance e aumenta a sustentabilidade

ambiental das operações da empresa. Notou-se com a utilização do ESI, que o investimento feito em novos equipamentos para tornar eficiente o nível de energia gerou poupanças garantidas e protegidas.

Ainda em 2018, foi lançado um novo projeto – LIFE Volunteer Escapes – Volunteer with the European Solidarity Corps for Activities in Portugal with Ecological Sense. É um projeto com parceria do BCSD Portugal. Tem como objetivo oferecer aos voluntários capacidades que são valorizadas no mercado de trabalho e mobilizar e apoiar os voluntários na área da conservação e proteção da natureza, ao mesmo tempo que, envolvem diversos públicos. Através deste projeto foi também possível promover ações de sensibilização e de partilha de boas práticas sobre a importância da proteção e conservação do Capital Natural para as empresas e as oportunidades e benefícios resultantes.

Finalmente, apresento outro projeto ao nível ambiental, implementado em Portugal. O projeto Spurring INnovations for forest eCosystem sERvices in Europe (SINCERE) foi apresentado em 2020 e pretende contribuir para o desenvolvimento de uma política europeia coordenada para aumentar o valor para a sociedade dos serviços de ecossistemas florestais e sua provisão sustentável. Assim como tantas outras organizações, a ONU e o BCSD são a coligação que caminha ao lado das empresas para alcançar os objetivos para o Desenvolvimento Sustentável, na medida em que, acreditam que estas empresas são os pilares de uma sociedade dinâmica e atual, muito capaz de progredir ao nível da criação de novos empregos e riqueza, tendo em consideração, a natureza e os direitos humanos.

3.2 Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE)

A OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico - é uma organização internacional que trabalha com o propósito de aperfeiçoar políticas para ajudar as pessoas a terem melhores condições ambientais, culturais e de vida. Tem como objetivo moldar políticas no que toca à prosperidade, igualdade, oportunidade e bem estar das pessoas, a OCDE atua desde 1948, na busca de unir os vários países membros da Europa categorizados em democracias parlamentares. Fazem parte da OCDE 37 países membros que se comprometem com a democracia e o mercado económico, são estes considerados os países com maior renda económica e um índice de desenvolvimento humano muito alto.

Após o final da Guerra Fria (1989) o Conselho da OCDE adotou um papel adicional na democracia da Europa Central e Oriental, passando assim a cooperar na consolidação de reformas políticas de países cuja experiência ao nível da educação, cultura e ambiente eram notáveis. Segundo os dados reunidos no site oficial da OCDE, as grandes preocupações da instituição ao nível da Responsabilidade Social estão relacionadas com as fracas condições de trabalho pela Europa, a segurança dos trabalhadores, a corrupção, os direitos humanos e os impactos negativos que possam influenciar as pessoas e o nosso planeta. Assim, o Centro de conduta empresarial da OCDE foi desenhado para responder às questões ao nível da Responsabilidade Social e oferecer a máxima atenção e suporte.

O Centro de Conduta Empresarial é responsável pelas cadeias de abastecimento responsáveis, assim como, é pelas políticas governamentais para a conduta da responsabilidade social. Oferece apoio às empresas no que toca à diligência das cadeias de abastecimento globais, fornece acesso às normas de conduta social direcionadas para as empresas e procura utilizar padrões e recomendações, de forma, a moldar políticas governamentais e a auxiliar as empresas no que toca à minimização dos impactos negativos nas suas operações.

A OCDE detém um departamento próprio que trabalha na resolução de alegados abusos corporativos, sociais, ambientais, trabalhistas ou de direitos humanos. Por meio da Responsabilidade Social é assim possível que as empresas contribuam positivamente para o crescimento e desenvolvimento económico das mesmas.

O CIME (Comité sobre Investimento Internacional e Empresas Multinacionais) responsável pelas diretrizes da OCDE e temas que envolvam investimentos internacionais, apresentou em 1976 o primeiro código de conduta responsável para empresas multinacionais. De acordo com a recente publicação *“Integrating Responsible Business Conduct in Public Procurement”*(2020) partilhada pela OCDE na página oficial, os governos são os maiores procuradores de bens, serviços e trabalhos em diversas indústrias. A contratação pública tem um impacto gigante nas formas de oferta de serviços, desde a saúde à proteção ambiental. Este poder de compra capacita os governos para a promoção mais responsável da produção e do consumo de bens e serviços, o que consequentemente, promove o crescimento da sustentabilidade, garante o valor pelo dinheiro e ajuda os governos a comprometerem-se sob a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável.

A OCDE trabalha lado a lado com os governos europeus contribuindo e encorajando de forma positiva para o progresso dos empreendimentos, através da Conduta Responsável para os negócios. O objetivo deste documento seria assegurar que as empresas operassem de acordo com as políticas nacionais dos países membros da OCDE. Este documento é então um conjunto de advertências às empresas com o objetivo de promover uma conduta corporativa responsável, com um ambiente adequado para o investimento ao nível do crescimento e desenvolvimento sustentável.

É essencial que as diretrizes sobre as empresas da OCDE estejam em conformidade com a Declaração sobre Investimento Internacional e Empresas Multinacionais, uma vez que esta, representa um compromisso político que motiva a cooperação internacional e fomenta um melhor ambiente entre as empresas e a sociedade. As diretrizes definidas deste documento não são obrigatórias, pois deve depender da atuação voluntária das mesmas.

A implementação deste código de conduta responsável tem como base princípios práticos e fundamentais que devem ser aceites pelos países e empresas, nomeadamente: a transparência entre ambas as partes, relações no trabalho, meio ambiente, corrupção, relação com os consumidores, concorrência e fiscalidade.

Desta forma, as empresas devem cumprir as normas de acordo com as leis de cada país. As instituições devem colaborar com o desenvolvimento sustentável, com o respeito pelos Direitos Humanos, a saúde, segurança e higiene, os trabalhadores e consumidores, clientes e comunidade, sem que exista qualquer tipo de falha e má conduta para a empresa e restantes membros. No seguimento de se fazer cumprir todas as normas impostas pela

OCDE, os países devem decretar um Ponto de Contacto Nacional (PCN) de forma a certificar a permanência das diretrizes através da exposição de casos contra as empresas multinacionais. O Ponto de Contacto Nacional atua de acordo com quatro critérios principais, tais como, a visibilidade, a acessibilidade, a transparência e a prestação de Contas. Por sua vez, as empresas podem apresentar reclamações contra a atividade de outras empresas.

Segundo o *Annual Report on the OECD Guidelines for Multinational Enterprises 2019*, partilhado no site oficial da OCDE, é possível verificar que o contributo da Conduta Responsável criada pela OCDE tem ajudado várias empresas nas suas operações, promovendo um bom ambiente de trabalho, diminuindo os seus impactos negativos, problemas sistémicos e questões ambientais. Este relatório representa uma primeira aposta das organizações internacionais em medir os abusos e violações dos Direitos Humanos, assim como, de superar os vários desafios encarados pelas estatísticas convencionais e os métodos aplicados à complexidade nos mercados globais. Juntamente com outras entidades, tais como, UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância), OIT (Organização Internacional do Trabalho) E IOM (Organização Internacional para as Migrações) a OCDE testou uma metodologia para os indicadores económicos e ambientais, que resultou num quadro quantitativo inicial das cadeias de abastecimento, reforçando que o trabalho infantil, o trabalho forçado e o tráfico de pessoas afetam a cadeia global.

A OCDE publicou também outras brochuras: *RBC and the Sustainable Development Goals* E *The OECD-FAO Guidance for Responsible Agricultural Supply Chains: How it can help achieve the sustainable development goals*. Com o propósito de ajudar este publico, através de diretrizes de conduta responsável.

Desde 2019, a OCDE, tem desenvolvido o seu trabalho ao nível da Responsabilidade Social nas empresas com base em três pilares fundamentais: Pesquisa; análise e formulação de políticas. Esta função remete para a avaliação de práticas existentes nos países, por parte da OCDE, de forma a integrar os objetivos da Conduta Responsável nas políticas e práticas de compras publica; Partilha de conhecimento para promover a implementação, isto é, a OCDE detém uma plataforma de apoio à aprendizagem e colaboração da implementação da conduta responsável nas compras publicas.

Esta plataforma reúne profissionais, formuladores de políticas e partes interessadas em compras públicas e na conduta responsável para as empresas. Desta

forma, fornece um espaço de partilha e de soluções que resguardem e aliviem os riscos em cadeias de suplementos globais. Por fim, o terceiro ponto, está relacionado com a implementação de um guia na contratação pública de vestuário e têxteis. Este guia visa apoiar os países na implementação da abordagem da *OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct* e para *OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains in the Garment and Footwear Sector*, adaptado aos contextos de cada um dos contratos públicos.

3.3 União Europeia

A Comissão Europeia definiu a responsabilidade social como “o conceito pelo qual as empresas integram as preocupações sociais e ambientais nas suas operações comerciais e na sua interação com os seus stakeholder de forma voluntária.” (Comissão europeia, 2011, p.3)

A responsabilidade social organizacional remete-nos para a atitude das empresas que vão além das suas obrigações legais para com a sociedade e o meio ambiente. Determinadas medidas de controlo criam um ambiente mais propício para que as empresas cumpram voluntariamente a sua parte em função da responsabilidade social.

A União Europeia, cujos principais objetivos são promover a paz e o bem-estar dos cidadãos, garantir a liberdade de todas as pessoas, a sua segurança e justiça, favorecer o desenvolvimento sustentável ao nível de um crescimento económico equilibrado, a estabilidade dos preços, uma economia de mercado competitiva, o emprego, o progresso social e proteção do ambiente, tem um papel fundamental no apoio e incentivo às empresas no que toca a conduzir os seus negócios de forma responsável. Esta organização é principalmente focada na economia e política, ainda que hoje em dia, aborde temas como o ambiente, a saúde, a segurança, a justiça e a migração. Foi reconhecido o seu mérito e esforço em prol da paz, da reconciliação, da democracia e dos Direitos Humanos na Europa, através da atribuição de um Prémio Nobel da Paz em 2012. São também responsabilidades desta organização a exclusão social e discriminação, a promoção do progresso científico e tecnológico, a coesão económica, social e territorial, a solidariedade entre países, a diversidade cultural e a união económica e monetária. Os valores associados à organização são a dignidade do ser humanos, a liberdade, a democracia, igualdade, estado de direito e os direitos humanos.

Para as empresas, a responsabilidade social oferece benefícios ao nível da gestão de risco, economia de custos, acesso ao capital, relação com o cliente, a gestão dos recursos humanos, a sustentabilidade das operações, a capacidade de inovar e, porventura, o lucro. No que toca à economia da União Europeia, a responsabilidade social implementa nas empresas uma dinâmica mais sustentável e inovadora, o que contribui para uma economia mais sustentável. Já ao nível da sociedade, a responsabilidade social oferece um conjunto de valores nos quais podemos criar uma sociedade mais coesa e um sistema económico sustentável.

Segundo a legislação da União Europeia em matéria de empresas e indústria, retirada do site oficial da União Europeia, as empresas são uma peça fundamental para o emprego e crescimento na sequência da crise económica de 2008, assim, a União Europeia resolve criar um ambiente que promova a iniciativa, o empreendedorismo e a cooperação, de forma a maximizar o seu potencial. No âmbito da Estratégia Europa 2020, a União Europeia reorganizou a sua política com o propósito de garantir uma base industrial segura e diversificada, que fosse verdadeiramente eficiente ao nível dos recursos e competitividade que fizesse face aos desafios impostos pelo mercado global. A comprovar o desempenho e cuidado por parte da União Europeia para com as indústrias e empresas invoco o artigo 173.º inserido no Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia, e consequentemente partilhado no Jornal Oficial da União Europeia, “A União e os Estados-Membros zelarão por que sejam asseguradas as condições necessárias ao desenvolvimento da capacidade concorrencial da indústria da União.” (2016)

Para o efeito, os objetivos da União Europeia para com os mercados abertos e concorrenciais, passam por acelerar a adaptação da indústria às alterações estruturais; incentivar um ambiente estável à iniciativa e desenvolvimento de empresas que façam parte da União Europeia, sejam estas pequenas ou médias empresas; incentivar a positividade na cooperação entre empresas e promover uma agradável exploração do potencial industrial das políticas de inovação, de investigação e desenvolvimento tecnológico.

A Comissão Europeia promove a responsabilidade social e incentiva as empresas a apoiarem as diretrizes e princípios internacionais, nomeadamente, a estratégia que tendo sido renovada em 2011, continua a ser a forma de enfatizar a importância e aumentar a visibilidade da responsabilidade social e disseminar as boas práticas. “Na estratégia Europa 2020, a comissão comprometeu-se a renovar a estratégia da união europeia para promover a responsabilidade social das empresas (...) A comissão afirmou que apresentaria uma nova proposta de política em matéria de responsabilidade social empresarial no ato para o mercado único, afirmou que iria adotar uma nova comunicação sobre responsabilidade social até ao final de 2011.” (Comissão europeia, 2011, p.4). O modelo de gestão da responsabilidade social abrange ainda normas e certificações que garantem a gestão estratégica da responsabilidade social das empresas. Estas normas regem-se através da transparência, dos valores éticos, do diálogo e do envolvimento das partes interessadas, enquanto, preservam uma boa relação entre organizações e a

sociedade. As normas SA 8000 (Social Accountability, SAI), NP 4469 (Sistema de Gestão de responsabilidade social) e a ISSO 26000 (Norma Internacional de Responsabilidade Social). São estas as três principais normas da responsabilidade social em Portugal.

No que diz respeito à atuação de cada uma, a norma SA 8000 – Social Accountability (1989), é uma norma de Sistema de Gestão com certificação internacional que procura motivar as empresas a desenvolver, preservar e aplicar práticas socialmente responsáveis. Tem como base as normas internacionais dos direitos humanos, nas leis da Organização Internacional do Trabalho e na UM Convenção dos Direitos das Crianças e tem como principal função proteger e habilitar os colaboradores das organizações. A norma é acessível a todas as organizações, independentemente da sua dimensão, setor de indústria ou localização. Aborda temas como o trabalho infantil e forçado, saúde, segurança, discriminação, horas de trabalho e sistema de gestão.

Quanto à NP 4469 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social, é uma norma anteriormente editada pelo Instituto Português da Qualidade (IPQ) e coordenada pelo Organismo de Normalização Sectorial (ONS) e pela Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE). A norma é certificada e foi elaborada em conformidade com a norma ISO 26000 e foi criada com base na necessidade de cada país ter respostas adaptadas a sua realidade interna, identificando as ferramentas precisas à definição e implementação da responsabilidade social. Esta norma tem os mesmos princípios das normas internacionais da responsabilidade social, quer isto dizer que, procura motivar e conduzir as empresas para uma atuação socialmente responsável, no que toca, aos desafios do desenvolvimento sustentável e pode aplicar-se a toda e qualquer organização, tendo em conta as condições geográficas, culturais e sociais, onde é possível a adaptação. A ISO 26000 – Norma Internacional da Responsabilidade Social foi criada por um grupo de trabalho de responsabilidade social da ISO, através do processo multi-stakeholder onde se reuniram mais de 90 países, representados por estudiosos da área. Cada um destes estudiosos foram divididos em grupos diferentes e de forma a garantir o rigor e eficácia, tiveram em atenção a igualdade de género e o equilíbrio necessário entre países em desenvolvimento e desenvolvidos. O foco da norma 26000 é o apoio às organizações no que toca à sua contribuição para o desenvolvimento sustentável, assim, foi necessário estabelecer um conjunto de orientações ao nível económico, social, ambiental, jurídico e organizacional, que procuram abranger outras ferramentas e atividades relacionadas com a responsabilidade social. Por outro lado, esta norma não é certificada, é considerada uma

linha orientadora e foi criada para orientar tanto as empresas que estão pela primeira vez a implementar a estratégia de responsabilidade social, como para as empresas que já estão algo experientes na responsabilidade social. Posto isto, esta normal promete às empresas uma atuação no mercado em conformidade com os princípios da responsabilidade social e da sustentabilidade. A normal ISO 26000 é considerada a base para as 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).

Inúmeros projetos da União Europeia auxiliam as pequenas e médias empresas (PME) a adquirir financiamentos, a terem acesso a mercados, a serem empreendedoras e a conquistarem um crescimento positivo. É através da *EASME* (*Executive Agency for SMEs*) agência para pequenas e médias empresas desenhada pela Comissão Europeia para gerir os programas europeus no campo das pequenas e médias empresas ajudando ao nível do apoio e inovação, ambiente, ações climáticas e energia.

Veja-se que, ainda em 2015, a Responsabilidade Social Corporativa Europeia com o apoio da comissão de suporte, deram origem ao European Pact for Youth – como forma de enaltecer os jovens no mercado de trabalho e nas empresas, praticar a inclusão de novos membros e recorrer às parcerias, que já se tinha provado ser uma medida com resultados positivos.

A Agenda 2030, Agenda Global para o Desenvolvimento, tem vindo a ser também uma forte orientação no âmbito da União Europeia, no que toca ao desenvolvimento sustentável e à sua urgência, os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável implementados constituem um novo paradigma mundial, prometendo erradicar a pobreza e conseguir atingir um desenvolvimento sustentável até 2030 em todo o mundo. São metas definidas e sucintas para os próximos 9 anos, comprometendo-se a manter o equilíbrio entre as três dimensões do desenvolvimento sustentável: económica; social e ambiental, particularmente, na dignidade humanos, estabilidade, saúde, justiça e resiliência e prosperidade económica. A União Europeia uniu esforços para com o desenvolvimento sustentável ao assumir uma liderança na execução da Agenda 2030 das Nações Unidas. Em 2016 a Comissão Europeia mostrou uma nova abordagem estratégica que visasse a aplicação da Agenda 2030 da ONU, concretamente, os seus objetivos de desenvolvimento sustentável.

Numa interessante comunicação ao Parlamento Europeu e respetivos conselhos, publicada no dia 22 de Novembro de 2016, com o propósito de dar a conhecer

as “Próximas etapas para um futuro europeu sustentável – Ação europeia para a sustentabilidade” foi referido por parte da Comissão Europeia “Desde a crise económica e financeira mundial, a UE sofre de uma elevada taxa de desemprego, um défice de investimento e falta de competitividade. A pobreza e as desigualdades continuam a ser motivo de preocupação. O modelo social europeu não será sustentável no futuro se o crescimento se mantiver ao nível atual.” (2016).

Dado o desabafo da Comissão Europeia, é notório que a principal prioridade nos tempos que correm continua a ser a ação de estimular o emprego, o crescimento e investimento tanto das pessoas como das empresas. É crucial o trabalho desta e outras instituições ao nível da Responsabilidade Social e da sustentabilidade, como forma de aumentar os empregos sustentáveis, que consequentemente irão gerar mais e melhores oportunidades para as gerações futuras, e desta forma, melhorar os resultados sociais ao nível da redução da pobreza e desigualdades. Só assim será possível e eficaz manter a competitividade da Europa na economia mundial, enquanto se mantém um estilo de vida europeu habitual.

A Agenda 2030 consegue antever o seguimento e fazer uma revisão ao nível nacional, regional e mundial. A União Europeia e os Estados-Membros atuam de forma ativa na otimização dos progressos registados para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, garantir a responsabilidade perante os cidadãos e de ter a certeza que nenhuma pessoa é deixada para trás. A Agenda inclui 17 objetivos e 169 metas, ainda assim, a Comissão de Estatística da ONU em 2016, autorizou um quadro com 230 indicadores, definidos como ponto de partida prático que trabalhasse a monitorização global. Outro papel relevante da Agenda 2030 é a possibilidade de acompanhamento ao nível das regiões da ONU “No que se refere ao acompanhamento da região da Comissão Económica das Nações Unidas para a Europa (UNECE), está a ser preparado um roteiro para orientar o trabalho nos países membros da UNECE sobre estatísticas relativas a objetivos de desenvolvimento sustentável.” (2016)

No que diz respeito ao acompanhamento a nível nacional, os Estados-Membros são convocados pela Organização das Nações Unidas a desenhar estratégias e procedimentos que auxiliem na avaliação dos progressos verificados e na laboração de relatórios que exponham a mesma avaliação feita anteriormente.

Posto isto, estas três organizações são consideradas as maiores e mais disponíveis no apoio a diversos projetos de âmbito social. Apesar do seu fundo ser idêntico entre elas, existem algumas diferenças. Podemos salientar que, tanto a ONU

como a União Europeia evidenciam as temáticas mais sociais e comunitárias, na medida em que, a sua principal função é a de ajudar outras pessoas e instituições a elevar os seus projetos e planos no âmbito da educação, respeito dos direitos humanos, indústria e empreendedorismo.

É possível concluir que, ao longo dos anos, foram duas organizações cruciais para o andamento de vários projetos europeus importantes, sem esta ajuda, dificilmente seria possível chegar tão longe e a tantas pessoas. No que diz respeito à OCDE, o seu principal foco é económico e político, ainda que haja outros temas relevantes a serem tratados na instituição. Desta forma, todo o seu trabalho estatístico e de pesquisa recai sobre as políticas e economias dos países envolvidos na instituição.

São três organizações que se completam e conseguem alcançar feitos muito importantes e dinâmicos, atrevo-me a dizer até, que se completam os três de uma forma muito peculiar. É interessante conseguir conjugar os diferentes trabalhos e atuações das instituições, sendo necessário entender que o trabalho de ambas é imprescindível. Ao nível da Responsabilidade Social, o trabalho destas organizações é árduo e conseguem alcançar resultados bastante satisfatórios. São fundamentais para a ação da Responsabilidade Social através do trabalho, da inovação e dinamismo, no que toca a projetos e elementos educativos para as comunidades, estas instituições trabalham para que a inclusão seja real e consiga chegar a todos.

É importante entender que estes projetos chegam até nós de uma forma muito fácil e prática, nos dias que correm, a internet tem o poder de nos fazer chegar a informação com uma velocidade impressionante, o mesmo acontece neste caso, estes projetos ganharam muito mais dinamismo, seguidores e resultados, graças à divulgação online que nos possibilita conhecer, estudar e aderir a projetos tão gratificantes.

4. A percepção dos Europeus sobre a Responsabilidade Social

Nos últimos anos, a Responsabilidade Social e os diversos conceitos relacionados, têm revelado uma capacidade de adaptação aos múltiplos desafios que se têm vindo a colocar nos diferentes contextos. Muitas têm sido as empresas que trabalharam para controlar os seus impactos e que lutaram para que a Responsabilidade Social e ambiental fossem parte da missão das suas empresas. Hoje em dia, notamos uma maior informação e poder por parte dos consumidores e clientes, no que toca ao escolherem as empresas e os serviços em concordância com a missão e os valores das empresas.

A União Europeia e os seus estados-membros têm vindo a oferecer apoio e a promover ações relacionadas com a responsabilidade social empresarial e os direitos humanos pela Europa. Além de que tem vindo a trabalhar cada vez mais os temas da sustentabilidade, tal como se encontra na última Agenda Global para o Desenvolvimento: Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável.

Em 2015 foi adotada a Agenda 2030, marco importante para a União Europeia e a sua luta a favor do desenvolvimento sustentável. No entanto, como resposta à Agenda 2030, foi aprovado em Junho de 2017, o consenso europeu sobre a o desenvolvimento, que consiste na partilha de uma perspetiva e estrutura comum para a ação na cooperação para o desenvolvimento na Europa e nos estados-membros. Este consenso tem como base 5 variáveis descritas na Agenda 2030: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parceria. Conceitos estes que fortaleceram a integração da Responsabilidade Social na empresa e no trabalho dos colaboradores. Deste modo, a Europa procurou agir a favor do respeito e proteção dos direitos humanos, através da oferta de resposta às vítimas quando fossem infringidas as normas, assim como, encorajou as empresas a tomar as suas próprias medidas, no que diz respeito à proteção dos direitos humanos.

A Responsabilidade Social e todos os conceitos que cresceram em torno da mesma, foram bastante trabalhados pela União Europeia, Em 2017, foi possível apurar os resultados deste projeto jovem e feitas as contas, foram criadas 24,000 parceiras com base na educação empresarial e 162,000 novos estágios de trabalho. Empresas como a Google e a Samsung foram pioneiras nesta área.

Ao nível ambiental, também a Europa se distinguiu ao apoiar as empresas com boas práticas relativas ao meio ambiente. O EU Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) adequa-se a qualquer tipo de empresa que procura e melhorar a sua atuação para com o meio ambiente. A comissão responsável pelo projeto desenhou métodos para calcular a performance das empresas no que diz respeito ao desenvolvimento sustentável e assim recomendar as mesmas às populações, como forma de provar que estas empresas também atuam ao nível ambiental, o que por sua vez, provoca nos consumidores um sentimento de maior confiança nos produtos e serviços prestados. O Objetivo deste programa é chegar a um maior número de empresas e diferentes setores. Uma vez que estes temas começavam a alastrar pelos países Europeus e estavam visíveis os resultados positivos, tanto para as empresas como para as pessoas envolvidas, a União Europeia definiu um novo objetivo: chegar a todo o mundo promovendo a Responsabilidade Social nas empresas e o respeito pelos direitos humanos, através de ações que erradicassem e prevenissem a exploração infantil e o trabalho forçado, definir um plano para os setores privados, de forma a alcançarem um crescimento sustentável e inclusivo nos países em desenvolvimento, e finalmente, desenhar programas específicos para promover a Responsabilidade Social nas empresas e negócios, os direitos humanos por todo o mundo e definir novas condições e direitos no trabalho nos países em desenvolvimento.

Desta forma, a Europa contribuiu para que fossem realizadas parcerias de combate ao trabalho infantil através de práticas de Responsabilidade Social em Bangladesh. A Responsabilidade Social transformou drasticamente a forma de trabalhar de várias empresas, as suas perspetivas sobre o trabalho dos colaboradores, clientes, fornecedores, sociedade e foi possível a partir daqui modificar seguramente os objetivos e resultados que as empresas conseguiram após a adoção de comportamentos socialmente responsáveis.

Foram produzidos dois documentos guia para pequenas e médias empresas sobre Responsabilidade Social nas empresas e direitos humanos. Em 2012 nasce o primeiro evento para pequenas e medias empresas, sendo que, no ano seguinte foi publicado o guia que ajudaria as pequenas médias empresas a adotarem práticas de Responsabilidade Social.

Nos dias que correm, é possível até participar nos CSR Awards – Corporate Social Responsible Awards, ou seja, uma gala onde todas as empresas estão destacadas pelo seu empenho, dedicação e trabalho ao nível da Responsabilidade Social

e do impacto que as suas ações têm na sociedade, no planeta e na economia. É vencedora a empresa que mais visibilidade conseguiu por parte de outras empresas, clientes, colaboradores, direção e outros países. Neste caso, essa empresa é reconhecida e o seu destaque fará com que mais clientes se fidelizem com a mesma, que mais alcance tenha e que os resultados sejam cada vez maiores e melhores. Podemos afirmar que as empresas são cada vez mais uma influência para a nossa sociedade em variados aspetos, sejam eles, ambientais, humanos, económicos ou sociais.

Foi feito um estudo, através da metodologia de inquérito por questionário sobre como as empresas influenciam a nossa sociedade, do ponto de vista dos cidadãos. Foram várias perguntas interessantes e relacionadas com o tema no geral. Este estudo recolheu dados de todos os países da Europa, por grupos de países e tendências.

Na impossibilidade de estudar todas as variáveis relativas à opinião de cidadãos Europeus, conduzi o meu foco para a variável que estuda especificamente cada país, onde recolhi dados relativos a Portugal apenas, e quanto à escolha de uma outra variável em estudo, selecionei a que trata a Europa por grupos de países, de modo a conseguir uma visão mais ampla e equilibrada dos dados.

Os grupos de países estão divididos segundo a ordem de entrada na União Europeia como podemos verificar nos documentos que se seguem. Assim, estão distinguidos da seguinte forma:

EU6: Bélgica; Alemanha; França; Itália; Luxemburgo; Holanda

EU9: Dinamarca; Irlanda; Reino Unido

EU10: Grécia

EU12: Portugal; Espanha

EU15: Áustria; Finlândia; Suécia

EU25: Eslovénia; Eslováquia; República Checa; Chipre; Estónia; Letónia; Malta; Polónia; Lituânia; Hungria

Desta forma, procuro dar a conhecer as diferentes perspetivas de cada grupo de países, e em específico de Portugal. Quanto às questões inseridas nos inquéritos, selecionei as 5 mais importantes e relevantes para o desenvolvimento do trabalho. Os resultados e a minha análise dos mesmos serão apresentados como de seguida se apresenta.

4.1 Bases de Dados Europeias

4.1.2 Euro barómetro

O Euro barómetro ou European Union Open Data Portal (ODP) foi criado em 2012 na sequência da decisão da Comissão Europeia 2011/833 que dita a reutilização de documentos da comissão. Este portal oferece acesso a uma variada coleção de base de dados de instituições da União Europeia e outros órgãos da UE. O fornecimento do acesso prático e facilitado, de forma gratuita, promete elevar os dados dando-lhes o merecido uso inovador e, conseqüentemente, desbloqueia o seu potencial económico. A plataforma também auxilia outras instituições e organismos da União Europeia a serem mais abertos e responsáveis.

Todas as instituições pertencentes à UE estão livres de publicar as suas bases de dados sempre que possível, o que significa que qualquer documento pode ser utilizado e descarregado sem que existam restrições de direitos autorais. O portal do Euro barómetro é ainda um instrumento bastante benéfico, na medida em que, permite que o público em geral consulte informações estatísticas ao nível do desenvolvimento económico da União Europeia; na transparência das instituições da União Europeia.

Os dados apresentados na plataforma abrangem: informação geográfica e geopolítica; financeira; resultados eleitorais; atos legais; dados sobre crime; saúde; meio ambiente; transporte e pesquisa científica. Todos os dados anteriormente mencionados estão disponíveis gratuitamente. São dados que podem ser reutilizados tanto em bases de dados como em relatórios.

Existe uma grande aposta nos formatos digitais, desta forma, é possível encontrar todos estes documentos e trabalhos nas plataformas oficiais das instituições da União Europeia e outros órgãos da União Europeia. O site é coordenado por uma pequena equipa internacional do serviço de publicações da União Europeia no Luxemburgo, através de uma associação com os provedores de dados para padronizar os dados e mantê-los mais facilmente disponíveis e acessíveis a todas as pessoas, o objetivo de ambas as partes é fornecer o maior perfil possível aos dados inseridos na página. O portal é atualizado e trabalhado constantemente de forma a facilitar o acesso e continuar a manter os indivíduos interessados.

4.2 Análise dos resultados

O estudo que vou apresentar de seguida foi elaborado em 2012, nos meses de Outubro e Novembro com objetivo de inquirir os cidadãos europeus sobre a influência que as empresas têm na sociedade. Este estudo permitiu principalmente avaliar a sua perceção do nível de interesse e informação sobre o que as empresas fazem para se comportarem com Responsabilidade perante a sociedade, assim como, compreender a visão e esforço das empresas de diferentes tamanhos e setores relativamente aos seus comportamentos socialmente responsáveis e as influências gerais, positivas e negativas, que afetam as comunidades. É crucial para a investigação compreender quem deve assumir a liderança para Influenciar as empresas a tornarem os seus comportamentos mais responsáveis para com a sociedade.

É possível instituições da União Europeia e outros órgãos da UE apurar com a aplicação do inquérito que os diferentes países pertencentes à União Europeia demonstram diferentes interesses e opiniões em relação aos comportamentos adotados pelas empresas e consecutivamente, pelos resultados observados pelas mesmas após a imposição das mudanças. Este estudo foi aplicado aos 27 estados-membros pertencentes à União Europeia, onde 32,000 pessoas responderam via telefónica aos inquéritos apresentados.

Ao nível metodológico, foi utilizada a técnica de inquéritos por questionário do Euro barómetro efetuado pela Direção-Geral da Comunicação, uma vez que, a maioria dos Europeus demonstrou, de acordo com o estudo realizado, que a Influência das empresas na sociedade tem vindo a ser cada vez mais avaliada como positiva, é necessário sublinhar a importância deste tipo de estudos para que possam ser comprovados e analisados os resultados face aos diferentes anos e diversos países, a forma como interagem e atuam com as suas comunidades, tanto interna como externa, e consequentemente os resultados alcançados. Decidi analisar concretamente os dados sobre Portugal, a fim de comparar este com os restantes países da União Europeia e por grupos de países, o que me possibilitou recolher os dados em percentagens sobre cada grupo, como mencionei anteriormente quais os países correspondentes a cada grupo.

Para a Comissão Europeia o mais importante desta iniciativa é a publicação do Livro Verde “Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade

Social das Empresas”, que intensifica a base voluntária e atenta para a carência das contribuições a favor de uma sociedade mais justa e um planeta mais verde. Este inquérito permitiu ainda alertar para a desinformação existente ao nível da Responsabilidade Social e a sua ineficiente divulgação. Não está terminada a importantíssima jornada da Responsabilidade Social pelo mundo fora, numa situação como a que nos encontramos atualmente, mais do que nunca, as empresas oferecem os seus serviços e apoio às comunidades e instituições mais carenciadas, através de projetos solidários que levem as pessoas a unirem forças e a ajudar o próximo, é de notar que, tanto da parte das empresas como das populações, cresce um sentimento de bem-estar e satisfação por serem parte de projetos solidários. De acordo com os dados recolhidos no Euro barómetro relativamente a perspectiva dos Europeus sob a Responsabilidade Social, estes estão representados em forma de perguntas cujo intuito é perceber o nível de conhecimento da população europeia sobre a Responsabilidade Social.

Os dados estão divididos em diversos volumes, sendo que, apenas investiguei e estudei o volume A e o volume AA, cuja informação remetia para Portugal (volume A) e grupos de países pertencentes à União Europeia (volume AA). Cada volume contém 32 questões e possíveis opções de resposta, das quais selecionei apenas 6 questões para trabalhar. As questões que escolhi são as que maior pertinência apresentam tendo em conta o tema em estudo e as conclusões que procuro apresentar, permitem entender de que forma estão os Europeus informados sobre a Responsabilidade Social, o seu interesse pelo tema, a sua perceção sobre a influência positiva ou negativa da Responsabilidade Social para com as comunidades, o aumento dos salários tendo em conta as ações socialmente responsáveis por parte das empresas, e finalmente, tendo em conta o tipo de empresa, se estas se esforçam e trabalham para aplicar e trabalhar ao nível da Responsabilidade Social.

Voltando à questão do estudo do inquérito aplicado nos países pertencentes à União Europeia, os dados recolhidos estão dispostos em tabelas e gráficos, sendo que, cada coluna pertence a um grupo de países, excluindo uma das colunas, que está referente apenas a Portugal para termos comparativos e as linhas correspondem às opções de resposta apresentadas em cada questão.

- **Questão n°1:** Sentes-te muito bem informado, bastante informado, não muito informado ou não informado sobre o que as empresas fazem para se comportarem com Responsabilidade perante a sociedade?

A primeira questão selecionada remete-nos para a forma como estão informadas as populações acerca do que as empresas praticam de forma a adequar os seus comportamentos aos termos da Responsabilidade Social. Na tabela apresentada estão inseridas as respostas dos europeus à questão nº1.

Tabela nº 1: Grau de informação dos europeus sobre o comportamento empresarial face à Responsabilidade Social perante a sociedade

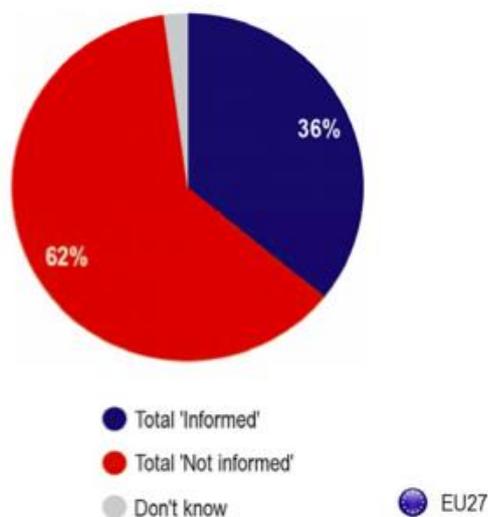
	Portugal	EU 6	EU 9	EU 10	EU 12	EU 15	EU 25	EU 27
Muito bem informado	2%	5%	5%	5%	5%	6%	5%	5%
Bastante informado	41%	32%	33%	33%	31%	31%	31%	31%
Não muito informado	43%	46%	46%	45%	46%	45%	46%	46%
Não informado	12%	15%	14%	15%	16%	16%	16%	16%

Fonte: Dados recolhidos pelo Euro barómetro
https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S1036_363/resource/3f076ce0-6f09-41fc-838c-a9e17b2a566a

É de notar que Portugal é um dos países com um número considerável de pessoas informadas quanto ao trabalho das empresas ao nível da responsabilidade social (41%). Por outro lado, é o que detém uma das mais baixas percentagens relativamente à não informação por parte da sociedade sobre a responsabilidade que as empresas têm perante a sociedade (12%). Ainda que estejamos informados sobre a atuação das empresas ao nível da Responsabilidade Social, considero que existem falhas por parte das mesmas empresas no que diz respeito à divulgação de informação, atividades e ações que possam dar a conhecer as práticas e causas exercidas pelas mesmas.

Como podemos comprovar, de acordo com o gráfico nº1, no que toca aos países que representam a União Europeia, 62% corresponde a pessoas não informadas sobre o comportamento socialmente responsável das empresas e 36% equivale às pessoas que se sentem informadas sobre o tema.

Gráfico nº1: Total de pessoas informadas/não, informadas sobre o comportamento socialmente responsável das empresas perante a sociedade.



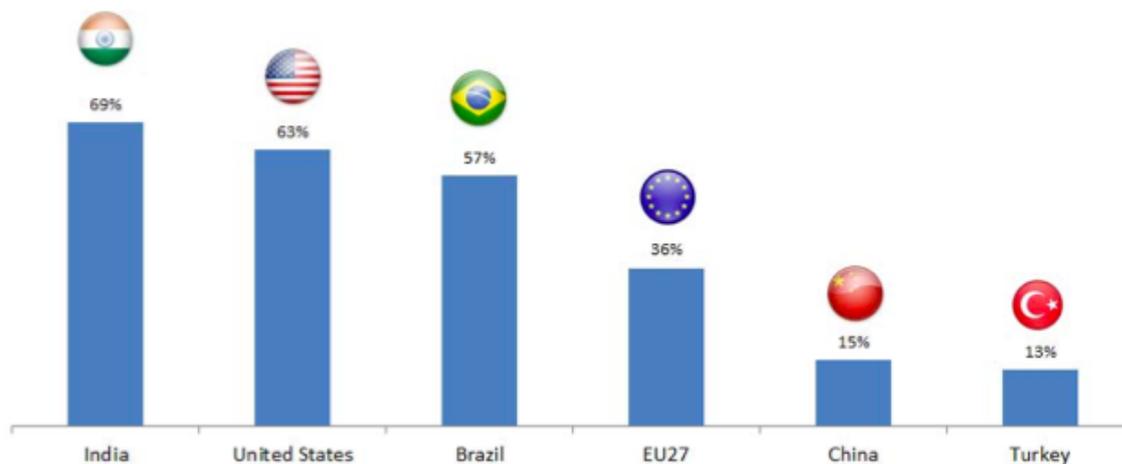
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.9

Comparativamente aos restantes grupos de países da Europa, podemos afirmar que a Finlândia, Áustria e Suécia são o grupo de países com maior alcance de pessoas muito bem informadas (7%) e bastante informadas (43%). Este resultado é previsível, uma vez que estes países nórdicos, Finlândia, Suécia e a Áustria, procuram obter com o trabalho ao nível de práticas de Responsabilidade Social e a sua constante divulgação pelo mundo, resultados e uma imagem distinta no que toca ao assunto da Responsabilidade Social.

Durante a situação pandémica, os esforços para manter a estabilidade nas empresas e o papel da Responsabilidade Social, estes países, distribuíram produtos hospitalares, medidas de apoio a pequenos produtores rurais e oferta de máscaras. Inevitavelmente, todas as comunidades do país, continuam no mesmo caminho, através de parcerias e projetos de apoio. Se quisermos comparar os resultados obtidos neste estudo por parte dos países europeus com países não pertencentes à União Europeia, é de notar que a Índia é o país que se diz mais bem informado sobre o que as empresas praticam ao nível da Responsabilidade Social (69%). De seguida encontramos os Estados Unidos com uma percentagem de 63% e o Brasil com 57%.

Estes resultados são consideravelmente mais altos do que os obtidos pela União Europeia, no entanto, ainda contamos com um choque gigante no que toca à China e Turquia, onde apenas 15% e 13% dizem sentir-se informados.

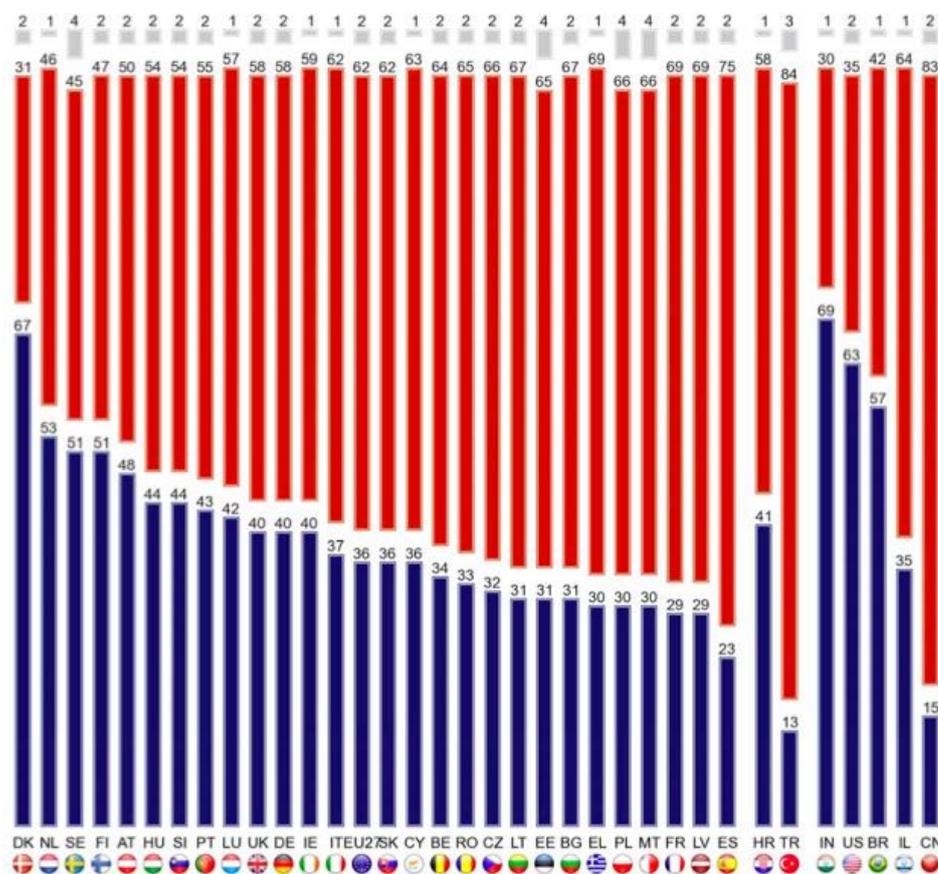
Gráfico n.º2: Nível de informação sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.10

Se fizermos uma análise país por país conseguimos apurar que os dados variam. Países como Dinamarca (67%), países baixos (53%), Finlândia e Suécia, ambos com uma percentagem de 51%, contrastam notoriamente com Espanha (23%), Latvia e França com 29% da população a afirmarem sentir-se informadas por parte das empresas sobre o seu comportamento socialmente responsável.

Gráfico n°3: Nível de informação sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade por países.



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.11

Feita uma análise com base em dados sociodemográficos, é possível verificar que aqueles que disseram sentir-se informados sobre o comportamento das empresas perante a sociedade, a maioria são: Homens (41%); com idades acima de 55+ (39%); tenham completado a sua educação com 20+ (40%); trabalhadores por conta própria (38%); dizem estar interessados no comportamento socialmente responsável das empresas perante a sociedade (40%).

Por outro lado, as cuja resposta foi negativa, não se sentindo informados sobre o comportamento socialmente responsável das empresas para com a sociedade são na sua maioria: Mulheres (67%); idades entre os 15-24 (67%); tenham completado a sua educação previa até aos 16 anos (66%) e as pessoas que afirmam não se sentirem interessadas no comportamento das empresas para com a sociedade (74%).

Tabela nº2: Nível de informação sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade por países segundo a idade e o sexo)

	Total 'Informed'	Total 'Not informed'	Don't Know
EU27	36%	62%	2%
Sex			
Male	41%	57%	2%
Female	31%	67%	2%
Age			
15-24	32%	67%	1%
25-39	35%	64%	1%
40-54	36%	62%	2%
55 +	39%	58%	3%
Education (End of)			
15-	31%	66%	3%
16-19	35%	63%	2%
20+	40%	58%	2%
Still studying	31%	68%	1%
Respondent occupation scale			
Self-employed	48%	50%	2%
Employee	37%	61%	2%
Manual workers	33%	65%	2%
Not working	33%	64%	3%
Companies responsible behaviour			
Interested	40%	59%	1%
Not interested	23%	74%	3%

Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.12

Feita a análise, concluímos que, a maior parte dos cidadãos não está informada quanto à atuação responsável das empresas para com a sociedade. O que nos leva a questionar de que forma as empresas trabalham na divulgação dos seus projetos sociais? Estarão as comunidades inseridas nos projetos elaborados pelas empresas?

Não só será importante divulgar este tipo de informação e mostrar resultados adquiridos, que sejam bons para ambos os lados, como referir que sendo uma empresa socialmente responsável, também os colaboradores são beneficiados nos seus postos de trabalho com o objetivo de promover o seu desempenho e felicidade no trabalho.

- **Questão nº2:** Está muito interessado, bastante interessado, não muito interessado ou não interessado pelo que as empresas fazem de responsável pela sociedade?

A questão anterior fazia referência à maior parte dos Europeus não se sente informada sobre o que as empresas estavam a fazer em termos de comportamento socialmente responsável perante as comunidades. Todavia, isto não significa que não se encontrem interessados nesta informação, até porque, 79% dos inquiridos diz sentir interesse no que

as empresas fazem ao nível da Responsabilidade Social nas comunidades. 31% dizem sentir-se muito interessados, enquanto, 48% se diz bastante interessado. Em contrapartida, temos 20% que dizem não estar interessados e 14% que dizem não estar muito interessados.

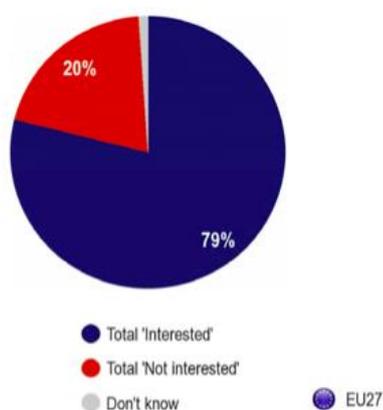
Tabela nº3: Interesse global sob a Responsabilidade Social das empresas para com a sociedade

	Portugal	EU 6	EU 9	EU 10	EU 12	EU 15	EU 25	EU 27
Muito interessado	46%	34%	32%	32%	33%	33%	31%	31%
Bastante interessado	36%	49%	50%	50%	48%	48%	48%	48%
Não muito interessado	12%	11%	12%	12%	12%	12%	14%	14%
Não interessado	5%	5%	5%	5%	6%	6%	6%	6%

Fonte: Dados recolhidos pelo Euro barómetro
https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S1036_363/resource/3f076ce0-6f09-41fc-838c-a9e17b2a566a

De modo muito geral, o gráfico apresentado abaixo mostra-nos que na Europa 79% dos inquiridos se sente interessado pelo trabalho das empresas em relação ao seu comportamento socialmente responsável para com a sociedade. Por outro lado, 20% dos Europeus mostrou desinteresse sobre o tema.

Gráfico nº4: Nível de interesse obre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.

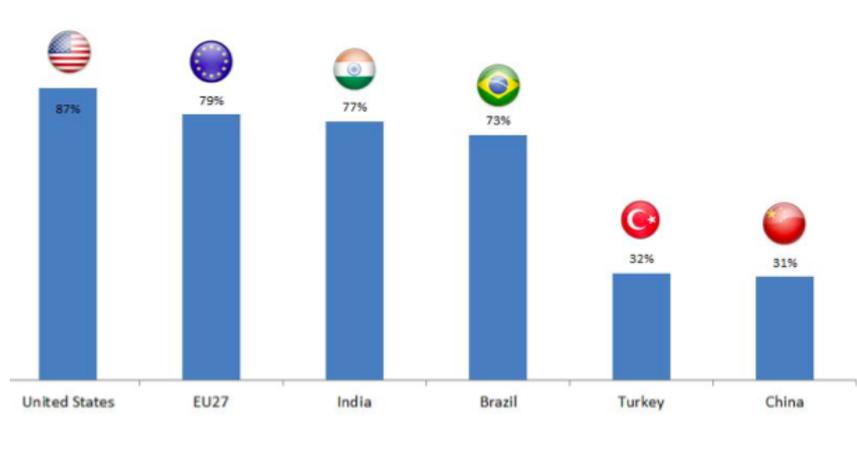


Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.13

Comparativamente aos países não pertencentes à União Europeia, os Estados Unidos lideram neste campo com 87% em comparação aos 79% dos Europeus, que se encontram em 2º lugar no ranking, seguido dos 77% da Índia e 73% do Brasil. Contrariamente a estes dados, os entrevistados turcos e chineses, considerados os menos propensos neste grupo de países a sentirem-se informados sobre o que as empresas fazem para se comportarem de maneira socialmente responsável, no entanto, são também os menos aptos a dizerem que estão interessados nas mesmas informações.

Menos de um terço dos inquiridos turcos (32%) e chineses (31%) afirmam estar interessados no que as empresas praticam para se comportarem de maneira socialmente responsável para com a sociedade.

Gráfico n°5: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.

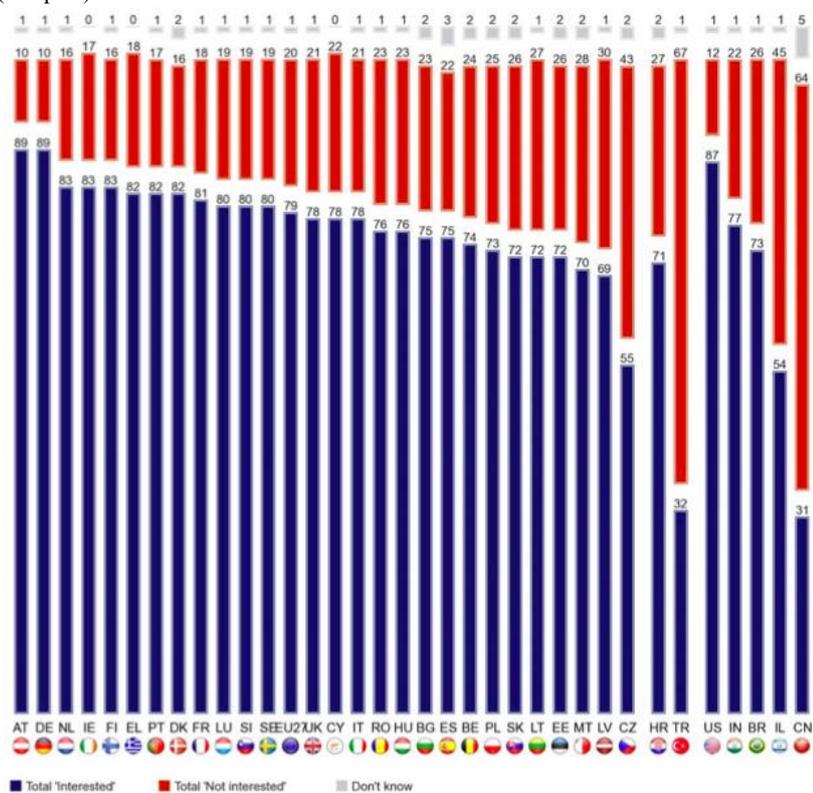


Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.14

Voltando aos resultados Europeus, quase todos os inquiridos na Alemanha e Áustria (89%) dizem estar interessados no que as empresas fazem ao nível da Responsabilidade Social para com a sociedade. Excluindo a República Checa (55%), cerca de dois terços dos respondentes em toda a Europa afirmam estar interessados no papel das empresas para com a comunidade.

Os entrevistados em Israel detêm uma probabilidade consideravelmente menor do que a média da União Europeia de se interessar pelo que as empresas praticam socialmente no que toca à sociedade (54%). O mesmo acontece na Croácia, os averiguados possuem uma probabilidade ligeiramente menor do que a média da União Europeia de se interessar pelo comportamento socialmente responsável das empresas para com a sociedade (71%).

Gráfico n.º6: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade. (Por país)



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.15

Em termos socio demográficos é possível verificar que os inquiridos que se disseram interessados no que as empresas fazem ao nível do seu comportamento social para com a sociedade são mais propensos a serem pessoas com idades entre os 25 e 54 anos (82% - 83%); que tenham terminado a sua educação com 20+ (70%); que sejam empregados (84%) ou trabalhem por conta própria (85%) e que se sintam muito bem informados sobre o que as empresas praticam ao nível da Responsabilidade Social para as comunidades (87%).

Em contrapartida, os inquiridos que afirmaram não se interessar pelo comportamento socialmente responsável das empresas para com a sociedade, são os mais aptos a estarem numa faixa etária entre os 15 – 24 anos (28%); que tenham terminados o ciclo de estudos prévios até aos 16 anos (27%); que não estão a trabalhar ou são trabalhadores manuais (23%) e se dizem não sentir muito bem informados acerca da atuação das empresas ao nível da Responsabilidade Social para com a sociedade (23%).

Tabela nº4: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.

	Total 'Interested'	Total 'Not interested'	Don't Know
EU27	79%	20%	1%
Age			
15-24	71%	28%	1%
25-39	82%	17%	1%
40-54	83%	16%	1%
55 +	78%	20%	2%
Education (End of)			
15-	70%	27%	3%
16-19	78%	21%	1%
20+	85%	14%	1%
Still studying	73%	26%	1%
Respondent occupation scale			
Self-employed	85%	14%	1%
Employee	84%	16%	-
Manual workers	76%	23%	1%
Not working	75%	23%	2%
Companies responsible behaviour			
Informed	87%	12%	1%
Not informed	76%	23%	1%

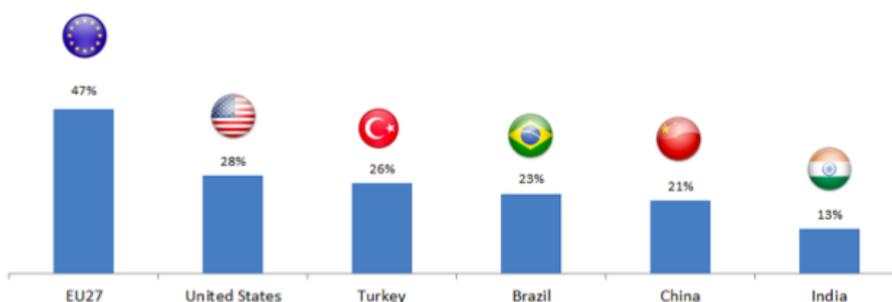
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.16

Ainda em relação ao tópico de existir interesse no tema da Responsabilidade Social praticada pelas empresas para com as comunidades, mas não haver informação foi conduzida uma investigação por parte do Euro barómetro que procura estudar a relação que existe entre o sentir-se informado acerca do que as empresas fazem de socialmente responsável pela sociedade e o estar interessado nesta informação. Os resultados obtidos provam que muitos Europeus gostariam de estar mais informados em relação ao comportamento socialmente responsável das empresas para com a sociedade. Quase metade (47%) dizem não se sentir informados, mas mantêm o interesse nestas informações. Em contrapartida, quase um terço das pessoas (31%) dizem estar interessados e informados, enquanto, 15% não se sentem informados nem demonstram interesse no tema.

Em comparação a países não pertencentes à União Europeia, é possível concluir que os inquiridos europeus afirmam estar mais interessados, mas não informados (47%) do que os investigados que vivem nos Estados Unidos (28%), na Turquia (26%), no Brasil (23%), na China (21%) e na Índia (13%). No caso da Índia, dos Estados Unidos e do Brasil isto acontece porque metade dos inquiridos responderam que dizem estar interessados e já se consideram informados sobre o tópico em questão (63%, 58% e 50% respetivamente). Porém no caso da China e Turquia a maioria diz não se sentir informado

sobre o tema e não tem interesse na informação sobre o mesmo (China: 58%, Turquia: 57%).

Gráfico n°7: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade.



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.17

Ao atributo socio demográfico apontam que os inquiridos interessados sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável para com a sociedade, mas não se sente interessados no tema, são mais propensos a serem mulheres (51%), terem idades entre os 25 – 39 anos (51%) e pensarem que a Influência das empresas na sociedade é negativa (53%).

Tabela°5: Nível de interesse sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável perante a sociedade

	Interested and informed	Interested but not informed	Not interested but informed	Not interested and not informed
EU27	31%	47%	4%	15%
Sex				
Male	36%	42%	5%	14%
Female	27%	51%	4%	15%
Age				
15-24	26%	45%	6%	21%
25-39	30%	51%	4%	13%
40-54	32%	49%	4%	12%
55 +	34%	42%	5%	14%
Influence of companies				
Positive	39%	42%	5%	12%
Negative	23%	53%	4%	17%

Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.19

- **Questão n°3:** Acha que a influência geral das empresas na sociedade é muito positiva, um tanto positiva, um tanto negativa ou muito negativa?

Esta secção apresenta a percepção dos inquiridos sobre a influência que as empresas têm na sociedade, assim como, o seu ponto de vista sobre os efeitos negativos ou positivos que possam surgir.

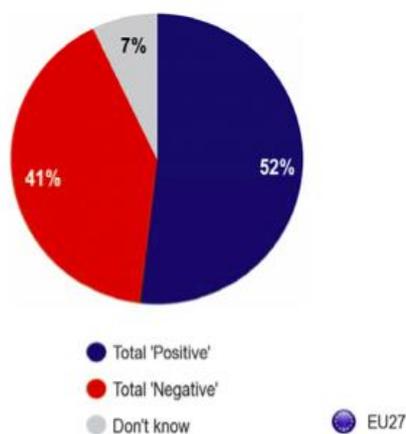
Tabela n°6: Percepção dos europeus sobre a Influência geral das empresas na sociedade

	Portugal	EU 6	EU 9	EU 10	EU 12	EU 15	EU 25	EU 27
Muito positiva	7%	5%	5%	5%	7%	7%	6%	6%
Um tanto positiva	5%	44%	46%	46%	44%	45%	46%	46%
Um tanto negativa	26%	36%	34%	34%	34%	45%	46%	46%
Muito negativa	5%	8%	7%	8%	8%	8%	8%	8%

Fonte: Dados recolhidos pelo Euro barómetro
https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S1036_363/resource/3f076ce0-6f09-41fc-838c-a9e17b2a566a

Pouco mais de metade de todos os europeus inquiridos pensam que a Influência das empresas na sociedade é positiva enquanto 41% pensa que a sua influência é negativa e 7% não sabe.

Gráfico n°8: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade



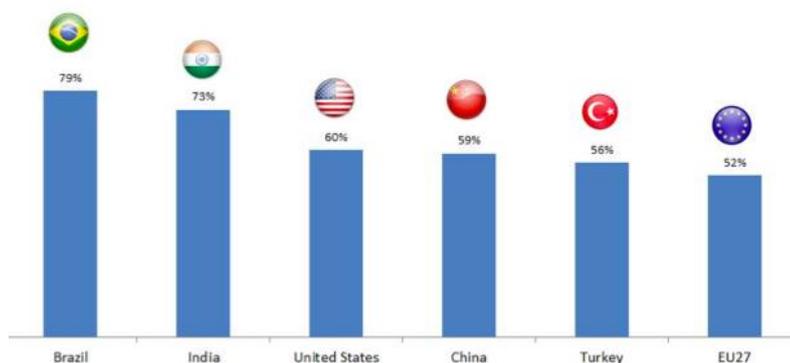
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.54

Se compararmos os dados obtidos na União Europeia com resultados obtidos em países não Europeus, é verídico que estes países não pertencentes à União Europeia tendem a ser mais positivos acerca da influência que as empresas têm para com a sociedade. Quase 8 em cada 10 brasileiros reconhece que as empresas têm uma influência positiva na sociedade (79%) assim como acontece na Índia (73%). Nos Estados Unidos cerca de 6 em cada 10 inquiridos (60%) na China (59%) e Turquia (56%) afirmam o a mesma informação. Estes resultados são superiores aos obtidos na União Europeia (52%).

É interessante verificar que a Índia, assim como, os Estados Unidos e o Brasil são os países com uma maior proporção de inquiridos que se sentem informados sobre o que as empresas praticam ao nível da Responsabilidade Social para com a sociedade (69%, 63% e 57%).

Por outro lado, até os entrevistados na Turquia e na China, que são considerados os menos dispostos a receber informações sobre o que as empresas fazem para se comportar de forma socialmente responsável em relação à sociedade (13% e 15% respetivamente) são os mais aptos a pensar que a Influência geral das empresas na sociedade é positiva em comparação com os entrevistados da União Europeia (Turquia: 56%, China: 59%, UE: 52%).

Gráfico n°9: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade



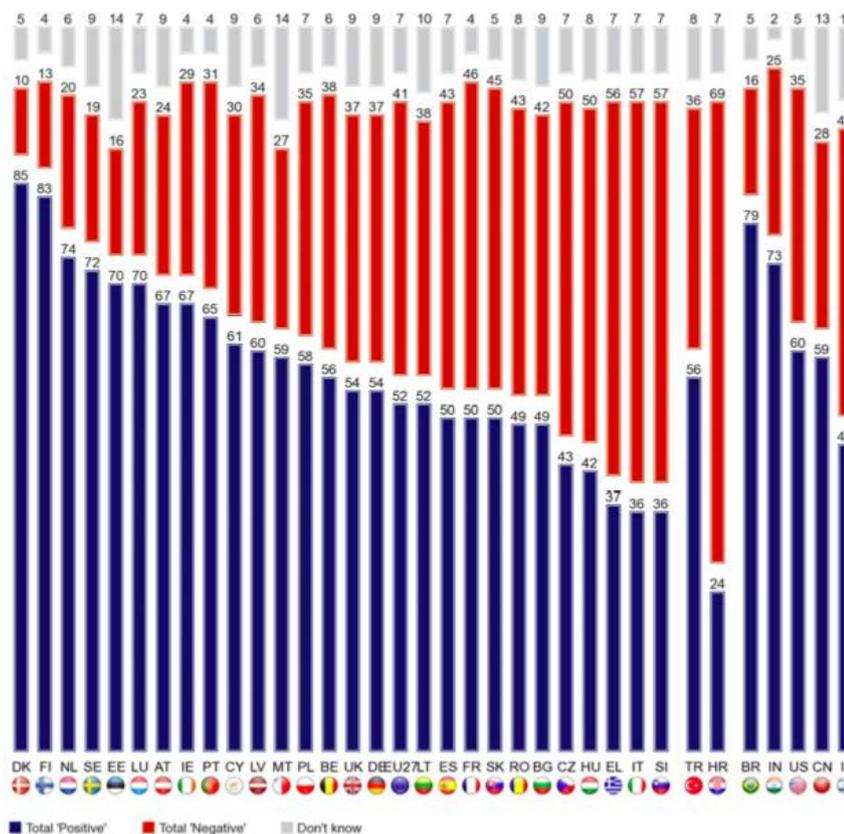
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.55

Feita uma análise país por país, os inquiridos que vivem na Dinamarca e Finlândia sentem-se muito mais confortáveis em relação à influência das empresas na sociedade do que a média europeia, com 85% e 83% respetivamente.

É notória uma grande diversidade de pontos de vista entre os diversos países. Menos de quatro em cada dez entrevistados Eslovenos (36%), Italianos (36%) e gregos

(37%) pensam de igual forma. No que toca aos inquiridos croatas, estes têm ainda menos probabilidade de dizer que a influência geral das empresas na sociedade é positiva (24%), embora os inquiridos pertencentes a Israel tenham maior probabilidade de ser positivos (46%).

Gráfico n.º10: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.56

Em relação à análise sociodemográfica podemos verificar que aqueles que consideram a Influência geral das empresas na sociedade é positiva são mais propensos a serem pessoas do sexo masculino (55%); serem de uma faixa etária entre os 15 – 24 anos (58%); serem empregados (56%) ou trabalharem por conta própria (57%); tenham completado os seus estudos até aos 20 anos (56%); sentem-se informados sobre o que as empresas praticam de forma socialmente responsável para com a sociedade (63%) e estejam interessados no que as empresas fazem ao nível da Responsabilidade Social (55%).

Pelo contrario, aqueles que consideram que a Influência geral das empresas na sociedade é negativa terminaram o ciclo de estudos prévio até à idade de 15 anos (48%); são trabalhadores manuais (44%) ou não estão ativos no mercado de trabalho (43%);

dizerem que não se sentem informados sobre os que as empresas fazem de socialmente responsável em relação à sociedade (46%) e dizerem que não se sentem interessados no que as empresas praticam de socialmente responsável para com a sociedade (45%).

Tabela nº7: Influências das empresas, positiva ou negativa, perante a sociedade

	Total 'Positive'	Total 'Negative'	Don't Know
EU27	52%	41%	7%
Sex			
Male	55%	39%	6%
Female	49%	42%	9%
Age			
15-24	58%	37%	5%
25-39	54%	40%	6%
40-54	51%	42%	7%
55 +	49%	42%	9%
Education (End of)			
15-	42%	48%	10%
16-19	51%	42%	7%
20+	56%	37%	7%
Still studying	56%	38%	6%
Respondent occupation scale			
Self-employed	57%	35%	8%
Employee	56%	38%	6%
Manual workers	51%	44%	5%
Not working	49%	43%	8%
Companies responsible behaviour			
Informed	63%	32%	5%
Not informed	46%	46%	8%
Interested	55%	39%	6%
Not interested	45%	45%	10%

Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.58

A questão nº3 revelou alguma descritibilidade por parte da sociedade quanto ao papel das empresas e a sua conduta pela Responsabilidade Social. Notámos anteriormente nos resultados que as pessoas demonstravam interesse e vontade de conhecer mais e estarem ligadas a empresas que trabalhassem atualmente segundo as práticas da Responsabilidade Social e sustentabilidade. No entanto, os resultados obtidos na presente questão, revelam que ainda existe alguma barreira que separe estes dois mundos: sociedade e empresas.

Ainda que a opção com maior percentagem tenha sido “um tanto positiva” rondando valores entre 44% e 46%, o que denota alguma falta de confiança no funcionamento das empresas neste campo, e que pode estar diretamente ligada ao facto de as pessoas não estarem informadas sobre práticas, métodos e resultados positivos. No entanto, reparamos que Portugal, detém as percentagens mais baixas nas opções positivas.

Entendamos que a Responsabilidade Social em Portugal, apesar de já ser trabalhada há uns bons anos, ainda é pouco falada e exposta, as pessoas conhecem as

causas e ações solidárias e sustentáveis, no entanto, falta conhecer o que deu vida a determinada causa. Seria um bom objetivo, por parte das empresas, a divulgação mais concreta de todo o funcionamento de uma empresa, isto implicaria, conhecer práticas aplicadas, conhecer colaboradores e funcionários, o seu papel na empresa, o que mudou com a implementação de procedimentos mais responsáveis, e obviamente, a partilha de resultados obtidos desde então. Os resultados positivos são a prova de que o trabalho e o esforço compensaram a todos os níveis e para todas as envolvidos nas empresas.

Por fim, esta questão fez-me conhecer que as pessoas, apesar da curiosidade que têm perante as atividades adotadas pelas empresas, existe algum receio da mudança dos costumes. Por outro lado, países como os pertencentes à EU15, EU 25 e EU 27, contêm as percentagens mais altas na opção negativa, o que me leva a crer que nestes países, a divulgação e conhecimento da Responsabilidade Social não está a chegar a todas as pessoas, e conseqüentemente, não está a ser trabalhada como seria suposto.

- **Questão nº4:** Comparado com os 10 anos atrás, acha que as empresas prestam muito mais, um pouco mais, o mesmo, um pouco menos ou muito menos atenção à sua influência na sociedade?

A questão que se segue é sobre a perceção das mudanças nas empresas atendendo à sua influência na sociedade nos últimos 10 anos. A opinião está dividida em relação ao que as empresas prestam mais ou menos atenção à sua influência na sociedade comparativamente há 10 anos atrás.

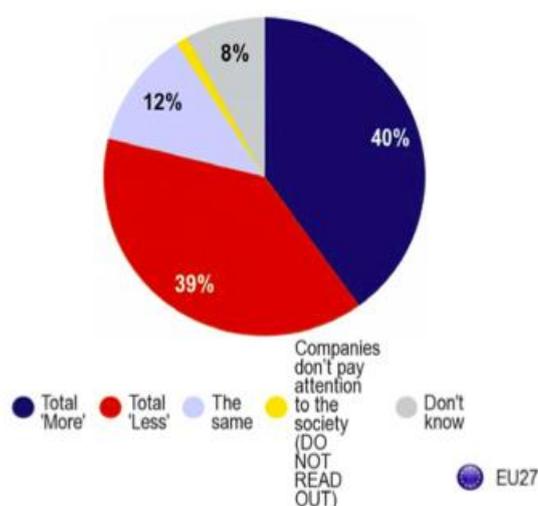
Tabela nº8: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade.

	Portugal	EU 6	EU 9	EU 10	EU 12	EU 15	EU 25	EU 27
Muito mais	15%	16%	16%	16%	15%	15%	15%	15%
Um pouco mais	25%	25%	26%	26%	25%	26%	25%	25%
O mesmo	8%	12%	12%	12%	12%	12%	12%	12%
Um pouco menos	23%	23%	22%	22%	22%	22%	21%	22%
Muito menos	23%	15%	15%	15%	17%	16%	17%	17%

Fonte: Dados recolhidos pelo Euro barómetro
https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S1036_363/resource/3f076ce0-6f09-41fc-838c-a9e17b2a566a

Conforme a opinião dos Europeus está dividida na temática das empresas prestarem mais ou menos atenção à sua influência na sociedade comparado com há dez anos atrás. 4 em cada 10 inquiridos (40%) dizem que as empresas prestam mais atenção, enquanto, na mesma proporção (39%) existem entrevistados a afirmar que as empresas prestam menos atenção à sua influência social comparado com há 10 anos atrás. Apenas 1 em 10 pessoas (12%) declaram que o nível de atenção prestado tem sido o mesmo desde sempre.

Gráfico n°11: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade.



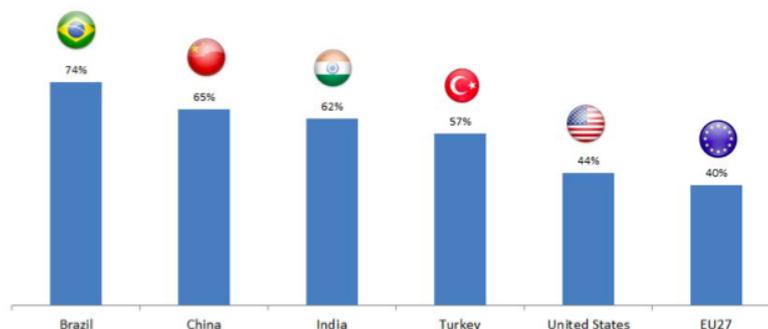
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.20

Comparando com grandes países não pertencentes à União Europeia, é possível distinguir que, em toda a parte da Europa, 40% dos Europeus pensa que as empresas dedicam mais atenção à sua influência na sociedade do que há dez anos atrás. No entanto os inquiridos de países não europeus estão bastante otimistas em relação ao nível de atenção que as empresas prestam à sua influência social na sociedade. Passo ao seguinte exemplo, 74% dos brasileiros inquiridos respondeu que as empresas prestam mais atenção à sua influência social na sociedade do que o faziam há 10 anos atrás, assim como, 65% dos Chineses, 62% dos Indianos, 57% dos Turcos e 44% dos inquiridos que vivem nos Estados Unidos.

É curioso notar que não existe uma relação consistente entre como os entrevistados informados num determinado país se sentem sobre que as empresas fazem ao nível da Responsabilidade Social e se eles pensam que as empresas prestam ou não mais atenção à sua influência social na sociedade. Por exemplo, os inquiridos indianos têm maior probabilidade de dizer que se sentem informados (69%) e da mesma forma consideram que as empresas prestam mais atenção a este problema nos dias que correm do que há dez anos atrás (62%). Por comparação, os inquiridos pertencentes aos Estados Unidos dirão que se sentem informados (63%) mas alguns dos menos prováveis pensam que as empresas prestam mais atenção agora do que há dez anos atrás (44%). Com respeito à China e Turquia a situação é contrária, com um menor número de inquiridos a dizerem que se sentem informados (15% e 13% respetivamente), e por outro lado, em altas proporções de entrevistados a pensarem que as empresas só agora é que dedicam a sua atenção à sua influência para com a sociedade (65% e 57% respetivamente).

No Brasil o padrão é idêntico (57% sentem-se informados, 74% pensa que as empresas prestam mais atenção à sua influência social atualmente). Contudo na União Europeia, as proporções são baixas em ambos os tópicos: 36% dizem sentir-se informados e 40% pensa que as empresas prestam atenção à sua influência social agora.

Gráfico n°12: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade.



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.21

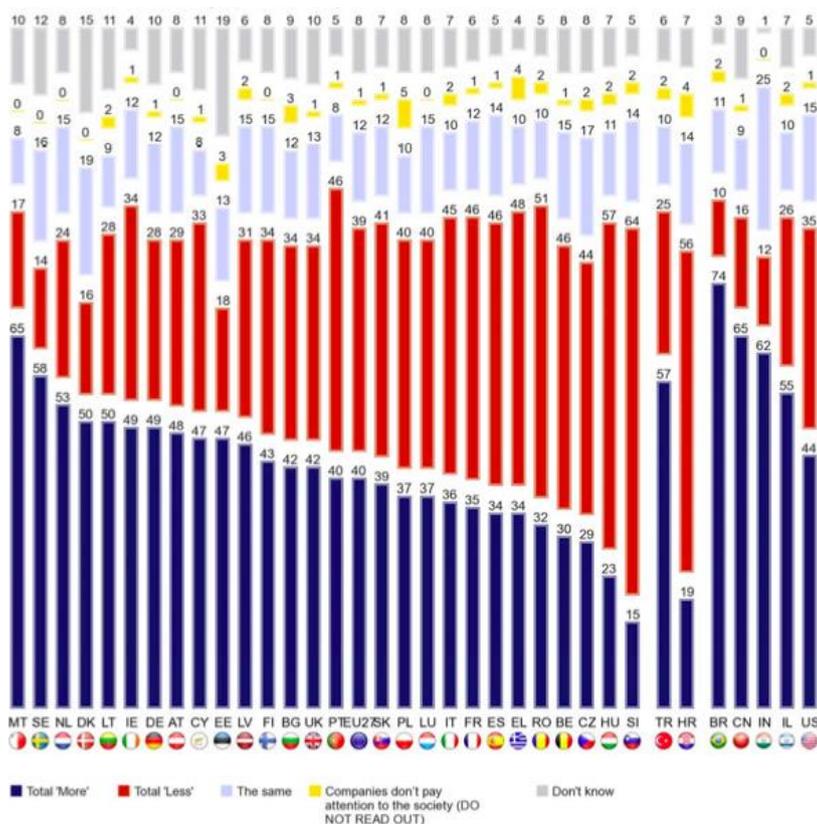
Analisando agora individualmente cada país, os entrevistados que vivem em Malta (65%), Suécia (58%), Holanda (53%), Dinamarca e Lituânia (ambos

com 50%) são mais propensos do que a média da União Europeia a pensar que as empresas agora é que oferecem uma maior atenção à sua influência na sociedade comparado com há dez anos atrás. Pouco mais de metade dos Israelitas que responderam ao inquérito pensam da mesma forma (55%).

Assistimos a um grande contraste de apenas 15% dos Eslovenos, 23% dos Húngaros e 29% dos inquiridos a viver na República Checa pensa desta mesma forma. Menos de 1 em 5 inquiridos Croatas (19%) partilha da mesma opinião que as empresas hoje em dia se preocupam mais com a sua influência social perante a sociedade comparado com há dez anos atrás.

Porém a maioria dos inquiridos na Eslovénia (64%), Hungria (57%), Croácia (56%) e Roménia (51%) consideram que as empresas prestam menos atenção à sua influência na sociedade comparativamente com a atenção prestada há dez anos atrás. É de realçar que 19% dos inquiridos na Estónia se sentiu incapaz de responder a esta questão.

Gráfico n°13: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade. Por países



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.22

Quanto ao perfil socio demográfico dos inquiridos, podemos obter os seguintes resultados: Aqueles que consideram que as empresas prestam mais atenção à

sua Influência social nos dias de hoje são mais aptos a serem pessoas com menos de 55 anos de idade (42% - 43%); terem completado o seu percurso educativo na faixa etária dos 20 anos de idade (47%); serem empregados (46%) ou trabalhar por conta própria (47%); dizerem que se sentem informados sobre o que as empresas fazem ao nível do seu comportamento socialmente responsável (46%); dizerem que se sentem interessados no que as empresas fazem de socialmente responsável pela sociedade (42%); pensarem que as empresas têm para com a sociedade uma influência positiva (49%).

De outro ponto de vista, aqueles que acreditam que as empresas prestam menos atenção à sua influência social para com a sociedade hoje em dia do que há dez anos atrás, estão mais propensos a serem cidadãos na faixa etária dos 55+ idade (44%); tenham completado a sua educação previa na idade dos 16 anos (50%); serem trabalhadores manuais (49%); dizerem que não se sentem informados sobre o que as empresas fazem de socialmente responsável para com a sociedade (43%); dizerem que não se sentem interessados em saber o que as empresas fazem de socialmente responsável para com a sociedade (41%) e considerarem que as empresas têm uma Influência positiva na sociedade (52%). Por fim, é de referir que os inquiridos com idades entre os 15 e os 24 anos se sentiram incapazes de responder às questões (18%).

Tabela nº9: Atenção prestada por parte das empresas à sua influência social na sociedade.

	Total 'More'	Total 'Less'	Don't Know
EU27	40%	39%	8%
Age			
15-24	43%	29%	18%
25-39	43%	37%	6%
40-54	42%	40%	5%
55 +	34%	44%	7%
Education (End of)			
15-	30%	50%	7%
16-19	36%	44%	7%
20+	45%	34%	6%
Still studying	47%	25%	18%
Respondent occupation scale			
Self-employed	47%	34%	6%
Employee	46%	34%	6%
Manual workers	31%	49%	7%
Not working	35%	42%	9%
Companies responsible behaviour			
Informed	46%	33%	6%
Not Informed	36%	43%	8%
Interested	42%	39%	6%
Not interested	34%	41%	12%
Influence of companies			
Positive	49%	29%	7%
Negative	29%	52%	6%

Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.24

- **Questão nº5:** Para cada um dos seguintes tipos de empresas, pensa que estas se esforçam para terem comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade?

Esta última questão procura entender de que forma determinados tipos de empresas se esforçam no sentido de adotarem e praticarem comportamentos socialmente responsáveis.

As empresas selecionadas são:

- Produção de comida e empresas agrícolas;
- Retalho e supermercados;
- Informação, comunicação e empresas tecnológicas (ICT);
- Empresas de manufatura de roupas e sapatos;
- Empresas farmacêuticas;
- Empresas de construção;
- Empresas químicas;
- Empresas bancárias e financeiras;
- Empresa de mineração e indústria de petróleo e gás.

Tabela nº10: Esforço das empresas para com a sociedade

	Portugal	EU 6	EU 9	EU 10	EU 12	EU 15	EU 25	EU 27
Sim, muito	35%	23%	22%	22%	24%	24%	22%	22%
Sim, um pouco	47%	49%	49%	49%	48%	49%	49%	49%
Não, não muito	10%	20%	19%	19%	18%	18%	19%	19%
Não	5%	4%	4%	4%	4%	4%	5%	5%

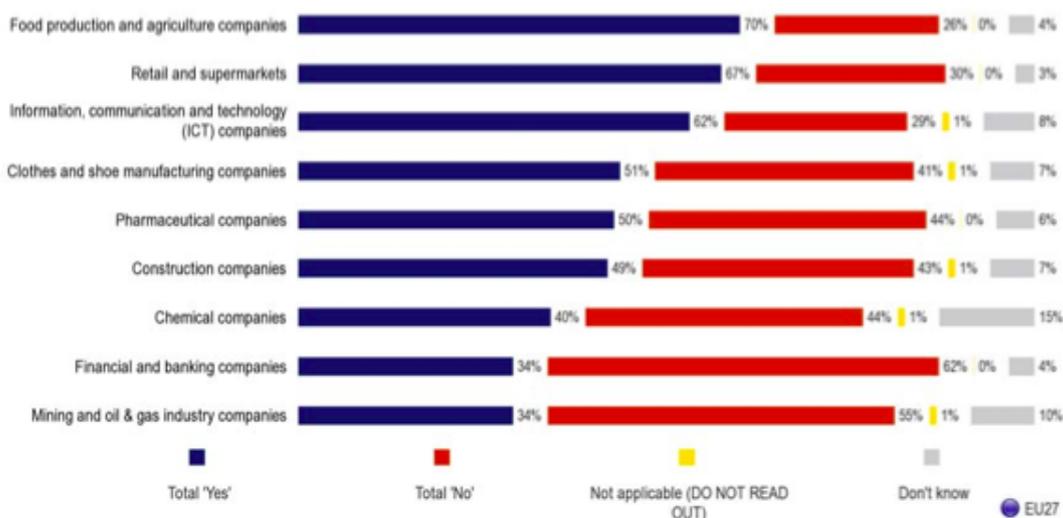
Fonte: Dados recolhidos pelo Euro barómetro
https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S1036_363/resource/3f076ce0-6f09-41fc-838c-a9e17b2a566a

Aos inquiridos foi-lhes dado uma lista com diferentes setores de atividade e questionou-se qual era a sua perceção sobre as áreas que maior esforço no que respeita aos comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade. 7 em cada 10 europeus afirmou que seriam os setores de produção alimentar e empresas agrícolas os

que mais atenção mostravam no que toca à Responsabilidade Social perante as comunidades (70%).

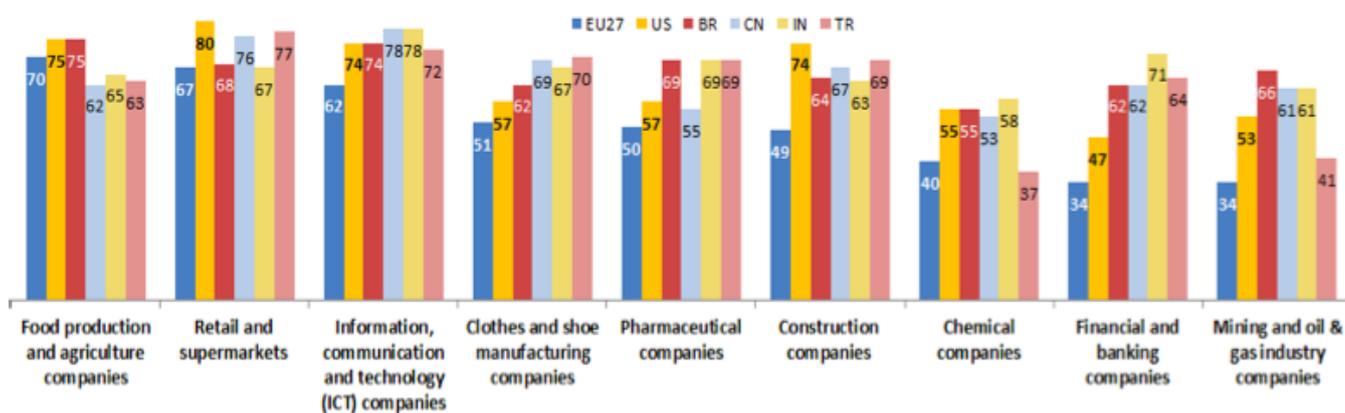
Da mesma forma, uma outra porção de inquiridos declarou que as empresas mais esforçadas no que toca aos comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade são as empresas de retalho e super mercados (67%), enquanto, 62% afirma serem as empresas do setor tecnológico.

Gráfico nº14: Setores que se esforçam para manter um comportamento socialmente responsável perante a sociedade



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.25

Gráfico nº15: Tipos de empresas considerados esforçados ao nível das práticas de Responsabilidade Social para com a sociedade



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.26

O gráfico acima apresenta uma comparação das respostas das pessoas que vivem na União Europeia com as dos inquiridos que vivem nos Estados Unidos, Brasil, China, Índia e Turquia. Se observarmos primeiro os resultados globais, na União Europeia existe uma maior probabilidade de se mencionar as empresas de produção de comida e empresas agrícolas (70%), assim como, os entrevistados no Brasil (75%). Nos Estados Unidos (80%) e na Turquia (77%) as empresas de retalho e supermercados são o sector mais referido. A indústria de ICT é a mais indicada pelos inquiridos na Índia e China ambos com uma percentagem de 78%. Numa outra perspetiva, e analisando os resultados individualmente, é possível verificar que em quase todos os casos, os inquiridos nestes outros países estão mais capazes de pensar que cada setor se esforça para manter um comportamento socialmente responsável para com a sociedade nos seus países em comparação com aqueles presentes na União Europeia.

No entanto é possível destacar uma exceção bastante notória no que toca à indústria da produção de comida e empresas agrícolas. Neste caso os inquiridos pertencentes à União Europeia (70%) estão mais capazes do que presentes na Índia (65%), Turquia (63%) e na China (62%) para esclarecer que este setor é de facto o mais esforçado ao nível do comportamento socialmente responsável para com a sociedade. No que diz respeito ao caso das empresas químicas 40% dos entrevistados europeus pensa que este setor trabalha ao nível do esforço para que os comportamentos sejam socialmente responsáveis em relação à sociedade, comparado com os 37% inquiridos na Turquia. Porém, em ambos os casos existem resultados realmente baixos em comparação com os resultados obtidos na Índia (58%), nos Estados Unidos e Brasil, cuja percentagem é igualmente 55% e na China (53%).

Deste grupo de países, os entrevistados pertencentes aos Estados Unidos estão mais aptos a afirmar que os setores de retalho e de supermercados igualmente se esforçam para manter uma conduta socialmente responsável no que toca à sociedade (80%), enquanto os inquiridos na União Europeia e na Índia são os menos propensos a indicar este setor (ambos 67%). Os inquiridos que vivem nos Estados Unidos estão mais capazes de mencionar as empresas de construção como as mais esforçadas ao nível da Responsabilidade Social para com a sociedade (74%), por outro lado, os inquiridos que vivem na Europa, contrariamente à afirmação anterior, são os menos capazes de afirmar que as empresas têm comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade (49%). Da mesma forma que, os inquiridos que vivem na Europa são também considerados os menos aptos a selecionarem as empresas de ICT (62%), comparando

particularmente com o caso da China e da Índia, ambos com uma percentagem igual a 78%.

As empresas de manufatura de roupas e sapatos são consideradas as mais aptas a considerar as empresas a serem esforçadas no que toca à prática de atitudes socialmente responsáveis para com a sociedade, afirmam os entrevistados Turcos (70%), Chineses (69%) e Indianos (67%), onde a União Europeia novamente a ocupar a última posição com 51% dos inquiridos. Quase sete de dez inquiridos no Brasil, Índia e Turquia (69%) supõe que as empresas farmacêuticas sejam as que mais se esforçam no que toca à prática de comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade. Uma vez mais, os inquiridos pertencentes à União Europeia são os menos capazes de pensar desta forma, achando que este setor não é o mais esforçado no que toca ao tema da Responsabilidade social (50%).

Na Índia, os inquiridos consideram que as empresas bancárias e financeiras são as que se preocupam com este tipo de esforços socialmente responsáveis (71%), enquanto no Brasil são mais propensos a achar que as empresas mineiras e de indústria do gás e óleo são as mais desenvolvidas ao nível do esforço socialmente responsável para com a sociedade (66%). Em ambos os casos, averiguamos que existe um contraste bastante austero para aqueles que vivem na Europa, onde apenas 34% pensam que ambos os setores estão a trabalhar e a esforçar as suas práticas ao nível da Responsabilidade Social para com a sociedade. Por certo, os entrevistados que vivem na Europa são os menos habilitados de qualquer outro país a achar que estes setores estão de facto a esforçar-se em prol da Responsabilidade para com a sociedade.

De uma forma mais individual, e estudando os dados ao nível dos países, observamos que são destacados os setores com maior probabilidade de fazer um esforço para se comportarem de forma socialmente responsável. Conforme demonstrado na seção anterior, as empresas de produção de alimentos e empresas agrícolas são as mais referenciadas em toda a Europa, da mesma forma, que sabes que este setor se encontra a fazer estes esforços em 17 países da UE6, bem como na Croácia. Em sete países da União Europeia e em Israel as empresas de ICT são as mais notadas por se esforçarem ao nível dos comportamentos socialmente responsáveis: Malta (80%), Roménia (74%), Lituânia (73%), Bulgária (66%), Hungria (59%), Eslováquia (59%) e República Checa (57%). Em Israel 58% dos inquiridos é também apoiante desta forma de pensar.

Por outro lado, e quatro países que entrevistados podemos observar que são mais aptos a escolher as empresas de retalho e super mercados como instituições que se

esforçam para trabalhar ao nível da Responsabilidade Social para com a sociedade: Chipre (73%), Reino Unido (73%), Luxemburgo (72%) e Alemanha (70%). Este setor é também o mais mencionado pelos inquiridos dos Estados Unidos (80%) e Turquia (77%).

Tabela nº11: Tipos de empresas considerados esforçados ao nível das práticas de Responsabilidade Social para com a sociedade

	Food production and agriculture companies	Retail and supermarkets	Information, communication and technology (ICT) companies	Clothes and shoe manufacturing companies	Pharmaceutical companies	Construction companies	Chemical companies	Financial and banking companies	Mining and oil & gas industry companies
EU27	70%	67%	62%	51%	50%	49%	40%	34%	34%
BE	70%	68%	61%	50%	62%	66%	48%	37%	30%
BG	60%	65%	66%	59%	52%	47%	37%	58%	32%
CZ	56%	52%	57%	45%	52%	46%	37%	47%	31%
DK	73%	67%	62%	38%	63%	61%	45%	44%	47%
DE	68%	70%	63%	45%	44%	48%	42%	38%	36%
EE	72%	57%	59%	44%	37%	43%	26%	44%	23%
IE	89%	79%	76%	56%	69%	37%	52%	25%	37%
EL	67%	62%	66%	60%	47%	41%	27%	23%	25%
ES	76%	65%	62%	58%	54%	30%	42%	17%	37%
FR	61%	56%	56%	38%	37%	59%	35%	23%	20%
IT	67%	65%	56%	54%	38%	35%	27%	18%	24%
CY	71%	73%	68%	52%	61%	59%	34%	38%	33%
LV	75%	72%	71%	48%	52%	49%	46%	56%	27%
LT	64%	65%	73%	62%	51%	55%	47%	60%	39%
LU	69%	72%	64%	45%	43%	63%	34%	54%	30%
HU	59%	58%	59%	39%	58%	35%	38%	40%	35%
MT	78%	74%	80%	55%	69%	40%	40%	70%	31%
NL	86%	84%	67%	53%	47%	64%	52%	43%	44%
AT	78%	74%	64%	50%	51%	56%	43%	42%	39%
PL	74%	61%	66%	69%	46%	59%	49%	49%	48%
PT	82%	80%	78%	81%	69%	59%	52%	44%	47%
RO	62%	71%	74%	64%	67%	56%	37%	56%	37%
SI	68%	62%	65%	51%	57%	23%	45%	28%	42%
SK	52%	51%	59%	47%	38%	46%	37%	43%	29%
FI	85%	79%	62%	58%	67%	58%	56%	62%	42%
SE	78%	75%	61%	37%	52%	56%	42%	38%	40%
UK	71%	73%	58%	51%	56%	57%	47%	33%	38%
HR	62%	57%	60%	54%	47%	38%	35%	35%	36%
TR	63%	77%	72%	70%	69%	69%	37%	64%	41%
US	75%	80%	74%	57%	57%	74%	55%	47%	53%
CN	62%	76%	78%	69%	55%	67%	53%	62%	61%
IN	65%	67%	78%	67%	69%	63%	58%	71%	61%
BR	75%	68%	74%	62%	69%	64%	55%	62%	66%
IL	56%	55%	58%	47%	52%	37%	33%	40%	27%

Highest percentage per country	Lowest percentage per country
Highest percentage per item	Lowest percentage per item

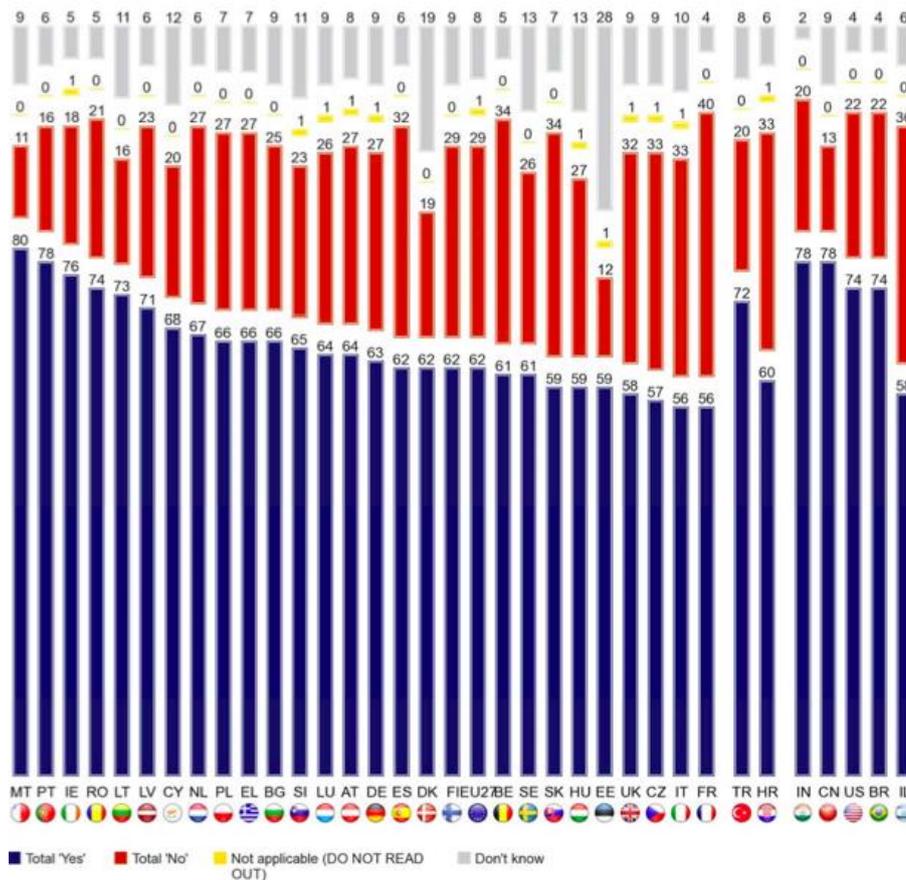
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.28

Numa análise mais precisa sobre cada um dos setores identificados como os mais preocupados ao nível da Responsabilidade Social podemos observar:

- **Informação, comunicação e empresas tecnológicas (ICT)**

De acordo com os inquiridos europeus que habitam em Malta (80%), Portugal (78%) e Irlanda (76%) são os mais aptos a achar que estas empresas trabalham esforçadamente ao nível da Responsabilidade Social. Na verdade, esta é a opinião de metade dos inquiridos europeus, sendo que a França e a Itália (56%) são as menos prováveis de ter essa apreciação.

Gráfico n.º16: Informação, comunicação e empresas tecnológicas (ICT)

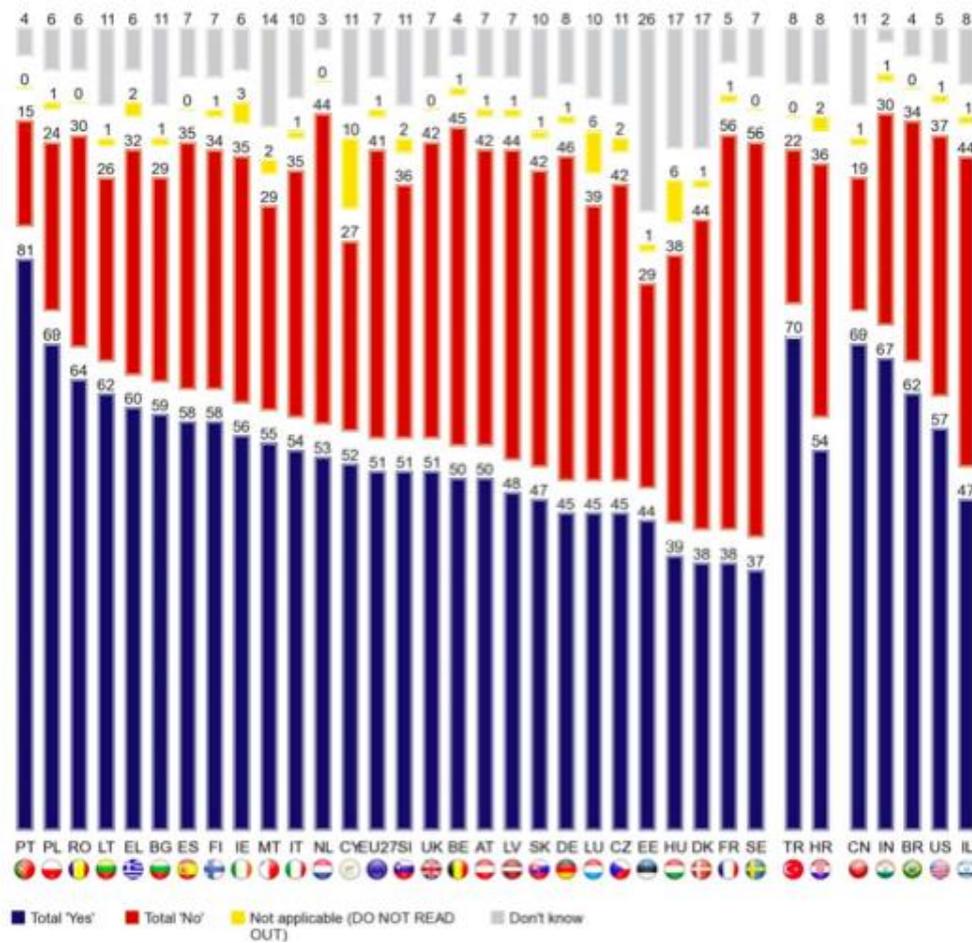


Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.29

- **Empresas de manufatura de roupas e sapatos**

Os inquiridos que vivem em Portugal são os mais propensos a considerarem que a indústria da roupa e dos sapatos são os que mais esforços fazem ao nível dos comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade (81%) seguido logo pela Polónia cuja percentagem é de 69%. Em comparação, 37% dos inquiridos suecos e 38% dos inquiridos Dinamarqueses e Franceses concordam com a afirmação.

Gráfico n°17: Empresas de manufatura de roupas e sapatos



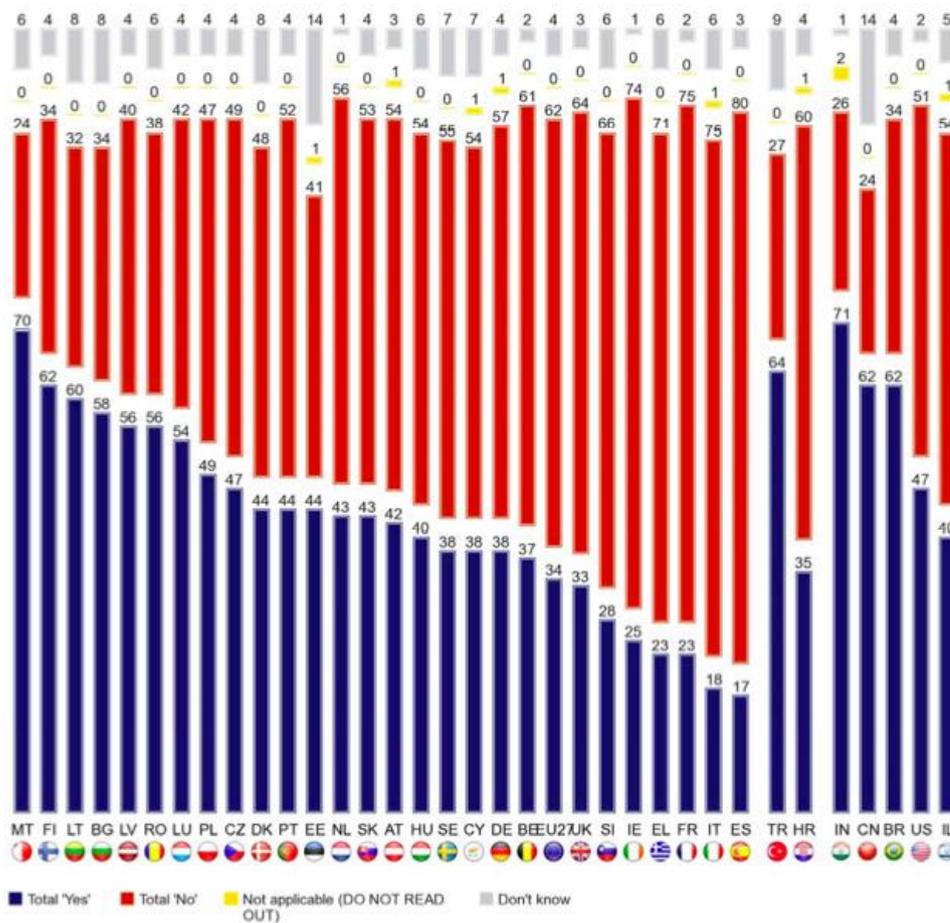
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.30

- **Empresas bancarias e financeiras**

Alguns dos inquiridos que habitam em Malta (70%) consideram que a área financeira e empresas bancárias são as mais aptas e mais esforçadas ao nível da Responsabilidade Social, assim como, 62% dos Finlandeses e 60% dos habitantes da Lituânia concordam com a ideia.

Por outro lado, numa posição divergente, temos a Espanha com 17% e Itália com 18% dos inquiridos a concordarem com a afirmação.

Gráfico n° 18: Empresas bancarias e financeiras



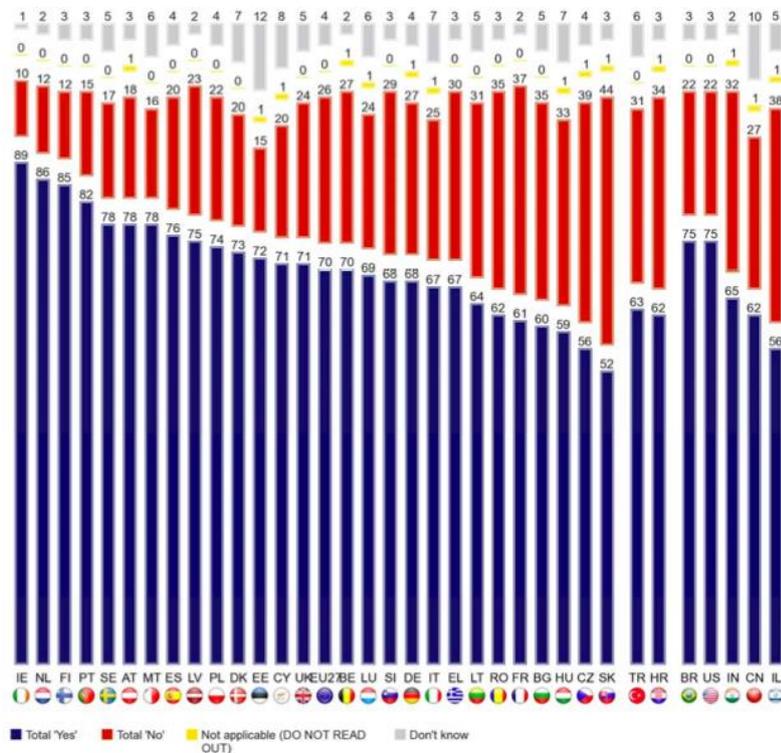
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.31

- **Produção de comida e empresas agrícolas**

No que toca à produção alimentícia e setor agrícola os Europeus são geralmente os mais positivos em relação aos comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade. Quase 9 em cada 10 Irlandeses que foram inquiridos (89%) pensa que estas são as companhias que se esforçam mais para contribuir ao nível da Responsabilidade Social para com as populações. A Holanda e a Finlândia (86% e 85% respetivamente) são também apoiantes desta ideologia.

Os entrevistados eslovacos demonstram não concordar com tal afirmação, porém, 52% dos inquiridos acham que a produção de alimentos e as empresas agrícolas se esforçam ao nível do comportamento socialmente responsável para com a sociedade.

Gráfico n° 19: Empresas de produção alimentar e agrícolas



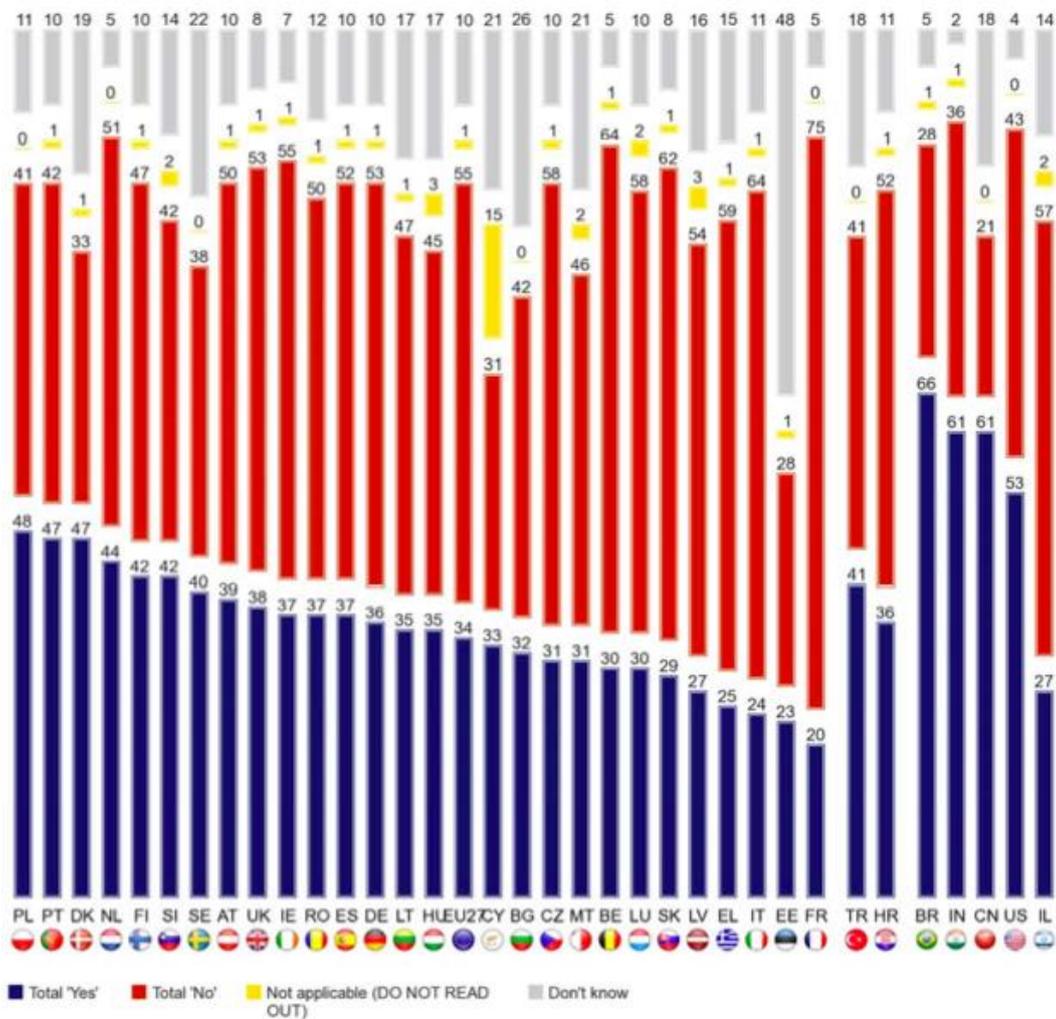
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.32

- Empresa de mineração e indústria de petróleo e gás

Menos de metade dos inquiridos em cada mãe da união Europeia pensa que o setor mineiro, assim como, a industrial petrolífera e de gás estão a fazer um esforço para que as suas práticas sejam totalmente responsáveis para com a sociedade. Os inquiridos habitantes na Polónia notam um maior esforço deste setor no que toca à Responsabilidade Social para com a sociedade (48%) seguidos de Portugal e Dinamarca, ambos com uma percentagem de 47%.

Em comparação, 1 em cada 5 habitantes franceses que foram abordados (20%), 23% inquiridos na Estónia e 24% Italianos aprovam a opinião de que este setor é esforçado no que toca ao comportamento socialmente responsável para com a sociedade.

Gráfico nº 20: Empresas de mineração e indústria de petróleo e gás



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.33

- **Empresas de construção**

Dois terços dos inquiridos Belgas (66%) pensa que a área da construção são os mais esforçados a terem comportamentos responsáveis perante a sociedade, assim como, 64% dos Holandeses, 63% dos inquiridos que vivem no Luxemburgo. Em comparação, 23% dos Eslovenos e 30% dos espanhóis concordam com a teoria de que este setor é esforçado no que toca à Responsabilidade Social perante a sociedade.

Da mesma forma, os Croatas e Israelitas que foram inquiridos estão menos propensos do que a média europeia a concordar com a afirmação sobre o esforço das empresas de construção perante a sociedade (38% e 37% respetivamente).

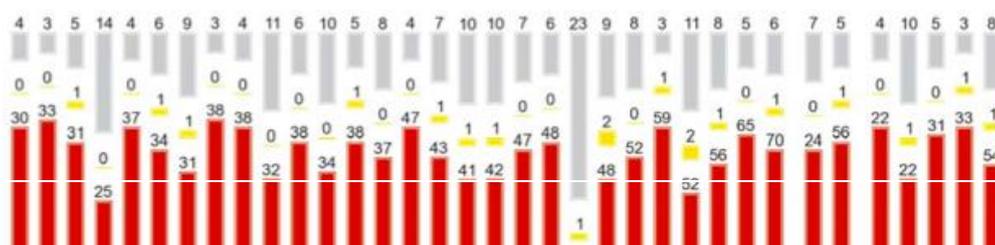
A última questão aplicada, permitia escolher um tipo de empresa, pelo que eu escolhi pequenas e médias empresas. Como podemos observar as repostas não variam muito, a maioria dos países acha que as pequenas e médias empresas se esforçam para ter comportamentos socialmente responsáveis perante a sociedade.

Portugal lideram com a maior percentagem(35%) a ideia de que as empresa se esforçam muito para levar a cabo a Responsabilidade Social. Uma vez que Portugal é um dos países que mais empresa tem a nascer acredito que seja fator condicionante a forma como estas se apresentam e expõem à sociedade.

Seguindo a ideia de que as empresas se estão a transformar e estas alterações têm sido uma mais-valia para todos os abrangidos, é aceitável que novas empresas, neste caso, pequenas e médias empresas, procurem seguir os passos de empresas bem sucedidas.

Atualmente, a maior parte das grandes empresas são hoje mais ligadas às comunidades e a causas, e é também isso que as mantém vivas e em constante crescimento, desta forma, para pequenas e médias empresas fará todo o sentido começarem desde cedo a adotar práticas sustentáveis e um funcionamento saudável para todos os colaboradores. Parte dos países, considera que as empresas não se esforçam no sentido de se ligaram à sociedade e apoiar ações nobres, percentagem essa que ronda os 10% a 20%. A ideia inicial de que as empresas eram um meio muito fechado, apenas focado em resultados e no lucro da mesma, tem vido a ser alterada.

Gráfico n° 21: Empresas de construção



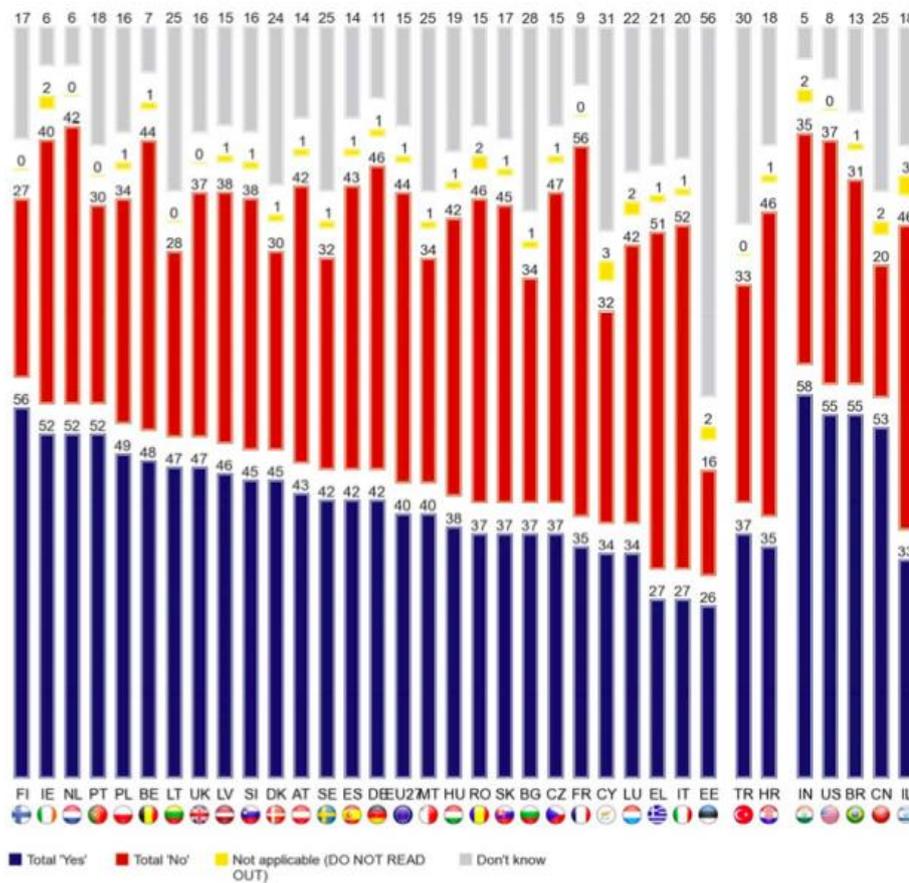
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.34

- **Empresas químicas**

Na maioria dos países europeus, menos de metade dos inquiridos pensa que este setor trabalha ao nível da Responsabilidade Social para com a sociedade. No entanto, existem exceções como: Finlândia (56%), Irlanda, Holanda e Portugal (todos eles 52%).

Os inquiridos que vivem na Estónia (26%), Grécia e Itália (ambos com 27%) são os menos propensos na Europa a pensar que o setor químico estão a fazer esforços para se tornarem socialmente responsáveis perante a sociedade.

Gráfico nº 22: Empresas químicas



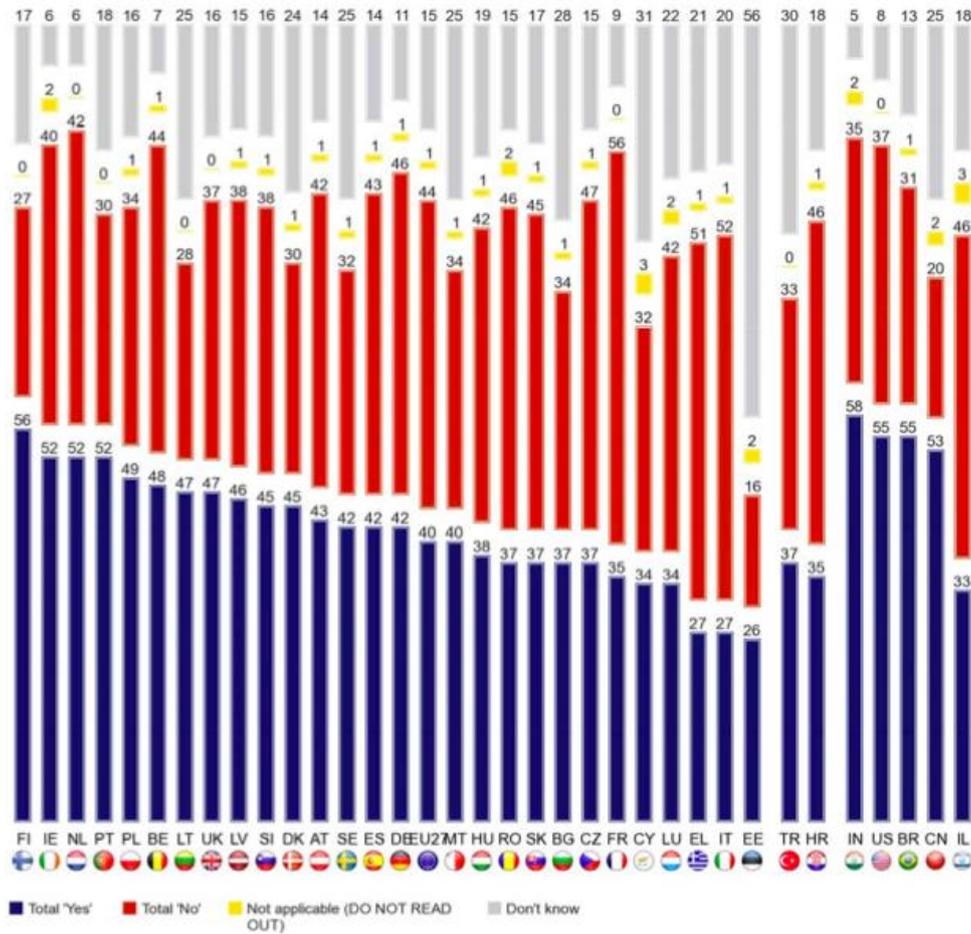
Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.35

- **Empresas farmacêuticas**

No geral, os Europeus são bastante positivos no que toca ao esforço das empresas farmacêuticas ao nível das práticas socialmente responsáveis para com a sociedade.

Malta, Portugal e Irlanda com 69%, comparando com França e Estónia com 37% e 38% por parte da Eslováquia e Itália.

Gráfico n° 23: Empresas farmacêuticas



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.36

- **Retalho e supermercados**

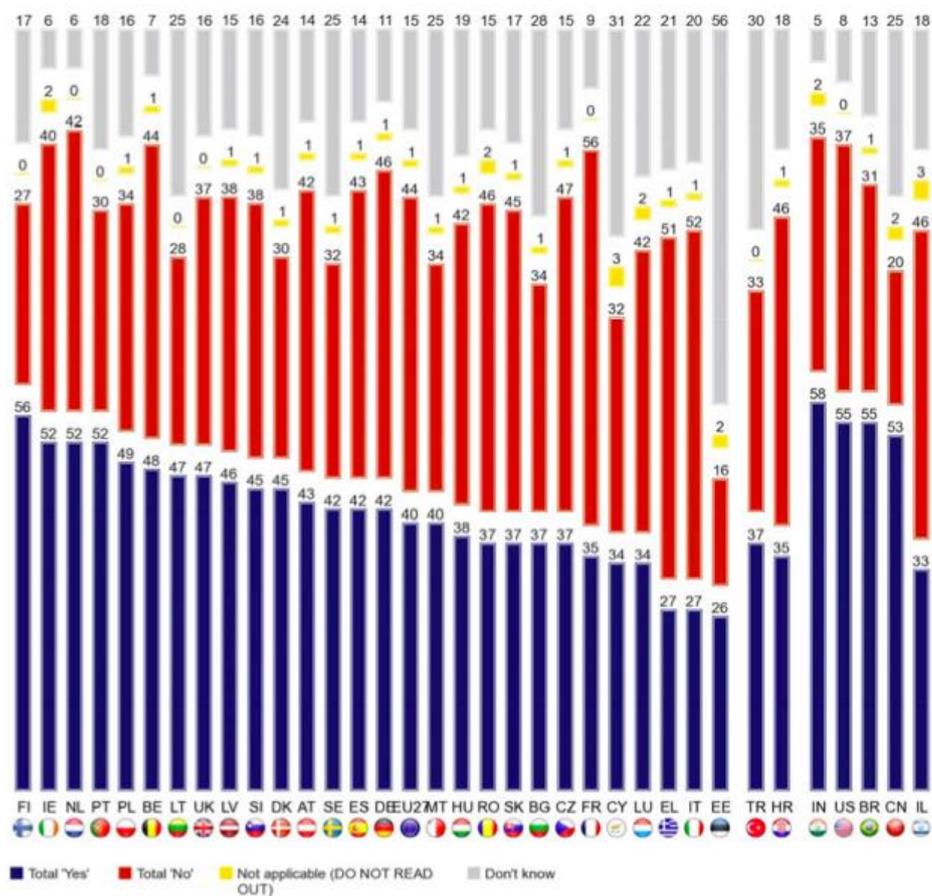
Pelo menos metade dos inquiridos em cada país de estudo considera que as indústrias de retalho e supermercados impõem os seus esforços nos comportamentos socialmente responsáveis em relação à sociedade. Conseguimos averiguar que, pelo menos, 8 em cada 10 inquiridos na Holanda (84%) e em Portugal (80%) pensam desta forma, assim como, os Eslovacos com 51% e os checos com 52%. De forma a completar este estudo, é possível apurar que as mulheres são mais aptas do que os homens a pensar que as empresas de manufatura de roupa e sapatos (55% - 48%) e as empresas farmacêuticas (52% - 46%) fazem esforços no que toca à implementação de práticas e comportamentos socialmente responsáveis perante a sociedade. Em contrapartida, os homens são mais propensos do que as mulheres a afirmar que as empresas de construção e empresas químicas (43% - 38%) são as mais esforçadas no que toca ao seu trabalho social para com a sociedade.

No entanto, em todos os setores é possível verificar um padrão relacionado à idade, na medida em que, quanto mais jovem é o inquirido mais apto está a pensar que em todos os setores se fazem esforços ao nível da Responsabilidade Social. Por exemplo 73% dos inquiridos com idades entre os 15 – 24 anos afirmam que as empresas de retalho e supermercados são as mais focadas no esforço relativamente à Responsabilidade Social perante a sociedade, comparando com 63% dos inquiridos que estão na faixa etária dos 55 anos ou mais velhos. Quase metade (49%) dos entrevistados com idades entre os 15 e 24 anos acha que são as empresas financeiras e bancárias que demonstram esse esforço social para com a população, comparativamente com os 28% inquiridos com idades entre os 55 anos ou mais velhos. Para os restantes setores é possível identificar um padrão idêntico a este aqui apresentado. Do mesmo modo, quanto maior é o nível de habilitações literárias dos inquiridos, mais propensos estão a declarar que as empresas de tecnologia e ICT são as esforçadas no que toca a serem socialmente responsáveis para com a sociedade: 53% dos inquiridos que completaram o seu ciclo de estudos aos 15 anos ou mais novos que isto, comparativamente a 64% dos inquiridos que completaram a sua educação com idade igual ou superior a 20 anos de idade. Aqueles que terminaram a sua educação na idade dos 15 anos ou mais novos que a mesma, estão menos propensos do que aqueles com um nível de educação mais alto a acreditar que as empresas financeiras e bancárias são as mais esforçadas ao nível da Responsabilidade Social para com a Sociedade (27% vs. 33% - 34%). Apesar das diferenças em relação aos grupos ocupacionais, os entrevistados autónomos não consideram que as empresas farmacêuticas

se esforçam ao nível do comportamento socialmente responsável em relação à sociedade (43% vs. 49% - 51%). Os trabalhadores manuais, por outro lado, são mais propensos a pensar que as empresas financeiras e bancárias fazem este tipo de esforços (39% vs. 30% - 34%). Os inquiridos que se dizem sentir informados sobre o que as empresas fazem para responder às sociedades de forma socialmente responsável estão mais aptos a afirmar que todos os setores se esforçam ao nível do trabalho socialmente responsável para com a sociedade. 69% deste grupo pensa que são as empresas tecnológicas que fazem de facto um maior esforço, comparativamente aos 58% que se dizem não sentir informados. O mesmo padrão se aplica a todos os excedentes setores, com a exceção da indústria da roupa e sapatos, onde a diferença entre os estes grupos é mínima, com apenas três pontos de percentagem.

Os inquiridos que consideram que geralmente as empresas têm uma influência positiva na sociedade são muito mais aptos a pensar que as empresas, independentemente dos setores, fazem um esforço para se comportarem de forma socialmente responsável em relação à sociedade, quando comparado com aqueles que pensam o contrário, ou seja, que a influência das empresas na sociedade é negativa. Por exemplo 48% dos inquiridos que afirmam que a Influência das empresas é positivas considera que são as empresas químicas as mais esforçadas ao nível da Responsabilidade Social perante a sociedade, comparado com os 31% daqueles que negam a positividade das empresas para com a sociedade. Os mesmos padrões aplicam-se a todos os restantes setores.

Finalmente, os inquiridos interessados no que as empresas fazem ao nível da Responsabilidade Social para a sociedade estão mais dispostos a sentir que as empresas de alimentação e setores agrícolas, assim como, as empresas de retalho e supermercados, empresas de tecnologia, empresas de construção e empresas químicas são as mais esforçadas no que toca aos comportamentos socialmente responsáveis para com a sociedade. Assim, 51% dos inquiridos que se interessam pelas práticas de Responsabilidade Social por parte das empresas para com a sociedade pensam que as empresas de construção são as que fazem esforços para com as populações, comparando com os 44% dos inquiridos que diz não se sentir interessado no tema.



Fonte: Comissão Europeia, 2013, p.37

5. Conduta Empresarial Responsável e Direitos Humanos: o papel do Estado e das empresas

O primeiro Inquérito Nacional sobre a Conduta Empresarial Responsável e Direitos Humanos é fruto de uma iniciativa incorporada no âmbito do projeto “Empresas e Direitos Humanos em Portugal” do Centro de Administração e Políticas Públicas do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa numa parceria com a Direção - Geral das Atividades Económicas do Ministério da Economia. Este inquérito foi desenhado de acordo com o planeado na proposta do Plano Nacional de Ação para a Conduta Empresarial Responsável (e Direitos Humanos) que aborda questões ao nível da empresa, do respondente, dos direitos humanos, práticas laborais, proteção ambiental, combate à corrupção, e finalmente, foi abordado um tema bastante peculiar sobre as expectativas da empresa em relação à importância da conduta empresarial responsável nos próximos 3 anos.

Desta forma, foi enviado o presente inquérito em Fevereiro de 2018 a 239 associações patronais pela entidade representadora, a Direção-Geral das Atividades Económicas e o seu término foi no dia 15 de Maio de 2018. O inquérito iniciou com o propósito de recolher informação nacional sobre a visão que as empresas portuguesas têm acerca da regulamentação aplicável em matéria de conduta empresarial responsável, às práticas das empresas em matéria de conduta empresarial responsável e sobre o papel do Estado Português na promoção e garantia de um ambiente favorável à conduta empresarial responsável. Após a análise e discussão da proposta da DGAE, foi possível concluir que este inquérito não se devia restringir ao tema empresas e direitos humanos, mas sim, incluir todas as áreas da conduta empresarial responsável, ou seja, o trabalho exercido por parte das empresas no que toca à Responsabilidade Social. (Cabrita, 2018)

No que toca à conduta empresarial responsável, entenda-se que os pilares do conceito passam pelo respeito pela legislação aplicável referente aos Direitos Humanos, relações de trabalho, proteção ambiental e responsabilidade financeira. Para mais, envolve ainda a resposta das empresas às expectativas sociais notificadas através de outras vias, assim como, organizações internacionais, associações sindicais, comunidades locais, consumidores, investidores e meios de comunicação social. Desta forma, podemos validar que a conduta empresarial responsável vai muito mais além do que apenas o respeito pela legislação aplicável.

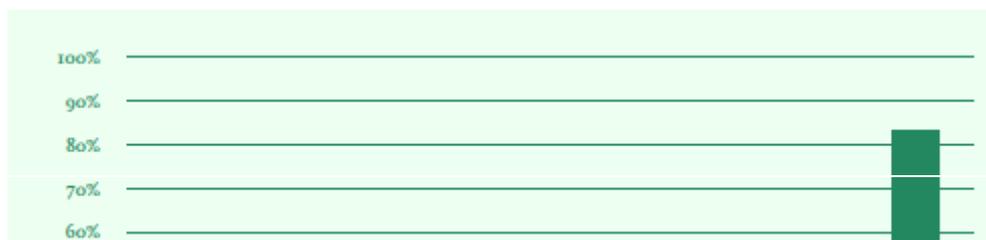
Do mesmo modo, também o estado é uma peça fundamental no que toca à conduta empresarial responsável, na medida em que, são as empresas e o estado que detêm responsabilidades distintas, mas completas ao nível da conduta empresarial responsável.

É também papel do estado proteger as pessoas e o ambiente sob a sua jurisdição, assim, cabe ao estado tomar as medidas imprescindíveis para prevenir, punir e assegurar o acesso a mecanismos judiciais ou não de reparação dos contrastes negativos cometidos pelas empresas, e finalmente, o estado pode facilitar e oferecer apoio às iniciativas provenientes da conduta empresarial responsável, por exemplo apoiando conferências estruturadas pelas empresas.

Quanto às empresas envolvidas no inquérito, participaram 246 empresas, o que permitiu integrar no estudo 170 respostas completas, que corresponde a 69% de respostas aceitáveis. As empresas que fizeram parte do estudo estão divididas por seções dos códigos de Atividade Económica, na medida em que, 75% correspondem a: Indústria transformadora (30%); comércio por grosso (24%) e construção (21%). No que toca à análise dos resultados dos inquéritos, foram distribuídos gráficos que representam os resultados obtidos através da aplicação do inquérito às empresas selecionadas.

No decorrer da análise é preciso compreender que existem duas variáveis a ser estudadas e estas estão representadas em percentagens e em barras de cores, neste caso. As barras coloridas equivalem ao tipo de empresa, pequena, média ou grande dimensão. No que toca às cores das barras, estas referem-se ao número de trabalhadores, sendo que, a barra cuja cor é azul-escuro representa as pequenas empresas, com um número de trabalhadores até 50 membros. Seguidamente, a barra verde-clara equivale às médias empresas, cujo número de trabalhadores vai de 50 a 250 membros, e finalmente, a barra verde-escura remete-nos para as grandes empresas com uma capacidade superior a 250 trabalhadores.

Tabela nº 12: Relação entre o volume de negócios e o número de trabalhadores



Fonte: Romão, A et al, 2018: p. 5

A primeira figura representativa dos resultados do inquérito apresentado a empresas portuguesas, mede a relação entre o volume de negócios e o número de trabalhadores das empresas. Em Portugal, e tendo em conta a análise da figura anterior, no que toca ao volume de negócios até 700.000€ e entre os 700.000€ a 8M€ as pequenas empresas, com um reduzido número de empregados nas suas organizações são as mais envolvidas na área dos negócios. Com uma presença mais destacada nos negócios de valores inferiores a 8M€, o que é bastante normal, uma vez que são organizações pequenas cuja participação na comunidade não obriga a grandes investimentos e gastos, ainda assim, há alguma atividade em negócios de valores elevados por parte destas pequenas empresas. O facto de Portugal ser um país onde se constroem muitas empresas pequenas e onde todas prometem vingar e crescer, é de notar que o envolvimento destas em projetos de negócios é bastante elevado comparando com grandes empresas.

No que toca às médias empresas, denominadas empresas em ascensão, esta detém grande valor económico, mas não o suficiente para serem consideradas grandes. São empresas que procuram negócios robustos como forma de se desafiarem e crescerem, rodam os valores de 8M€ a 40M€, ainda assim, algumas arriscam em valores superiores. Acompanhando a evolução do gráfico da figura nº2 verificamos que à medida que o valor do volume de negócios aumenta, diminui o investimento por parte das pequenas e médias empresas, por não terem capacidade económica suficiente que lhes permita investir em projetos com valores altos.

Por outro lado, verificamos que existe uma forte aposta por parte das grandes empresas em negócios cujo valor é superior a 40M€. Para além de serem instituições com grandes capacidades económicas para investir, são empresas com um número alto de colaboradores e com participação contínua em vários outros países fora de Portugal, o que por assim dizer, obriga a que estas empresas apostem em inúmeros projetos, muitos deles ligados à Responsabilidade Social para com os seus colaboradores, assim como, comunidades próximas.

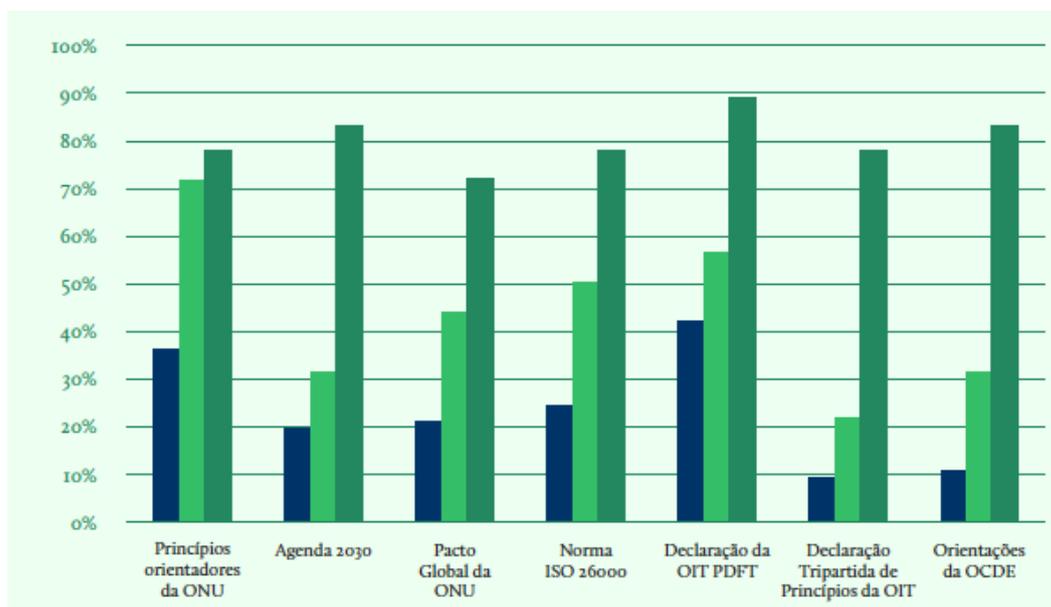
Estas empresas muitas das vezes estão associadas a grandes instituições transnacionais que apoiam e asseguram estas empresas na área dos investimentos, negócios e projetos sociais. Como referi em capítulos anteriores, as organizações transnacionais têm um forte impacto nas empresas, na medida em que, são um suporte que promove o desenvolvimento das empresas e impulsiona o seu crescimento. Neste caso concreto que nos referimos ao volume de negócios das empresas, só é possível para as empresas se envolverem em determinados negócios, com a ajuda destas agendas políticas das organizações. A União Europeia é responsável por vários projetos que auxiliam as pequenas e médias empresas a adquirir financiamentos, a terem acesso a mercados, a serem empreendedoras e a conquistarem um crescimento progressivo e positivo.

Outra razão que nos leva a verificar que as grandes empresas são as que mais participam em grandes negócios são as oportunidades de negócio. Nem todas as pequenas e médias empresas têm a oportunidade de se envolver em grandes negócios sem ajudas exteriores, o que por sua vez, faz com que a sua aposta em negócios e projetos seja menor. Em Portugal, é possível observar a realidade das pequenas e médias empresas que maioritariamente pertencem a negócios de família, onde o objetivo não é um forte crescimento, mas sim o lucro que o trabalho vai dar e a contínua aposta no bem estar das pessoas e do negócio em si.

A Responsabilidade social é um ponto muito forte nas empresas e estas procuram cada vez mais se integrarem e promoverem um bem estar global na empresa. Como referi em capítulos anteriores, atualmente, um ponto forte das empresas é a sua prestação para com as pessoas, as comunidades e o ambiente. São conceitos muito procurados hoje em dia pelo público e por novas entidades, é com base nestas características das empresas que as pessoas determinam as suas escolhas. Todos estes tópicos são essenciais no que toca ao crescimento e investimento das empresas, e podemos novamente confirmar esta teoria, em várias passagens ao longo dos capítulos

anteriores, onde procurei demonstrar que as empresas com uma maior nível de desenvolvimento e crescimento são as que se têm mostrado abertas à mudança e a novas causas, são as mesmas empresas que trabalham em prol deste bem-estar que temos vindo a falar e que procuram encurtar a distância que existe entre as empresas e as pessoas.

Tabela nº13: Respostas positivas relativas ao conhecimento dos diferentes instrumentos



Fonte: Romão, A et al, 2018: p. 6

No Gráfico aqui apresentado é possível averiguar os diferentes instrumentos que nos são oferecidos pelas grandes organizações transnacionais: ONU, OCDE e União Europeia. O trabalho destas entidades permite-nos viver em paz ao nível da relação entre países, do bom funcionamento das empresas e manter vivo o respeito e o cumprimento de políticas fortes e imprescindíveis. O desenvolvimento e crescimento das empresas gerou uma grande necessidade de mudança no que toca às políticas, comportamentos e funcionamento das mesmas. Este crescimento foi sem dúvida positivo tanto para as empresas como para as pessoas envolvidas, no entanto, à medida que acompanhamos o crescimento é também possível verificar alguns aspetos negativos e falhas que possam surgir derivado de atitudes e comportamentos pouco ponderados ou previamente estudados.

Estas entidades transnacionais rapidamente agiram em conformidade com estas falhas e sentiu-se a necessidade de criar departamentos específicos que examinassem, abordassem e explicassem o porquê de determinados comportamentos acontecerem e de que forma seria possível contornar e estabilizar os mesmos.

Tanto a ONU como a OCDE e a União Europeia têm nos seus objetivos assegurar as empresas nos seus investimentos e projetos, principalmente as pequenas e médias empresas que mais dificuldades têm. Parte dessa ajuda é oferecida através de projetos, princípios orientadores, normas, orientações e agendas.

Assim como nos mostra o presente gráfico, vários são os projetos identificados como ferramentas cruciais para o bem estar e sustentabilidade das empresas, é preciso que as empresas estejam dispostas a aceitar e a adaptar às suas políticas os princípios enviados pelas entidades.

Segundo o gráfico, destacamos de imediato que as grandes empresas são as mais informadas e as que demonstram uma resposta positiva em relação às ferramentas apontadas. Seguidamente, as médias empresas com algum destaque no que toca aos princípios orientadores da ONU, e finalmente, como seria de esperar as pequenas empresas com algum conhecimento e resposta positiva para com as ferramentas das entidades transnacionais. Das empresas selecionadas para fazer parte do estudo, 79% atuam exclusivamente em Portugal, 10% atuam em até 5 países e 11% em mais de 5 países. Podemos traduzir estes dados abordando o tema dos objetivos de cada empresa, é possível assumir que uma maior quantidade de informação e conhecimento sobre as orientações sustentáveis e apoios das entidades transnacionais, são sempre uma mais-valia para qualquer tipo de empresa, no entanto, nem todas elas se mostram interessadas e abertas à mudança ou a adaptação a novos métodos.

Desta forma, é possível averiguar um grande contraste entre as pequenas empresas e as grandes empresas. As pequenas empresas ocupam os lugares mais baixos ao nível de respostas positivas sobre o conhecimento dos diferentes instrumentos de regulamentação, por outro lado, a grande empresa detém os resultados mais elevados ao nível do conhecimento apreendido sobre os instrumentos de regulamentação. Esta grande diferença está ligada tanto à forma como ambas atuam como ao número de trabalhadores existentes em cada uma delas.

As grandes empresas, uma vez que, o fluxo de trabalho e negócios é superior, assim como, o número de trabalhadores, é imprescindível um forte conhecimento sobre os instrumentos que são importantes para o bom funcionamento de uma empresa e para o bem-estar dos seus colaboradores. É cada vez mais regular a transparência das empresas para com os seus públicos, e é neste sentido que as administrações das empresas procuram dar a conhecer aos seus colaboradores os seus

direitos como pessoa, como trabalhador e todas estas outras ferramentas que procuram quebrar as barreiras das relações entre as empresas e as pessoas.

De qualquer forma, podemos ver que as grandes empresas são as mais preparadas quanto ao conhecimento sobre os apoios fornecidos pela OCDE, ONU, União Europeia e pelas normas providenciadas pelos respetivos governos de cada país. As grandes empresas procuram ser sempre ativas e dinâmicas, tanto ao nível de projetos sociais como ao nível do bem estar dos seus colaboradores e envolvidos na empresa. Procuram o contínuo investimento na boa formação dos funcionários, dos recursos humanos, da Responsabilidade Social, da segurança e higiene no trabalho, na proteção ambiental, respeito pelos direitos humanos, formação continua dos colaboradores e sua satisfação no local de trabalho. São matérias cruciais para manter o bem-estar social e a produtividade.

No que respeita às médias empresas, o seu empenho ao nível do conhecimento dos diferentes instrumentos de regulamentação é também satisfatório, ainda que a atenção atribuída a algumas variáveis por parte de algumas médias empresas seja reduzida. Finalmente, no que toca às pequenas empresas, logicamente o seu nível de investimento comparativamente às médias e grandes empresas é muito baixo, no entanto, o facto de serem pequenas empresas não significa que não possam estar atentos a estas novas orientações e ferramentas. O que pode alterar a forma de pensar e de atuar de uma empresa é a sua equipa de administração, portanto, os proprietários. Caso seja uma empresa de família, é comum que não exista esta preocupação e resposta positiva para com as ferramentas.

Por outro lado, e como vemos no gráfico, ainda que baixo, existe algum investimento por parte de pequenas empresas no conhecimento destas ferramentas e apoios. São elas empresas que podem corresponder a recentes empresas que se encontram em ascensão e que estão abertas a criar relação com estas entidades e a crescer nesse sentido social. É também importante compara o número de funcionários das empresas em questão, uma pequena empresa que contenha até 50 trabalhadores, não exige uma reorganização do pessoal como seria de esperar de uma grande empresa. Logo, pode acontecer por parte da equipa não considerar urgente a atenção sob as ferramentas sociais.

No entanto, é de notar que tanto as pequenas, como médias e grandes empresas, apostam fortemente no conhecimento sobre a Declaração da Organização internacional do trabalho, no que respeita aos princípios e Direitos Fundamentais dos trabalhadores. Esta declaração procura divulgar a justiça social como algo essencial para garantir a paz permanente, desta forma, a Organização Internacional do Trabalho

promove políticas sociais solidas e justas, com o objetivo de garantir que as condições favoráveis no local de trabalho e a igualdade de oportunidades seja cumprida pelas empresas.

Algo que tem vindo a ganhar grande relevo dentro das empresas são os funcionários, o seu trabalho, a sua motivação, bem-estar, relacionamento com a empresa e satisfação dentro do local de trabalho. Ao nível da produtividade e qualidade de trabalho faz realmente diferença a forma como os colaboradores são reconhecidos e daí que hoje grande parte da preocupação de uma organização seja para com os funcionários. Posteriormente, a atenção que é depositada por parte da chefia das empresas nos funcionários, promovo a cooperação entre ambos, a confiança e comunicação. São estes elementos que tornam as empresas entidades familiares, tanto para os envolvidos nas empresas como os clientes que procuram locais que reúnam estas mesmas condições.

Tabela nº14: Perceção das empresas sobre o compromisso público nas quatro áreas da conduta empresarial responsável

A empresa tem uma declaração/compromisso público em matéria de:	Sim (%)	Não (%)	Não sabe / Não responde (%)
Direitos Humanos	37	46	17
Direitos Fundamentais no Trabalho	31	36	33
Proteção do Ambiente	38	29	33
Prevenção da Corrupção	24	40	36

Fonte: Romão, A et al, 2018: p. 7

Na tabela acima apresentada observamos a perceção das empresas sobre o compromisso público nas quatro áreas da conduta empresarial responsável: Direitos humanos; Direitos fundamentais no trabalho; proteção do ambiente e prevenção da corrupção. Numa primeira análise é possível identificar que a maioria das empresas aqui representadas demonstram ter uma perceção negativa para com os compromissos públicos. A Responsabilidade Social dentro das Empresas é um conceito recente, que tem vindo a sofrer alterações e perceções, dado isto, ainda existem muitas empresas sem conhecimento sobre a Responsabilidade Social ou até sobre as entidades que apoiam

a promoção da mesma. Acontece que muitas destas empresas que não oferecem uma resposta positiva ao compromisso público são empresas mais antigas, cujas políticas são extremamente rígidas e difíceis de contrariar ou alterar. Analisando cada um dos pontos, no que toca ao tema dos Direitos Humanos existe uma taxa de resposta negativa consideravelmente elevada relativamente às empresas terem uma declaração ou compromisso correspondente a esta matéria. Esta situação acontece ainda hoje em algumas entidades por serem empresas mais antigas e não se sentir a extrema necessidade de invocar os princípios dos Direitos Humanos. Em outras situações, é possível que a falta deste compromisso aconteça por todos os membros de uma determinada pequena e média empresa se conhecerem, respeitarem e assim o bom ambiente existir nela, e por sua vez, não ser novamente sentida a necessidade de trabalhar este tema. Tendo em consideração a atualidade, seria de esperar que hoje em dia, as empresas estivessem mais atentas e preocupadas com estas causas, no entanto é sabido que a realidade muitas das vezes passa por esta atitude de não se apostar nestes compromissos.

O tema dos direitos fundamentais no trabalho deveria de ser um dos compromissos mais importantes para as empresas, de forma a informar os seus colaboradores dos seus direitos e deveres como trabalhadores, no entanto, segundo o gráfico aqui representado a perceção das empresas relativamente a este compromisso é negativa. Neste contexto, creio que como referi em capítulos anteriores, as empresas mais fechadas ao público, não detêm este tipo de causas e compromissos para que os colaboradores se prendam unicamente ao seu trabalho. Cada vez menos isto acontece, porque as organizações procuram estar mais atentas ao bem-estar dos colaboradores como forma de os manter ativos na empresa, e até porque, hoje passamos mais tempo nos locais de trabalho do que nas nossas casas. Desta maneira, as organizações procuram que o tempo passado nas empresas sejam satisfatórios. Contrariamente ao que temos visto, no que diz respeito ao compromisso da proteção do ambiente, é a causa que mais respostas positivas abrange por parte das empresas. Isto quer dizer que as empresas estão mais conscientes dos problemas ambientais que temos no nosso mundo e procuram formas e atitudes de diminuir os riscos.

Nesta etapa entram novamente as organizações transnacionais que criaram várias ações e projetos que apoiem a proteção ambiental e que fornecem orientações sobre como devemos agir em conformidade com o bem-estar ambiental. A maioria das empresas que conhecemos hoje já alterou a forma de agir perante a má gestão dos recursos, seja ao nível da poluição, da reciclagem ou do cuidado geral do ambiente.

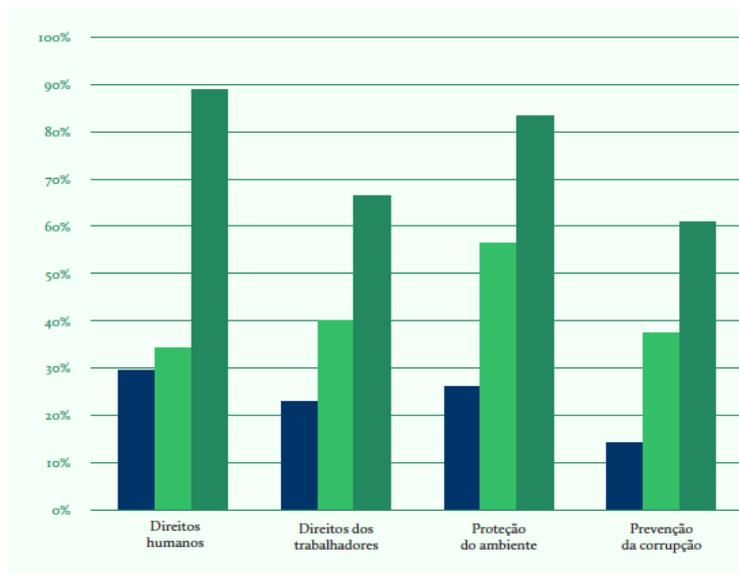
E aqui podemos verificar que, ainda não sendo um valor suficiente, já é pelo menos um resultado positivo.

Por fim, a prevenção da corrupção tem vindo a ser cada vez mais um assunto a ser debatido dentro e fora das empresas. No entanto, é de notar que as empresas continuam a provar que o seu conhecimento sobre este compromisso é nulo. A grande parte das empresas tem a perceção de que não existe este tipo de compromissos nas empresas, como podemos comprovar, apenas 24% dos inquiridos tem a ideia de que existem ferramentas que possam contornar ou evitar a corrupção. A corrupção nas empresas surge quando os patronados das entidades procuram contornar as legislações para atingir um determinado fim.

Ao contornar a lei, as legislações, os compromissos e as declarações é sabido que a empresa não está a agir em termos legais, mas que ainda assim, conseguiu adquirir determinado objetivo ainda que não tenha sido feito de forma correta. Estas são situações bastante recorrentes e que ouvimos com alguma frequência, sendo que cada vez mais os requisitos exigidos às empresas são exigentes e há dificuldade para as empresas de responder à altura que é imposta, de maneiras que, a forma mais facilitada de obter algo ou chegar a algum lado com a empresa, seja através de atitudes e comportamentos corruptos. As empresas atualmente não são apenas organizações lucrativas, mas sim sociais e humanas, é através delas que hoje nascem tantos projetos de âmbito social que procuram a entajuda e proteção das pessoas, animais e ambiente.

Desta forma, as empresas tornaram-se muito mais responsáveis pelo cuidado das comunidades do que antes. Assim, é do cuidado das empresas serem transparentes com as pessoas envolvidas com a organização.

Tabela nº15: Respostas positivas à existência de compromisso público por área da conduta empresarial responsável



Fonte: Romão, A et al, 2018: p. 8

Como referia no gráfico anterior, cada vez mais se exige que as empresas adotem comportamentos e compromissos públicos como forma de ajudar e contribuir, mas também de partilhar com o seu público e mostrar que a empresa é muito mais do que uma troca de serviços. As empresas hoje procuram estar ligadas à Responsabilidade Social e compromissos públicos como forma de estarem ligadas às comunidades e de poderem contribuir em causas necessárias e importantes. Hoje em dia conhecemos diversas empresas e as suas missões e valores, criamos laços com as mesmas e familiarizamo-nos com elas e é a partir daí que procuram conhecer a entidade das mesmas e onde estas se envolvem. A importância da conduta empresarial responsável e dos seus compromissos públicos é que promove as boas práticas e comportamentos nas pessoas e na sociedade, e as empresas têm um importante papel na divulgação dos projetos e compromissos públicos, na medida em que dão a conhecer o que são, como funcionam, de que forma a empresa está a ajudar e de que forma as próprias pessoas podem contribuir e ajudar.

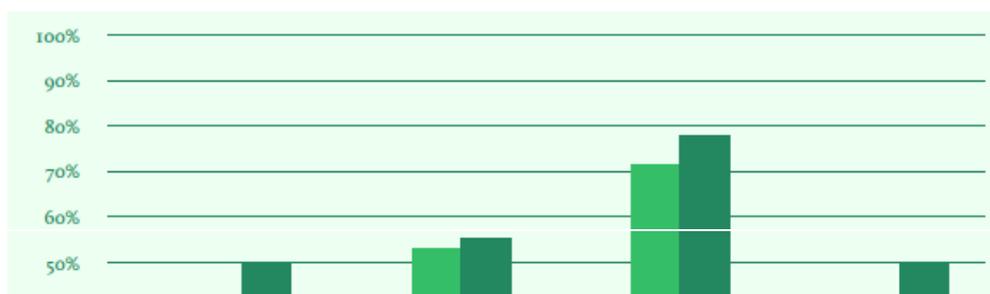
Os temas representados aqui no gráfico são os mais importantes de serem trabalhados por parte das empresas, uma vez que lhes toca a elas e aos seus colaboradores.

Como podemos observar no gráfico, novamente as grandes empresas se destacam com percentagens altíssimas de respostas positivas em cada um dos elementos.

Isto acontece pelo simples facto de serem grandes empresas e de ser uma mais-valia para as mesmas estarem associadas a estes compromissos, além de que, para os seus funcionários é uma forma de segurança. Com menor taxa de resposta positiva estão as pequenas empresas destacadas no gráfico, o facto de serem pequenas empresas não lhes compensa muitas das vezes apostar em compromissos que não se enquadrem no tipo de empresa e na quantidade de trabalhadores existentes na mesma. Ainda assim, acredito que muitas delas se comprometam com projetos mais pequenos e que consigam de alguma forma encontrar um encaixe.

É essencial que as empresas detenham uma boa resposta ao nível da conduta empresarial responsável pois é isso que as pessoas procuram hoje em dia, conhecer bem as empresas e os seus valores, apoiar através das mesmas alguns projetos ou campanhas solidarias e poder ter sempre uma entidade segura que as possa servir e que se enquadre na forma de pensar das pessoas. A proximidade que estas grandes empresas cada vez mais procuram entre as comunidades transmite confiança e preferência, daí a vontade das empresas se aliarem cada vez mais a estas causas sociais e à Responsabilidade Social para com a sociedade. Em contrapartida, as empresas que menos resposta positivas têm são as pequenas empresas, condicionadas pela sua dimensão e pouca divulgação, acabam por não se destacar tão fortemente no mercado no que diz respeito ao cuidado das causas sociais. Apesar de várias destas empresas estarem ligadas a projetos sociais estes não atingem proporções muito elevadas, e além disso, não atingem capacidade económica suficiente que lhes permita investir e contribuir para maiores projetos.

Tabela nº16: Respostas positivas das empresas sobre as práticas relacionadas com os processos de avaliação dos impactos negativos



Fonte: Romão, A et al, 2018: p. 9

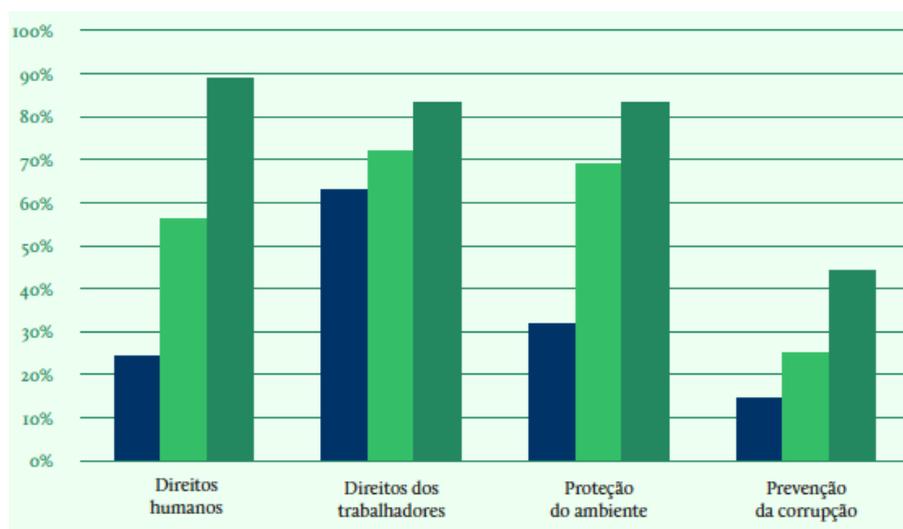
Como podemos ver no gráfico da figura 6, as empresas que mais aderem às práticas relacionadas com os processos de avaliação dos impactos negativos são as mesmas que procuram mudar a sua estratégia em relação às atitudes, formas de pensar e comportamentos socialmente responsáveis. A vontade das empresas atualmente é tornarem-se mais próximas da sociedade e transparentes, ou seja, que a relação empresa e sociedade seja totalmente verdadeira, ao nível da partilha de informação, processos de trabalho, missão e valores. As empresas cada vez mais tendem em mostrar estas várias formas de ser e, consecutivamente, solidificarem uma aliança de interesse mútuo com o seu público-alvo. O facto de responderem de forma positiva a estas práticas avaliativas também lhes permite crescer como empresa, na medida em que, se associam a causas e projetos sociais cujos resultados são benéficos para ambos os lados.

A importância desta ação avaliativa dos impactos negativos permite às empresas poderem corrigir as suas falhas e impactos menos positivos. Assim, esta avaliação é um suporte que orienta as organizações no caminho dos comportamentos positivos e socialmente responsáveis. Neste caso, é possível verificar que tanto as grandes como as médias empresas são as que mais apostam em responder de forma positiva aos processos avaliativos dos impactos negativos. Até porque estas empresas têm maior poder e oportunidade de investir em novos métodos e estratégias que mudem todo o plano empresarial ao nível da conduta socialmente responsável. Por outro lado, e como seria de esperar, as pequenas empresas são as que mantêm os resultados mais baixos ao nível do investimento nas políticas e mudanças de conduta socialmente responsável. O facto de

serem, muitas das vezes, empresas familiares não existe muita aposta no que toca à avaliação de impactos negativos.

No geral, o assunto mais consciente por parte da maioria das empresas aqui representadas, é a proteção ambiente. Como sabemos as empresas têm sido sempre espaços pouco sustentáveis e poluídos, no entanto, hoje deparamo-nos com uma realidade totalmente diferente, onde as empresas procuram erradicar este tipo de situações e abraçar novos comportamentos mais suportáveis e que promovam o bem-estar geral. As empresas reconhecem os impactos negativos que têm para com o meio ambiente, e procuram aceder às práticas que que auxiliem na alteração de comportamentos. O grande objetivo das empresas é tornarem as suas atitudes mais saudáveis e sustentáveis, tanto dentro da empresa para com os trabalhadores da mesma como para o público alvo, ou seja, clientes, fornecedores e stakeholder no geral.

Tabela nº17: Respostas positivas das empresas sobre as práticas relacionadas com as políticas de prevenção dos impactos negativos



Fonte: Romão, A et al, 2018: p. 9

No que toca às políticas de prevenção também as empresas têm tido uma maior preocupação quanto ao respeito pelas pessoas, pelas políticas, legislações de trabalho e pelo meio ambiente.

Neste aspeto também são as organizações transnacionais que trabalham estes conceitos juntamente com as empresas, fornecem e orientam as mesmas no caminho da conduta socialmente responsável e nos bons comportamentos para com a sociedade.

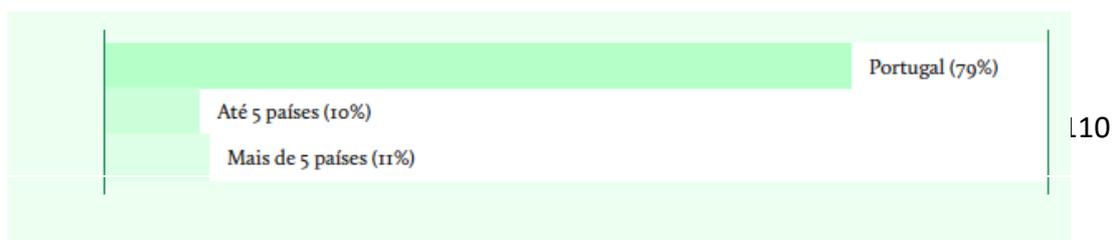
É o caso da ONU que desenhou a Agenda 2030, com 17 objetivos sustentáveis com o propósito de alertar as entidades da necessidade extrema de cuidarmos

destas causas com que nos deparamos no mundo. No gráfico podemos constatar que existe um aumento de respostas políticas por parte de todas as dimensões empresariais. As grandes e medias empresas continuam a liderar as mais altas taxas de adesão às práticas relacionadas com as políticas de prevenção dos impactos negativos, também as pequenas empresas têm oferecido respostas positivas no que toca à prevenção dos impactos, no entanto, aqui conseguimos ver que o tópico com taxas mais elevadas por parte das três dimensões das empresas é o que corresponde ao direito dos trabalhadores.

Como tem sido abordado, o elemento mais importante das empresas são os colaboradores, e dessa forma é preciso estabelecer políticas e apoios que assegurem o seu lugar dentro da instituição. Posto isto, as empresas promovem cada vez mais os direitos humanos e os direitos dos trabalhadores, para que estes se sintam à vontade para comunicar com as entidades superiores da empresa como iguais, mantendo o respeito e a cooperação entre ambas as partes. É de notar que as empresas cada vez mais têm assegurado o bem-estar dos seus funcionários dentro e fora da instituição, através de programas de apoio, formações e permitam o seu crescimento pessoal e profissional, maior liberdade e flexibilidade no meio de trabalho, assegurar que os colaboradores conseguem manter um equilíbrio entre a vida profissional e familiar e ainda, fomentar nos trabalhadores a ideia de que estes podem sempre chegar mais longe na empresa, e consequentemente, obterem maiores resultados, prestígio e melhores salários.

De todos os temas mencionados, a prevenção da corrupção continua a demonstrar os valores mais baixos no que diz respeito à avaliação e prevenção de impactos negativos, uma vez que não é do conhecimento de todas as empresas métodos e sistemas que contornem a corrupção de uma forma acessível. É preciso reconstruir atitudes e estratégias que partam do início sem qualquer tipo de fuga ao sistema único.

Tabela nº18: Respostas positivas das empresas sobre as práticas respeitantes aos mecanismos não judiciais de reparação em função dos países onde exercem atividade



Fonte: Romão, A et al, 2018: p. 10

No que toca às respostas positivas das empresas sobre as práticas respeitantes aos mecanismos não judiciais de reparação em função dos países onde estas exercem, Portugal (79%) é o país com maior taxa de resposta positiva no que diz respeito ao tópico dos direitos humanos e direitos dos trabalhadores. Ainda que continue a existir uma maior aposta por parte das grandes empresas e uma menor aposta por parte das pequenas empresas, é o país que demonstra maior preocupação ao nível do cumprimento das legislações, assim dita a perspetiva das empresas.

No que diz respeito à atuação até 5 países, não há registo da presença de grandes empresas, uma vez que estas laboram em mais do que 5 países, no entanto, as pequenas e medias empresas representam, ainda que com baixas taxas, os direitos humanos e direitos dos trabalhadores de uma forma positiva. Quanto à ação das empresas em mais de 5 países, é de notar que as grandes empresas dominam os dois tópicos, enquanto ao nível dos direitos humanos apenas existe atuação por parte das grandes empresas.

No que toca aos direitos dos trabalhadores há uma grande participação e atividade por parte das empresas. Isto acontece porque é importante ter em atenção as políticas e legislações de cada país em que a empresa esta sediada.

5.1 Estudos de caso de Organizações Portuguesas

As organizações são responsáveis pelos seus impactos, decisões e atividades na sociedade e no ambiente através de uma conduta ética e nítida que cada vez mais colabora para o desenvolvimento sustentável e bem-estar da sociedade, optando sempre por equilibrar as expectativas de ambas as partes interessadas. No entanto, é obrigatório, para que todos estes processos decorram corretamente, que as organizações estejam em conformidade com a lei aplicável e que sejam tidas em consideração as normas internacionais de conduta, e conseqüentemente, esta se encontre integradas nas empresas e práticas no quotidiano. A Responsabilidade Social implica o respeito dos direitos humanos e as convenções internacionais; as preocupações económicas, sociais e ambientais, considerando possíveis alterações no futuro; a ética e transparência na comunicação com todos os envolvidos e as atitudes e comportamentos que devem ser ajustados aos fundamentos da Responsabilidade Social.

A Responsabilidade Social dentro das empresas sugere sempre diversas transformações, acontece por exemplo, na cultura organizacional da empresa, onde se promove a comunicação entre todas as partes da empresa (administração, colaboradores, clientes, fornecedores), assim como, no formato de trabalho, anteriormente cada colaborador de uma empresa desempenhava uma única função durante todo o seu período de serviço, hoje em dia, a empresa funciona como um só, as operações dentro da empresa estão interligadas, assim como, os funcionários que contribuem constantemente para elevar a empresa aos objetivos expeáveis. A implementação e a partilha de bons métodos e técnicas entre os colaboradores causa impactos bastante positivos, tanto no trabalho como na satisfação dos colaboradores. O conceito da Responsabilidade Social dentro das empresas fez-se sentir em cada membro da mesma, na forma de trabalhar, no trabalho em prol da sociedade, na contribuição para causas muito importantes, no desenvolvimento pessoal e profissional dos envolvidos e na satisfação no local de trabalho.

Posto isto, as organizações portuguesas, há muito tempo que já trabalham em parceria com a Responsabilidade Social e os exemplos são muito satisfatórios.

Foi criado um reportório de boas práticas, por parte da REDE RSO Portugal e pelo GT Observatório em 2016 que tem como principal objetivo promover e incentivar a implementação de boas práticas socialmente responsáveis.

A divulgação deste reportório serve de inspiração para as organizações e entidades que queiram acolher e adaptar conforme as características de cada empresa. As boas práticas apresentadas na tabela nº6 foram previamente eleitas na 8ª Convenção RSO PT que teve lugar em Maio de 2016 em Lisboa, foi requerido o envio de uma boa prática, tendo em conta que, um dos principais critérios seria a sua quantificação, ou seja, haver possibilidade de se definir indicadores de monitorização da boa prática.

Como podemos observar em capítulos anteriores, muitas foram as entidades, independentemente da sua dimensão, com ou sem fins lucrativos, que reconheceram as atitudes responsáveis perante a sociedade como um fator indispensável, competitivo e de bem-estar geral para com os cidadãos, na medida em que, o seu nome e sucesso seria reconhecido, tal como, a confiança que a sociedade começa a sentir em determinada entidade. Contudo, o empenho e trabalho de cada instituição é cada vez pesquisado e estudado por parte do seu público-alvo no geral, nomeadamente, quando o foco é do interesse comum e podem produzir reações solidarias na comunidade. Dando importância ao contexto e à situação histórica em que nos encontramos, a adoção de atitudes socialmente responsáveis por parte das empresas é uma mais-valia no que toca à competitividade, pois este é um percurso que leva à redução dos riscos de gestão e, conseqüentemente, à fácil gestão dos recursos humanos na empresa, que posteriormente concede assim a boa comunicação e relação com todos os envolvidos na organização, desde colaboradores a clientes.

Trata-se de um comportamento responsável que beneficia tanto as empresas através do aumento dos lucros, do acesso ao capital e da capacidade de inovação, como o público interno e externo da organização, desta forma, como indica a Estratégia para a Responsabilidade Social das Organizações da União Europeia, é através desta prática socialmente responsável que as empresas asseguram a estabilidade a longo prazo dos próprios recursos humanos e das carteiras de clientes, bem como da confiança das pessoas, que são vistas neste contexto como pilares de modelos organizacionais sustentáveis. Por outro lado, o facto de o grau de confiança na organização ser tão elevado promove na empresa quase que uma obrigatoriedade de inovação e crescimento. A Responsabilidade Social não tem qualquer carácter obrigatório ou vinculativo, ao contrário, é um apelo ao compromisso, à consciência de cada organização e ao dever moral.

Cada instituição, de acordo com os seus valores, objetivos e missão adequará à sua empresa as práticas e comportamentos de Responsabilidade Social, tendo

sempre em consideração, quais as que mais benefícios económicos, sociais e ambientais trarão para a empresa e para a comunidade, de modo a satisfazer os interesses de todas as partes interessadas. Por esse motivo, as boas práticas aqui partilhadas têm o objetivo de serem exemplos adaptáveis a outras empresas, ao nível da estrutura da empresa e ao seu conteúdo. O desenvolvimento das atividades é definido por cada uma das organizações. Este reportório tem como principal objetivo a sistematização e coleção de boas práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas por várias entidades Portuguesas; inspirar outras organizações a aderirem e realizarem as boas práticas, adequadas às suas organizações; dar o exemplo da construção e realização das práticas; promover a melhoria continua das instituições no que toca à Responsabilidade Social; fomentar um modelo que possibilite o controlo das práticas de Responsabilidade Social, e finalmente, criar uma boa base de dados com as melhores práticas de gestão das entidades em determinadas industrias, e assim serem conduzidas a um desempenho superior.

Relativamente à metodologia de recolha das boas práticas, foi necessário definir concretamente o que se entende por boa prática, ou seja, uma boa prática deve ser uma prática prometedora de Responsabilidade Social e uma atividade baseada em princípios teóricos, morais e éticos; bem orientada no que toca à liderança, ao seu planificação e comunicação; bem imaginada, estabelecida e avaliada; inovadora e criativa; versátil para que se possa reproduzir por outras entidades de variadas áreas; sustentável. Deve ter ainda em conta a consistência entre o desenvolvimento sustentável e o bem-estar dos envolventes da empresa e da sociedade, assim como, cuidar das expectativas de ambas as partes interessadas e deve estar em conformidade com as legislações aplicáveis, normas de conduta internacional e que integrado em toda a organização. Foi desenhada por parte do grupo de trabalho Observatório da REDE RSO PT uma ficha de boas práticas em Responsabilidade Social, de modo, a serem identificadas e caracterizadas as boas práticas de Responsabilidade Social, construindo assim exemplos motivacionais para outras empresas.

Quanto à análise dos questionários e identificação das boas práticas, foram recebidos pela REDE RSO PT 32 boas práticas de variadas organizações portuguesas. Todas estas foram sujeitas a uma análise específica e foram rejeitadas todas as inscrições cujas normas e leis não se encontravam em conformidade com o que foi requerido pela entidade responsável, ou seja, a REDE RSO PT.

Um total de 32 boas práticas, foram consideradas 20 boas práticas, estando estas de acordo com todos os critérios determinados pela entidade REDE RSO PT.

Todas as boas práticas selecionadas foram classificadas por categorias, e por ordem do GT Observatório, as categorias criadas correspondem aos 10 princípios da REDE RSO PT presentes no documento Carta de Princípios:

1. Ética e Transparência
2. Direitos Humanos Fundamentais
3. Boa Governança
4. Diálogo com as Partes Interessadas
5. Criação de Valor
6. Gestão de Recursos Humanos
7. Diversidade e Igualdade
8. Proteção e Gestão Ambiental
9. Desenvolvimento das Comunidades locais
10. Marketing Responsável

Foi de notar que a maioria das boas práticas se podia adequar a mais do que um princípio e apenas 4 boas práticas se ajustavam a apenas uma categoria. Desta forma, ficou esclarecido que a boa prática que se insere numa só categoria é integrada no separador próprio com a definição do princípio, por outro lado, quando uma boa prática se ajusta a mais que um princípio, esta é remetida para um separador próprio.

Finalmente, as boas práticas aqui definidas não são as “melhores” práticas, são apenas as que se consideraram bons exemplos a seguir.

Organização	Atividade	Prática	Público-alvo	Duração
<i>KnowFood- Atividades Hoteleiras Lda</i>	Restauração; Restauração coletiva	Almoço solidário de Natal; Almoços solidários	Comunidade; Clientes	2014 a 2020
<i>Instituto de informática, I.P. do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social (MTSSS)</i>	Sistemas e tecnologias de informação	Dia da Criança; Carnaval com crianças; Open day; PAI- Programa de acolhimento e integração	Colaboradores ; Filhos dos colaboradores; Clientes; Entidades fornecedoras; Parceiros com protocolos	2011 a 2015
<i>Gestamp Aveiro AS</i>	Indústria	Instalação de variadores eletrónicos de velocidade; Cesta do Papá e da Mamã	Gestamp Aveiro e o ambiente; Colaboradores	2015
<i>Questão de igualdade- Associação para a inovação social</i>	Restauração	EQUO- Igualdade de género nas organizações da economia social e solidária	Comunidade; Clientes	2014 a 2016
<i>XZ Consultores, AS</i>	Consultoria e formação	Gerir a conciliação entre a vida profissional, pessoal e familiar	Colaboradores	2011 a 2016
<i>Câmara Municipal de Loures</i>	Administração pública	Sessões de informação e esclarecimento; Apoio ao consumidor	Comunidade; Clientes; Colaboradores	2015
<i>CME- Construção e Manutenção Eletromecânica AS</i>	Construção e instalação elétrica	Certificação SA8000	Colaboradores	2012
<i>Câmara Municipal de Oeiras</i>	Administração pública	Programa “Oeiras Solidária”	Comunidade	2004
<i>Centro de Informação Europeia Jacques Delors, Direção-Geral dos Assuntos Europeus, Ministério dos negócios estrangeiros</i>	Informação; Formação e comunicação em Assunto Europeu	Em prol do acesso à informação europeia; Campanha papel por alimentos; Comunicar a Responsabilidade Social	Comunidade; Cidadãos com menor acesso à informação por serem reclusos; Clientes; Colaboradores ; Entidades fornecedoras	2015
<i>Técnica- Indústria técnica Farmacêutica, AS</i>	Farmacêutica	Projeto SMS- Solidariedade Médica e Social	Comunidade; Colaboradores	2006
<i>Dianova Portugal</i>	Intervenção em saúde e social prevenção, tratamento, reinserção das dependências- Formação	Igualdade e conciliação Vida Familiar- Profissional	Colaboradores	2013
<i>Companhia IBM Portuguesa, SA</i>	CAE 62030- Gestão e Exploração de Equipamentos Informáticos	Corporate services corps; Impact Grants; Prémio científico IBM; World Community Grid; E.X.I.T.E. Camp- Explorar os interesses pela tecnologia e engenharia; Smarter Cities Challenge; Programa On Demand Community	Comunidade; Colaboradores	2003 a 2010
<i>Fundação Portugal Telecom</i>	Consultoria e formação na área de Responsabilidade Social	Ideia simples ideia de sucesso	Comunidade	2015

<i>AIESEC Portugal</i>	Desenvolvimento de liderança jovem; Estágios internacionais profissionais e de voluntariado	Transição e Gestão do conhecimento interno	Comunidade	2015 a 2016
<i>Associação para o ensino e qualificação- Escola profissional da Ericeira</i>	Ensino; Educação; Formação	Reduzir o consumo de água na escola e nas casas dos alunos	Comunidade; Colaboradores	2013 a 2016

Fonte: https://rederso.pt/wp-content/uploads/2020/02/conjunto_de_boas_praticas_nas_organizacoes_em_portugal_-_inquerito_2016.pdf

A tabela acima apresentada reúne toda a informação essencial sobre as 20 boas práticas aceites e publicadas pela REDE RSO PT, de forma a servirem de exemplo e conseguirem ser um meio de motivação para outras empresas. De maneira a desconstruir e simplificar a informação da tabela, foi possível verificar que das 20 boas práticas 2 contribuem para a área da restauração (knowFood – Atividades Hoteleiras Lda e Questão de Igualdade- Associação para a Inovação Social); 2 atuam na área da indústria e construção (Gestamp e CME); 2 na área de sistemas e tecnologias de informação (Instituto de informática, I.P. do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social e IBM); ao nível da área de consultoria, formação e educação são 5 as empresas que contribuem (AIESEC Portugal , XZ Consultores, Centro de Informação Europeia Jacques Delors, Direção-Geral dos Assuntos Europeus, Ministério dos negócios estrangeiros, Fundação Portugal Telecom e Associação para o ensino e qualificação- Escola profissional da Ericeira) na área da administração pública existem 2 entidades (Camara Municipal de Oeiras e Camara Municipal de Loures) por fim, no que diz respeito a área da saúde e farmacêutica existem 2 organizações (Dianova Portugal e Técnica- Indústria técnica Farmacêutica).

Como é possível observar na tabela, as várias entidades aqui mencionadas detêm diferentes dimensões, são PME's e grandes empresas e estão distribuídas em categorias distintas de acordo com o seu setor de atividade.

No que toca ao setor de atividade de Restauração, as empresas que contribuíram nesta área, a KnowFood e Associação para a Inovação Social, sendo que a KnowFood desenvolveu a prática “Almoços solidários” cujo principal objetivo foi oferecer refeições completas a famílias carenciadas dentro do concelho e “Almoço solidário de Natal” que nasceu de uma parceria com a Câmara Municipal de Marco de Canaveses, onde de acordo com a duração do projeto, se oferecia todos os anos no Natal um almoço solidário para

1000 pessoas carenciadas no concelho de Marco de Canaveses. Estas atividades promoveram dias muito positivos e felizes às pessoas envolvidas, promoveu o diálogo, a diversidade e a igualdade. Segundo os critérios da RSO PT, este projeto da KnowFood foi inserido na categoria de direitos humanos fundamentais e foi uma oportunidade para a empresa ao nível do envolvimento financeiros e processos de conhecimento. O projeto envolveu como público-alvo a comunidade e os clientes da mesma entidade.

A Associação para a Inovação Social desenvolveu ainda dentro da categoria da restauração a prática EQUO- Igualdade de género nas organizações da economia social e solidária, cuja missão foi a criação de instrumentos próprios que permitissem facilitar a integração do princípio da igualdade de género nas organizações da economia social e solidária, e por outro lado, potenciar e evidenciar as práticas inovadoras. Foram desenvolvidas três ações de formação em igualdade de género para dirigentes e seis para profissionais e voluntários destas organizações. Esta boa prática enquadra-se, de acordo com os princípios da RSO PT, em mais que uma categoria designada pela mesma, tais como, a categoria da ética e transparência, direitos humanos fundamentais e boa governança, diálogo com as partes interessadas, criação de valor, gestão de recursos humanos, diversidade e igualdade, proteção e gestão ambiental, desenvolvimentos das comunidades locais e marketing responsável.

No que toca ao setor de atividade de sistemas e tecnologias de informação, as empresas responsáveis são o Instituto de informática, do ministério do trabalho, solidariedade e segurança social e a Companhia IBM Portuguesa. O Instituto de Informática MTSSS organizou o Dia da Criança, cuja iniciativa proporcionou momentos de convívio entre as famílias e a entidade, é destinada aos filhos dos colaboradores e são oferecidas atividades de interesse lúdico. O Carnaval com crianças, outra atividade que promove a conciliação entre a vida profissional e a vida familiar, onde os filhos dos funcionários são convidados a visitar o local de trabalho dos pais com o propósito de participar em atividades didáticas e lúdicas, durante as férias do Carnaval.

A atividade de Open Day permitiu abrir as portas e convidar algumas organizações parceiras e a comunidade a conhecer o espaço empresarial. Esta iniciativa procurou envolver as pessoas e mostrar as funções da organização, promover a comunicação com todos os convidados, tanto entidades vizinhas como clientes. Esta atividade foi inserida na categoria do diálogo com as partes interessadas pela RSO PT e além disso, foi direcionada para clientes, entidades, fornecedores e parceiros com protocolos. Por outro

lado, esta atividade reconheceu alguns constrangimentos ao nível do envolvimento financeiro, dos processos e do conhecimento.

Finalmente, o PAI (Programa de Acolhimento e Integração) foi um projeto que facilitou e promoveu o conhecimento e integração de novos trabalhadores na cultura da organização, facultou um ambiente acolhedor e de proximidade. O PAI é um programa que vai sendo ao longo do tempo e da sua aplicação avaliado através de inquéritos de satisfação e, conseqüentemente, atualizado de acordo com os resultados. É enquadrado nos princípios de boa governança, gestão de recursos humanos, confiança, inovação e competências, de acordo com a RSO PT. No que toca a oportunidades, o envolvimento do projeto destacou-se, por outro lado, ao nível dos constrangimentos foram detetados nos processos, a nível financeiro e no conhecimento.

A área da indústria é constituída pela Gestão Aveiro AS com duas boas práticas que se destacaram, a instalação de variadores eletrónicos de velocidade e a cesta do papá e da mamã. A instalação de variadores eletrónicos de velocidade foi um projeto pensado para a própria empresa e para o meio ambiente, foram inseridos estes variadores nas torres de exaustão do setor da soldadura e nas bombas do setor de pintura, esta ação permite que se reduza o consumo de energia e as emissões de CO₂. Foi uma prática inserida na categoria de proteção e gestão ambiental de acordo com os princípios acordados pela RSO PT.

Ao nível das oportunidades adquiridas através da boa prática verificou-se o envolvimento, a oportunidade financeira, os processos e o conhecimento como boas chances para a entidade. A boa prática “Cesta do papá e da mamã” foi direcionada aos colaboradores que tenham sido pais, foi-lhes oferecido um cartão no valor de 300€ com o propósito de apoiar o crescimento dos filhos dos funcionários. Como boa prática de Responsabilidade Social, esta está integrada na pasta de gestão de recursos humanos e diversidade e igualdade dos princípios da RSO PT.

Contrariamente foram identificadas oportunidades neste projeto, tais como, o envolvimento entre ambas as partes e os processos, ao nível dos constrangimentos foram detetados ao nível financeiro e do conhecimento, realizando almoços solidários e campanhas de intervenção social e igualdade de géneros, cujo publico alvo são a população e os clientes das respetivas. As áreas responsáveis pelos sistemas e tecnologias de informação (Instituto de Informática, do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social) programaram algumas atividades para dias específicos, foi o caso do Instituto de Informática, do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança social,

que organizou o dia da criança e o carnaval com crianças, de forma a oferecer aos colaboradores e filhos dos mesmos, clientes, parceiros e fornecedores um dia diferente e de união entre a empresa e as famílias dos envolvidos na empresa.

A organização que atua na área da indústria, como a Gestão Aveiro, ofereceu a instalação de variadores eletrônicos de velocidade, que beneficiou tanto a empresa como o meio ambiente, no que toca ao programa “Cesta do Papá e da Mamã” a empresa presenteia os seus colaboradores com uma cesta de produtos.

No que diz respeito ao setor de atividade de consultoria e formação, as empresas responsáveis são a XZ Consultores AS e a Fundação Portugal Telecom. A XZ Consultores desenvolveu a sua boa prática sobre a gestão da conciliação e resolveu implementar medidas de conciliação da vida profissional, pessoal e familiar dos colaboradores, através de medidas mais flexíveis, estáveis e que apoiem as famílias, assim como, de consigam desenvolver ao nível pessoal e profissional, no que toca à igualdade de oportunidades.

Esta prática foi benéfica tanto para o público interno como externo à empresa através de exercícios de team-building com a comunidade e outras entidades vizinhas. A RSO PT inseriu esta prática na categoria de ética e transparência, direitos humanos fundamentais, boa governança, diálogo com as partes interessadas, criação de valor, gestão de recursos humanos, diversidade e igualdade, proteção e gestão ambiental, desenvolvimento das comunidades locais e marketing responsável. Foram atividades dirigidas aos colaboradores e foram reconhecidas algumas oportunidades ao nível do envolvimento, do financiamento, dos processos e do conhecimento adquirido.

Quanto à Fundação Portugal Telecom, que para além de atuar na área de consultoria, atua na formação da Responsabilidade Social, desenvolveu o projeto “Ideia simples Ideia de sucesso” que procurou promover, informar e capacitar a população na criação de todo o processo do seu negócio, utilizando a internet como fonte de comunicação. O objetivo principal era disponibilizar informação necessária para a criação de negócios e ainda fomenta o empreendedorismo em Portugal. Esta ideia está inserida nos princípios de boa governança e criação de valor definidos como categorias pela RSO PT. Em relação às oportunidades adquiridas com este projeto verificou-se a oportunidade de envolvimento, financeira, ao nível dos processos e de conhecimento.

Relativamente ao setor de atividade da administração pública, tanto a Camara Municipal de Loures como a Camara Municipal, trabalharam na ação social das suas comunidades, A Camara Municipal de Loures desenvolveram sessões de apoio ao consumidor e de

informação e esclarecimento. Estas sessões procuravam sensibilizar a população sobre endividamentos / sobre endividamentos, consumo, ambiente, sustentabilidade e Responsabilidade Social, assim como, atendimento livre aos munícipes. As duas boas práticas são encaminhadas para as categorias de ética e transparência, direitos humanos fundamentais, diálogo com as partes interessadas, criação de valor, diversidade e igualdade, proteção e gestão ambiental e desenvolvimento das comunidades locais.

Ao nível das oportunidades ganhas conferiu-se que cresceu a oportunidade ao nível do apoio ao consumidor, na medida em que, o gabinete responsável por este trabalho está responsável pelo atendimento personalizado dos cidadãos e totalmente gratuito, estes podem solicitar informações relacionados com determinados problemas, também ao nível do valor, no que toca à quantidade de consumidores que usufruiu do serviço, tendo-se verificado um aumento significativo, a resolução de conflitos onde este gabinete atua na mediação de situações, ao nível económico e social foi também uma atividade que beneficiou ambas as partes. Finalmente, um tema bastante atual e preocupante por parte destas duas entidades, foi a sustentabilidade, no que diz respeito à importância do desperdício e uso eficiente da água, foram desenvolvidas várias ações de sensibilização neste sentido, em escolas, universidade seniores e famílias de carência económica.

Por outro lado, a Camara Municipal de Oeiras orientou o programa “Oeiras solidária” que consiste numa plataforma de networking que promove a colaboração da Responsabilidade Social, e conseqüentemente, expandir perspectivas de trabalho integrado entre os diferentes setores, este projeto foi direcionado para a comunidade de Oeiras e foi também inserido nas categorias de ética e transparência, boa governança, dialogo com as partes interessadas, criação de valor, desenvolvimento das comunidades locais e marketing responsável criadas pela RSO PT de forma a distinguir as boas práticas. Quanto aos constrangimentos reconhecidos foram distinguidos ao nível financeiro, envolvimento, processos e conhecimento.

O setor de atividade de construção e instalação elétrica, foi desenvolvido pela CME- Construção e Manutenção Eletromecânica com a boa prática Certificação SA8000, que se traduz na implementação do sistema de gestão de Responsabilidade Social segundo os requisitos da norma SA8000 e a certificação da mesma, a melhoria continua do sistema e respetivos resultados. Foi um investimento feito a pensar nos colaboradores da entidade, cujas oportunidades adquiridas foram ao nível do desenvolvimento, do financiamento, dos processos e do conhecimento. De acordo com os princípios da RSO PT este projeto foi inserido nas categorias de ética e transparência, direitos humanos fundamentais,

diálogo com as partes interessadas, gestão de recursos humanos e diversidade e igualdade. No entanto, a empresa reconheceu a oportunidade ao nível do envolvimento, ao nível financeiro, dos processos e do conhecimento.

No que toca a setores de atividades relacionados com a informação, formação e comunicação, a entidade que atua é o Centro de Informação Europeia Jacques-Delors, Direção-Geral dos Assuntos Europeus, Ministério dos Negócios Estrangeiros com as seguintes boas práticas: “Acesso à informação Europeia”; “Campanha Papel por Alimentos” e “Comunicar a Responsabilidade Social”.

O projeto “Acesso à informação Europeia” foi direcionado para a comunidade e cidadãos com menor acesso à informação por serem reclusos, e o seu propósito foi oferecer sessões de informação/sensibilização nas prisões durante uma parceria de reinserção e serviços prisionais, desta forma, permite contribuir para a inclusão dos cidadãos em reclusão, criando-lhes a oportunidade para promover o conhecimento, da mesma forma, foram realizados debates com a participação de reclusos em querias atuais da união europeia. Através deste projeto reconhecemos oportunidades para a empresa no que toca ao envolvimento da mesma, dos processos e do conhecimento, por outro lado, existiram constrangimentos financeiros.

O seguinte projeto “Campanha Papel por Alimentos” foi dirigido à comunidade e foi muito bem sucedido, foram entregues ao Banco Alimentar contra a fome 150 quilos de papel de forma gratuita. Um projeto que encaixou perfeitamente nos princípios relativos aos direitos humanos fundamentais e à proteção e gestão ambiental concretizados pela RSO PT. Não foram conhecidos constrangimentos neste projeto, mas sim oportunidades no que toca ao envolvimento, à área financeira, aos processos e ao conhecimento. Por outro lado, o projeto “Comunicar a Responsabilidade Social” ainda comandado pelo centro de informação Europeia Jacques Delors foi direcionado tanto para a comunidade como clientes, colaboradores e entidades fornecedoras. Uma iniciativa sobre a Responsabilidade Social que foca as atividades praticadas pela União Europeia relativamente ao tema principal, através de fontes de informação e documentação, e desta forma, reforçar a importância da Responsabilidade Social junto das comunidades, promover a oportunidade de diálogo e o suporte de informação e comunicação nesta área. É um projeto que se enquadra ao nível do diálogo com as partes interessadas e do desenvolvimento das comunidades locais. Assim como o último projeto, as oportunidades adquiridas por parte da entidade foram as mesmas.

Quanto aos setores de atividade sobre o desenvolvimento de liderança jovem, estágios internacionais profissionais e de voluntariado, a AIESEC Portugal, considerada a maior plataforma jovem que possibilita o desenvolvimento pessoal e profissional de jovens estudantes através de programas de trabalho em equipa, liderança e intercâmbios em vários países, criou uma prática que permite a transição e gestão de conhecimento interno, ou seja, uma organização gerida por jovens, que oferece vários desafios ao nível da gestão de informação e conhecimento interno. É uma prática que trabalha ao nível dos princípios da boa governança e a gestão de recursos humanos e é oferecida à comunidade. Foi fácil para esta entidade reconhecer as oportunidades que ganhou através da atividade, como ganhos ao nível do envolvimento, ao nível financeiro, dos processos e do conhecimento.

O setor de atividades que recai sobre o ensino, a educação e a formação, a Associação para o ensino e qualificação – Escola Profissional da Ericeira, promoveu a excelente ideia de reduzir o consumo da água na escola e nas casas dos alunos, através da integração em diversos projetos ECO ESCOLAS, que dinamizou um conjunto de ações de partilha e promoção ambiental, onde se consegue diminuir custos e implementar boas práticas no consumo sustentável da água. Esta iniciativa foi dirigida a alunos, comunidade escolar e funcionários da mesma. Por eleição da RSO PT este projeto encaixa nas categorias de criação de valor e proteção e gestão ambiental dos princípios anteriormente definidos. Neste caso, pelo contrário, não foram detetadas nenhuma oportunidade, mas sim constrangimentos, ao nível do envolvimento, ao nível financeiros, dos processos e do conhecimento.

O setor de atividade de farmacêutica também participou, a Indústria Técnica Farmacêutica SA criou o projeto SMS- Solidariedade Médica e Social que ofereceu às comunidades e colaboradores, o objetivo foi ajudar todos os que dizem não ter acesso a cuidados básicos de saúde, mobilizando assim profissionais de saúde em regime de voluntariado para ajudar a população, mas desfavorecida. Foram feitas avaliações nutricionais, tensão arterial, ações de formação, rastreios e consultas de planeamento familiar. Foi um projeto que contou nas categorias da RSO PT de direitos humanos fundamentais, diálogo com as partes interessadas e desenvolvimento das comunidades locais. Foram reconhecido algumas oportunidades, tais como, envolvimento, oportunidade financeira, ao nível dos processos e do conhecimento.

Quanto ao setor intervenção em saúde e social- Prevenção, tratamento, reinserção das dependências- Formação, a Dianova Portugal, trabalhou na boa prática “Igualdade e

Conciliação Vida Familiar-Profissional” com o intuito de apoiar a conciliação entre ambas as vidas, tanto profissional como familiar para os seus colaboradores, foram criadas ainda políticas de apoio. A prática encontra-se inserida nas categorias de direitos humanos fundamentais, gestão de Recursos Humanos e diversidade e igualdade. Tal como em todos os outros projetos, existem oportunidades e constrangimentos, sendo que neste caso as oportunidades foram consideradas ao nível do envolvimento, dos processos e conhecimento e os constrangimentos foram apenas financeiros.

Finalmente, no que toca à gestão e exploração de equipamentos informáticos, a Companhia IBM Portuguesa dedicou-se à criação de várias iniciativas como o “Corporate Services Corps” cujo objetivo foi a criação de um programa que combina pequenas e medias empresas ou entidades que durante um mês se dediquem a projetos em mercados emergentes identificados como prioritários . Os voluntários do projeto oferecem o seu tempo e as suas competências na área da tecnologia e informação, a projetos apresentados pelas entidades definidas e que podem estar relacionados com a diminuição da mortalidade infantil, desenvolvimento de um plano integrado de marketing, financeiro, estratégico para o crescimento global das empresas ou organizações.

Foi feito a pensar na comunidade e nos colaboradores da empresa e foi enviado para as categorias de boa governança, diálogo com as partes interessadas, criação de valor, desenvolvimento das comunidades locais da RSO PT. Foi um projeto que viu emergir oportunidades na área do envolvimento, ao nível financeiro, dos processos e do conhecimento. Um outro projeto definido por esta mesma entidade foi o “Impact Grants” que permitiu que as instituições e organizações sem fins lucrativos possam beneficiar e melhorar a sua infraestrutura de TI e as suas competências tecnológicas e de liderança. As soluções encontradas pela IBM Portuguesa foram desenvolvidas em parceria com organizações sem fins lucrativos e concebidas de forma a ajudá-las a melhorar a sua capacidade para que possam servir corretamente as comunidades. Foi uma prática dedicada à comunidade e que teve lugar nas categorias de criação de valor e de desenvolvimento das comunidades locais. Quanto às oportunidades e constrangimentos, foram reconhecimentos as oportunidades ao nível do envolvimento, processo e conhecimento, por outro lado, o constrangimento foi financeiro.

O “Premio científico IBM” foi uma outra boa prática lançada pela IBM Portuguesa, contou com duas edições e fez reconhecer trabalhos de elevado mérito no campo das ciências da computação, de forma a estimular os jovens investigadores a estudarem e divulgarem os seus projetos científicos. Teve como objetivo impulsionar e

promover a divulgação de novas ideias em Portugal e fomentar o relacionamento entre as comunidades empresariais, académicas e investigação científica. Tal como no projeto anterior as categorias, as oportunidades e os constrangimentos reconhecidos foram iguais. O projeto “World Community Grid”, um programa à escala global que apoiou projetos de investigação científica em áreas relacionadas com a saúde, a pobreza e a sustentabilidade. A maior iniciativa voluntária ao nível da computação, que conseguiu competir com o poder dos maiores supercomputadores do mundo.

“E.X.I.T.E. Camp- Explorar os Interesses pela Tecnologia e Engenharia” a boa prática que pretendeu contribuir para que um maior número de raparigas, sobretudo em idade de opção académica/vocacional, pudesse desenvolver o interesse por áreas científicas e tecnologias. Um projeto destinado, como todos os anteriores, à comunidade e colaboradores da IBM Portuguesa.

“Smarter Cities Challenge” foi um programa que promoveu e criou cidades inteligentes ao endereçar alguns dos maiores desafios por elas enfrentados. As cidades vencedoras recebem durante três semanas equipas internacionais de especialistas IBM, com experiência em questões relacionadas com os meios urbanos, tais como, sustentabilidade, finanças, segurança, gestão de ativos, marketing e recursos humanos. Estes profissionais especializados avaliam, analisam e recomendam melhorias de estruturas de acordo com os desafios que antecipam foram apresentados pela cidade.

Por fim, o último projeto lançado foi o “Programa On Demand Community” que visou apoiar e incentivar o trabalho voluntário, tendo disponível online várias formações, ferramentas e recursos tecnológicos inovadores, concebidos para ajudar escolas e organizações sem fins lucrativos. Contribui ainda para o trabalho da comunidade, das escolas e organizações, permitindo a pesquisa de oportunidades de voluntariado e de identificação de competências necessárias para uma determinada ação ou atividade voluntária.

Conclusão

A presente dissertação de mestrado alcançou o objetivo de compreender as perspetivas, perceções e as práticas da responsabilidade social nas organizações, face aos dias de hoje.

A análise e o estudo expostos durante o trabalho tiveram por base as bases de dados europeias e as práticas de responsabilidade social aplicadas em organizações portuguesas, que reuniram condições suficientes para afirmar a necessidade de se educar para a responsabilidade social, nas empresas e na sociedade.

O primeiro passo para a concretização desta dissertação de mestrado foi a revisão da literatura, onde estudei as teorias, ideias e conjeturas elaboradas pelos vários autores que deram origem a esta área de estudo. São muitas as teorias que confirmam o desenvolvimento da responsabilidade social nos dias que correm, e é algo que procuro provar ao longo do artigo, a longevidade deste tema e a importância de o manter ativo.

A análise documental, com base em artigos, documentos auxiliares, inquéritos e conferências foi também fundamental para compreender de que forma a responsabilidade serviu de exemplo a outras organizações, e demonstrou ser uma mais-valia global.

Face aos resultados alcançados, é possível verificar que, no que toca à perceção dos europeus sob a responsabilidade social empresarial, um crescimento significativo da preocupação e cuidado necessário quanto à alteração de estratégias e práticas, de forma que seja possível tornar os mesmos mais sustentáveis, apelativos e promovam o bem-estar de todos os intervenientes. Desta forma, têm vindo a ser adotadas várias estratégias e ações específicas que promovam a responsabilidade social empresarial e os direitos humanos na Europa, é o caso da Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável que permitiu e conduziu a mudança no que toca a práticas consideradas pouco saudáveis. O mesmo podemos verificar na aplicação da estratégia Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) que reconheceu o esforço e trabalho das empresas no que toca à sustentabilidade e a aderência das populações a determinados projetos e serviços cuja prioridade passou a ser o bem-estar das pessoas e do ambiente.

Hoje é possível definir uma Europa ativa e atenta aos problemas que nos vimos a enfrentar diariamente, ao nível da sustentabilidade e da dificuldade em manter boas práticas.

Quanto à análise e estudo do inquérito europeu, este permitiu-me examinar detalhadamente o nível de interesse e informação sobre o que as empresas fazem ao nível do comportamento socialmente responsável para com a sociedade que a rodeia, da mesma forma que, pude averiguar a perceção das empresas face à influência que detêm perante a sociedade. Foi possível concluir no decorrer desta análise que a forma de atuação das empresas varia consoante o seu setor de atividade e a qualidade da informação acerca da responsabilidade social e direitos atribuídos a colaboradores e pessoal envolvido na empresa. Por um lado, presenciámos países europeus cujo objetivo é dar a conhecer às comunidades o seu papel social e envolver as respetivas, e por outro lado, mantemos a estrutura inicial das empresas, cujo principal objetivo era o lucro e a interação com a comunidade era inexistente.

No entanto, é notória a crescente adesão às boas práticas e estratégias de proximidade que têm vindo a surgir e a servir de exemplo para outras tantas empresas que começam a apostar na mudança. Portugal é um dos países mais disponíveis à adoção de estratégias empresariais e práticas evolutivas que possam ser positivas para todo o corpo empresarial.

Por outro lado, no que toca à análise do primeiro inquérito nacional sobre a conduta empresarial responsável e direitos humanos, o propósito deste inquérito às empresas, seria a recolha de dados sobre a visão que as empresas portuguesas têm acerca da regulamentação aplicável em matéria de conduta empresarial responsável, às práticas adotadas pelas empresas e o papel do estado português quanto à promoção e garantia de condições necessárias à conduta empresarial responsável. É de realçar que a maior concordância em relação a este tema vem das grandes empresas e a menor das pequenas empresas. Acontece que, derivado das oportunidades e contextos de cada uma das empresas, a sua atuação neste meio é feita de formas muito distintas, e em alguns casos, é inexistente a atuação.

No que diz respeito ao estudo de caso de organizações portuguesas, procurei dar a conhecer o crescimento e criatividade que têm vindo a aumentar nas empresas e instituições portuguesas. A divulgação da responsabilidade social em Portugal no que toca a empresas, organizações ou instituições tem sido bastante satisfatória e tem servido para se darem a conhecer à sociedade, tanto ao nível dos seus meios de atuação e serviços como ao nível da mentalidade, dos valores e princípios que regem a empresa.

Hoje podemos observar projetos e atividades muito dinâmicas que envolvem tanto a responsabilidade social empresarial como a sociedade, o ambiente, a tecnologia e a sustentabilidade.

O papel da responsabilidade social tem conquistado lugar em inúmeras empresas e instituições cuja base para se transformarem foram as associações como o GRACE e a Rede RSO PT que mantiveram sempre a vontade de informar e partilhar o seu trabalho junto das empresas.

Ao longo dos anos temos vindo a acompanhar o dinamismo das empresas em matéria de responsabilidade social e surgiu a necessidade de eleger as melhores “Boas Práticas” como forma de partilhar e incentivar outras empresas a aderir e criar as suas próprias estratégias e práticas, que reúnam todas as condições necessárias à sua concretização.

Posto isto, ainda que esta dissertação desenvolva parte da matéria da responsabilidade social, este é um tema em constante transformação que requer a pesquisa e investigação continua para que se possa reinventar e melhorar. No que toca a limitações que encontrei durante o desenvolvimento da dissertação, considero que seja a reduzida quantidade de conteúdo relativo à responsabilidade social e desenvolvimento do próprio tema. Acredito que existe muito mais informação a ser debatida e trabalhada no que toca a este campo da sociologia.

Por fim, considero que esta dissertação de mestrado serve para divulgar uma outra perspectiva, através de exemplos e análises de resultados, da responsabilidade social nas empresas, e o quanto esta prática deve continuar a ser trabalhada e desenvolvida. Apesar de ser um tema muito vasto, este foi apenas o contributo que me propôs a fazer e considero pertinente a continua investigação no âmbito da responsabilidade social empresarial.

Bibliografia

Anthony Giddens (1991), *Modernity and Self-Identity - Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

Appio, J. & Madruga, B. & Frizon, N. (2018) Responsabilidade Social Empresarial: um estudo de caso à luz da conceção piramidal de Archie Carroll. Disponível em: <https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/1422/html>

BCSD (2021) Carta de Princípios das Empresas pela Sustentabilidade. Disponível em: https://bcsdportugal.org/wp-content/uploads/2017/12/Carta_Principios_BCSDPortugal.pdf

Benedicto, S. & Rodrigues, A. & Penido, A. (2008) Surgimento e Evolução da Responsabilidade Social Empresarial: Uma Reflexão Teórico-Analítica. Disponível em: https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=RLjSZeAAAAAJ&citation_for_view=RLjSZeAAAAAJ:mVmsd5A6BfQC

Carroll, A. (1979) A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/303179257_A_Three-Dimensional_Conceptual_Model_of_Corporate_Performance

Carroll, A. B. (1999). *Corporate Social Responsibility*. *Business & Society*, 38(3), 268–295

Catraio, Luis (2012) *A Responsabilidade Social Corporativa numa empresa Internacional: Estudo de Caso Portugal, Lda*. Tese de Mestrado em Ciências Empresariais pelo Instituto Politécnico de Setúbal. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4000/1/tesefinal.pdf>

Comissão das Comunidades Europeias (2001) Livro Verde: Promover um quadro europeu para a Responsabilidade Social das Empresas. Disponível em: https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/empl/20020416/doc05a_pt.pdf

Comissão Europeia. (2013) Flash Eurobarometer 363: How Companies Influence Our Society: Citizens' View. Disponível em: https://data.europa.eu/data/datasets/s1036_363?locale=en

COMTE, Auguste. (1978) *Vida e obra*. São Paulo: abril S.A Cultural e Industrial

Davis, K. (1960) Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*

Dias, M. (2001) Voluntariado e solidariedade: realidades complementares. *Didaskalia*, 31 (1), 125-151. <https://doi.org/10.34632/didaskalia.2001.1549>

Durkheim, E. (1999) *Da Divisão do Trabalho Social*. São Paulo: Martins Fontes.

Faria, J. & Leal, S. (2009) As Perceções de Responsabilidade Social e o Empenhamiento Organizacional: Um Estudo Aplicado a Cooperativas em Portugal. Disponível em: https://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/10400.15/84/1/JorgeFaria_SusanaLeal_CICE_S_Santarem2009.pdf

Frederick, W. (1960) *The Growing Concern over Business Responsibility*. *California Management Review*

Freeman, E. & McVea, J. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. University of Virgínia. SSRN Electronic Journal Disponível em: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=097121094120021106110027094093068023032008008093019054002071100124085000000009102013110062016083078109019024003007055006029060099126123122084028083111071116008035066026098084091027088009091071067087024089103022108117112098124089019029117116073&EXT=pdf&INDEX=TRUE>

Freire, R e Sousa, M. (2010) Responsabilidade Social Corporativa: Um enfoque a partir dos principais modelos teóricos. Disponível em: https://www.inovaResponsabilidadeSocialEmpresarial.org/sites/default/files/T10_0261_1298_4.pdf

Friedman M. (1970) *A Friedman doctrine-- The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits.* The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

Friedman, A. (1970) A Friedman doctrine - The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

Garriga, E., & Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory.* Journal of Business Ethics

Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity.* Cambridge: Polity Press.

GRACE (2021) Relatório de Responsabilidade e Sustentabilidade Corporativa 2020. Disponível em: https://www.vda.pt/xms/files/06_Media/2021/cc_relatorioVDA2020_final_pt_digital.pdf

Guisard, L. e Junior, I. (2011) Augusto Comte e Émile Durkheim: Uma Sociologia “Apaziguadora” Disponível em: <https://professornogueira.files.wordpress.com/2013/02/artigo-7-guizard.pdf>

Hernandes, T. (2007) Estudo sobre as diretrizes da ocde para empresas multinacionais e a responsabilidade social empresarial - o papel do estado e de organizações da sociedade civil na promoção de um comportamento socialmente responsável das empresas. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rac/v13nspe/a04v13nspe.pdf>

Lanna, M. (2000) Nota Sobre Marcel Mauss e o Ensaio sobre a Dádiva. Revista de Sociologia e Política, 14, 173-194.

Leite, Carolina. (2009) *A Responsabilidade Social das Empresas em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Psicologia das Organizações e do Trabalho não editada. Universidade de Coimbra, Disponível em: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/26196>

Lodi, J. (1968) Introdução à Obra de Peter Drucker. RAE-Revista de Administração de Empresas. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/KKzMZPFYw8Z5DghKcVwQS5q/?lang=pt&format=pdf>

Lopes, Marta (2015) *A Influência dos Stakeholders na Responsabilidade Social Empresarial Estratégica*. Tese de Mestrado em Marketing, Operações e Gestão Geral pelo ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/10038/1/Tese_Out_2015_Final_Juri.pdf

Lyra, M. G., Gomes, R. C., & Jacovine, L. A. G. (2009). *O papel dos stakeholders na sustentabilidade da empresa: contribuições para construção de um modelo de análise*. Revista de Administração Contemporânea, 13(spe), 39–52.

Macêdo N. (2013) Considerações acerca da Responsabilidade Social Empresarial: um estudo a partir de sua evolução histórica. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/55618685.pdf>

Mascena, K. & Kim, J. & Fischmann, A. & Corrêa, H. (2015) Priorização de Stakeholders: Contribuição dos Estudos Teóricos e Empíricos. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/304805377_PRIORIZACAO_DE_STAKEHOLDERS_CONTRIBUICAO_DOS_ESTUDOS_TEORICOS_E_EMPIRICOS

Mauss, M. (1925) *Ensaio sobre a Dádiva*. São Paulo: Edições 70
Disponível em: Disponível em: <https://nau.ufsc.br/files/2010/09/Marcel-Mauss-e-o-ensaio-sobre-a-dadiva.pdf>

Montagna, D. (2015) Responsabilidade Social Empresarial: Sustentabilidade ou Estratégia de Negócio? Disponível em: https://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/1847/1/UAL_Tese%20Mestrado_Douglas%20Montagna.pdf

Monteiro, M. (2005) A Responsabilidade Social das Empresas. Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários, 21, 65-70. Disponível em: <https://blook.pt/publications/publication/8b32567e16c8/>

Murray, K. B., & Montanari, J. R. (1986). *Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory*. The Academy of Management Review.

Najam, A. (1999). *Reviews. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28(3), 364–367.

Nicolau, I. e Simaens, A. (2008) O Impacto da Responsabilidade Social das Empresas na Economia Social. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 68-76 Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/1417>

Porter, M. & Kramer, M. (2002) The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. Disponível em: <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy>

Rede RSO PT (2013) GT ISO 26000, Glossário de Responsabilidade Social. Disponível em: https://rederso.pt/wp-content/uploads/2020/02/rsopt_glossario-da-responsabilidade-social.pdf

Rede RSO PT (2015) GT ISO 26000, Autodiagnóstico de Responsabilidade Social das Organizações. Disponível em: https://rederso.pt/wp-content/uploads/2020/02/rsopt_auto_diagn%C3%B3stico-da-responsabilidade-social_ISO26000.pdf

Rede RSO PT (2016) códigos DE Conduta e de ética: vantagens e benefícios para a organização. Disponível em: https://rederso.pt/wp-content/uploads/2020/02/rsopt_folheto_codigo-de-etica-e-conduta.pdf

Rede RSO PT (2016) GT Observatório, Um Conjunto de Boas Práticas nas Organizações em Portugal - Inquérito. Disponível em: https://rederso.pt/wp-content/uploads/2020/02/conjunto_de_boas_praticas_nas_organizacoes_em_portugal_-_inquerito_2016.pdf

Revista Perspetivas Sociais Pelotas, Ano 1, N. 1, p. 109-124, março/2011 109
Modernidade líquida e liberdade consumidora: o pensamento crítico de Zygmunt
Bauman Tiago de Oliveira Fragoso Disponível em:
<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/percsoc/article/viewFile/2344/2197>

Savage, G. & Timothy, N. & Carlton, J. & Blair, J. (1991) *Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders*. The executive, Vol.5 No.2. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/233735907_Strategies_for_Assessing_and_Managing_Organizational_Stakeholders

Sheldon, O. (2003) *The philosophy of Management*. London: Psychology Press

Silva, S., Nuzum, A.-K., & Schaltegger, S. (2019). *Stakeholder expectations on sustainability performance measurement and assessment*. A systematic literature reviews. *Journal of Cleaner Production*, 217, 204–215.

União Europeia. (2016) *Tratado Sobre O Funcionamento Da União Europeia*. Disponível em:
https://www.jstor.org/stable/259247?origin=JSTOR-pdf&seq=1#metadata_info_tab_contents

Van Auken, P. M., & Ireland, R. D. (1978). *An Historical Review of Management Philosophy*. Ireland: Academy of Management Proceedings

Z. Bauman (1997) *O mal-estar da pós-modernidade* | Zygmunt Bauman; 98-0771 tradução Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama; revisão técnica Luís Carlos Fridman. - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998 Tradução de: *Postmodernity and its discontents* ISBN 85-7110-464-6 1. Pós-modernismo - Aspectos sociais. I. Título. COO 303.4 COU 301.175. Polity Press Disponível em: <https://student.cc.uoc.gr/uploadFiles/181-%CE%A1%CE%91%CE%A4%CE%9A387/Zygmunt%20Bauman-Postmodernity%20and%20Its%20Discontents-ch1-6.pdf>