

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL EM PORTUGAL: DO MITO À REALIDADE

CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY IN PORTUGAL: FROM MYTH TO REALITY

Marta Maria Cordeiro Lopes – Professora Auxiliar Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Portugal.

marta.lopes@ulusofona.pt

Nelson José dos Santo António – Professor Catedrático ISCTE Business School and BRU / IUL, Instituto Universitário de Lisboa. Portugal. nelson.antonio@iscte.pt

Resumo

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) em Portugal registou um incremento importante nos últimos anos, recuperando do atraso que tinha em relação a outros países europeus. O mundo empresarial organizou-se, instituíram-se prémios e difundiu-se o conceito. No entanto, a investigação académica ficou aquém do esperado, sendo escassa, dispersa e pontual. Este artigo tem por objetivo identificar as principais organizações que fomentam a RSE em Portugal, os prémios e os rankings existentes para além de posicionar o país na perspetiva empresarial e académica. O artigo é descritivo e exploratório, numa abordagem qualitativa reflexiva e crítica. Este debate contribui para desmistificar a RSE em Portugal, compreender a sua evolução ao longo do tempo e para reforçar a importância de se desenvolverem práticas mais extensivas que permitam uma efetiva mudança de comportamento.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Empresarial, Portugal, Investigação Académica.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) in Portugal registered a significant increase in recent years approaching other European countries. The companies were organized, created awards and promoted the concept. However, academic research was less than expected, being scarce, dispersed and residual. This article aims to identify the main organizations that promote CSR in Portugal, existing awards and rankings in addition to positioning the country in the business and academic perspective. The article is descriptive and exploratory, in a reflective and critical qualitative approach. This debate contributes to demystify CSR in Portugal, understand its evolution and reinforcing the importance of developing more extensive practices that allow effective change of behavior.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Portugal, Academic Research.

1. INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é um fenómeno transversal à empresa e à sociedade. Se a sociedade necessita do apoio das empresas quando, muitas vezes, o estado falha na resolução de problemas sociais, a empresa também necessita de uma sociedade forte para poder desenvolver a sua atividade ao mesmo tempo que tem recursos (e muitas vezes competências) para proporcionar um nível de vida e bem-estar superior aos membros da comunidade. Neste contexto, fala-se hoje com frequência nos novos papéis das empresas numa sociedade que evolui, prospera e se desenvolve mas não consegue colmatar as desigualdades sociais.

A RSE em Portugal iniciou o seu percurso um pouco mais tarde que nos outros países europeus (Albareda, Lozano e Ysa, 2007) tendo registado um enorme incremento no final dos anos 1990 e no começo do novo século (Kastenholz, Ladero, Casquet e Amaro, 2004). É um conceito que está particularmente associado ao desenvolvimento sustentável e à política pública do ambiente, envolvendo gradualmente a questão social e económica.

Este artigo vem mostrar que a RSE ainda é incipiente em Portugal e está mais orientada para a prática empresarial e jornalística do que para a construção de conhecimento científico. Tem por objetivo desmistificar a RSE em Portugal e enriquecer o conhecimento académico que é limitado e tem sido objeto de pouco estudo (Abreu, David e Crowther, 2005; Branco e Rodrigues, 2006; 2008; Dias, 2009; Duarte, Mouro e das Neves, 2010; Fernandes, Afonso e Monte, 2012; Loureiro, Sardinha e Reijnders, 2012; Proença e Branco, 2014).

Usando a abordagem qualitativa, com análise documental e realização de entrevistas em profundidade, esta reflexão descreve a situação atual em Portugal e propõe uma análise crítica, tanto em termos empresariais, realçando a evolução que já se conseguiu nos últimos anos, como em termos académicos, reafirmando o muito que ainda falta fazer.

O artigo está organizado em quatro partes. A primeira identifica as principais organizações que fomentam a RSE em Portugal, lista os prémios e os rankings, sistematizando a investigação existente para melhorar estas práticas e fomentar o seu desenvolvimento. A segunda apresenta a metodologia adotada. A terceira analisa os dados recolhidos à luz da revisão teórica que suporta esta reflexão. A quarta e última apresenta algumas considerações sobre o tema com sugestões de futuras pistas de investigação.

2. REVISÃO TEÓRICA

2.1. As Organizações

Impulsionados por instituições internacionais e seguindo o apelo das instâncias europeias, no início do novo século, começaram a surgir alguns movimentos em Portugal para constituições de grupos de trabalho e de instituições que promovessem o tema da RSE em Portugal. Entre os vários que foram surgindo nos últimos anos, destacam-se o Grace, o BCSD, a RSE Portugal, a APEE, a CRIS e a RSO.pt.

O Grace – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial, criado

em 2000, foi das primeiras entidades a surgir em Portugal, com um enfoque especial na reflexão e sensibilização das empresas, para a vertente da RSE, promovendo uma sociedade mais sustentável e justa. Esta associação, sem fins lucrativos, tem na sua génese um conjunto de empresas multinacionais que estavam motivadas para apoiar a gestão empresarial, conciliando os seus objetivos privados com as práticas de RSE e transpondo para o nosso país muitos dos programas que estas já promoviam no seu país de origem (Gonçalves, 2006).

O BCSD Portugal – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável foi criado no ano seguinte, em 2001, com o intuito de dinamizar a comunidade empresarial para desenvolver políticas ambientalmente sustentáveis, articulando empresas, governo e sociedade civil (Mota e Dinis, 2005). É uma resposta aos vários movimentos internacionais que surgem neste âmbito, nomeadamente, à Cimeira do Rio 92, à Agenda 21 e à Estratégia de Desenvolvimento Sustentável da União Europeia. Promove, essencialmente, a mudança empresarial rumo ao desenvolvimento sustentável que permitirá a construção de um novo modelo de negócio que contemple a ecoeficiência, a inovação e a RSE.

A RSE Portugal – Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas surge em 2003, integrando o conjunto de instituições europeias ligadas à CSR Europe para promover e disseminar o conceito de RSE a nível nacional e europeu (Mota e Dinis, 2005). Era o *focal point* para o Pacto Global das Nações Unidas (Gonçalves, 2006) mas acabou extinta poucos anos depois.

Neste contexto, surge a APEE – Associação Portuguesa de Ética

Empresarial com o objetivo de definir e implementar programas concretos que motivassem as empresas a assumirem princípios éticos subjacentes às suas práticas de gestão socialmente responsáveis. Esta associação está qualificada para exercer funções de normalização nos domínios da ética e da RSE (Neves e Bento, 2005) tendo participado nas comissões técnicas que deram origem às normas de RSE portuguesas (Gonçalves, 2006). É atualmente a gestora da rede portuguesa da Global Compact.

O CRIS – Centro de Responsabilidade e Inovação Social é dinamizado pela Associação Portuguesa de Qualidade e tem como missão promover a construção e partilha de conhecimento e o desenvolvimento de competências no âmbito da responsabilidade e inovação social, fatores da qualidade e da excelência organizacional, através de diversas atividades e parcerias, envolvendo as empresas, a comunidade científica e a sociedade em geral (Gonçalves, 2011).

A última organização a referenciar é a RSO.pt – Rede Nacional de Responsabilidade Social que foi criada no âmbito do Programa de Iniciativa Comunitária EQUAL, que decorreu entre 2006 e 2007, para integrar os promotores financiados por este programa, numa rede temática de RSE que envolvesse diversas parcerias. A RSO.pt é uma plataforma de encontros, aprendizagem, criação, partilha e disseminação de conhecimentos e práticas relacionadas com a RSE, numa estrutura aberta, multisectorial e multifuncional.

2.2. Prémios e Rankings

Os prémios que valorizam a RSE em Portugal seguem as tendências internacionais, foram aparecendo e extinguindo-se ao longo dos anos e abordam temas muito diversos do espectro da RSE, como as práticas no local de trabalho, a igualdade de género, os relatórios de sustentabilidade ou a cidadania empresarial. Apesar da informação existente ser dispersa e difusa, aumentando a dificuldade em estabelecer uma cronologia, apresentam-se alguns dos prémios mais relevantes promovidos em Portugal.

No âmbito das distinções das melhores empresas para trabalhar, existem 3 prémios semelhantes. O primeiro, criado em 2000 pela Great Place to Work e pela Revista Exame intitulado “Melhores Empresas para Trabalhar”, foi inspirado no famoso índice da revista Fortune que destaca as melhores empresas nos EUA, valorizando as dimensões de credibilidade, respeito, justiça, orgulho/brio e camaradagem (Rego, Moreira, Felício e Souto, 2003). Entre 2001 e 2005, vigorou a parceria entre estas duas entidades que terminou no ano seguinte. Em 2006, passaram a existir dois prémios com o mesmo nome, liderados por cada uma destas empresas: a Great Place to Work publicou o ranking com o jornal Público (2006 a 2009) e depois com outros meios de comunicação social; e a revista Exame aliou-se à Heidrick & Struggles para manter esta distinção associada à revista, destacando as empresas na sua dimensão social interna. Em 2010, a Accenture assumiu o lugar da Heidrick & Struggles na organização deste ranking e esta última cria um novo prémio, desta vez em conjunto com o ISCTE e o Diário Económico intitulado “Prémio Excelência no Trabalho”

(Carvalho, 2012).

Em 2003, a Revista Exame publicou o primeiro “Guia das Empresas Socialmente Responsáveis” utilizando uma metodologia desenvolvida pelo Instituto Ethos (Brasil) tendo os resultados sido avaliados por um júri que destacou o “Top 10” das empresas portuguesas (Abreu et al., 2005; Pinto, 2004). Este ranking foi dos primeiros a ser publicado em Portugal, com algum impacto junto da comunidade empresarial, mas não teve continuidade nos anos seguintes.

Outro dos prémios emblemáticos que distinguiu a RSE em Portugal – apesar dos últimos referidos serem os mais mediáticos porque estavam todos associados a meios de comunicação social – era o “Prémio Cidadania das Empresas e Organizações” criado, em 2006, pela AESE (Escola de Negócios de Gestão) e pela PricewaterhouseCoopers que usava o questionário base da metodologia SAM – *Sustainable Asset Management*, parceira da *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) (Gonçalves, 2006). “Numa era em que se discute numa base diária as problemáticas sociais, éticas e ambientais, é urgente ter conhecimento de como lidam as empresas e as organizações com estas novas temáticas (...) avaliando-se o seu desempenho em quatro categorias: enquadramento, pilar económico, pilar ambiental e pilar social” (AESE e PWC, 2010, p. 2/3). Este prémio deixou de ter continuidade em 2010.

Mais recentemente, a Merck, Sharp & Dohme instituiu o prémio “Maria José Nogueira Pinto em Responsabilidade Social” homenageando uma mulher que se distinguiu pela sua persistência na defesa da RSE. Este prémio pretende reconhecer o trabalho desenvolvido por pessoas, individuais ou coletivas, que se tenham destacado no âmbito de ações

de RSE ativas em território nacional e foi atribuído pela primeira vez em 2013.

No âmbito da RSE, mas em temáticas mais específicas, importa realçar ainda os seguintes prémios:

- ✓ Prémio “Igualdade é Qualidade” promovido, desde 2000, pelo CITE – Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego, e tem como objetivo estratégico combater a discriminação e promover a igualdade entre homens e mulheres no trabalho, no emprego e na formação profissional;
- ✓ Prémio “Prevenir Mais Viver Melhor no Trabalho”, foi criado em 2003 e é promovido atualmente pelo ISHST – Instituto para a Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho (anteriormente designado por IDICT – Instituto para o Desenvolvimento e Inspeção das Condições de Trabalho) pretende reconhecer as entidades que, em cada ano, se tenham distinguido nos domínios da inovação e melhoria da prevenção dos acidentes de trabalho ou doenças profissionais. O prémio é atribuído em duas categorias: boas práticas (no domínio da segurança ou saúde no trabalho) e em estudos e investigação (no âmbito da prevenção de riscos);
- ✓ Prémio “Empresa Mais Familiarmente Responsável” foi promovido pela Deloitte e AESE entre 2005 e 2010. Tinha como objetivo distinguir as empresas pelas suas ações de apoio às famílias e pelas medidas adotadas para favorecer a conciliação entre a vida no trabalho e na família;

- ✓ Prémio “Desenvolvimento Sustentável”, criado em 2009, pela Heidrick & Struggles, em parceria com o Diário Económico e o INDEG/IUL ISCTE, que procura reconhecer as melhores práticas na área da sustentabilidade empresarial, bem como efetuar um estudo da evolução dessas práticas no tecido empresarial português (Marcelino, 2013). Segue a metodologia *triple bottom line* avaliando as dimensões económicas, ambientais e sociais, adaptando para a realidade nacional o questionário usado no DJSI;
- ✓ Prémio de “Inovação para a Sustentabilidade EBAEepis” foi promovido entre 2009 e 2012 pela Agência Portuguesa do Ambiente (APA) em colaboração com a Direção Geral das Atividades Económicas, o BCSD Portugal e a GCI. Com uma periodicidade bienal, visava reconhecer e premiar empresas públicas e privadas que se distinguissem pelo seu desempenho e/ou práticas inovadoras no domínio do desenvolvimento sustentável, conciliando o sucesso económico com a preservação do meio ambiente. Os vencedores deste prémio concorriam posteriormente ao *European Business Awards for the Environment* promovido pela Comissão Europeia. Tendo em conta as sinergias e os objetivos existentes entre os prémios EBAEepis e o *Green Project Awards Portugal* (GPA), as 2 iniciativas foram integradas a partir de 2014, existindo apenas o GPA organizado pela APA em colaboração com a GCI e a Quercus.

2.3. A Investigação Académica

O debate académico na Europa é relativamente novo, assim como as práticas de envolvimento em ações de RSE (Matten e Moon, 2008) tendo registado um forte interesse nos últimos anos (Carroll e Shabana, 2010). Em termos gerais, considera-se que a RSE na Europa é mais implícita do que explícita (Matten e Moon, 2008) com especial incidência para os países nórdicos, escandinavos e Reino Unido (Knudsen, Moon e Slager, 2014). Por outro lado, a propensão das empresas em empreender iniciativas de cariz social, é mais elevada nos EUA, significativamente menos na Europa e muito baixa ainda na Ásia (Welford, 2005) com especial incidência para a China (António, 2007).

Em Portugal, a investigação sobre a RSE é escassa (Abreu et al., 2005; Branco e Rodrigues, 2006, 2008; Dias, 2009; Duarte et al., 2010; Fernandes et al., 2012; Loureiro et al., 2012; Proença e Branco, 2014) mas tem vindo progressivamente a ganhar importância com as universidades a criarem diversas linhas de investigação (Neves e Bento, 2005), com o apoio do governo (Albareda et al., 2007) e com a dinamização das empresas (Kastenholz et al., 2004; Moreira, Rego e Gonçalves, 2003). Esta tendência tem sido seguida por vários países do sul da União Europeia que demonstram um maior interesse por estes temas nos últimos anos mas com um atraso temporal em relação aos países nórdicos ou aos EUA (Kastenholz et al., 2004). Estes países foram os últimos a assumir a RSE e a seguir as iniciativas promovidas pela União Europeia tendo criado vários grupos de discussão com os atores sociais para alcançar o consenso público (Albareda et al., 2007; Knudsen et al., 2014).

Apesar de escassa, a investigação permitiu provar que a RSE em Portugal é motivada por dimensões como as questões e requerimentos legais ou por condutas éticas e sociais (Fernandes et al., 2012); porque é isso que se deve fazer (Rego et al., 2003); por imitação da concorrência ajudando a anular uma possível vantagem competitiva (Kastenholz et al., 2004); por razões morais (Proença e Branco, 2014); e por fatores externos, de mercado e operacionais (Abreu et al., 2005). Por seu lado, os empresários estão cada mais cientes dos benefícios da RSE (Proença e Branco, 2014), incorporando nas suas decisões critérios que ultrapassam os requisitos económicos (Moreira et al., 2003), seja por iniciativa própria, ou como uma necessidade imposta pelos consumidores, pelos stakeholders ou pela sociedade em geral (Kastenholz et al., 2004).

Para as grandes empresas, o relacionamento com a comunidade, o apoio aos mais desfavorecidos e as intervenções junto às escolas (Gago, Cardoso, Campos, Vicente e dos Santos, 2005) são as práticas mais importantes ao nível externo da RSE, enquanto as PME's valorizam a adequação do produto às necessidades do cliente e o tratamento das reclamações (Santos, Santos, Silva e Pereira, 2007). A nível interno, as grandes empresas e as PME's estão orientadas para os seus colaboradores, e algumas apostam no voluntariado corporativo (Gago et al., 2005) e na igualdade de oportunidades (Santos et al., 2007). Por último, o principal tipo de atuação de RSE é feito através de patrocínios e donativos a ações culturais, sociais, educacionais e desportivas (Gago et al., 2005; Santos et al., 2007).

Durante muitos anos, estas políticas eram apenas adotadas por

grandes empresas e multinacionais (Albareda et al., 2007; Gago et al., 2005) mas têm vindo a ser praticadas de modo informal por uma elevada percentagem de empresas, incluindo PME's (Pinto, 2004). Neste nível, podemos destacar que as empresas têm progressivamente adotado códigos de conduta, procurado certificações ambientais e sociais, criado comités de ética ou departamentos de RSE (Melícias, 2003; Moreira et al., 2003). Por exemplo, os bancos nacionais com maior exposição junto dos consumidores fazem questão de divulgar informações sobre RSE nos seus relatórios anuais, nos media e na internet e têm o cuidado de escolher o meio de informação de acordo com o público-alvo (Branco e Rodrigues, 2006). Por outro lado, a divulgação das ações de RSE demonstram que os bancos portugueses operam de acordo com critérios éticos e sociais, podendo contribuir para a construção da sua reputação enquanto que a não divulgação poderá ser uma fonte de risco reputacional (Branco e Rodrigues, 2008).

Registe-se, ainda, que o conceito de “empresa socialmente responsável” não é assimilado da mesma forma por todos os portugueses. Em termos gerais, têm três visões distintas sobre estas empresas: uns consideram que devem exercer a sua atividade de maneira eficiente e ética; outros que devem empenhar-se ativamente para o bem-estar da sociedade; e outros que devem adotar políticas de recursos humanos (RH) que demonstrem respeito pelos colaboradores e seus familiares (Duarte et al., 2010). Por outro lado, uma investigação aplicada ao sector automóvel demonstrou que os portugueses valorizam mais a qualidade percebida e a empatia com a marca do que as ações de RSE das empresas (Loureiro et al., 2012).

Apesar dos progressos, a RSE continua a ser caracterizada por ações pontuais e pouco compreendidas (Kastenholz et al., 2004) sem efeitos visíveis ao nível macro ou sem impactos significativos na vantagem competitiva das regiões (Santos et al., 2007). Os relatos da sustentabilidade apresentam poucos ou nenhuns indicadores numéricos, o que indicia que são produzidos mais como um instrumento de marketing do que como reflexo de um verdadeiro compromisso com a RSE (Dias, 2009) e os Relatórios e Contas divulgam pouca informação sobre o capital intelectual (Oliveira, Rodrigues e Craig, 2013). Por último, o número de empresas com um comportamento preocupado com a RSE é ainda relativamente pequeno (Gago et al., 2005) apesar de ter vindo a aumentar nos últimos anos.

O desafio das organizações portuguesas com a RSE será focalizar as suas ações sociais nas necessidades prioritárias da sociedade, em projetos concretos de apoio continuado e a prazo, contribuindo para a resolução dos problemas mais graves da sociedade (Gago et al., 2005).

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada nesta reflexão segue uma abordagem qualitativa, descritiva e exploratória. Foram realizadas 5 entrevistas semiestruturadas com os responsáveis das organizações que promovem a RSE em Portugal e que organizam os principais prémios da área. As entrevistas tiveram a duração de 1 a 2 horas, gravadas com a autorização do entrevistado e posteriormente transcritas. Os entrevistados foram identificados por codificação (E1, E2, E3, E4 e E5)

sem referência direta ao seu nome, instituição ou função, mantendo o anonimato.

As entrevistas seguiram um guião elaborado tendo em conta a recolha prévia da informação e a revisão da literatura. No entanto, por serem semiestruturadas, não houve a preocupação de seguir uma ordem pré-estabelecida, de modo a permitir alguma liberdade aos entrevistados e flexibilidade ao entrevistador para a condução das entrevistas podendo-se recolher informação sem grandes condicionamentos e aproveitando a espontaneidade dos sujeitos (Lakatos e Marconi, 1991).

Foi ainda realizada uma extensa pesquisa documental, em sites e documentos publicados pelas instituições, que estão catalogados e devidamente identificados na base de dados, de modo a corroborar evidências e como complementaridade às demais fontes, uma vez que estes podem conter informações únicas de acontecimentos que não podem ser observados diretamente (Stake, 2012).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A recolha de dados junto dos entrevistados e a análise documental vem confirmar que o país registou um grande progresso nos últimos anos mas que o caminho a percorrer ainda é longo se quisermos ombrear com as principais economias mundiais. Não obstante, “já encontramos muitas abordagens muito sérias à responsabilidade social” (E4) e Portugal tem vindo a assistir a “um maior número de organizações que promovem ações de RSE como resposta a diversas pressões de natureza social, ambiental, económica e cultural” (Grace, 2013, p. 7).

Um dos primeiros estudos empresariais sobre a RSE, em Portugal, empreendido por Norma Lehmann-Vogelweid em 1997 (Lehmann-Vogelweid, 1997) demonstrou que, no nosso país, não existia um corpo coerente de atuação das grandes empresas na comunidade (E4), não existia informação pública sobre o tema apesar dos executivos estarem sensibilizados para o impacto que a intervenção na comunidade poderia representar em termos de competitividade, e que os benefícios fiscais não eram fator motivacional para as decisões nesta matéria (Lehmann-Vogelweid, 1997). Apesar disso, o estudo alertava que os temas que mais sensibilizavam os empresários eram a SIDA, a droga, os sem-abrigos e a exclusão social. Por último, ficou ainda claro que a RSE caracterizava-se por apoios e donativos financeiros sem grande envolvimento na causa (E5) e as principais razões para o fazerem estavam na sua ligação aos objetivos de marketing e na importância destas ações para a construção de uma imagem de marca (Lehmann-Vogelweid, 1997).

Os estudos internacionais das grandes consultoras corroboram estas informações ao mostrarem que a RSE em Portugal continuava a ser um conceito pouco conhecido mas 60% das empresas consideravam que deviam dar mais atenção a este tema, e 70% dos consumidores admitia que as suas decisões de compra poderiam ser influenciadas pelo comportamento social de uma empresa (Mori 2000 citado em Pinto, 2004). Estes dados confirmaram, sem surpresa, a classificação de Portugal no 21º lugar no *National Corporate Responsibility Index 2003*, publicado pela AccountAbility, atrás de todos os restantes países da União Europeia (15 estados à época) à exceção da Grécia e imediatamente à frente do Japão e dos EUA (AccountAbility, 2003)

num ranking liderado pelos países nórdicos. Neste aspecto, refira-se que Portugal ficou no segundo lugar na categoria “capital humano” que está diretamente relacionada com as questões da segurança no trabalho. Em 2007, mantém a mesma posição (21^a) e passa a estar integrado no cluster “Assertivo” que agrupa os países que percorreram recentemente um caminho importante em matéria de RSE e onde a sociedade envolvente assume um papel relevante nesta dinâmica (AccountAbility, 2007).

Em 2008, Portugal entra, pela primeira vez, no estudo anual da KPMG - *Survey of Corporate Responsibility Reporting* que analisa a preocupação das empresas em reportar as suas atividades de RSE. O país fica a meio da tabela com a inovação e as considerações éticas no topo dos reportes (KPMG, 2008). Em 2011, a mesma empresa classifica Portugal no grupo “Leading the Pack” referindo que neste cluster estão os países já têm relatórios há mais de uma década, com empresas e sectores de atividade a atingirem classificações muito elevadas em termos de profissionalismo e qualidade das informações (KPMG, 2011). Dois anos depois, Portugal continua a meio do ranking mas passa para terceiro lugar na adoção de medidas GRI para a elaboração de relatórios de RSE (KPMG, 2013) e reforça esta subida no último estudo (KPMG, 2015).

Apesar destas classificações internacionais na primeira década do novo milénio, “o tema da RSE tem vindo a conhecer algum desenvolvimento e maior visibilidade nos últimos anos, facto a que não é alheio o esforço de algumas empresas multinacionais de melhorarem a sua reputação e imagem e de múltiplas outras se demarcarem de inaceitáveis práticas” (Melícias, 2003, p. 3). Realmente este movimento

de RSE ganhou dimensão em Portugal, muito alicerçado nas “multinacionais que vinham já imbuídas das filiais de outros países, muito à frente com políticas de RH” (E2) apesar de muitas PME’s “terem práticas de RSE já muito consistentes mas que não são identificadas como tal” (E3). Os dados mostram ainda que “nas grandes empresas portuguesas, a alavanca da RSE é a gestão de risco, enquanto nas empresas médias, curiosamente, tem funcionado melhor a alavanca da inovação” (E1). Por último, passou a existir uma maior preocupação de empresas e ONGs por medir retornos: as primeiras para reporte interno; e as segundas para provar que as suas ações são impactantes e que devem, por isso, ser apoiadas (E2).

É também nesta altura que proliferam os prémios de RSE, na euforia dos primeiros anos da década e alicerçados na necessidade que as grandes empresa de consultoria e meios de comunicação social demonstraram em estarem ligados a práticas socialmente responsáveis, seguindo uma tendência europeia que assume maior expressão nos países mediterrânicos (Knudsen et al., 2013). No entanto, os custos e o envolvimento de RH que a atribuição destes prémios envolve fez com que a maior parte deles perdesse continuidade ao longo do tempo, não sejam atribuídos com uma periodicidade específica ou que sejam muito restritivos de uma área da RSE. Também nesta análise fica claro que são prémios sem grande impacto nacional e que se destinam mais a premiar o que já existe (divulgar as boas práticas) do que a incentivar a adoção de práticas distintivas sendo pouco eficazes na mudança de atitudes e de posicionamento das empresas em relação à RSE.

Ainda assim, de 2002 para 2013, “tudo mudou na RSE em Portugal porque no início era preciso explicar, refletir e perceber o que era este

conceito (...) enquanto que hoje a abordagem é de sofisticação” (E4). Atualmente, a RSE é assimilada por algumas organizações “como factor diferenciador e promotor de inovação especialmente pelas empresas que exportam para mercados exigentes” (E3). Nesta perspectiva, “as que estão expostas aos mercados internacionais encontram-se mais avançadas e as que não estão ainda se encontram num estado insipiente” (E1) mas “já não é necessário ter-se uma componente internacional para termos um trabalho de excelência em matéria de responsabilidade social corporativa (RSC) nas empresas portuguesas” (Botto, 2013, p. 1) porque não é um tema exclusivo das multinacionais e “encontramos muita coisa bem-feita ao nível das PME’s” (E4).

Esta maior consciencialização fez com que tivesse mudado o “mundo dos apoios, para melhor” (E2) na medida em que as organizações já não se limitavam a passar o cheque mas queriam ter uma intervenção ativa nas atividades das ONGs ou dos programas que apoiam (E2). Esta mudança de abordagem tornou-se mais evidente com a crise económica quando os orçamentos diminuíram consideravelmente mas que não afectou tanto o nosso país uma vez que muitas das políticas já estavam integradas ao nível dos RH (E5). Os dados confirmam esta ideia na medida em que, em Portugal, as razões morais para empreender a RSE são mais importantes que a orientação para a maximização do lucro (Proença e Branco, 2014).

Por outro lado, é ainda evidente a “grande preocupação das empresas cuidarem dos seus quadros e das suas pessoas” (E2) em vez de continuarem a apostar em ações para o exterior, com algumas delas “a tirarem o apoio à comunidade para dar esse apoio aos seus próprios

colaboradores” (E4). Um estudo no Algarve, dirigido a PME's, reforça esta evidência na medida em que conclui que as empresas estão cada vez mais sensibilizadas para a questão da RSE ao nível da dimensão interna, ou seja, práticas de RSE dirigidas aos seus colaboradores (Jesus e Batista, 2014) mantendo a abordagem paternalista desenvolvida por muitas empresas na época da ditadura (Pinto, 2004).

Por outro lado, a existência de diversas entidades promotoras da RSE têm incrementado estas práticas (E3), realizando diversos seminários, eventos, estudos empresariais e, principalmente, consciencializando o tecido empresarial nacional para a importância de integrarem práticas socialmente responsáveis com o envolvimento de stakeholders (E1). Esta abordagem de aposta no diálogo, de campanhas de sensibilização, informações em sites e retórica política é característica dos países mediterrâneos que estão menos propensos a um maior envolvimento governamental (Knudsen et al., 2013). No entanto, torna-se evidente a dificuldade que todas as entidades têm em promover eventos / debates que sejam transversais à sociedade e que originem uma mudança de comportamento empresarial que seja consistente. À semelhança do que acontece em muitas organizações sectoriais, estas entidades fazem um esforço meritório mas as suas restrições orçamentais e a sua reduzida área de influência não permite o desenvolvimento de programas ou políticas de RSE que sejam adotados por um grande número de empresas.

Refira-se ainda que em Portugal é comum as empresas terem responsáveis pela área da RSE (E1), estão menos dispersas definindo uma área de atuação (E2) e “está em curso uma mudança no interior das organizações que implica uma abordagem mais holística ao tema

da RSC” (Botto, 2013, p. 3). A este respeito vale ainda a pena salientar que Portugal “transpôs as leis europeias e por isso as nossas leis são muito boas mas as práticas continuam pobres” (E1). Esta evidência sente-se especialmente nas PME’s que agem muitas vezes “por convicção do empresário ou por alguém que tem como função pensar o tema mas não por estar no ADN da organização” (E3). Na prática “há um caminho a percorrer até que seja (a RSE) parte integrante de todos os processos, competências e sistemas” (Botto, 2013, p. 3).

5. CONCLUSÃO

A análise dos dados mostra-se consistente com Pinto (2004), que refere que a RSE em Portugal passou a ser exercida de forma mais sistemática após a celebração dos acordos internacionais, designadamente da Cimeira Europeia de Lisboa, realizada em 2002, e ganhou novo impulso com a criação da norma portuguesa de RSE NP 4469:1 de 2008 que funcionou como um marco na implementação de práticas de RSE (Leite e Rebelo, 2010); e com Lehmann-Vogelweid (1997) que destaca que no final dos anos 1990 não existia muita informação pública sobre o tema apesar dos executivos estarem sensibilizados para o impacto que a intervenção na comunidade poderia representar em termos de competitividade.

Concluímos ainda, à semelhança de outros autores, que a investigação sobre a RSE em Portugal é escassa (Abreu et al., 2005; Branco e Rodrigues, 2006b, 2008; Dias, 2009; Duarte et al., 2010; Fernandes et al., 2012; Loureiro et al., 2012, Proença e Branco, 2014) tal como acontece com a maior parte dos países do Mediterrâneo (Knudsen et

al., 2013). Refira-se que estes países foram os últimos a assumir estes temas e seguiram as iniciativas promovidas pela União Europeia tendo criado vários grupos de discussão com os atores sociais para alcançar o consenso público no que diz respeito à RSE (Albareda et al., 2007) tal como foi referido por diversos entrevistados. Apesar disso, é evidente a falta de coordenação e foco entre todas as entidades, incluindo as governativas, de modo a criar o impacto desejado na transformação da sociedade e na adoção voluntárias destas políticas por parte das empresas.

Por outro lado, é justo concluir que a evolução que se registou nos últimos anos é relevante, recuperando o atraso de Portugal na adoção de práticas de RSE. Hoje já temos o conceito assimilado pela maior parte do tecido empresarial português e já encontramos abordagens muito sérias e bem conseguidas à RSE. Uma evolução que é necessário louvar e destacar mas que deixa a descoberto o que muito há a fazer.

Como futuras pistas de investigação seria interessante perceber, numa amostra estatisticamente representativa, qual a evolução que as empresas e as organizações sentiram nos últimos anos, o que mudou verdadeiramente em termos de práticas de RSE e qual a importância que as entidades existentes tiveram nessa mudança.

Refira-se ainda que este artigo tem limitações que estão subjacentes às opções metodológicas que não permite a generalização das conclusões e que necessita de estudos empíricos mais extensos para reforçar o debate aqui iniciado.

Por último, e tendo em conta estas limitações, este artigo contribui para desmistificar a RSE em Portugal, perceber a sua evolução, para além de compreender o papel das diferentes organizações e prémios que promovem a RSE deixando um apelo à comunidade académica para aprofundar o tema e realizar estudos empíricos que permitam uma melhor caracterização da RSE em Portugal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, R., David, F. e Crowther, D. (2005). Corporate social responsibility in Portugal: Empirical evidence of corporate behavior. *Corporate Governance*, 5 (5), 3-18.

AccountAbility (2003). *Responsible competitiveness index 2003 – Aligning corporate responsibility and the competitiveness of nations*. Copenhagen: The Copenhagen Center.

AccountAbility (2007). *The state of responsible competitiveness 2007 – Making sustainable development count in global markets*. Copenhagen: The Copenhagen Center.

AESE e PricewaterhouseCoopers (2010). *As boas práticas de sustentabilidade nas empresas e organizações – Prémio cidadania das empresas e organizações* (4ª edição). Lisboa.

Albareda, L., Lozano, J. e Ysa, T. (2007). Public policies on corporate social responsibility: The role of governments in Europe. *Journal of Business Ethics*, 74 (4), 391-407.

António, N. (2007). Stakeholders' theory and corporate social responsibility in China. *Euro Asia Journal of Management*, 17 (2), 109-121.

Botto, L. (2013). Uma viagem pelo passado com os olhos no future. Site VER. Acedido a 13 de Março de 2013, em <http://www.ver.pt/conteudos/verArtigo.aspx?id=1678&a=Geral>

Branco, M. e Rodrigues, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by portuguese banks – A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11 (3), 232-248.

Branco, M. e Rodrigues, L. (2008). Factors influencing social responsibility disclosure by Portuguese companies. *Journal of Business Ethics*, 83 (4), 685-701.

Carroll, A. e Shabana, K. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), 85-105.

Carvalho, R. (2012, 19 de Janeiro). Conheça as melhores empresas para trabalhar. *Diário Económico*, 30-32. Acedido a 24 de Janeiro de 2012, em <http://indeg.iscte.pt/imprensa/recortes/downloads.php?item=804>.

Dias, A. (2009). O relato da sustentabilidade empresarial: Evidência empírica nas empresas cotadas em Portugal. *Revista Científica da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas: Contabilidade e Gestão*, 2, 111-150.

Duarte, A., Mouro, C. e das Neves, J. (2010). Corporate social responsibility: Mapping its social meaning. *Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 8 (2), 101-122.

Fernandes, P., Afonso, S. e Monte, A. (2012). Dimensions of portuguese corporate social responsibility: A multivariate analysis. Em *XVI Congresso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas*, México.

Gago, C., Cardoso, E., Campos, J., Vicente, L. e dos Santos, M. (2005). *Responsabilidade social das empresas portuguesas: 25 Casos de referência*. Lisboa: Companhia das Letras.

Gonçalves, H. (2006). A responsabilidade social empresarial em Portugal. *Seminário A Certificação no Sector dos Resíduos*. Porto, Portugal: Associação Portuguesa de Engenharia do Ambiente. Acedido a 24 de Janeiro de 2014 em http://www.lipor.pt/pt/bibliotecas/download.php?folder=bibliotecas&f=helena_goncalves_ucp_51278536150a0027322c45.pdf

Gonçalves, H. (2011). Responsabilidade e inovação social: Conceitos e abordagens. *Seminário de Responsabilidade e Inovação Social*. Funchal, Portugal: Associação Portuguesa de Qualidade. Acedido a 24 de Janeiro de 2014 em http://www.apq.pt/portal/web/FORMACAO/DRM/Responsabilidade_e_inovacao_social/Helena-Goncalves.pdf

Grace (2013). *Olhar para o futuro – Uma nova reflexão sobre a responsabilidade social corporativa*. Lisboa: Grace.

Jesus, M. e Batista, T. (2014). A responsabilidade social das empresas no Algarve. *Tourism & Management Studies*, 10 (especial), 111-120.

Kastenholz, E., Ladero, M., Casquet, C. e Amaro, V. (2004). La responsabilidad social en las entidades financeiras: Un estudio exploratorio de la situación en Portugal. *Revista Internacional de Marketing Público y No Lucrativo*, 1 (2), 89-100.

Knudsen, J., Moon, J. e Slager, R. (2013). Government policies for corporate social responsibility in Europe: A comparative analysis of institutionalisation. *Policy & Politics*, 43 (1), 81-99.

KPMG (2008). *International survey of corporate responsibility reporting 2008*. Amstelveen: KPMG Sustainability Services.

KPMG (2011). *International survey of corporate responsibility reporting 2011*. Amstelveen: KPMG Global Center for Climate Change & Sustainability.

KPMG (2013). *The KPMG survey of corporate responsibility reporting 2013*. Amstelveen: KPMG Global Center for Climate Change & Sustainability.

KPMG (2015). *The KPMG survey of corporate responsibility reporting 2015*. Amstelveen: KPMG Global Center for Climate Change & Sustainability.

Lakatos, E. e Marconi, M. (1991). *Metodologia científica* (2a Edição). São Paulo: Editora Atlas.

Lehmann-Vogelweid, N. (1997). A reading of the corporate perspective on community involvement in Portugal. *Parcerias Empresariais e Consultadoria Lda*. Lisboa, Portugal.

Leite, C. e Rebelo, T. (2010). Explorando, caracterizando e promovendo a responsabilidade social das empresas em Portugal. *Actas do VII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia*. Braga, Portugal: Universidade do Minho, 2209-2225.

Loureiro, S., Sardinha, I. e Reijnders, L. (2012). The effect of corporate social responsibility on consumer satisfaction and perceived value: The case of the automobile industry sector in Portugal. *Journal of Cleaner Production*, 37, 172-178.

Marcelino, I. (2013, 29 de Outubro). Prémios desenvolvimento sustentável – Conheça os 10 melhores na sustentabilidade em Portugal. *Diário Económico*, I-X. Acedido a 24 de Janeiro de 2014 em http://economico.sapo.pt/public/uploads/especiais_sp/excelencia10.pdf

Matten, D. e Moon, J. (2008). “Implicit” and “explicit” CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33 (2), 404-424.

Melícias, V. (2003). *Parecer de iniciativa sobre a responsabilidade social das empresas*. Lisboa: Conselho Económico e Social.

Moreira, J., Rego, A. e Gonçalves, H. (2003). Um estudo sobre a responsabilidade social das empresas portuguesas. Algumas

comparações com Espanha. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, 8, 1-22.

Mota, G. e Dinis, A. (2005). Responsabilidade social das empresas: Novo modelo de gestão para o desenvolvimento sustentável. *Revista da Faculdade de Ciências e Tecnologias - Porto*, 2, 248-259.

Neves, J. e Bento, L. (2005). Traditional values and the pressures of transformation. Em Habisch, A., Jonker, J., Wegner, M. e Schmidpeter, R. (Editores), *Corporate Social Responsibility Across Europe* (303-314). Berlim: Springer.

Oliveira, L., Rodrigues, L. e Craig, R. (2013). Stakeholder theory and the voluntary disclosure of intellectual capital information. *International Journal of Governance*, 3(1), 1-22.

Pinto, G. (2004). *Responsabilidade social das empresas – Estado da arte em Portugal 2004*. Lisboa: CECOIA – Centro de Formação Profissional para o Comércio e Afins.

Proença, J. e Branco, M. (2014). Corporate social responsibility practices and motivations in a peripheral country: Two portuguese illustrative cases. *Corporate Governance*, 14 (2), 252-264.

Rego, A., Moreira, J., Felício, M. e Souto, S. (2003). As melhores organizações para trabalhar: Um domínio específico de aplicação da responsabilidade social das empresas. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, 8, 1-9.

Santos, A., Santos, M., Silva, J. e Pereira, E. (2007). *Responsabilidade social nas PME's*. Lisboa: Editora RH.

Stake, R. (2012). *Qualitative case studies*. Em Denzin, N. e Lincoln, Y. (Editores), *The SAGE of handbook of qualitative research* (3a Edição, 443-466). Thousand Oaks: Sage Publications Inc.

Welford, R. (2005). Corporate social responsibility in Europe, North American and Asia. *Journal of Corporate Citizenship*, (17), 33-52.