

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA



ISCAL

ÉTICA E RESPONSABILIDADE
SOCIAL DAS EMPRESAS COTADAS
DA EURONEXT LISBOA (2008-2012)

Liliana Cristina de Almeida Pinto

Lisboa, Dezembro de 2014

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E
ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA

ÉTICA E RESPONSABILIDADE
SOCIAL DAS EMPRESAS COTADAS
DA EURONEXT LISBOA (2008-2012)

Liliana Cristina de Almeida Pinto

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Paula Gomes dos Santos e coorientação da Professora Mestre Tânia Alves de Jesus.

Constituição do Júri:

Presidente _____ Professor Doutor Orlando da Costa Gomes

Arguente _____ Professor Doutor Fernando Miguel Seabra

Vogal _____ Professora Doutora Paula Gomes dos Santos

Lisboa, Dezembro de 2014

Declaro ser a autora desta dissertação, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido (no seu todo ou qualquer das suas partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio – a utilização de elementos alheios sem referência ao seu autor – constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação da presente dissertação.

*Aos quatro amores da minha vida, Pai, Mãe, Inês e Paulo, que
sempre acreditaram em mim, apoiaram-me e ensinaram-me
que o Amor é o segredo da Felicidade.*

*“ Não sou nada.
Nunca serei nada.
Não posso querer ser nada.
À, parte disso, tenho em mim todos os sonhos do mundo.”*
(Fernando Pessoa)

Agradecimentos

É com nostalgia que mais um ciclo da minha vida está a terminar. Muitas foram as lágrimas de desespero, as desilusões, as frustrações, os medos, mas também existiram sorrisos constantes pelas vitórias alcançadas que conduziram à realização de um objetivo. É chegado o momento de agradecer a todas as pessoas que marcaram a minha vida e ajudaram na realização deste trabalho.

Por toda a dedicação, carinho e disponibilidade que entregou à realização deste trabalho, muito obrigada Professora Tânia Alves de Jesus (coorientadora). E muito obrigada pela sugestão do tema, a sua ajuda foi fundamental e insubstituível. À Doutora Paula Santos obrigada por ter aceite o convite para orientar todo este trabalho.

Um agradecimento aos professores que marcaram todo o meu percurso académico, em especial ao Professor José Luís Silva, ao Professor Fernando Carvalho e ao Professor Pedro Pinheiro, que sempre demonstraram disponibilidade para o esclarecimento das minhas dúvidas, mesmo quando disparatadas. À Professora e amiga Maria dos Anjos Lopes que marcou o início deste meu gosto tão peculiar pelas ciências empresariais e o gosto pelo rigor. Muito obrigada pelas suas palavras de encorajamento e força em todos os momentos.

Ao Doutor Óscar Graça pela sua disponibilidade e ao João Martins Nunes pela sua disponibilidade para ajudar na tradução.

Agradeço às minhas amigas e colegas de licenciatura e mestrado, Ana Rita Silva, Joana Martins Nunes e Maria Odília Soeiro. Sei que fomos os pilares umas das outras dentro da faculdade e vocês ajudaram-me sempre a melhorar em todos os níveis. Muito obrigada pela confiança, disponibilidade, encorajamento e pela esperança que sempre depositaram em mim.

Por último, mas não menos importante, aos quatro amores da minha vida. Aos meus pais, Anabela e António, por todo o esforço que fizeram para eu chegar até aqui e muito obrigada por todo o amor incondicional demonstrado. À minha irmã Inês por todas as alegrias e amor que me deu desde de sempre. Ao meu namorado e melhor amigo, Paulo Machado, por toda a dedicação, amor, carinho e amizade que sempre demonstrou. Aos quatro muito obrigada pela paciência, pelo apoio e pela compreensão das minhas ausências e das minhas fases “menos boas”. A concretização deste ciclo da minha vida não seria possível sem vocês.

Muito obrigada a todos!

Resumo

A grave crise económica e financeira e de valores que afetam a atualidade e que contribuíram para a atual recessão económica, são fatores que uma vez mais vêm demonstrar que é necessário desencadear uma nova perspetiva para a contabilidade assente na Responsabilidade Social (RS) e na ética, que favoreça a recuperação mundial a nível económico, financeiro e social. O presente estudo relaciona a dependência entre o relato, a ética e a RS das empresas. Com esta investigação analisa-se a divulgação de informação sobre o investimento em ética e relaciona-se este investimento com rácios financeiros, nos períodos económicos entre 2008 e 2012. Para tal, utiliza-se uma amostra composta por 36 empresas cotadas na Euronext Lisboa. Neste sentido, com base nos dados das respostas recolhidas dos relatórios e contas, de sustentabilidade e de governo das empresas efetuou-se o tratamento e a análise estatística, com recurso ao programa de estatística *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Conclui-se que as empresas investem cada vez mais em ética e em RS. Porém, ainda existe algum caminho a percorrer na divulgação deste tipo de informação, uma vez que há sectores de atividade que no período analisado não sofreram alterações (Sector dos produtos Químicos; Sector dos Bens Pessoais e Domésticos e Sector das Viagens e Lazer). Constata-se, ainda, que as maiores empresas são as que mais investem em ética e em RS.

Palavras-Chave: Divulgação de Informação; Ética; Responsabilidade Social; Relato.

Abstract

The severe economic and financial crisis and the value crisis that affect the actuality and which contributed to the current economic recession, are factors that once again demonstrate that it is necessary to set off a new perspective to the accounting based on Social Responsibility (SR) and on the ethics, that favours the global economic, financial and social recovery. This study relates the dependence between reporting, ethics and SR firms. This research analyzes the dissemination of information on investment in ethics and relates this investment with financial ratios, in economic periods between 2008 and 2012. For this, it is used a sample of 36 companies listed on Euronext Lisbon. In this direction, based on data collected from the responses given on the sustainability and governance reports and accounts of companies, it was performed the treatment and statistical analysis, using the statistical program Statistical Package for Social Sciences (SPSS). We conclude that companies are increasingly investing in ethical and RS. However, there is still some way to go in spreading this kind of information, since there are sectors of activity that didn't change in the analyzed period (Chemical Products Sector; Personal and Household Goods Sector and Travel and Leisure Sector). It is verified, though, that larger companies are the major investors in ethics and in RS.

Keywords: Information Disclosure; Ethics; Social Responsibility; Reporting.

Índice

| | |
|---|------------|
| Índice de Figuras..... | xi |
| Índice de Gráficos | xii |
| Índice de Quadros..... | xiv |
| Índice de Tabelas..... | xv |
| Lista de Abreviaturas/Símbolos..... | xvi |
| 1. Introdução..... | 1 |
| 1.1. Enquadramento..... | 2 |
| 1.2. Motivação do Estudo..... | 2 |
| 1.3. Objeto e Objetivos do Estudo..... | 3 |
| 1.4. Síntese de Metodologia | 4 |
| 1.5. Estrutura da Dissertação..... | 5 |
| 2. Ética nas Empresas | 6 |
| 2.1. Ética e Moral | 6 |
| 2.2. Ética Empresarial..... | 11 |
| 2.3. Motivação..... | 13 |
| 2.4. Inteligência Emocional..... | 16 |
| 3. Ética e Responsabilidade Social..... | 20 |
| 3.1. Responsabilidade Social das Empresas..... | 21 |
| 3.2. Teoria das Partes Interessadas..... | 30 |
| 3.3. Normalização em Ética e em Responsabilidade Social | 32 |
| 3.3.1. NP 4460 – Ética nas Organizações | 33 |
| 3.3.2. NP 4469 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social | 35 |
| 3.3.3. ISO 26000 – <i>Guidance on Social Responsibility</i> | 37 |
| 3.4. Ética e Responsabilidade Social no Relato..... | 38 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 3.4.1. | Relatório de Sustentabilidade..... | 40 |
| 3.4.2. | Relatório do Governo das Sociedades..... | 43 |
| 3.4.3. | Relatório e Contas | 45 |
| 4. | Enquadramento Metodológico | 48 |
| 4.1. | Hipóteses do Estudo Empírico..... | 48 |
| 4.2. | Caracterização do Universo e Dimensão da Amostra..... | 49 |
| 4.3. | Metodologia e Tratamento dos Dados..... | 49 |
| 5. | Resultados..... | 52 |
| 5.1. | Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social..... | 52 |
| 5.2. | Caracterização da Amostra por Sector | 67 |
| 5.3. | Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social por Sector | 68 |
| 5.4. | Breve Análise Financeira..... | 78 |
| 5.5. | Modelo de Regressão Linear | 80 |
| 6. | Conclusões e Recomendações..... | 86 |
| 6.1. | Conclusões..... | 86 |
| 6.2. | Limitações do Estudo Empírico..... | 89 |
| 6.3. | Recomendações..... | 90 |
| | Referências Bibliográficas..... | 91 |
| | Apêndices | 100 |
| | Apêndice A – Competências da Inteligência Emocional e Dimensões Emocionais | 100 |
| | Apêndice B – Teorias e Abordagens da Responsabilidade Social das Empresas | 101 |
| | Apêndice C – Universo e Amostra..... | 102 |
| | C.1 – Lista de Empresas Cotadas na Euronex Lisboa | 102 |
| | C.2 – Constituição da Amostra por Sector de Atividade | 103 |
| | Apêndice D – Variáveis Financeiras e Contabilísticas por Sector..... | 106 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1.1: Modelo da relação entre o relato, o desempenho das empresas e a ética e RS..... | 4 |
| Figura 2.1: Relação entre uma moral e a sua ética..... | 7 |
| Figura 2.2: Constituição do desempenho do indivíduo..... | 14 |
| Figura 3.1: Pirâmide da Responsabilidade Social das empresas..... | 22 |
| Figura 3.2: Modelo dos três domínios da RS das empresas..... | 23 |
| Figura 3.3: Dimensões da RS..... | 25 |
| Figura 3.4: Cronologia dos Conceitos relacionados com RS das empresas..... | 27 |
| Figura 3.5: Modelo das três fontes da RS das empresas..... | 29 |
| Figura 3.6: Esquema do modelo do Sistema de Gestão da RS. | 36 |
| Figura 4.1: Modelo teórico das variáveis contabilísticas e financeiras perante a ética e a RS. | 48 |

Índice de Gráficos

| | |
|---|----|
| Gráfico 5.1: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS..... | 54 |
| Gráfico 5.2: Descrição da Divulgação sobre Ética e RS em 2008..... | 55 |
| Gráfico 5.3: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2009 face a 2008..... | 56 |
| Gráfico 5.4: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2010 face a 2009..... | 56 |
| Gráfico 5.5: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2011 face a 2010..... | 57 |
| Gráfico 5.6: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2012 face a 2011..... | 58 |
| Gráfico 5.7: Descrição da Divulgação sobre Ética e RS em 2012..... | 58 |
| Gráfico 5.8: Evolução da percentagem de empresas com código de ética ou de conduta. | 59 |
| Gráfico 5.9: Evolução da percentagem de empresas que permite a denúncia anónima de comportamentos. | 60 |
| Gráfico 5.10: Evolução da percentagem de empresas que realizam formação em ética. | 60 |
| Gráfico 5.11: Evolução da percentagem de empresas que têm um departamento ou comissão de ética..... | 61 |
| Gráfico 5.12: Evolução da percentagem de empresas em que existem mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua. | 61 |
| Gráfico 5.13: Evolução da percentagem de empresas que divulgam o seu desempenho ético..... | 62 |
| Gráfico 5.14: Evolução de empresas que apoiam projetos de solidariedade social..... | 62 |
| Gráfico 5.15: Evolução da percentagem de empresas que permitem aos empregados participar em ações de voluntariado..... | 63 |
| Gráfico 5.16: Evolução da percentagem de empresas que divulgam as suas ações de RS para com os empregados. | 64 |
| Gráfico 5.17: Evolução da percentagem de empresas que divulgam as suas ações de RS para com os familiares dos seus empregados..... | 64 |

| | |
|--|----|
| Gráfico 5.18: Evolução da percentagem de empresas que fazem publicidade transparente sobre riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços. | 65 |
| Gráfico 5.19: Evolução da percentagem de empresas que divulgam que controlam e previnem impactes negativos da sua atividade no meio ambiente..... | 66 |
| Gráfico 5.20: IDERS por sector de atividade no ano 2008 e no ano 2009 e a sua variação em 2009 face a 2008. | 69 |
| Gráfico 5.21: IDERS por sector de atividade no ano 2009 e no ano 2010 e a sua variação em 2010 face a 2009. | 70 |
| Gráfico 5.22: IDERS por sector de atividade no ano 2010 e no ano 2011 e a sua variação em 2011 face a 2010. | 70 |
| Gráfico 5.23: IDERS por sector de atividade no ano 2011 e no ano 2012 e a sua variação em 2012 face a 2011. | 71 |
| Gráfico 5.24: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2008..... | 73 |
| Gráfico 5.25: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2009..... | 74 |
| Gráfico 5.26: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2010..... | 75 |
| Gráfico 5.27: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2011..... | 77 |
| Gráfico 5.28: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2012..... | 78 |

Índice de Quadros

| | |
|---|----|
| Quadro 1.1: Estrutura da dissertação..... | 5 |
| Quadro 2.1: Teorias Éticas..... | 10 |
| Quadro 2.2: Benefícios da IE..... | 19 |
| Quadro 3.1: Evolução dos aspetos e dos indicadores do desempenho económico, ambiental e social da GRI..... | 41 |
| Quadro 4.1: Definição das variáveis que compõem o IDERS..... | 50 |
| Quadro 5.1: Definição das variáveis do modelo de regressão de linear..... | 81 |

Índice de Tabelas

| | |
|--|----|
| Tabela 4.1: Número de empresas que compõem a amostra. | 49 |
| Tabela 5.1: Evolução das variáveis do IDERS. | 52 |
| Tabela 5.2: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS e a sua Variação entre 2008 e 2012. ... | 53 |
| Tabela 5.3: Estatística descritiva do IDERS..... | 66 |
| Tabela 5.4: Caracterização da amostra por sector de atividade. | 67 |
| Tabela 5.5: Divulgação sobre Ética e RS por sector de atividade. | 68 |
| Tabela 5.6: A Divulgação sobre Ética e a Divulgação sobre RS por sector de atividade. | 72 |
| Tabela 5.7: Estatística descritiva das variáveis financeiras e contabilísticas..... | 79 |
| Tabela 5.8: Validação do Modelo de Regressão. | 81 |
| Tabela 5.9: ANOVA _(a) | 82 |
| Tabela 5.10: Correlação entre as Variáveis Explicativas e o IDERS..... | 82 |
| Tabela 5.11: Resultados das regressões da variável dependente IDERS nos períodos t com as variáveis financeiras nos períodos t..... | 83 |
| Tabela 5.12: Teste à Multicolinearidade ente as variáveis. | 84 |
| Tabela 5.13: Teste Durbin-Watson..... | 85 |

Lista de Abreviaturas/Símbolos

APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial

CMVM – Comissão do Mercado de Valores Mobiliários

CSC – Código das Sociedades Comerciais

CT 164 – Comissão Técnica de Responsabilidade Social

CT 165 – Comissão Técnica de Ética

EUA – Estados Unidos da América

FASB – *Financial Accounting Standard Board*

GRI – *Global Reporting Initiative*

IE – Inteligência Emocional

IDERS – Índice de Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social

IPCG – Instituto Português de *Corporate Governace*

ISO – *International Organization for Standardization*

NCRF – Norma Contabilística de Relato Financeiro

ONS-APEE – Organismo de Normalização Sectorial nos domínios da Ética e da Responsabilidade Social

QI – Quociente de Inteligência

RCP – Rendibilidade do Capital Próprio

RG – Relatório de Gestão

RRS – Relatórios de Responsabilidade Social

RS – Responsabilidade Social

SAD's – Sociedades Anónimas Desportivas

SNC – Sistema de Normalização Contabilística

UE – União Europeia

VIF – *Variance Inflation Factor*

1. Introdução

O crescimento das economias e a globalização dos mercados financeiros não foram suficientes para impedir que a crise financeira e económica se propagasse a nível mundial no início do século, sendo que os escândalos contabilísticos e as práticas contabilísticas fraudulentas, pela sua dimensão, contribuíram para a crise e conseqüentemente para a recessão económica.

A Enron, a Arthur Andersen, a Adelphia, a Xerox, a WorldCom, a Ahold e a Parmalat representam um conjunto de empresas que marcaram o início do século devido ao conhecimento público das suas práticas contabilísticas fraudulentas. No entanto, não foi só no início do século que ocorreram. Atualmente os escândalos contabilísticos continuam a marcar presença na sociedade em diversas áreas e em diferentes países (como por exemplo, Portugal, Grécia e Irlanda). Os escândalos contabilísticos associados a esquemas ilusórios remetem quase de forma momentânea para o levantamento de questões éticas e para a relação entre a contabilidade e a ética. Os comportamentos questionáveis em termos éticos resultam, em grande parte, do desejo obsessivo que existe na sociedade. Conseqüentemente assiste-se a consumos irresponsáveis de recursos da natureza e constata-se que o contentamento das pessoas passa pelo sucesso material e social e não pela felicidade e bem-estar dos outros. Assim, assiste-se a uma possível ameaça, estagnação e mesmo destruição da sociedade atual de bem-estar que tem sido característica do mundo ocidental. Neste sentido, a “crise moral” que afeta os indivíduos e o clima global da sociedade em geral e das empresas em particular, levam à falta de ética contabilística e empresarial e à falta de práticas socialmente responsáveis. Neste contexto, torna-se fundamental o investimento na motivação dos colaboradores das empresas e em práticas que permitam o desenvolvimento da Inteligência Emocional (IE). Uma vez que representam fatores de produtividade e em tempos de crise financeira e crise de valores humanos é fundamental o investimento em práticas que permitam construir uma sociedade mais ética e socialmente responsável.

No presente capítulo será apresentada a perspetiva geral do trabalho, expondo-se o enquadramento e a motivação do estudo. São também apresentados os objetivos do estudo, assim como, de uma forma sucinta, a metodologia e a estrutura da dissertação.

1.1. Enquadramento

A discussão em torno de questões éticas no mundo dos negócios e a relação entre as empresas e a sociedade, não representam um fenómeno recente na sociedade, remontando a sua origem ao século XIX (Benson, 1990 *apud* Rego, Cunha, Costa, Gonçalves e Cabral-Cardoso, 2006)¹. Embora a ética e a RS tenham alcançado uma posição maioritária nas políticas e na gestão das empresas (e dos seus investidores) são áreas que ainda se encontram pouco desenvolvidas, no entanto sofreram grandes alterações nas últimas décadas (Kahn, 1990; Nicholson, 1994; Crane, 1999). Nas últimas décadas assistiu-se à integração de preocupações éticas na gestão e de práticas socialmente responsáveis no interior das empresas. Esta mudança de paradigma resulta das preocupações que foram surgindo quando se tornaram públicos os escândalos contabilísticos e as fraudes associadas aos mesmos. Sendo que resultam de comportamentos gestionários chocantes face aos princípios éticos e dos danos gravíssimos causados no ambiente por determinadas empresas.

Em relação ao conceito de RS, desde a década 50 do século passado que se tem abordado e estudado o tema. Cada vez mais a ética e a RS estão presentes na atualidade da sociedade, uma vez que as empresas são avaliadas não só pelo seu desempenho financeiro, mas também pelas práticas que desenvolvem e implementam para o crescimento sustentável da sociedade. Assim, na gestão das empresas deverá ser adotado um relato verdadeiro, único e universal e integrar práticas éticas e socialmente responsáveis. Neste sentido, espera-se que a harmonização contabilística progrida no sentido de tornar possível que a informação financeira se torne consistente e comparável internacionalmente, que contribua para o bom funcionamento do mercado de capitais e para o desenvolvimento de uma sociedade ética e socialmente responsável.

1.2. Motivação do Estudo

A sociedade está em constante alteração, as mentalidades modificam, surgem diariamente novos desafios, novas oportunidades e novas necessidades. O ser humano e as empresas têm que se adaptar às realidades que vão surgindo constantemente na sociedade. A conjuntura económica e financeira que afeta o mundo inteiro é uma realidade que obriga as empresas a

¹ BENSON, G.C. – Business ethics in management strategy. In *Strategic Management: Methods and studies*. Amsterdam: Elsevier, 1990. pp. 57-71.

adaptarem-se e a encontrar soluções de emergência. Para tal é fundamental que as diversas partes interessadas² comecem a dar cada vez mais relevância às atividades que as empresas desenvolvem e a censurar os comportamentos não éticos e que não se relevam socialmente responsáveis.

Acredita-se que a sociedade e a empresa são entidades inter-relacionadas e que existe entre ambas dependência mútua, representando a empresa uma entidade económica e social. Assim, a empresa deve ser encarada como uma entidade que tem mais responsabilidades além da criação de riqueza, ou seja, a empresa é um centro de responsabilidades económicas, legais, éticas e filantrópicas. Neste contexto, e apesar da RS das empresas ser um tema que tem sido alvo de estudo nos últimos anos atualmente continua a ser um tema interessante para objeto de estudo e cada vez mais urgente e decisivo para enfrentar a grave situação que se propagou mundialmente.

O incumprimento e a violação dos princípios éticos e morais que deviam permitir o fomento da sociedade, possivelmente, contribuíram para o estado corrompido que afeta o mundo inteiro, sendo que existe uma responsabilidade de cada ser humano e de cada empresa em contribuir para um mundo em que se dá mais valor à felicidade do próximo em detrimento do ter e possuir. Ou seja, cada ser humano e cada empresa deverá contribuir para a mudança de mentalidades que encaram como a felicidade a posse de bens materiais e que têm uma ambição excessiva para atingir os objetivos pré-definidos em detrimento dos valores e princípios morais. Neste contexto, e considerando, que atualmente existe cada vez menos tempo para o pensamento e para a reflexão é necessário despertar para novas abordagens e redescobertas. A motivação deste estudo prende-se com a necessidade urgente de desencadear uma nova perspetiva para a contabilidade em que os seus pilares assentem na RS das empresas e na dimensão ética, e conseqüentemente favoreça a recuperação mundial a nível económico, financeiro e social.

1.3. Objeto e Objetivos do Estudo

A presente investigação tem como objeto de estudo a relação do relato de informação com a ética e com a RS das empresas. De forma genérica será seguido um caminho iniciado a partir

² Partes Interessadas - Existem diversos autores que as definem como *Stakeholders*, no entanto no presente trabalho irá usar-se a denominação partes interessadas.

da proposta de modelo de Carroll (1979), o qual define que a RS das empresas engloba as expectativas económicas, legais e éticas da sociedade face à atuação da empresa.

O objetivo do presente estudo é analisar a divulgação de informação sobre a Ética e RS, das empresas cotadas na Euronex Lisboa, e se esta se relaciona com variáveis contabilísticas e financeiras, nos períodos económicos entre 2008 e 2012. Assim, em termos gerais, a dissertação insere-se num modelo que evidencie a relação entre o relato, o desempenho das empresas, a ética e a RS, como se pode observar na Figura 1.1.

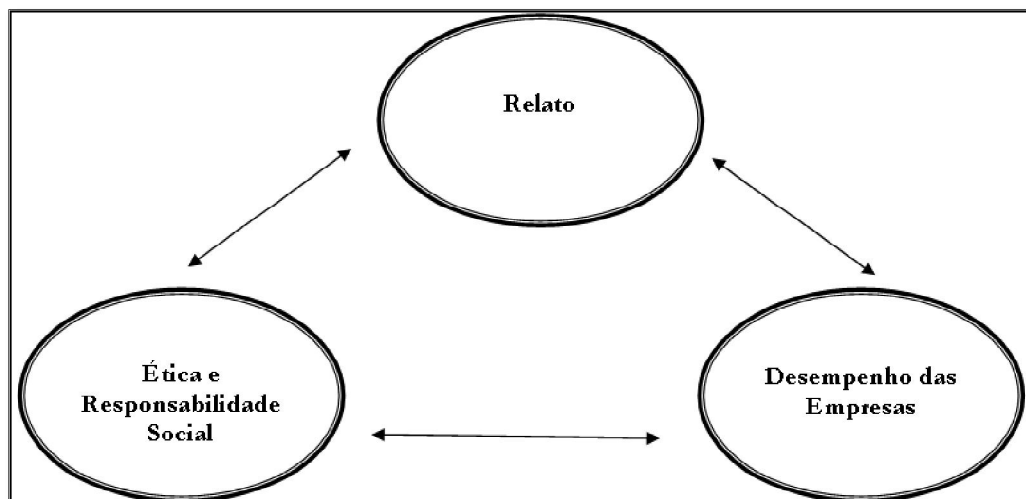


Figura 1.1: Modelo da relação entre o relato, o desempenho das empresas e a ética e RS.

1.4. Síntese de Metodologia

Quanto à metodologia, após uma profunda reflexão sobre o tema e após a delimitação do âmbito da dissertação, seguiu-se a pesquisa bibliográfica e a revisão da literatura. Esta última foi, por muitas vezes, revista e atualizada, permitindo elaborar o enquadramento teórico da dissertação, relacionando as áreas do relato, da ética e da RS.

Posteriormente, recorreu-se numa primeira fase à análise de conteúdos, ou seja, os dados foram recolhidos dos Relatórios de Sustentabilidade, dos Relatórios e Contas e dos Relatórios do Governo da Sociedade. Depois dos dados recolhidos procedeu-se ao seu tratamento, assim recorreu-se a técnicas de estatística descritiva e em relação às análises relacionadas com a divulgação do empenho ético e socialmente responsável com as variáveis contabilísticas e financeiras recorreu-se a modelos de regressão linear.

1.5. Estrutura da Dissertação

A dissertação encontra-se dividida em seis capítulos como se apresenta no Quadro 1.1.

Quadro 1.1: Estrutura da dissertação.

| Ética e Responsabilidade Social das Empresas Cotadas na Euronext Lisboa (2008-2012) | |
|--|--|
| | Capítulo 1: Introdução |
| Revisão da Literatura | Capítulo 2: Ética nas Empresas Capítulo 3: Ética e Responsabilidade Social das Empresas |
| Estudo Empírico | Capítulo 4: Enquadramento Metodológico Capítulo 5: Resultados Capítulo 6: Conclusões e Recomendações |

No presente Capítulo da dissertação (Capítulo 1) é feita uma introdução ao tema escolhido, isto é, Ética e Responsabilidade Social das Empresas Cotadas na Euronext Lisboa (2008-2012). Assim, começa-se por fazer o enquadramento e a motivação do estudo. Seguindo-se a apresentação do objeto e objetivos do presente estudo e a síntese da metodologia utilizada. Por último, e de modo a facilitar o conhecimento da dissertação apresenta-se a estrutura da mesma. O Capítulo 2 é dedicado ao estudo sobre a ética nas empresas. Começando por se abordar o conceito de ética e de moral, seguidamente, dá-se início ao estudo do conceito de ética empresarial e estuda-se dois fatores que interferem no sucesso das empresas, isto é, a motivação e a IE. O Capítulo 3 é dedicado ao estudo da ética e da RS das empresas. Inicia-se o capítulo estudando o conceito de RS das empresas, e posteriormente estuda-se alguma normalização em ética e em RS. E, por último, faz-se a revisão literária sobre o relato da ética e da RS nos relatórios.

No Capítulo 4 é desenvolvido o enquadramento metodológico do estudo empírico, ou seja, apresenta-se o objeto e objetivos do estudo empírico, o universo e amostra, as hipóteses que se pretende estudar e a metodologia e tratamento dos dados. No Capítulo 5 são apresentados os resultados do estudo empírico realizado, tendo por base a análise do Índice de Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social (IDERS), que resulta dos dados recolhidos relacionados com a ética e com a RS das empresas, e a análise dos dados recolhidos do relato financeiro das empresas. O Capítulo 6 é dedicado às conclusões finais e recomendações que se consideram pertinentes com a realização da presente dissertação, apresentando-se as limitações do estudo empírico e algumas contribuições para investigações futuras.

2. Ética nas Empresas

Ao longo dos últimos anos a ética adquiriu alguma popularidade e mediatização, no entanto ainda existe determinado desconhecimento dos conceitos e das principais bases em que esta assenta. A ética está presente na vida de todos os seres humanos quando agem, decidem e ponderam sobre o rumo que têm que seguir ou apenas sobre o que devem fazer.

No presente capítulo começar-se-á por abordar a ética enquanto filosofia moral. E de seguida, abordar-se-á a ética aplicada às empresas, ou seja, a ética empresarial. Por último, abordar-se-á a motivação e a IE como fatores de sucesso das empresas.

2.1. Ética e Moral

A ética é um tema popular e moderno, mas em termos teóricos existem diversas hipóteses de leitura da palavra ética e sua fundamentação, assim como de aplicação a âmbitos diferentes da vida social, como é o caso da ética aplicada ao âmbito empresarial.

A palavra ética é oriunda de duas palavras gregas *êthos* e *ēthos*, em que a primeira representa a morada ou carácter e a segunda refere-se a hábitos ou costumes também na origem da tradução latina de *mores*, ou seja, moral. O carácter do homem é considerado onde este habita, ou seja, algo exterior ao individual, voz da consciência ou voz divina. Enquanto os hábitos e costumes representam o nível dos comportamentos e do coletivo. Para Vaz (2000: 12-13)

[o] *ethos* é a casa do homem. (...) A metáfora da morada e do abrigo indica justamente que, a partir do *ethos*, o espaço do mundo torna-se habitável para o homem. O domínio da *phýsis* ou reino da necessidade é rompido pela abertura do espaço humano do *ethos* no qual irão inscrever-se os costumes, os hábitos, as normas e os interditos, os valores e as ações. Por conseguinte, o espaço do *ethos* enquanto espaço humano, não é [d]ado ao homem, mas por ele [c]onstruído ou incessantemente reconstruído.

Assim, a ética representa um apelo ao qual a consciência de cada ser humano responde de forma pessoal e autónoma e de onde provêm todas as ações do mesmo no sentido de alcançar a autorrealização e coexistência.

O termo ética e o termo moral são equivalentes pela sua origem etimológica, no entanto e de acordo com Orts Cortina, Conill, Domingo Moratalla e García Marzá (2005) os termos têm vindo a configurar-se tecnicamente como duas formas de reflexão. Falar de ética é, falar da determinação reflexiva da ação boa do ser humano e do lugar onde repousa a finalidade do

agir (Machado, 2005 *apud* Cabral, 2011)³. Enquanto a filosofia representa um esforço conceptual vocacionado para o esclarecimento dos fins racionais da ação humana, a ética corresponde ao saber prático que tem como finalidade orientar as leis do dever/ser e as normas de conduta segundo as quais os seres humanos deverão idealmente agir. Por outro lado, a moral é um saber que acompanha o ser humano desde a sua origem e pertence à vida quotidiana dos Homens. Sendo o objeto da ética a moralidade, englobando a realização de juízos sobre ações, da sua bondade ou maldade, é normativa e visa influenciar o ato de forma reflexiva, não se limitando a uma visão única. Assim, para Rego et al. (2006: 67) a moralidade corresponde a «(...) regras presentes numa dada sociedade que os seus membros devem cumprir se desejarem ser aceites pela comunidade». Ou seja, representa um conjunto de padrões reconhecidos e aceites pelos membros de uma cultura, que os acompanham desde a sua origem, sendo através desses padrões culturais que se diferencia o certo e o errado, o bem e o mal. Os padrões culturais representam um conjunto de regras que o ser humano deve cumprir para ser aceite em determinada cultura, mesmo quando essas regras corrompam os valores e princípios éticos assimilados pelo indivíduo enquanto ser humano, assumindo-se que a moralidade representa um saber que se pode desenvolver recorrendo à razão e à experiência. Assim, constata-se que a ética e a moralidade são indissociáveis. Na Figura 2.1 é apresentada a relação entre uma moral e a sua ética.

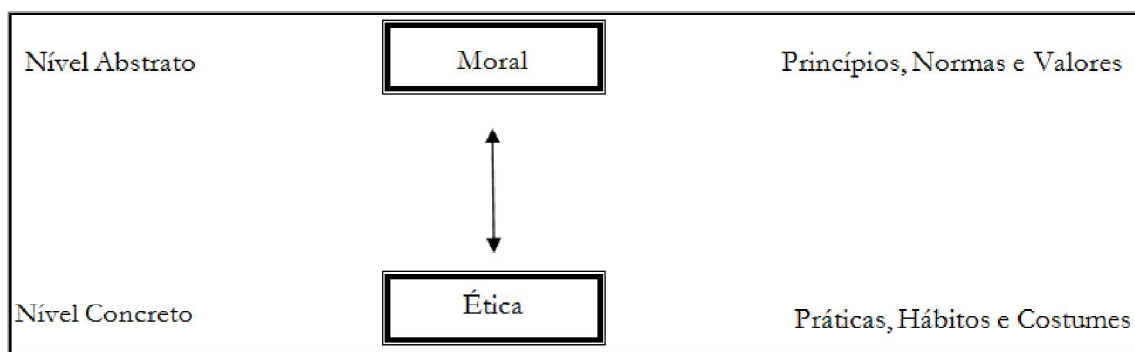


Figura 2.1: Relação entre uma moral e a sua ética.

Fonte: Vargas (2005: 20).

Neste contexto, a ética e a moral fazem parte da esfera privada de cada indivíduo e de acordo com a sua formação cada indivíduo deve ser capaz de distinguir o que é certo do que é errado e o que é bom do que é mau no seu comportamento e do dos outros. Smith, Smith e Mulig (2005) defendem que a formação em ética aumenta a perceção do ser humano para a importância da ética na empresa e na sociedade em geral. De acordo com Canarutto, Smith e

³ MACHADO, Constança – Ética: da e na formação. *Revista Portuguesa de Pedagogia*. ISSN 0870-418. 39:3 (2005) 129-134.

Smith (2008), a ética deve ser ensinada aos futuros trabalhadores, reforçando uma vez mais a necessidade e a importância de investir na formação em ética.

As relações entre os seres humanos que se podem estabelecer são infinitas e existem sempre relações que não estão previstas na lei, sendo que essa lei é elaborada pelo Estado de direito. Na falta de soluções legais as normas éticas cobrem a lacuna existente na lei e proporcionam direções orientadoras para as relações sociais estabelecidas entre os indivíduos.

Na filosofia moral é comum separar-se as doutrinas teleológicas das doutrinas deontológicas e ser-lhe associado palavras-chave. Nas doutrinas teleológicas os fenómenos são explicados de acordo com as suas finalidades, indicando uma avaliação moral da ação humana tendo em conta os efeitos específicos de cada comportamento. Trata-se de uma abordagem que inclui as teorias éticas consequencialistas, isto é, o valor moral de cada ação é determinado em função das consequências que produz. Nas teorias consequencialistas a ação correta é aquela que maximiza o bom, ou seja, que gera ou preserva o melhor estado de coisas possível (Almeida, 2007). As doutrinas deontológicas, vistas como tratos de deveres dos seres humanos, incluem as teorias que subentendem um imperativo moral antecedente à avaliação dos efeitos da ação. Nestas doutrinas é defendida a existência de um código moral de valores universais de aplicação a qualquer contexto, sendo atribuído um valor absoluto à ação do ser humano independentemente dos seus efeitos (ibid.). Logo, nas doutrinas deontológicas as consequências da ação são desvalorizadas e o valor moral da ação é definido em função do respeito pelos valores e princípios universais.

A coerência e a racionalidade são exemplos das diversas palavras-chave que se podem associar à ética. Em conformidade com Caldeira (2008), a ética assenta em dois pilares, ou seja, na confiança da missão da filosofia e no interesse moral, isto é, o interesse pelos outros seres humanos, o homem é um ser social, que se interroga sobre os seus próprios atos e os dos outros e procura uma lógica coerente de justificação das suas próprias condutas e das alheias. Neste contexto, a eticidade depende da capacidade de cada um construir um carácter que se caracteriza por ser único, coerente e racional.

De acordo com Orts Cortina (1997), a racionalidade é movida por um interesse objetivo, não se ocupa das consequências da decisão sendo antes relativa ao seu fundamento. Neste sentido, o ser humano distingue-se dos outros seres, sendo capaz de agir de forma autónoma e de criar as suas regras que supostamente governam a sua conduta e permitem questionar a ação humana, ou seja, é encarada como a capacidade de justificar as escolhas de cada um e de

responder sobre elas. Assim, o ser humano é o único ser que é racional o que lhe permite a construção da universalização (Carvalho, Lopes e Reimão, 2011).

Em relação à ética aplicada, consiste em aplicar as abordagens e os resultados obtidos na sua fundamentação a diferentes âmbitos da vida social, como à política, medicina, economia e empresa. Assim, a ética aplicada consiste numa reflexão sobre a ação a praticar numa atividade social específica e tendo como objetivo a resolução de uma situação ou caso concreto. Para Caldeira (2008), o aparecimento das éticas aplicadas resulta da exigência de sociedades moralmente pluralistas em que não há ou começa a desaparecer o monismo em termos de éticas morais. Sendo que essas sociedades ambicionam mínimos éticos que possibilitem a vivência em conjunto entre os seres, necessitando por isso de uma fundamentação racional. A dimensão aplicada da ética foi uma das quatro mudanças (tendo sido as anteriores a linguística, a hermenêutica e a pragmática) que abalaram e transformaram a filosofia ao longo do século XX (Orts Cortina, 2003). Porém, esta mudança não veio de dentro da filosofia, mas de certa forma imposta a partir de fora, ou seja, dentro da filosofia a ética continuava a manter o seu carácter exclusivo de fundamentação quando se sentiu em diversos sectores sociais a necessidade de começar a aplicar o que era teórico à realidade.

Qualquer desenvolvimento que a ética comporte, como a ética empresarial, a ética da RS das empresas e a ética deontológica, incumbirá a continuidade do estado atual como esta é conhecida, isto é, o carácter de fundamentação filosófica. Assim, será possível propiciar um critério racional, tendo em conta as especificidades das atividades empresariais e a correspondente moral cívica da sociedade, a aplicar a questões de contabilidade criativa desenvolvida por contabilistas e gestores e a questões de não integração de práticas de RS (Orts Cortina et al., 2005; Jesus, Silva, Duarte e Sarmiento, 2013).

A existência de diversas culturas, e consequentemente de diferentes sociedades levaram à transformação do estado atual da ética que despontou de um número limitado de teorias. Deste modo, as éticas aplicadas desenvolvidas fundamentam-se em filosofias morais históricas, existindo assim alguma proximidade da filosofia moral e do pensamento com teorias éticas recorrentes, evidenciando-se as teorias das virtudes, do hedonismo, do utilitarismo, do egoísmo e do relativismo, conforme apresentado no Quadro 2.1.

Quadro 2.1: Teorias Éticas.

| Teoria | Características |
|---|---|
| Ética das Virtudes – tem a sua génese essencialmente na Ética a Nicómaco de Aristóteles (384 aC-322 aC). | <p>∅ Centra-se no carácter e nos interesses da vida individual como um todo, encarando o cultivo de traços virtuosos como uma função moral primordial.</p> <p>∅ O carácter virtuoso não é natural, ou seja, é cultivado e tornado parte integrante do indivíduo. A virtude é uma disposição moral do carácter para agir intencionalmente.</p> <p>∅ É necessário identificar as características morais e intelectuais para se viver uma vida boa, alcançada através da prática constante e ininterrupta das virtudes humanas desenvolvidas.</p> |
| Hedonismo – frequentemente associada a Epicuro (341 aC-270 aC). | <p>∅ O bem ou o fim de todas as ações humanas é a felicidade e a libertação face ao sofrimento.</p> <p>∅ São discriminadas as qualidades de diferentes tipos de prazeres e são recomendados não só aqueles prazeres que são puros (não estão associados ao sofrimento), mas também os considerados levados prazeres do espírito ou da alma, em detrimento dos prazeres associados ao corpo.</p> |
| Utilitarismo – descendente moderno do hedonismo. Proposto originalmente por Jeremy Bentham (1748-1832), sendo desenvolvido anos mais tarde por John Stuart Mill (1806-1873). | <p>∅ O valor moral dos comportamentos do ser humano está diretamente relacionado com as consequências e com o efeito das decisões e não com o valor moral dos atos pelo que estes são.</p> <p>∅ A ação correta é aquela que maximiza o bom, ou seja, as ações que proporcionam a felicidade ou prazer em detrimento das que originam sofrimento ou descontentamento, assim os comportamentos do ser humano devem ser orientados no sentido da maximização dos benefícios ou do bem-estar do maior número de pessoas sobre a minimização dos inconvenientes.</p> |
| Egoísmo Ético | <p>∅ O único padrão de conduta ético é a obrigação de promover o bem-estar pessoal acima de tudo, ou seja, as pessoas são motivadas para satisfazer os seus próprios interesses.</p> <p>∅ Aceita-se a possibilidade da ação em função dos interesses alheios, mas tal só deve ser realizada se permitir ao indivíduo satisfazer os seus interesses</p> |
| Relativismo | <p>∅ Os julgamentos morais são relativos e a moralidade consiste numa simples descrição dos valores morais de uma sociedade num determinado tempo, ou seja, culturas diferentes têm regras de comportamento diferentes. Ou seja, dentro de cada sociedade as suas regras determinam o que é correto para essa sociedade.</p> <p>∅ Apelo à tolerância sem limites para com as outras culturas e apelo à tolerância pela diferença.</p> |

Fonte: Adaptado de Nunes (2004), Rego et al. (2006), Aristóteles (2009) e Jesus, Silva, Duarte e Sarmiento (2014).

2.2. Ética Empresarial

Durante imenso tempo, as empresas foram pressionadas de maneira a que as suas preocupações se cingissem apenas à qualidade dos seus serviços e produtos, aos preços competitivos e à maximização do seu lucro. No entanto, desde o final dos anos 80 do século passado que a questão ética entrou no campo da atualidade, a ética passou a ser uma preocupação, reaparecendo assim a necessidade de ética. A ética nas empresas surgiu como resposta às preocupações que foram surgindo com as fraudes económicas e financeiras, com comportamentos gestionários chocantes face aos valores da justiça e da honestidade e com os efeitos ambientais desumanos gerados por determinadas empresas (Rego et al., 2006). Os referidos comportamentos de má conduta ética por parte da gestão pode ter custos elevadíssimos não só para a empresa como para a sociedade em geral.

Atualmente, uma nova visão do mundo empresarial chama a atenção para questões de ordem ética, onde a transparência, uma diversidade de aspetos socioculturais, económicos e um maior respeito e garantia dos direitos humanos são indissociáveis numa atuação responsável por partes das empresas. Como consequência do que outrora acontecera e como tentativa para manter as empresas afastadas de problemas e de escândalos económicos e financeiros surgiram inúmeros códigos de conduta e programas de gestão ética e verificou-se o crescente interesse das pessoas pela ética após os conhecidos escândalos empresariais e também, nos primeiros anos do século XXI, um aumento significativo da literatura sobre ética.

Neste contexto, constata-se que as razões do reaparecimento da ética estão relacionadas com as necessidades do momento. O reaparecimento da necessidade de ética proporcionou a conquista da grande notoriedade que a ética empresarial tem atualmente.

O conceito de ética empresarial tem evoluído ao longo dos tempos. A evolução da ética contribuiu para um novo conceito de empresa e de gestão empresarial. O progresso de tal conceito deve-se à evolução da atividade económica e consequentemente a uma maior participação de todas as partes interessadas. A ética empresarial corresponde ao campo organizacional que estuda os comportamentos e as decisões empresariais que produzem impactos no bem-estar individual e social. Ou seja, a ética empresarial baseia-se na perceção da empresa como uma entidade económica e como uma instituição social, referindo-se também pelo apuramento dos benefícios que cada atividade deve proporcionar à sociedade, que metas deve prosseguir e que valores e hábitos são necessários incorporar para as alcançar.

Embora, a ética empresarial tenha ganho grande notoriedade e as empresas assimilado finalmente a importância dos ensinamentos éticos, ainda se corre o risco deste investimento ser efetuado de forma ilusória, isto é, a ética não ser efetivamente incorporada nas práticas das empresas. Quer as posições dos gestores face à relação da ética com a empresa, quer o entendimento que estes adquiriram sobre o que significa a ética representam as dificuldades que surgem na incorporação da ética empresarial.

Em relação à primeira dificuldade que se coloca à implementação e desenvolvimento da ética empresarial consiste nas posições assumidas pelos gestores face à relação entre a ética e a empresa. Assim, e de acordo com Orts Cortina et al. (2005) existem três posturas que o gestor pode adotar: na primeira posição o gestor sente a necessidade de incorporar a ética comum e corrente na empresa, uma vez que os negócios têm as suas próprias regras e consequentemente uma ética própria; na segunda posição para o gestor a missão da empresa é maximizar os seus benefícios económicos, prestígio e poder, considerando que qualquer meio utilizado é válido desde que conduza ao objetivo pretendido, ou seja, o negócio é o negócio e é o mais importante para a empresa; e por último, na terceira posição para o gestor a ética na empresa deve obedecer a determinados mínimos, sendo que na realidade esses mínimos correspondem ao cumprimento das leis vigentes e das regras de mercado.

Analisando as três posições do gestor pode concluir-se que este na primeira posição considera a ética necessária para o bom funcionamento e desenvolvimento do próprio negócio, na segunda posição a ética é desprezada e o importante é alcançar o lucro, isto é, o desenvolvimento e crescimento do negócio, e por fim na terceira posição o gestor considera que o importante e com o que a empresa se deve realmente preocupar é com a sua rentabilidade e que as questões éticas devem ser deixadas para os mecanismos do mercado e para os poderes políticos através da criação e implementação de leis que proporcionarão o desejado. Assim, na terceira posição o gestor considera que a consciência de cada ser humano e a legislação em vigor são os alicerces para a resolução dos problemas morais, sendo a ética específica da empresa encarada como supérflua.

Como já foi referido os gestores podem adotar condutas menos éticas e existem vários fatores indutores que podem ser apontados a essas atitudes. Alguns gestores poderão considerar determinada conduta como aceitável, no entanto essa conduta pode ser considerada pouco ética para outros gestores porque defendem que a ética nas empresas é diferente da ética social, isto é, é diferente promover interesses da empresa ou defender os seus próprios

interesses (Gellerman, 1986). Marques e Azevedo-Pereira (2009) na sua investigação sobre as atitudes dos contabilistas portugueses em relação a questões de natureza ética que podem surgir na sua atividade profissional, concluíram que os contabilistas mais velhos têm tendência para serem mais relativistas do que os mais jovens, ou seja, à medida que os contabilistas adquirem experiência ficam menos dispostos a seguir regras. Os autores constataram que o aumento da idade e da experiência profissional são fatores que tornam os padrões éticos menores. Jesus, Silva, Duarte e Sarmiento (2012), concluíram que os contabilistas do género masculino não se apercebem das implicações das suas intuições éticas, contrariamente aos contabilistas do género feminino.

Para ultrapassar as dificuldades sentidas na implementação e desenvolvimento da ética empresarial constata-se que cada vez mais as empresas recorrem à assessoria ética, na qualidade de especialista ou de comissão de ética. As empresas dos Estados Unidos da América (EUA), nos últimos vinte anos, além de terem códigos de ética, implementam cada vez mais comités específicos para temas éticos, assim como formas diferentes de incorporação da ética, como *Éthics Committees of the Board of Directors, Corporates Ethics and Business Conduct*, assim como a existência de *Ethics Hot Line, Ethics Open Line*, que permitem a obtenção e o envio da informação de forma anónima (Orts Cortina et al., 2005).

Neste contexto, relacionando a ética empresarial com a teoria das várias partes interessadas, constata-se que as empresas precisam de valores e princípios orientadores das suas ações, sendo fundamental que os gestores, de forma individual, decidam de acordo com esses princípios. Em suma, recorrendo ao diálogo entre a empresa e as várias partes interessadas, deverá tentar-se alcançar a integração entre critérios éticos e económicos, sendo que a política empresarial deve ser orientada pelo consenso.

2.3. Motivação

O vocábulo motivação deriva da expressão latina *movere* que significa mover, pôr em funcionamento. Para Cunha, Cabral-Cardoso, Cunha e Rego (2007) não é fácil definir o conceito de motivação, uma vez que se trata-se de um constructo invisível, de utilização generalizada nas ciências humanas e abordável segundo uma grande multiplicidade de perspetivas, que tem como objetivo identificar o que determina e leva os seres humanos a agirem de determinado modo. A motivação resulta da interação entre os indivíduos e os seus interesses, ambições, valores e o ambiente físico e social em que se encontram. De acordo

com Neves (2002), a motivação é um conceito psicológico, centrado em fatores de ordem cognitiva, sendo o indivíduo motivado por sentimentos de atualização do seu potencial e o seu desenvolvimento contínuo, neste sentido o desempenho é a função conjugada da motivação e das competências. Na Figura 2.2 é apresentada a constituição do desempenho do indivíduo.

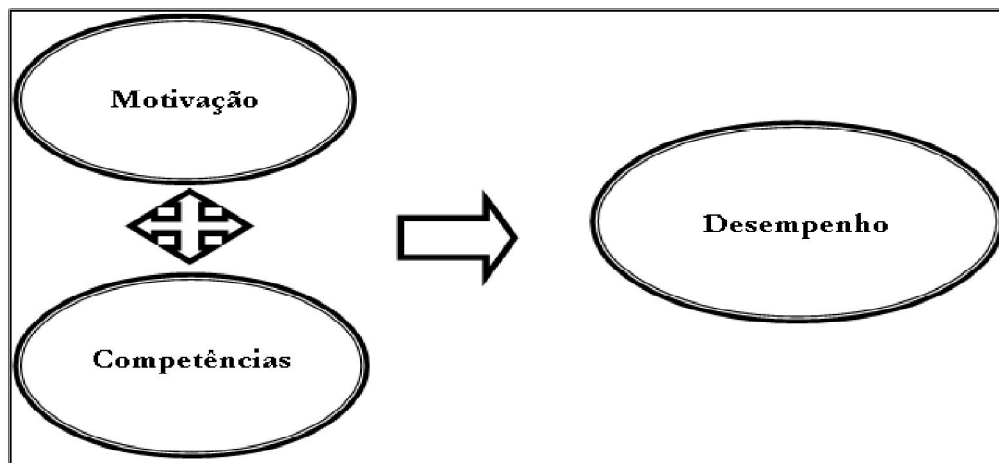


Figura 2.2: Constituição do desempenho do indivíduo.

Atualmente, os colaboradores são fatores chave de diferenciação das empresas, representam o capital do conhecimento, ou seja, são o motor de desenvolvimento das empresas. Assim, a capacidade da empresa em mobilizá-los e explorá-los, tornou-se parte integrante da estratégia da mesma, onde as competências humanas e as estruturas de conhecimento se assumem como fontes de valor indiscutível, valia disponível e fonte de vitalidade, diferenciadora na sua capacidade de inovar e de se adaptar aos novos contextos (Parreira, 2005 *apud* Lameiras, 2010)⁴.

A motivação no trabalho representa um conjunto de forças energéticas que têm origem quer no indivíduo, quer fora dele, e que dão origem ao comportamento de trabalho, determinando a sua forma, direção, intensidade e duração (Pinder, 1998 *apud* Lameiras, 2010)⁵. Assim, a motivação pode ser dividida em intrínseca e extrínseca (Cunha et al., 2007), a intrínseca tende a manter-se ao longo do tempo e corresponde aos comportamentos de trabalho que são estimulados pelo entusiasmo que o trabalho provoca naquele que o realiza, as aspirações e a autorrealização do indivíduo e a extrínseca corresponde aos comportamento de trabalho que têm como finalidade a obtenção de alguma recompensa material, ou social, ou para evitar alguma forma de punição, porém tende a desaparecer no momento em que o fator motivador externo é alcançado.

⁴ Parreira, P. – *Organizações*. Coimbra: Editora Formasau. 2005. ISBN 972-8485-46-8.

⁵ Pinder, C. – *Work Motivation in Organizational Behavior*. Upper saddle River, Nj: Prentice-Hall.1998.

Os colaboradores das empresas têm influências motivacionais múltiplas que afetam o seu desempenho, logo as empresas têm de implementar políticas e práticas de gestão que possibilitem o equilíbrio entre as expectativas da empresa e as expectativas das pessoas com o objetivo de atingir a realização de ambas as partes ao longo do tempo. Num estudo realizado para a revista *Dirigir* do Instituto do Emprego e Formação Profissional vários colaboradores de diferentes empresas referem, na sua maioria, que uma boa empresa para trabalhar tem que ter um bom ambiente de trabalho; possibilidade de progredir na carreira; remuneração e incentivos atrativos; e por último, flexibilidade do horário de trabalho (Oliveira, 2012). Bjørk, Samdal, Hansen, Tørstad e Hamilton (2007) concluíram que entre os fatores: estatuto profissional, autonomia, remuneração, tarefas, políticas organizacionais e interação com os colegas, os fatores motivacionais considerados mais importantes, por ordem decrescente, são a interação com os colegas, a remuneração e a autonomia. Nielsen e Smyth (2008) constataram que a estabilidade no emprego, os incentivos monetários e o desenvolvimento profissional, são os fatores motivacionais mais importantes para os trabalhadores. Por sua vez, Neves (2002) declara que os fatores que mais motivam os colaboradores são a autonomia, o reconhecimento e a responsabilidade pelo trabalho executado. Assim, pode concluir-se que os fatores motivacionais dependem de indivíduo para indivíduo. Neste sentido, a satisfação dessas necessidades e expectativas irá resultar num maior ou menor grau de motivação laboral.

Em conformidade com Robbins (2005), a promoção do bem-estar e a motivação dos colaboradores é uma das funções da gestão. Quando um indivíduo se sente valorizado desempenha melhor as suas funções e contribui para o contínuo desenvolvimento da empresa em que colabora. Para Chi e Gursoy (2009) quanto maior o nível de satisfação do cliente melhor será o desempenho financeiro da empresa, sendo que a satisfação do cliente é influenciada pela satisfação dos colaboradores. Ou seja, através da satisfação dos clientes, a satisfação dos colaboradores influencia indiretamente o desempenho da empresa.

Motivar os colaboradores é reconhecer-lhes as suas capacidades, valorizá-los, recompensá-los e acima de tudo ajudá-los a alcançar as suas aspirações. As empresas só serão bem-sucedidas se os seus líderes conseguirem motivar a sua equipa e juntos, lado a lado, trilharem o crescimento de ambas as partes, isto é, de toda a equipa e da empresa. Assim, a motivação não pode ser entendida como um fenómeno individual, uma vez que é influenciada pelas características dos líderes, dos colaboradores das empresas e pela relação existente entre ambos. Resumindo, o sucesso organizacional só será alcançado se existir uma relação

harmoniosa entre toda a equipa, através da promoção do sucesso individual de cada ser humano.

2.4. Inteligência Emocional

O termo IE⁶ tornou-se conhecido mundialmente em 1995 após a publicação do *Bestseller* intitulado de *Inteligência Emocional*, do autor Daniel Goleman. Para Goleman (2010: 54) a IE é «a capacidade de a pessoa se motivar a si mesma e persistir a despeito das frustrações; de controlar os impulsos e adiar a recompensa; de regular o seu próprio estado de espírito e impedir que o desânimo subjugu a faculdade de pensar; de sentir empatia e sentir esperança.» Bar-on define a IE como um conjunto de capacidades não cognitivas e competências que influenciam a capacidade de se ser bem-sucedido ao lidar com as pressões e exigências do meio (Bar-on, 1997 *apud* Azeiteira, 2013)⁷. De acordo com Mayer e Salovey (1997), a IE corresponde à *capacidade* de perceber e/ou gerar sentimentos quando eles facilitam o pensamento; a capacidade de compreender a emoção e o conhecimento emocional; e a capacidade de controlar emoções para promover o crescimento emocional e intelectual, ou seja, a IE é encarada como a habilidade de reconhecer o significado das emoções e as suas relações, o raciocínio e a resolução de problemas tendo por base o conhecimento emocional (Mayer, Salovey e Caruso, 2000). A IE é dividida em vinte e cinco dimensões emocionais, que se agrupam e formam a competência pessoal e a competência social, por cinco grandes competências da IE (Goleman, 2010), no **Apêndice A** são apresentadas as competências da IE e suas dimensões emocionais.

De acordo com Mayer e Salovey (1990), as habilidades emocionais relacionam-se com os resultados positivos nos indivíduos e defendem que a IE é mais importante do que o Quociente de Inteligência (QI) ao prever o sucesso no trabalho. Goleman (2010: 53-54) afirma que «(...) a inteligência académica tem muito pouco a ver com a vida emocional (...) pessoas com um QI elevado podem revelar-se péssimos pilotos das suas vidas particulares». O sucesso e o desempenho das empresas dependem do QI que o seu capital humano tem, mas

⁶ No início da década 90, antes da divulgação do termo IE, a relação teórica entre inteligência e emoção já era usada (Mayer, Salovey e Caruso, 2000). Do ponto de vista teórico, o conceito de IE surgiu, pela primeira vez, através de Peter Salovey e John Mayer em 1990, foi descrito como uma subclasse da inteligência social que envolve a capacidade do indivíduo de monitorizar os seus sentimentos e os dos outros, bem como as emoções, e ter a capacidade de fazer a distinção entre ambos, de forma a utilizar a informação para conduzir o pensamento e as ações, isto é, as habilidades relacionadas com a gestão de sentimentos em si e nos outros em seu redor (Amaral, 2012).

⁷ Bar-On, R. – The Emotional Intelligence Inventory (EQ-I): *Technical Manual, Multi-Health Systems, Toronto*. 1997.

sobretudo depende da inteligência que esse capital tem para gerir as suas emoções e conseguir controlar os seus sentimentos e os dos que o rodeia. O QI pouco muda depois da adolescência, enquanto a IE se desenvolve ao longo da vida, através de experiências sociais e interpessoais, e do aperfeiçoamento da empatia (Goleman, 2010). Embora as capacidades da IE sejam mais importantes que o QI, para o sucesso das pessoas, não se pode ignorar a importância que ambos os tipos de inteligência têm, no desenvolvimento pessoal e empresarial (Goleman, 2000; 2010).

O ser humano não pode reger-se apenas por critérios económicos e colocar em causa os seus princípios éticos, morais e as suas emoções, uma vez que tal conduta põe em causa a sua própria essência. A atitude, o comportamento e a tomada de decisão na vida dos seres humanos, obedecem na sua grande maioria às particularidades intrínsecas de cada indivíduo (Cabral, 2011). Assim, o ser humano tem de conseguir gerir os seus próprios sentimentos e os dos outros, bem como compreendê-los e interpretá-los, desenvolvendo a sua capacidade de se adaptar às diferentes situações com que lida diariamente. As emoções são intrínsecas ao ser humano e com as quais lida constantemente, e de forma interrupta, quer a nível profissional, quer a nível pessoal. Sendo que estas duas dimensões são indissociáveis. Goleman (2010: 26) afirma que «[u]ma visão da natureza humana que ignore o poder das emoções é tristemente míope». Em conformidade com Damásio (2010), o receio, a raiva, a tristeza, a felicidade, o nojo, a surpresa, o entusiasmo, a compaixão, a vergonha, a culpa, o desprezo, o ciúme, a inveja, o orgulho e a admiração correspondem às várias classes de emoções que existem.

É inevitável que as emoções interfiram na maneira do indivíduo tomar decisões e, conseqüentemente, no trabalho que desenvolve. Em conformidade com Amaral (2012: 10), é evidente que a IE «é considerada um factor importante quer no planeamento de Recursos Humanos como nos relacionamentos no local de trabalho e, mesmo, nas relações pessoais que se desenvolvem ao longo da vida». Neste sentido, a IE e as competências emocionais dos indivíduos são encaradas como fatores determinantes na produtividade das empresas (Cunha et al., 2007), e conseqüentemente com o aumento do desempenho no trabalho e com o aumento da satisfação do indivíduo (Van Rooy e Viswesvaran, 2004; Law, Wong e Song, 2004.) A IE pode ser relacionada positivamente com a satisfação laboral dos indivíduos, ou seja, indivíduos com maior IE apresentam níveis superiores de satisfação laboral (Wong e Law, 2002; Sy, Tram e O'Hara, 2006; Afolabi, Awosola e Omole, 2010). Khokhar e Kush (2009) constataram que a IE pode contribuir para o desempenho no trabalho, refletindo-se no aumento do salário ou na hierarquia na empresa.

A relação entre a IE e o nível de desempenho do indivíduo pode auxiliar as empresas, numa alternativa válida, na seleção e avaliação dos seus colaboradores. A crise económica e financeira, mas sobretudo a de valores e princípios éticos e morais, provocam competições desleais entre os diversos colaboradores e nestes casos também é necessário ser-se emocionalmente inteligente, de modo a manter a discrição, paciência e equilíbrio emocional para não se descontrolar diante de situações que são evitáveis. Os colaboradores que consigam compreender e controlar os seus sentimentos e emoções com que lidam no seu quotidiano conseguem melhorar a sua vida profissional e destacarem-se dos outros. Quando o conseguem alcançar e ainda têm bons resultados passam a ser “disputados” pelas grandes empresas, assim conseguem alcançar cada vez mais sucesso a nível laboral, e conseqüentemente a nível pessoal. Ou seja, em qualquer área da atividade humana, pessoas com uma estrutura emocional sólida, conseguem melhor produtividade, e conseqüentemente conseguem alcançar a distância para os demais.

De acordo com Paula (2009), existe uma necessidade patente de formação dos gestores e indivíduos em geral, e também do conhecimento organizacional nas competências da IE. Ao longo da vida do ser humano podem ser desenvolvidas aptidões emocionais, sendo que a aprendizagem deve ser feita desde a infância o que proporcionaria um aumento da IE dos adultos. De acordo com Damásio (2010), as emoções têm carácter personalizável e educável, o que imediata e simplificada sugerem que em contexto empresarial existe margem para a promoção de melhores índices motivacionais e de desempenhos. Goleman (2010) defende que o cérebro é notavelmente plástico, capaz de uma aprendizagem constante, assim os lapsos nas aptidões emocionais podem ser remediados. Neste contexto, quando determinadas pessoas que integram as empresas não detêm essas competências que permitem melhorar as suas relações com os outros, é fulcral o seu desenvolvimento para melhorar essas relações, e conseqüentemente contribuem para melhorar o ambiente profissional e desempenho da empresa (Wong e Law, 2002). Assim, e sendo as pessoas o ativo mais valioso das empresas é necessário que estas criem condições para o desenvolvimento da IE.

Existem diversos estudos que apontam para a existência de uma relação positiva entre a IE e o bem-estar (Queroz e Neri, 2005; Ciarrochi e Scott, 2006; Teixeira, 2008). Neste sentido, a IE tem inerentes diversos benefícios que incidem a diversos níveis sobre os indivíduos, em maior ou menor intensidade dependendo da IE de cada um. Conforme Quadro 2.2 os benefícios podem ser a nível psicológico, físico, motivacional, social e organizacional.

Quadro 2.2: Benefícios da IE.

| Nível | Benefício |
|-----------------------|--|
| Psicológico | ∅ Auto-conhecimento que permite saber o que se sente e a utilizar essas informações para orientar as decisões. |
| | ∅ Melhoria da autoestima e favorecimento do equilíbrio emocional: maior serenidade e menor tensão. |
| | ∅ A capacidade para enfrentar as contrariedades aumenta e uma situação mais crítica para o indivíduo torna-se de solução mais fácil. |
| | ∅ Verdadeiro entrave ao desenvolvimento de doenças do foro psicológico. |
| Físico | ∅ Orientação para uma vida mais sã e para hábitos saudáveis. |
| | ∅ Maior prevenção em matéria de saúde. |
| | ∅ Menor consumo de medicamentos. |
| Motivacional | ∅ Utilização de convicções mais profundas para alcançar os objetivos. |
| | ∅ Evita o conformismo sistemático e a ancoragem em rotinas insatisfatórias, perante aquelas em que o esforço para mudá-las se supunha ser grande entrave aos resultados positivos mudança. |
| Social | ∅ Com a empatia é mais fácil compreender os demais, perceber os sentimentos e perspetivas alheias e melhorar as relações. |
| | ∅ Torna as relações sociais mais harmoniosas. |
| | ∅ Desenvolvimento de situações sociais que promovam o enriquecimento pessoal. |
| Organizacional | ∅ Capacidade de lidar de maneira eficaz com os conflitos, negociando e resolvendo desacordos. |
| | ∅ Estabelecer vínculos e alimentar relações intrapessoais e interinstitucionais. |
| | ∅ Fomentar a colaboração e a cooperação e criar sinergia de grupo para alcançar as metas coletivas. |
| | ∅ Melhora o clima e a satisfação pessoal, e em consequência reduz-se o absentismo e a falta de pontualidade. |

Fonte: Adaptado de Jesus (2013)⁸.

Pela análise do Quadro 2.2 constata-se que os benefícios para o ser humano são muitos e torna-se fundamental investir no desenvolvimento da IE, uma vez que o seu desenvolvimento aumenta o bem-estar do ser humano e aumenta o desempenho das empresas.

⁸ Consulta de apontamentos da professora Tânia Jesus apresentados no ano 2013 no Mestrado de Contabilidade do ISCAL.

3. Ética e Responsabilidade Social

O crescimento dos mercados e a globalização da economia, por um lado, proporcionou novas oportunidades e desafios às empresas, por outro lado, aumentou a complexidade empresarial. Ou seja, as empresas ao expandirem-se para outros mercados, têm de assumir novas responsabilidades, a uma escala global, pelo que a RS a que a empresa tem de dar resposta é consideravelmente diferente, sendo que em alguns casos é maior e, deste modo, mais exigente (Rodrigues e Duarte, 2012).

A característica essencial da RS é a disponibilidade da organização para incorporar considerações sociais e ambientais no seu processo de tomar decisões e ser responsável pelo impacto das suas decisões e atividades na sociedade e no ambiente, deste modo, implica que exista uma conduta ética e transparente para com todas as partes interessadas (ISO 26000, 2010). Assim, o maior desafio da RS é inserir as suas preocupações no seio da empresa, isto é, na sua cultura e na sua estratégia.

Existem quatro abordagens que ajudam a refletir sobre a empresa enquanto entidade moral/ética. Na primeira a RS das empresas é gerar lucro para o acionista, sustentando-se a ideia que não é ético “desviar” recursos dos acionistas para atividades socialmente responsáveis a não ser que estas contribuam positivamente para o desempenho económico. Na segunda abordagem é defendido que a empresa está submetida a uma moral mínima, ou seja, por muito que se restrinja o âmbito de RS das empresas o cumprimento da moral mínima é exigível. Na terceira considera-se que as empresas têm “obrigações afirmativas” para com a sociedade. As empresas têm de atuar para fazer o bem, e não só para evitar e prevenir danos. Na quarta abordagem é considerado que o dever das empresas é agir em função dos interesses das várias partes interessadas e não apenas em função dos acionistas, isto é, o contributo da empresa para o bem da sociedade é parte integrante da missão do negócio. No presente trabalho apenas será estuda a última abordagem, encontrando-se no ponto 3.2. Teoria das Partes Interessadas.

Neste capítulo começar-se-á por apresentar o conceito de RS das empresas, e de seguida a Teoria das Partes Interessadas. Posteriormente, será estudada a normalização em ética e em RS das empresas, mais especificamente a NP 4460 – Ética nas Organizações, NP 4469 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social e a ISO 26000 – *Guidance on Social Responsibility*, e por fim serão apresentados relatórios relacionados com a ética e com a RS das empresas,

nomeadamente, Relatório de Sustentabilidade, Relatório do Governo da Sociedade e o Relatório e Contas. Em relação à normalização e aos relatórios escolhidos para serem apresentados na presente dissertação deve-se ao facto de serem o suporte do estudo empírico desenvolvido e apresentado na presente dissertação.

3.1. Responsabilidade Social das Empresas

A RS das empresas é um tema que está cada vez mais presente no quotidiano da sociedade e é desde dos anos cinquenta do século XX que começou a ganhar tal visibilidade. Porém, desde há vários anos que tem sido alvo de um intenso e muitas vezes controverso debate o que levou à construção do seu conceito, teorias e abordagens, que se caracterizam por serem controversas, complexas e incertas (Garriga e Melé, 2004). A controvérsia está relacionada com a evolução do conceito de empresa e das interrogações que surgem à aplicação da ética no contexto empresarial. Para Almeida (2007) e Jesus et al. (2014) a inexistência de consenso reflete a juventude e a complexidade do tema, o que compromete a validade da comparação entre argumentos, entre aplicações metodológicas e entre resultados alcançados em pesquisas realizadas por diferentes autores, logo cada autor deverá esclarecer o seu posicionamento sobre o conceito e a forma como interpreta o seu significado.

Apesar de alguns contributos terem sido lançados antes dos anos cinquenta é em 1953 que Howard Bowen (o “pai” da RS) com a publicação do seu livro *Social Responsibilities of the Businessman* inicia a era moderna da RS, para o autor referido anteriormente o conceito de RS está associado às obrigações e às ações voluntárias que os empresários adotam, ou seja, defende que o aumento do poder das empresas deverá ser acompanhado por um aumento da sua responsabilidade, competindo aos empresários promover a adoção de políticas e práticas empresariais adequadas aos objetivos e valores da sociedade. (Carrol, 1999). Este pensamento desafia as noções de RS segundo as quais a função social da empresa cinge-se no objetivo exclusivo de gerar lucros e enriquecer os seus proprietários e acionistas, o que permite às empresas pagar os seus impostos com a riqueza gerada, contribuindo desta forma para o funcionamento adequado da sociedade. Desta perspetiva destaca-se o célebre artigo de Friedman de 1970, no qual o autor defende que a mobilização de recurso que conduzam à maximização do lucro é a única RS de um negócio, no entanto refere que não se pode violar as regras de mercado, as normas legais e nem implicar o recurso a comportamentos fraudulentos.

Uma das definições mais populares e com maior adesão na literatura norte-americana sobre RS das empresas, é a proposta apresentada por Carroll em 1979, a qual se mantém, no essencial, até à atualidade, permanecendo amplamente aceite pela comunidade científica (Acar, Aupperlle e Lowy, 2001). Para Carroll (1979), a RS de uma empresa envolve as expetativas económicas, legais, éticas e discricionárias da sociedade inerentes ao desempenho social da empresa. Deste modo, a empresa para além de cumprir as suas obrigações legais e fiscais deve colaborar para o crescimento da sociedade. Posteriormente o modelo foi desenvolvido para que os quatro tipos específicos das responsabilidades sociais das empresas sejam apresentadas de acordo com a prioridade sequencial sugerida pela ordenação apresentada em forma piramidal, tal como descrito na Figura 3.1, e denominando a responsabilidade discricionária de filantrópica.



Figura 3.1: Pirâmide da Responsabilidade Social das empresas.

Fonte: Adaptado de Carroll (1991: 42), Schwartz e Carroll (2003: 504), Rego et al. (2006: 158) e Fontes (2011: 17).

As quatro dimensões apresentadas correspondem a três expetativas, isto é, as duas primeiras correspondem ao que é requerido, a terceira corresponde ao que é esperado e por último a quarta dimensão corresponde ao que é desejável. Neste contexto, as quatro dimensões

também correspondem a quatro objetivos, logo o primeiro é ser lucrativo, o segundo cumprir a lei, o terceiro agir eticamente e o último ser uma boa cidadã empresarial (Leal, Caetano, Brandão, Duarte e Gouveia, 2011).

Na perspectiva de Carroll a empresa com melhor desempenho social é aquela que, por conseguinte, leva a cabo não apenas as suas responsabilidades económicas fundamentais (gerar lucro, sobreviver e prosperar) e as legais, mas também cumpre os seus deveres ativos e realiza atividades filantrópicas (Rego et al., 2006). Assim, a configuração da pirâmide proposta por Carroll permite destacar as responsabilidades económicas como base que sustenta todas as outras, ou seja, o lucro representa a condição *sine qua non* de uma eficaz cidadania empresarial. No entanto, a importância reconhecida do modelo não impediu que lhe fossem apontadas diversas fragilidades (ibid.; Almeida, 2010). Destacando a forma da pirâmide que sugere que as responsabilidades do topo da hierarquia são mais importantes do que as da base, o modelo não reflete as sobreposições e as influências mútuas entre as quatro dimensões. Para Rego et al. (2006) e Leal et al. (2011) é pouco apropriado utilizar a expressão “responsabilidades” para ações filantrópicas, uma vez por natureza são voluntárias ou discricionárias e ao utilizar a referida expressão subentende que se trata de obrigações. Neste contexto, Schwartz e Carroll (2003) para colmatar algumas das fragilidades do modelo piramidal, propuseram o modelo dos três domínios, isto é, económico, legal e ético com diversas orientações empresariais, conforme apresentado na Figura 3.2.

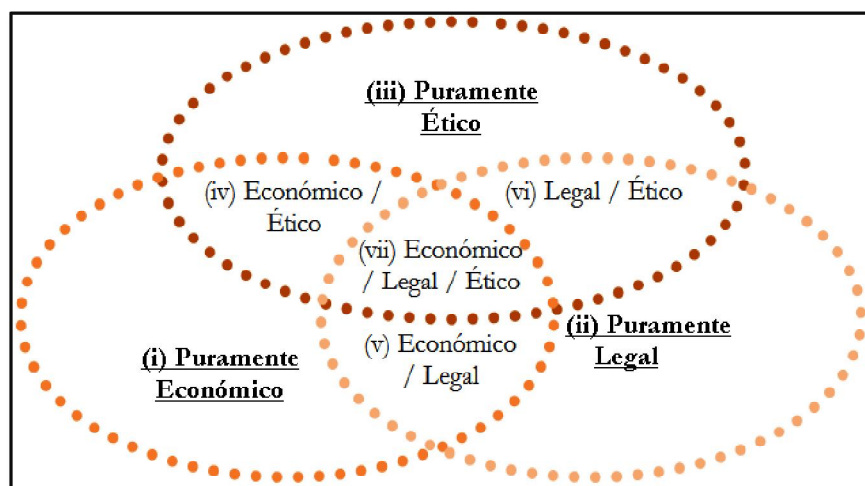


Figura 3.2: Modelo dos três domínios da RS das empresas.

Fonte: Adaptado de Schwartz e Carroll (2003: 509) e de Rego et al. (2006: 160).

Constata-se que nenhum domínio se sobrepõe a outro, havendo interseções entre os três domínios e existem nítidas extremidades que permitem classificar uma decisão como puramente económica, legal ou ética, no entanto existem sete possibilidades de classificação.

Sendo que o melhor desempenho ocorre quando a empresa consegue de forma ideal conciliar os três domínios, o que se verifica na possibilidade (vii).

De acordo com a definição de RS das empresas da Comissão das Comunidades Europeias (2001) as empresas integram, numa base voluntária, preocupações ambientais e sociais na sua interação com as diferentes partes interessadas, ou seja, é um conceito de acordo com o qual as empresas decidem contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Por sua vez, a *World Business Council for Sustainable Development* define a RS das empresas como um compromisso empresarial contínuo para um desenvolvimento económico sustentável. Neste contexto, a satisfação das necessidades humanas, das atuais e futuras gerações, em sintonia com a preservação ambiental são os alicerces do desenvolvimento sustentável. Marrewijk (2003) defende que a RS e a sustentabilidade empresarial deverão compreender atividades empresariais que satisfaçam o bem-estar das outras partes interessadas, ou seja, a empresa deverá adotar estratégias de negócio e atividades que atendam às suas necessidades e às das partes interessadas no presente, mantendo, protegendo e reforçando o ser humano e os recursos naturais necessários no futuro. Para Dahlsrud (2008), o maior desafio da RS é inserir as suas preocupações no seio da empresa, isto é, na sua cultura e na sua estratégia.

As cinco dimensões que compõem a base de todas as definições de RS das empresas são: a dimensão ambiental; dimensão social; dimensão económica; dimensão das partes interessadas; dimensão do voluntariado (ibid.). Sendo que o desafio para as empresas não passa pela definição do que é a RS, mas sim o desafio de perceber como a responsabilidade da empresa perante as várias partes interessadas é socialmente construída num contexto específico e como tê-la em consideração no momento do desenvolvimento das estratégias empresariais (ibid.).

Na RS das empresas o desempenho global das mesmas é avaliado numa abordagem de longo prazo pela preservação e respeito pelo meio ambiente e pelas ações sociais que pratica e cumpre. Para Rodrigues e Duarte (2012), a apreciação desse desempenho, baseado numa economia social de mercado, assenta numa abordagem baseada em três P's (*people, planet e profit*)⁹, desdobrando-se em responsabilidade ambiental, RS e responsabilidade económica, podendo ser analisada segundo uma vertente interna e uma vertente externa, isto é, dimensão

⁹Para Mortal e Mortal (2005) a expressão *Triple P* (*people, planet e profit*) reflete o novo pensamento dos empresários/gestores fundamentado numa gestão orientada por objetivos relacionados com as pessoas, com o planeta e com proveitos. Ou seja, existe o reconhecimento que o melhor desempenho económico e financeiro se relaciona com a integração dos valores do desenvolvimento sustentável.

interna e dimensão externa. A dimensão interna da RS das empresas implica práticas socialmente responsáveis, fundamentalmente para com os trabalhadores e prendem-se com questões como o investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mudança, enquanto as práticas ambientalmente responsáveis se relacionam sobretudo com a gestão dos recursos naturais explorados no processo de produção. Estes aspetos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada. A dimensão externa da RS das empresas, ultrapassa a esfera da própria empresa e estende-se à comunidade local, envolvendo, para além dos trabalhadores e acionistas, um vasto espectro de outras partes interessadas (Comissão das Comunidades Europeias, 2001). A Figura 3.3 evidencia os aspetos afetos às dimensões da RS das empresas.

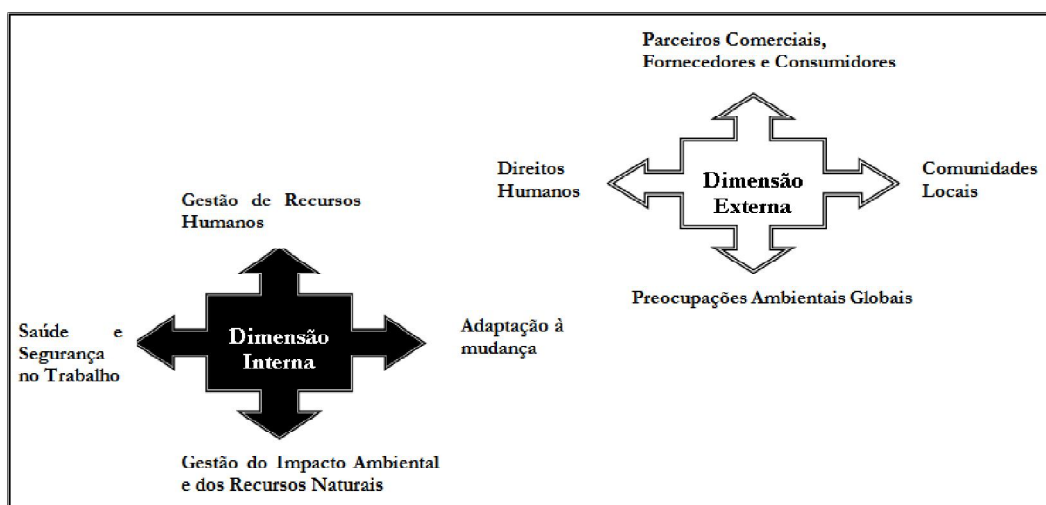


Figura 3.3: Dimensões da RS.

Fonte: Carvalho (2013: 50).

Em relação ao conceito de empresa tem-se assistido à sua evolução ao longo dos anos, ou seja, tem sido variável ao longo dos tempos e de cultura para cultura. Representando um somatório de recursos diferenciados e sendo considerada cada vez mais como uma comunidade de pessoas. Para Rocha (2010) a empresa é uma instituição social, como uma família ou escola, que garante a produção de bens e serviços necessários. Assim, é encarada como fulcral para a satisfação de diversos interesses e expectativas da atual sociedade complexa e em constante mudança. De acordo com Sims (2003) para a empresa responder com sucesso às expectativas legais, éticas e filantrópicas e estar apta para responder aos incentivos económicos terá de questionar as suas relações com as diversas partes interessadas. A empresa passa a ser encarada como um centro de responsabilidades sociais, uma vez que surgem preocupações a respeito das pessoas e das suas liberdades e a empresa age em conformidade com os interesses das

diferentes partes interessadas. Assim, a empresa materializa-se como entidade moral. Neste sentido, surge a dimensão ética.

Existe uma perspetiva que considera que as pessoas é que são éticas e que é através das mesmas que as empresas desenvolvem o seu carácter ético, considerando que a ética profissional é a mesma ética da vida privada e que consiste um caminho para uma meta comum a toda humanidade (ACEGE, 2013). Noutra perspetiva as empresas têm um carácter próprio que influencia e é influenciado pelos seus diversos elementos, isto é, a empresa tem uma capacidade para atuar moralmente e o ser humano recebe da empresa uma parcela da sua identidade (Caldeira, 2008; Jesus et al., 2014).

Embora promova o bem-estar coletivo através da criação de riqueza, bens/serviços de qualidade e emprego, a empresa não pode considerar que a sua sobrevivência é o mais importante e que qualquer custo que advenha dessa sobrevivência é justificável, deste modo deverá preocupar-se com o ambiente e interiorizar que os recursos são limitados. Neste contexto, assumirá a sua responsabilidade na construção de um futuro melhor. Para tal, terá de assumir uma conduta empresarial ética assente em preocupações sustentáveis, que representam para Carvalho (2011) o sucesso económico com a realização do ser humano ou respeito ético diante do mundo com o qual a empresa se relaciona.

Em conformidade com Regojo (2005), a ética é como um exercício de liberdade que é impossível ser imposto, ou seja, só tem condutas éticas quem o determina, e na empresa a ética corresponde ao somatório da ética de todos os colaboradores. Uma vez que, os principais agentes das empresas são os colaboradores é expectável que a empresa espalhe os seus valores e saberes. Da mesma forma, Carvalho (2011) considera que é nas pessoas que compõem a empresa que se encontra a ética e que quando é aplicada e praticada por elas representa uma forma de corrigir as decisões e condutas empresariais inadequadas. Neste sentido, para as empresas conseguirem responder e mudarem, de forma exequível, às necessidades e expectativas das diferentes partes interessadas é essencial o comportamento ético e socialmente responsável dos colaboradores. A RS das empresas passa pelo respeito ético diante das várias partes interessadas, relacionando-se inevitavelmente com a ética na empresa.

De acordo com Almeida (2007) ao longo do tempo têm sido tecidas diversas considerações sobre a RS das empresas, o que deu origem à evolução do conceito com a contribuição de

múltiplas noções, alargando o quadro de responsabilidades das empresas. Na Figura 3.4. são apresentados cronologicamente os conceitos relacionados com RS das empresas.

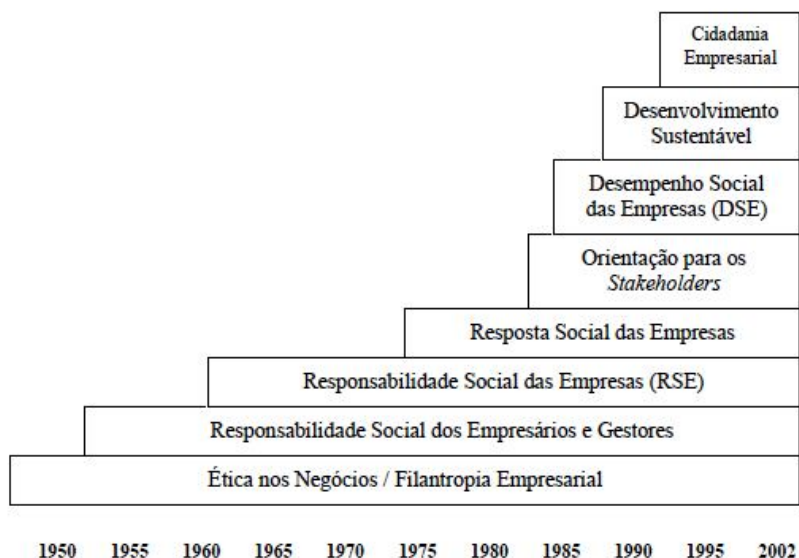


Figura 3.4: Cronologia dos Conceitos relacionados com RS das empresas.

Fonte: Almeida (2007: 77).

O conceito de RS das empresas foi alargado e foi sendo incluído conceções cada vez mais amplas e defensoras que a empresa deve contribuir ativamente para o desenvolvimento social, isto é, para além do papel que a empresa assume na criação de lucro e pagamento dos respetivos impostos deve ter um papel ativo na resolução de problemas sociais (fome, violência) e na minimização das consequências negativas que a sua atividade causa na sociedade. Neste contexto, as empresas foram obrigadas a incluírem preocupações sociais na definição e prossecução dos seus fins e a assumirem compromissos perante a sociedade em que se inserem e de que dependem simultaneamente. De acordo com Almeida (2007), defende-se uma estratégia de RS sustentada em integridade e valores sólidos como forma de proporcionar benefícios para as empresas e contribuir para o bem-estar comum na sociedade.

Da proliferação de considerações sobre a RS das empresas resulta uma grande pluralidade de abordagens, modelos e teorias. Rego et al. (2006) defendem que uma das propostas mais profícuas para a classificação das abordagens à RS das empresas foi elaborada por Garriga e Melé (2004). Os autores dividem as teorias e abordagens por quatro grandes tipos, ou seja Instrumentais, Políticas, Integrativas e Éticas, assim no **Apêndice B** é apresentada uma síntese dos quatro grandes tipos de teorias e abordagens.

Nas teorias instrumentais a RS das empresas é encarada como um meio para melhorar o desempenho económico e financeiro da empresa. Neste grupo a empresa é encarada como um

instrumento de criação de riqueza, sendo esta a sua única RS e para se aceitar determinada ação social tem de ter como fim a criação de riqueza, deste modo nesta abordagem a RS das empresas apenas visa a maximização da riqueza dos acionistas. Por um lado, para alguns autores a única responsabilidade da empresa é a maximização do valor desta para o acionista, destacando-se a visão de Friedman (1970) que defende que os gestores têm o dever ético de agir em função dos interesses dos acionistas não tendo, por isso mesmo, legitimidade para destinar lucros a fins que não beneficiem os investidores, sendo que as contribuições para fins sociais e solidariedade social devem de ser uma decisão da esfera privada e individual do ser humano e não imposta por critérios organizacionais de gestão. Por outro lado, existem autores que defendem que a RS das empresas é uma estratégia que visa alcançar vantagem competitiva face a outras empresas (Porter e Kramer, 2006). Neste sentido, e de acordo com Fontes (2011), as atividades socialmente responsáveis são uma via para melhorar a reputação da empresa, possibilitando o aumento do número de clientes, e conseqüentemente, melhorar a sua rentabilidade.

As teorias políticas focalizam-se no poder e posição que as empresas assumem na sociedade e a partir daí procuram identificar a responsabilidade decorrente para as empresas, ou seja, estas teorias focalizam-se nas interações e nas ligações estabelecidas entre as empresas e a sociedade.

As teorias interrogativas atendem ao modo como as empresas integram as exigências sociais nos seus processos decisórios e orientações, argumentando que a existência, a continuidade e o crescimento das empresas depende da sociedade.

As teorias éticas procuram identificar os princípios de atuação ética que as empresas devem de considerar na sua conduta, assim as empresas aceitam as responsabilidades sociais como um dever ético. De acordo com Grazina (2010), as teorias éticas opõem-se às teorias instrumentais, isto devido ao modo como é encarada a RS por parte das empresas, assim as empresas devem ter uma atuação socialmente responsável fundamentada num conjunto de valores éticos e morais e não apenas em motivações económicas.

As conceções de RS das empresas variam desde definições vagas e simples até prescrições exigentes e complexas, não sendo ainda possível encontrar na literatura uma definição consensual de RS das empresas, ou seja, mesmo entre os que defendem a sua importância e necessidade não existe convergência em relação aos motivos apontados para a sua prática. No âmbito do presente estudo e devido às diferentes definições de RS das empresas e debilidades que estas apresentam, propõe-se a visão de RS das empresas baseada no pressuposto que

existe uma dependência entre as empresas e a sociedade, existindo entre si interligação e cuja relação origina expectativas lícitas na sociedade.

Definida a partir dos princípios orientadores da ação empresarial de Carroll (1979), Swchartz e Carroll (2003) elegeu-se a interpretação de RS das empresas sugerida por Almeida (2007, 2010), assente nas responsabilidades económicas, legais e éticas como fontes que estabelecem esses princípios, e consequentemente remete a responsabilidade filantrópica para o campo da ação da responsabilidade ética, de acordo com o apresentado na Figura 3.5.

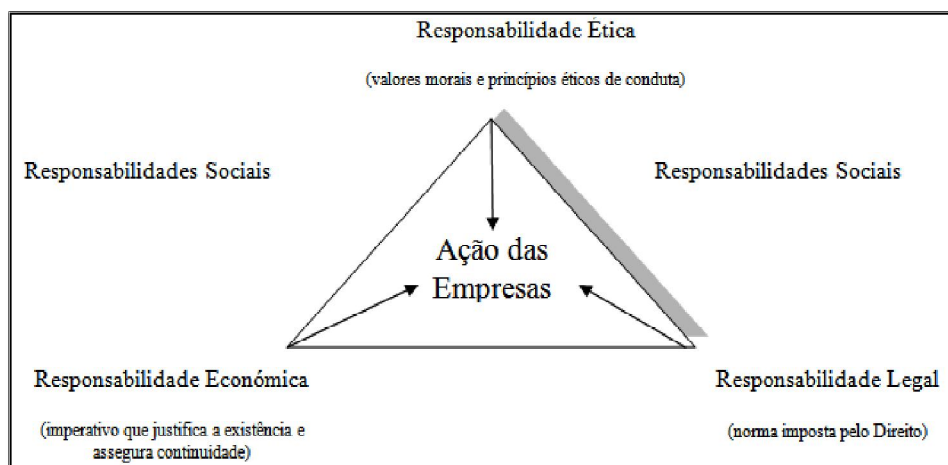


Figura 3.5: Modelo das três fontes da RS das empresas.

Fonte: Almeida (2007: 77)

A responsabilidade económica relaciona-se com o objetivo principal da atividade empresarial, isto é, assegurar a sobrevivência da empresa e a sua sustentabilidade, fornecendo a sociedade com produtos/serviços de qualidade, tendo em vista o seu crescimento e a satisfação das expectativas dos detentores do seu capital. A responsabilidade legal está relacionada com a obrigação das empresas em cumprirem a lei. No entanto, essa exigência não garante o seu cumprimento, tendo a empresa liberdade de escolha sobre a adesão ou não à lei. A responsabilidade ética respeita ao dever da empresa agir de forma não forçada segundo princípios morais que assentam em valores sociais. Tem como objetivo a prevenção de prejuízos resultantes da ação da empresa e contribuir para o bem-estar social e aperfeiçoamento humano.

Em conformidade com Almeida (2010), a RS das empresas pressupõe o elo e comunicação entre os três tipos de compromissos sociais anteriormente referidos. A dimensão ética da RS das empresas é a mais exigente por ser imposta por responsabilidades morais e de consciência, ou seja, resulta do próprio ser humano. Apesar de ser a mais exigente só aliando todas as responsabilidades e agindo de acordo com as mesmas é que se pode classificar as ações da

empresa como socialmente responsáveis. Por via da responsabilidade ética a empresa pode agir de modo a favorecer socialmente a sociedade, não tendo necessariamente o objetivo de conceber o lucro.

A RS das empresas é dirigida pelos modelos desenvolvidos pelas pessoas que totalizam as empresas, representando a relação que estas pretendem que a empresa desenvolva perante a sociedade. Assim, os comportamentos destas pessoas enquanto colaboradores da empresa deverão ser questionados e avaliados em relação à sua adequação/não adequação em termos das responsabilidades das empresas perante a sociedade.

3.2. Teoria das Partes Interessadas

Através da literatura averigua-se que a empresa deverá ser lucrativa, no entanto deverá agir em função dos interesses das várias partes. Tendo por base a teoria das partes interessadas, a função do lucro visa proteger os interesses da empresa e dos seus acionistas, mas também assumir responsabilidades sociais de acordo com as necessidades e prioridades das restantes partes interessadas, designadamente os empregados, gestores, comunidade local, clientes e os fornecedores, e avaliar as consequências da atividade da empresa sobre o plano social, fazendo parte da missão da empresa contribuir para o bem-estar da sociedade. Sustentando-se no paradigma que encara a empresa como parte integrante de uma comunidade face à qual deve assumir responsabilidades, uma empresa é eticamente responsável quando não se limita ao mero cumprimento de normas legais, mas também tem uma conduta em conformidade com o esperado pelas várias partes interessadas (Rego et al., 2006). Neste sentido, a teoria das partes interessadas é uma abordagem com grande destaque nas modernas teorias éticas e da RS. De acordo com Donaldson (1992 *apud* Rego et al., 2006)¹⁰, sem a mudança de paradigma que encara a empresa como parte integrante da sociedade, perante a qual é responsável e com quem estabelece um “contrato implícito”, o interesse pelas matérias éticas e de RS não teria tido o desenvolvimento a que se tem assistido nas últimas décadas.

A obra de referência no campo da teoria das partes interessadas foi publicada por Freeman em 1984, intitulada *Strategic management: A stakeholder approach*, proporcionou uma sólida e duradoura fundação para os muitos esforços contínuos tendo em vista a definição e conceção de modelos de partes interessadas, grelhas de análise e teorias (Guerreiro, 2012). A teoria

¹⁰ DONALDSON, T. – *Business ethics: a European casebook*. London, Academic Press, 1992.

desenvolveu-se se em redor de três dimensões, a definição do conceito de partes interessadas, a classificação das mesmas, e por último a identificação das dimensões teóricas (Fontes, 2011).

Em relação à definição de partes interessadas, Freeman (1984 *apud*, Guerreiro, 2012)¹¹ define-as como qualquer indivíduo ou grupo que afeta ou é afetado pela atividade da empresa. Clarkson (1995) considera as partes interessadas como as pessoas ou grupos que têm ou reivindicam propriedade, direito ou interesse na empresa e nas suas atividades passadas, atuais e futuras. Para o autor os direitos ou interesses reivindicados resultam de transações com a empresa, ou ações tomadas pela empresa que podem ser legais ou morais, individuais ou coletivas. Donaldson e Preston (1995) definem as partes interessadas como os indivíduos e grupos que afetam, ou podem ser afetados pela atividade da empresa, e que legitimamente procuram influenciar os processos de decisão, com o objetivo de alcançar benefícios para os interesses que procuram ou defendem, sendo que a empresa é encarada como centro de uma constelação de interesses.

Em relação à classificação das partes interessadas, Clarkson (1995) faz uma distinção entre partes interessadas primárias e partes interessadas secundárias, baseada na importância e proximidade à empresa. As partes interessadas primárias têm impacto direto na atividade da empresa e um interesse pela sua continuidade e sobrevivência, representando o público tradicional que aparece nas primeiras análises das relações de partes interessadas com a empresa, destacando-se neste grupo os acionistas ou proprietários, os colaboradores, os clientes, os fornecedores e a comunidade local. As partes interessadas secundárias representam aqueles que influenciam ou afetam, são influenciados ou afetados pela empresa, mas não se envolvem nas transações da empresa, nem são essenciais à sua continuidade e sobrevivência. Entre os quais Clarkson (1995), destaca os *Media*, que, apesar da sobrevivência da empresa não depender diretamente da relação mantida entre ambos, uma relação inadequada poderá causar problemas na condução dos negócios. Neste sentido, as partes interessadas secundárias têm a capacidade de mobilizar a opinião pública, tanto contra como a favor da empresa.

Quanto à identificação das dimensões teóricas, Donaldson e Preston (1995) distinguem três dimensões do modelo das partes interessadas, a descritiva, a instrumental e a normativa. A dimensão descritiva, como o próprio nome indica, é usada para descrever, em algumas situações para explicar determinadas características e comportamentos específicos empresariais e sociais, ou seja, descreve o modo como as empresas atuam e auxiliam na

¹¹ FREEMAN, R. – *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston , Pitman/Ballinger, 1984.

previsão do comportamento organizacional. Relativamente à dimensão instrumental proporciona a identificação das relações, ou a falta delas, entre a gestão das partes interessadas e o cumprimento dos tradicionais objetivos empresariais, isto é, a rentabilidade e o crescimento da empresa. Quanto à dimensão normativa é usada para interpretar a função empresarial, incluindo as linhas de orientação moral ou filosófica para as atividades e gestão das empresas, ou seja, é interpretada e identificada a maneira como as empresas deverão agir.

De acordo com Rego et al. (2006), as razões para a assunção de responsabilidades sociais perante as várias partes interessadas são diversas e nem sempre são compatíveis. Em conformidade com Goodpaster (1991), a consideração de outras partes interessadas, além dos acionistas ou proprietários, é benéfico para a própria empresa, uma vez que acaba por rever positivamente para os acionistas. Assim, trate-se de uma lógica instrumental, isto é, tratam-se bem as partes interessadas porque isso é lucrativo para os proprietários (Rego et al., 2006). Evan e Freeman (1993) defendem que pessoas não devem ser tratadas como um fim ao serviço da satisfação dos interesses dos outros, nomeadamente, os acionistas/proprietário.

Em suma, as empresas têm em seu redor várias partes interessadas que devem de ser consideradas na gestão da própria empresa, em vez de atender exclusivamente aos interesses dos acionistas/proprietários. No entanto, como referido anteriormente, não existe convergência sobre as razões pelas quais esses interesses devem ser incluídos nas políticas das empresas. Por um lado, pode ser assumida uma posição que defende o dever de fazer uma gestão equilibrada das partes interessadas porque dessa forma se fomenta o desempenho económico da empresa. Por outro lado, pode assumir-se uma posição em que independentemente do desempenho económico as várias partes interessadas têm direitos e interesses legítimos, em relação aos quais as empresas têm o dever de os considerar e inserir no seu processo decisório.

3.3. Normalização em Ética e em Responsabilidade Social

A mundialização das economias e a globalização dos mercados tornaram o mundo cada vez mais competitivo, o que levou as empresas a sentirem cada vez mais necessidade de se diferenciarem e de conquistarem visibilidade perante as partes interessadas. As empresas tendem a preocupar-se, frequentemente, com a integração da RS e da ética na sua gestão estratégica.

Devido às crescentes exigências globais relativamente às práticas implementadas pelas empresas em termos éticos e de RS, as normas surgem como garantia da uniformização de processos e medidas adotadas. A normalização em RS tem vindo a assumir um papel importantíssimo no contexto internacional como instrumento que pretende alinhar as práticas das organizações com um novo modelo de desenvolvimento assente na ética e no diálogo com as partes interessadas (Parast e Adams, 2012). Independentemente do sector de atividade, da dimensão, da estrutura ou da maturidade, as empresas só têm a ganhar com a inclusão de práticas socialmente responsáveis nas suas operações quotidianas, nomeadamente nas relações com os colaboradores, os fornecedores e os clientes. Neste sentido, a normalização em RS e em ética vem dar resposta aos desafios que se colocam às empresas na globalização dos mercados, sendo que a sua aplicação é de carácter voluntário.

Em Março de 2005 a Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE) enquanto Organismo de Normalização Sectorial nos domínios da Ética e da RS (ONS-APEE) constituiu a Comissão Técnica de Ética (CT 165) e a Comissão Técnica de Responsabilidade Social (CT 164). O ONS-APEE suporta e coordena o trabalho das comissões técnicas. A CT 165 e a CT 164 são constituídas por um conjunto de entidades representativas das categorias de partes interessadas reconhecidas pela *International Organization for Standardization (ISO)*, nomeadamente Sindicatos, Organizações Não Governamentais, Indústria, Serviços e Suporte, Governo e Consumidores.

De seguida será apresentada, em relação à ética, a Norma Portuguesa (NP) 4460 – Ética nas Organizações, posteriormente, e em relação à RS das empresas, a NP 4469 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social e por último a ISO 26000 – *Guidance on Social Responsibility*.

3.3.1. NP 4460 – Ética nas Organizações

A organização ao elaborar e implementar um código de ética tem como objetivo melhorar de forma contínua o seu desempenho ético, e conseqüentemente desenvolver e consolidar relações de confiança e credibilidade com as suas partes interessadas. Neste sentido, e considerando a lacuna existente nas normas portuguesas em relação ao processo de elaboração e implementação de códigos de ética nas organizações em 2005 a CT 165 iniciou os seus trabalhos com o objetivo de desenvolver uma NP que contivesse linhas de orientação para o processo de elaboração e implementação de códigos de ética nas organizações.

Em 2007 assiste-se à publicação da NP 44601-1 – Ética nas organizações: Parte 1- Linhas de orientação para o processo de elaboração e implementação de códigos de ética nas organizações, que tem como objetivo fornecer orientações para a criação de um processo estruturado para elaborar e implementar códigos de ética para a melhoria do desempenho ético das organizações, bem como a criação de mecanismos para monitorizar a sua eficácia, numa ótica de valor acrescentado para toda a organização (NP 44601-1). Na referida norma não são definidos os valores que devem ser adotados pelas organizações, ou seja, procura estruturar um processo faseado para a implementação de um sistema de gestão do desempenho ético, que envolve as partes interessadas da organização e deve ser desencadeado e acompanhado pela gestão de topo da organização.

Com o objetivo de facilitar a operacionalização da NP 4460-1 foi, desde início, decidido elaborar uma segunda parte da norma que conseguisse clarificar os conceitos e recomendações apresentadas na primeira parte, apontando benefícios, riscos potenciais e evidências mínimas relacionadas (APEE¹², 2014). Esta decisão foi reforçada pelas recomendações das partes interessadas consultadas ao longo do processo de normalização da NP 4460-1 (NP 4460-2, 2010). Neste contexto, surgiu em 2010 a NP 4460-2 – Ética nas organizações: Parte 2- Guia de orientação para a elaboração, implementação e operacionalização de códigos de ética nas organizações. Com a publicação da NP 4460-2 pretendeu-se facilitar a elaboração e a efetiva implementação de um código de ética numa dada organização em conformidade com o recomendado na NP 4460-1. Neste sentido, a NP 4460-2 tem como objetivo traduzir na prática os conceitos e recomendações da NP 4460-1, de modo a permitir conceber e implementar um sistema de monitorização do desempenho ético da organização, numa perspetiva de melhoria contínua (NP 4460-2, 2010). Ou seja, a NP 4460-2 é encarada como um guia prático de interpretação da parte 1.

Como foi referido a NP 4460-1 não tenciona influenciar o conteúdo do código de ética, também a NP 4460-2 não tenciona estabelecer a filosofia moral mais adequada para cada tipo de organização ou sector de atividade. Assim, constata-se que a NP 4460 surge da necessidade de se desenvolver linhas de orientação sobre o desenvolvimento e implementação de códigos de ética, que permitam, entre outros, criar uma linguagem comum; desenvolver códigos de ética personalizados; envolver eficazmente as partes interessadas na definição de condutas apropriadas; proporcionar que o código de ética seja um documento vivo, com significado

¹² Informação disponível em: <http://www.apee.pt/>

efetivo para a organização (CRIS¹³, 2012). O código de ética deve ter um objetivo claro, deve atender às partes interessadas e deve incluir um sistema de valores e compromissos (ibid.). A norma serve apenas como guia não certificável, isto é, não pretende (nem seria possível) certificar a ética de uma organização.

A NP 4460 é aplicável a qualquer tipo de organização que pretenda definir e implementar um código de ética, tendo em atenção a sua dimensão, o sector de atividade em que está inserida, estrutura orgânica, contexto cultural, geográfico, entre outros. É certo que existem diversas abordagens e doutrinas éticas, que na realidade não se excluem mutuamente, podendo constituir quadros de orientação ética complementares, aos quais a organização poderá recorrer para conceber e implementar o seu código de ética, não sendo obrigada a guiar-se pela NP 4460.

3.3.2. NP 4469 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social

A CT 164, em 2005, iniciou os seus trabalhos tendo como objetivo criar uma NP de RS, aplicável a todas as organizações. Nesse sentido, a CT 164 desenvolveu a NP 4469, procurando um alinhamento internacional com a atual norma ISO 26000 para que esta constituísse uma alternativa a um referencial certificável ou uma norma guia.

Em 2008 foi publicada a NP 4469-1 – Sistema de Gestão de Responsabilidade Social: Parte 1- Requisitos e linhas de orientação para a sua utilização. Na referida norma são apresentados os requisitos para um sistema de gestão da RS e tem como finalidade incentivar e orientar as organizações para uma atuação socialmente responsável, no contexto dos desafios do desenvolvimento sustentável (ibid.). Em 2010 foi publicada a NP 4469-2 – Sistema de Gestão de Responsabilidade Social: Parte 2- guia de orientação para a implementação, que apresenta a intenção de cada requisito, de modo a explicar a razão da sua existência; a interpretação de cada requisito, de modo a facilitar o seu entendimento; um conjunto de questões que permite às organizações autodiagnosticar o nível de aplicação da norma NP 4469-1 e o grau de operacionalidade do seu sistema de gestão da responsabilidade social; evidências que permitem demonstrar as práticas e que serão importantes nos processos de avaliação e auditoria, nomeadamente para a certificação (ibid.).

¹³ Centro de Responsabilidade e Inovação Social (CRIS) – uma estrutura da Associação Portuguesa para a Qualidade (APQ).

A NP 4469 segue o alinhamento da ISO 26000, abrange a RS interna e externa; é uma norma de requisitos certificável e é compatível com os referenciais da Qualidade, Ambiente e Segurança. No entanto, não é reconhecida internacionalmente (ibid.). Distingue-se de outros referenciais por ter uma orientação de desenvolvimento para as várias partes interessadas, por apresentar um conjunto de princípios de RS entendíveis por todas as partes interessadas, por permitir a implementação de um sistema de gestão e fornecer um modelo único para os pilares do desenvolvimento sustentável.

Na Figura 3.6 estão retratados os ciclos em que a RS deve ser desenvolvida em conformidade com a NP 4469-1 (2008).

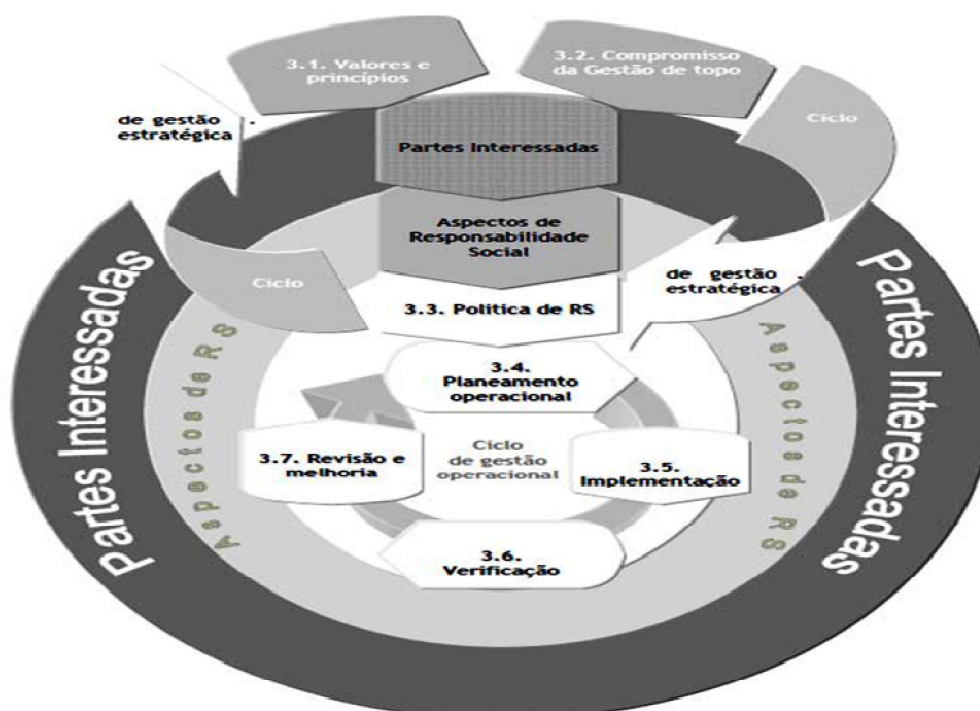


Figura 3.6: Esquema do modelo do Sistema de Gestão da RS.

Fonte: NP 4469-1 (2008).

Neste contexto, a RS deve ser desenvolvida através de dois ciclos: um ciclo de gestão estratégica, que deve incluir a definição dos valores e princípios da organização, o compromisso da gestão de topo, a definição da Política de RS, a identificação dos aspetos da RS e a interação com as partes interessadas; e um ciclo de gestão operacional, que deve permitir a concretização da Política de RS previamente definida e a monitorização dos aspetos da RS.

3.3.3. ISO 26000 – *Guidance on Social Responsibility*

Em Setembro de 2010, mais de 90 países e 50 organizações internacionais reconheceram formalmente que a RS é o caminho para a Sustentabilidade, com a aprovação da ISO 26000 – *Guidance on Social Responsibility*. A sua aprovação é um marco na história mundial pela criação de um instrumento de apoio às organizações, no processo de transição do atual paradigma de desenvolvimento para o modelo da Sustentabilidade (ISO 26000, 2010).

A ISO 26000 foi publicada em Novembro de 2010 e o seu objetivo é apoiar as organizações a adotar e integrar políticas e comportamentos socialmente responsáveis na sua estratégia e operações, visando o seu crescimento no quadro da Sustentabilidade (ibid.).

Não é uma norma de requisitos, pelo que não se destina a certificação. É um guia que enfatiza resultados e melhoria de desempenho. Embora a norma não se destine a certificação permite a utilização da frase: a empresa rege-se pelos princípios da ISO 26000 (CRIS, 2012).

Dado que se acreditou que o tema era demasiado transversal o processo de elaboração da ISO 26000 foi inovador dentro da ISO, ou seja, não foi constituída uma CT e o desenvolvimento da norma centrou-se num amplo debate que incluiu diversos especialistas de diversas áreas (APEE¹⁴, 2014). Assim, a ISO 26000 tem legitimidade, profundidade e abrangência que a tornam capaz de consolidar as diversas iniciativas já existentes no campo da RS.

A norma é aplicável a todo o tipo de organizações e está orientada para resultados positivos ao nível dos impactos gerados pela atividade da organização. Na ISO 26000 foram apresentadas as linhas de orientação para a integração da RS, através da abordagem a sete temas centrais: Direitos Humanos, Práticas Laborais, Ambiente, Práticas Operacionais Justas, Consumo, Envolvimento e Desenvolvimento da Comunidade e Governação Organizacional, que assume a função principal, pois é sobre este que assentam os processos, a estrutura de tomada de decisão, delegação de poder e controle (ISO 26000, 2010). Tudo isto suportado por um conjunto de valores éticos e princípios, e salvaguardando os interesses das diferentes partes interessadas. A norma funciona apenas como guia de orientação para a integração da RS e as organizações não são obrigadas a segui-la (ibid.).

¹⁴ Informação disponível em: <http://www.apee.pt/>

3.4. Ética e Responsabilidade Social no Relato

A transparência é o vínculo através do qual se constrói e fomenta a confiança, sendo que essa confiança é alcançada pelas partes interessadas quando têm como pilar experiências positivas, assim o envolvimento emocional das partes interessadas aumenta e há um reforço da reputação da empresa (Waddock e Swith, 2000). Neste sentido, para os referidos autores, é consequentemente atribuída à empresa a legitimidade social que esta necessita para operar, acabando por conduzir a um aumento do valor de mercado, maiores lucros e um reforço da competição competitiva da empresa.

Neste contexto, por se compreender a pertinência da trilogia económico-social-ambiental e por se reconhecer que os relatórios financeiros não contemplam as necessidades de informação sentidas pelas várias partes interessadas, tem-se assistido a uma quantidade crescente de empresas que têm publicado os seus Relatórios de Responsabilidade Social (RRS), também designados Relatórios de Sustentabilidade ou Relatórios de Cidadania Corporativa (Rego et al., 2006). Até ao momento, os RRS são tendencialmente opcionais, no entanto uma quantidade crescente (de modo significativo) de empresas tem vindo a publicar informação acerca do seu desempenho ambiental e social, de modo significativo (Krumnsiek, 2004).

Os RRS surgiram com o intuito de informar as partes interessadas sobre o desempenho global da atividade das empresas, não só a nível económico-financeiro mas também dos seus impactos e preocupações nas áreas ambiental e social, divulgando e tornando público a informação do desempenho global da empresa (SDC¹⁵, 2014). A primeira empresa a publicar o seu Relatório de Responsabilidade Social foi a Ben & Jerry's em 1989 (Leal et al., 2011). Para os referidos autores, os RRS permitem demonstrar que uma empresa é mais do que o seu desempenho económico-financeiro, e que a sua boa gestão, proporciona-lhe maior competitividade no mercado, e consequentemente determinante no desenvolvimento da sociedade e do mundo global. Duarte, Sarmento e Durão (2003 *apud* Rodrigues e Duarte, 2012)¹⁶ concluíram que existe um reforço da competitividade empresarial, sempre que a empresa vai mais além do que as obrigações legais no domínio social e/ou ambiental. Atualmente existe no seio empresarial e em seu redor a perceção de que o sucesso das

¹⁵ Criada em 1994, a Sair da Casca (SDC) foi a primeira empresa em Portugal de consultoria em desenvolvimento sustentável e responsabilidade social e uma das primeiras na Europa. <http://www.sairdacasca.com/>

¹⁶ DUARTE, M.; SARMENTO, M.; DURÃO, D. – Innovation for a Clean Environment: The case of Portuguese Industries. IN *XX World conference on science and technology parks: Managing and promoting Innovation*. Estoril, 2003.

empresas e os benefícios duradouros para os seus associados não se obtêm através da maximização de lucros a curto prazo, mas sim de um comportamento orientado pelo mercado, porém coerente e responsável. Neste contexto, são cada vez mais as empresas que reconhecem explicitamente a sua RS e ambiental, e que a consideram como parte da sua gestão (Duarte, Jesus, Silva e Pinheiro, 2012).

Neste sentido, a divulgação voluntária surge pelo facto das empresas sentirem a necessidade de implementar na sua gestão estratégia normas relacionadas com a sustentabilidade, como parte da RS. Assim, a tradicional divulgação de informação financeira obrigatória é insuficiente, uma vez que não se adapta às mudanças na própria gestão e não satisfaz totalmente as necessidades das várias partes interessadas (Domingos, 2010). De acordo com o *Financial Accounting Standard Board* (FASB) a informação voluntária, é aquela que é divulgada fora do conjunto de demonstrações financeiras e que não se encontra regulada nem pelos princípios contabilísticos geralmente aceites, nem pela *Securities and Exchange Commission* (FASB, 2001)¹⁷. Por sua vez, Meek, Roberts e Gray (1995) defendem que a informação voluntária é uma informação excessiva, divulgada por vontade da administração, com o objetivo de satisfazer melhor as necessidades dos utilizadores do relatório anual. Ou seja, as empresas não atuam assim porque são obrigadas, mas porque a divulgação dessa informação nos seus relatórios é um requisito para serem consideradas empresas socialmente responsáveis (Krumnsiek, 2004).

De acordo com o FASB (2001) os potenciais benefícios, para as empresas e para os seus proprietários, da divulgação voluntária de informação estão relacionados com o seguinte: o menor custo médio do capital; o aumento da credibilidade e da melhoria das relações com os investidores; o acesso a mercados mais líquidos com menores variações de preço entre transações; a probabilidade de realização de melhores decisões de investimento, o menor perigo de litigação relacionada com divulgação inadequada de informação e melhor defesa quando surgem tais processos. Como potenciais desvantagens da divulgação voluntária de informação o FASB (2001) refere as desvantagens na negociação com fornecedores, clientes e colaboradores e a litigação por informação inadequada. Por um lado, em algumas investigações empíricas conclui-se que a divulgação voluntária de informação conduz ao menor custo médio do capital, assim como ao aumento da credibilidade e melhoria das

¹⁷ O FASB foi criado em 1973 para substituir o *Committee on Accounting Procedure* e os *Accounting Principles Board*, do *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA), tendo sido designado pela *Securities and Exchange Commission* como a organização responsável por estabelecer normas contabilísticas nos EUA.

relações com os investidores (Core, 2001; FASB, 2001; Healy e Palepu, 2001). Por outro lado, para Botosan e Pumlee (2000), Gietzmann e Trombetta (2000) poderá haver situações em que tal não acontece.

Neste ponto, será estudado o Relatório de Sustentabilidade elaborado segundo as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), o Relatório do Governo da Sociedade e o Relatório e Contas.

3.4.1. Relatório de Sustentabilidade

De forma a uniformizar a divulgação de informação, nomeadamente o tipo de informação e a forma de a apresentar nos Relatórios de Sustentabilidade, diversas instituições têm desenvolvido várias estruturas de divulgação da informação voluntária através da normalização de definições, formatos e indicadores de desempenho. Neste contexto, uma das tentativas de normalização dos Relatórios de Sustentabilidade é o dado pela GRI e aplicado por muitas das empresas que divulgam informação voluntária (Domingos, 2010). Neste sentido, em Portugal em 2006 as diretrizes da GRI eram o *standart* referido por cerca de 67% das empresas que utilizava o modelo para seleccionar os conteúdos de um relatório de sustentabilidade (KPMG, 2006), em 2013 das empresas portuguesas que elaboraram relatório de sustentabilidade mais de 90% das empresas fizeram-no seguindo as diretrizes da GRI (KPMG, 2013a). Assim, constata-se que em Portugal as diretrizes da GRI são o *standart* adotado para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade.

No final dos anos 90 constatou-se que existia várias diretrizes amplamente aceites internacionalmente para o relato do desempenho financeiro das empresas, porém o mesmo não acontecia para a medição e relato dos aspetos económicos, ambientais e sociais (GRI, 2011). Neste contexto, em 1997 na cidade de Boston uma coligação liderada pela *Coalition for Environmentally Responsible Economies* e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente decidiu assumir a responsabilidade de encontrar uma solução por meio de um extenso processo de consulta a empresas, Organizações Não Governamentais (ONG's), especialistas e outras instituições internacionais envolvidas em questões socio-ambientais. A GRI foi criada com a missão de tornar os Relatórios de Sustentabilidade tão comuns quanto os relatórios financeiros e ser a guardiã das diretrizes (que não são exclusivas de nenhuma indústria ou sector podendo ser aplicadas por qualquer tipo de organização, com ou sem fins lucrativos, independentemente da sua dimensão) e do seu processo de produção. Sendo que o seu objetivo é incrementar a utilidade da informação divulgada, permitindo que esta seja

comparável, fiável e relevante. As diretrizes da GRI para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade consistem em princípios para a definição do conteúdo do relatório bem como para a garantia de qualidade das informações divulgadas/relatadas, incluindo também a composição do conteúdo do relatório (indicadores de desempenho e outros itens de divulgação), além de orientações à elaboração do Relatório sobre temas técnicos específicos (Almeida, Carvalho e Texeira Quirós, 2011). Em 2000 surgiu a primeira versão (G1) das diretrizes para elaboração de Relatórios de Sustentabilidade. Em 2002, foi lançada a segunda versão (G2), publicada em português em 2004, com o apoio do Instituto Ethos, num esforço conjunto de diversos agentes envolvidos. Desde 2002 que a GRI é líder no que diz respeito a programas de divulgação voluntária dentro da responsabilidade empresarial (Trebucq, Evraert e Nassif 2008 *apud* Almeida et al., 2011)¹⁸. Em 2006 foi lançada a terceira versão denominada G3. Em 2011, a GRI publicou uma atualização das diretrizes G3, denominada de G3.1. Em 2013 foi publicada a quarta geração de diretrizes (G4). As diretrizes GRI para relato de sustentabilidade são revistas periodicamente com o objetivo de proporcionar orientações mais adequadas e atualizadas para a preparação eficaz de Relatórios de Sustentabilidade. As empresas têm como opção continuar utilizando a versão G3.1 das diretrizes GRI até o final de 2015. A evolução da estrutura da GRI (2000), GRI (2002), GRI (2006) e GRI (2013), especificamente por via da reestruturação dos seus aspetos e indicadores, pode verificar-se no Quadro 3.1, em relação aos aspetos e aos indicadores dos desempenhos económico, ambiental e social.

Quadro 3.1: Evolução dos aspetos e dos indicadores do desempenho económico, ambiental e social da GRI.

| GRI | Desempenho Económico | | Desempenho Ambiental | | Desempenho Social | | |
|-------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|-------------------|---------|-------------|
| | Aspetos | Indicadores | Aspetos | Indicadores | Grupos | Aspetos | Indicadores |
| 2000 | 9 | 23 | 9 | 36 | 2 | 13 | 37 |
| 2002 | 5 | 10 | 7 | 16 | 4 | 16 | 24 |
| 2006 | 3 | 9 | 9 | 30 | 4 | 22 | 40 |
| 2013 | 4 | 9 | 12 | 34 | 4 | 30 | 48 |

Fonte: Adaptado de Almeida et al. (2011: 8).

¹⁸ TREBUCQ, S.; EVRAERT, S.; NASSIF, N.M. – *Adoption of GRI's Guidelines Reporting by European companies*. EAA Roterdão, 2008.

Para Moneva, Llena e Lameda (2005 *apud* Almeida et al., 2011)¹⁹ o reduzido crescimento dos indicadores de desempenho económico prende-se com o facto das partes interessadas por este desempenho alcançarem de forma mais facilitada informações financeiras para satisfazer as suas necessidades através de outros meios de comunicação. Neste contexto, e analisando o Quadro 3.1 pode constatar-se que a G4 veio dar continuidade ao aumento dos aspetos e indicadores do desempenho ambiental e do desempenho social.

A G4 tem como principal objetivo ampliar a adesão à publicação de Relatórios de Sustentabilidade por qualquer tipo de organização. Assim, aumentou a facilidade de aplicação, uniformidade e qualidade técnica, incorporando alterações na metodologia geral do relatório e comunicação (KPMG, 2013b). Outro objetivo é detalhar as informações (forma de gestão e indicadores) sobre os tópicos relevantes à organização ou às suas várias partes interessadas. A tendência dos relatórios baseados na diretrizes do G3, de dar ênfase à quantidade (número de indicadores) e não à qualidade (foco em temas relevantes) levou à proposição de novas diretrizes sobre a materialidade e limites dos relatórios e maior destaque às informações sobre as formas de gestão. Neste sentido, as diretrizes G4 preveem adotar um único conjunto de critérios de conformidade que inclui a obrigatoriedade de divulgar todas as informações de Perfil e de Forma de Gestão e indicadores essenciais para todos os tópicos relevantes, e ainda dos indicadores do suplemento sectorial (caso se aplique) e uma declaração de conformidade da presidência ou órgão superior de governação (*ibid.*). Neste contexto, e em conformidade com a KPMG (2013b: 4) «[o] resultado tende a ser uma redução no foco e a divulgação de informações excessivas /quantidade e não qualidade), com relatórios extensos e dados de baixa qualidade».

Até à publicação das diretrizes G4 a organização após a elaboração do relatório devia declarar o nível que aplicou, através dos níveis de aplicação. Assim, proporcionaria aos utilizadores do relatório, clareza sobre a extensão em que as diretrizes da GRI foram aplicadas, existindo três níveis no sistema C, B e A (sendo o nível A declarado quando todos os indicadores essenciais são divulgados), uma organização podia ainda declarar um (+) em cada nível se o relatório fosse alvo de verificação por uma entidade externa. Com a publicação das diretrizes G4 ocorreu a substituição dos níveis de aplicação por duas opções de *reporting* “de acordo”: a opção Essencial e a opção Abrangente (PwC, 2013). A opção Essencial contém os elementos

¹⁹ MONEVA, J.; LLENA, F., LAMEDA, I. – Calidad De Los Informes De Sostenibilidad De Las Empresas Españolas. In *XIII Congreso de La Asociación Española De Contabilidad Y Administración De Empresas (AECA)*. Oviedo, 2005.

essenciais de um Relatório de Sustentabilidade, ou seja, é relatado os impactos do seu desempenho económico, ambiental, social e de governança, enquanto a opção Abrangente parte da opção Essencial, exigindo a divulgação de informações adicionais sobre a estratégia, análise, ética e integridade da organização (GRI, 2013).

3.4.2. Relatório do Governo das Sociedades

A ideia primordial subjacente ao Governo das Sociedades é a de que as sociedades cotadas devem estar à altura das expectativas nelas depositadas pelos investidores, neste contexto, cada empresa deve ser administrada e gerida em benefício de todos os acionistas e não em função de interesses individuais ou de interesses de determinados grupos de acionistas, com os quais podem ter relações comerciais preferenciais ou para o benefício de determinados elementos da administração (Teixeira dos Santos, 2000).

Teixeira dos Santos (2000) declara que a divulgação por cada empresa das suas regras ao nível da Administração, repartição das competências sobre as diversas matérias, formas de ultrapassar determinados conflitos de interesse, reflexões sobre a posição dos investidores institucionais, os deveres e a remuneração dos administradores, o desenvolvimento equitativo do mercado de controlo das empresas e a RS das empresas, entre outros, têm assumido cada vez mais importância no domínio do mercado de valores mobiliários. A discussão estruturada sobre o Governo das Sociedades teve origem nos EUA fruto do rescaldo da grande crise de 1929, neste contexto Adolph Berle e Gardiner Means em 1932 foram os primeiros a abordar o tema num trabalho denominado *The Modern Corporation and Private Property* (Moreira, Gonçalves e Oliveira, 2004). A problemática foi trazida para a Europa através do Reino Unido, isto é, a *London Stock Exchange* publicou em 1992 o Relatório *Cadbury* (assim denominado por o líder desse grupo de trabalho ter sido Sir Adrian Cadbury) devido aos escândalos financeiros que o Reino Unido vivia (Teixeira dos Santos, 2000). O movimento alastrou-se posteriormente aos demais países da União Europeia (UE), por diversos fatores: necessidade ou conveniência de reagir a e/ou prevenir escândalos financeiros e colapsos de grandes empresas devidos a má governação (como foi o caso da italiana Parmalat), globalização económica, liberalização dos mercados de capitais ou para atrair capitais e investimentos.

A transposição para o mercado português da reflexão internacional relativa ao *Corporate Governace* foi realizada através da aprovação, pela Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), em Outubro de 1999, de um conjunto de recomendações relativas ao sistema de

regras de conduta a observar no exercício da direção e controlo das sociedades admitidas à negociação, denominadas por Recomendações da CMVM sobre o Governo das Sociedades cotadas. O documento representa um conjunto de recomendações relativas ao sistema de regras de conduta a observar na direção e controlo das sociedades emitentes de ações admitidas à negociação em mercado regulamentado e dos investidores institucionais, contudo, as recomendações podem também ser seguidas por sociedades cujas ações não estejam admitidas à negociação em mercado regulamentado (Rego et al., 2006).

Em conformidade com Rego et al. (2006: 330),

a CMVM considera que uma adequada política de *Corporate Governance* deve alcançar os seguintes objetivos: garantir a transparência, assegurar a defesa dos accionistas e dos credores, responsabilizar os gestores pelos incumprimentos de objectivos e pelas violações à lei, não impedir a maximização de *performance*, ser conforme aos *standards* internacionais, ser ajustada à realidade do país.

O relatório deve conter a apreciação da sociedade quanto ao cumprimento das recomendações previstas no código de governo da sociedade adotado, isto é, em conformidade com o princípio *comply or explain* as empresas têm o dever de informar sobre o cumprimento das recomendações e a explicação para o não cumprimento (CMVM, 2013).

Em conformidade com a CMVM (2013), os emitentes de ações admitidas à negociação em mercado regulamentado situado ou a funcionar em Portugal e sujeitos a lei pessoal portuguesa divulgam em capítulo do relatório anual de gestão especialmente elaborado para o efeito ou em anexo a este, um relatório detalhado sobre a estrutura e as práticas de governo societário. O dever de publicar o referido relatório permite às empresas colherem um conjunto de indicadores de desempenho social disponíveis para serem incorporados nos relatórios de sustentabilidade (na secção dos indicadores) e na secção da estrutura de governo e sistemas de gestão (Rego et al., 2006).

A matéria de *Corporate Governace* assumiu particular importância na sociedade portuguesa com o lançamento do Instituto Português de Corporate Governace, uma vez que a sua criação permite dar à sociedade civil e às pessoas que na sociedade civil maior capacidade têm, mercê da sua atividade, a oportunidade de criar um fórum de discussão, uma plataforma de análise e debate sobre o Governo da Sociedades.

3.4.3. Relatório e Contas

Os Relatórios e Contas representam a base institucional para a prestação de informação financeira para o exterior, sendo que essa prestação se pode dividir em dois importantes conjuntos de informação, isto é, o Relatório de Gestão (RG) e as demonstrações financeiras (Pardal, 2007). Para Araújo, Cardoso e Novais (2012) o ato de prestar contas vai mais além do que divulgar informação, é reconhecer e assumir com responsabilidade e transparência os impactes das políticas, decisões, ações, produtos e desempenho a eles associados.

O RG é um documento de prestação de contas que, à semelhança das demonstrações financeiras, das entidades públicas e privadas, tem como objetivo disponibilizar informações de carácter económico, financeiro e social sobre a entidade a um conjunto alargado de utilizadores dessa informação (Pascoal e Ribeiro, 2001). Neste contexto, a finalidade RG é fornecer aos interessados informações sobre a situação e a evolução da empresa, que em virtude do seu carácter numérico e sumário, as demonstrações financeiras não podem facultar. Ou seja, o RG tem como principal objetivo proporcionar uma visão global da atividade da empresa, explicando as razões para a evolução passada, presente e futura dos seus negócios através por exemplo, da análise de dados financeiros, de produção ou de desempenho (Pardal, 2007). O RG representa um documento que expõe a gestão do exercício e cuja elaboração compete aos membros da administração da empresa, segundo o artigo 65.º n.º1 do Código das Sociedades Comerciais (CSC) de 2014.

O RG por ser menos técnico e mais descritivo que as demonstrações financeiras, representa um forte poder de comunicação, podendo prestar contas dos atos praticados e apresentar expectativas sobre desempenhos futuros. Em conformidade com o artigo 66.º do CSC (2014), o RG é um documento de prestação de contas que deve apresentar a exposição fiel e clara da evolução dos negócios, da posição e desempenho da sociedade, bem como os principais riscos e incertezas com que a mesma se defronta.

O objetivo das demonstrações financeiras é o de proporcionar informação acerca da posição financeira, desempenho e alterações na posição financeira de uma entidade que seja útil a um leque vasto de utentes na tomada de decisões económicas. Alguns destes utentes podem exigir, e têm o poder de obter, informação para além da contida nas demonstrações financeiras, uma vez que as demonstrações financeiras não proporcionam toda a informação de que os utentes possam necessitar para tomarem decisões económicas uma vez que elas em grande medida, retratam os efeitos financeiros de acontecimentos passados e não

proporcionam necessariamente informação financeira (§§ 12 e 13 da Estrutura Conceptual, 2012).

As demonstrações financeiras não devem ser analisadas e interpretadas individualmente mas sim no seu todo, isto é, análises em conjunto com a finalidade de se obter uma leitura mais ampla e completa do relato financeiro da entidade, funcionando assim como suporte da tomada de decisões pelas várias partes interessadas das demonstrações financeiras.

Como já foi referido o desempenho da empresa vai para além do desempenho financeiro e económico, e neste sentido Duarte et al. (2012) declaram que o crescimento económico, a coesão social e a proteção ambiental são indissociáveis, concluindo que há um reforço da competitividade empresarial sempre que a empresa vai mais além do que as obrigações legais no domínio social e ou ambiental.

Com o objetivo de tornar possível e facilitar a transparência, compreensibilidade e comparabilidade das demonstrações financeiras a apresentar pelas empresas, entrou em vigor em 1 de Janeiro de 2005, um novo modelo contabilístico em Portugal com a aplicação obrigatória das Normas Internacionais de Contabilidade, *International Accounting Standards* e *International Financial Reporting Standards*, nos termos do Regulamento CE 1606/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho, para todas as sociedades cotadas num dos mercados regulamentados da UE relativamente às suas contas anuais individuais e consolidadas, podendo os Estados-Membros exigir a sua aplicabilidade também às restantes empresas. A 1 de Janeiro de 2010 com o aparecimento do Sistema de Normalização Contabilística (SNC) muitas alterações surgiram ao nível do reconhecimento, mas essencialmente ao nível das divulgações no relato. No SNC podem encontrar-se as ferramentas necessárias para a divulgação no relato financeiro da RS e ambiental das empresas. De acordo com Duarte *et al.* (2012), as Normas Contabilísticas de Relato Financeiro existentes e, para além da Norma Contabilística de Relato Financeiro (NCRF) 1 – Estrutura e conteúdo das Demonstrações Financeiras, pode assumir-se que, as que mais diretamente podem contribuir para as empresas internalizarem a sua RS e ambiental são: NCRF 4 – Políticas contabilísticas, alterações nas estimativas contabilísticas e erros; NCRF 6 – Ativos intangíveis; NCRF 7 – Ativos fixos tangíveis; NCRF 12 – Imparidade de ativos; NCRF 16 – Exploração e avaliação de recursos minerais; NCRF 17 – Agricultura; NCRF 18 – Inventários; NCRF 21 – Provisões, passivos contingentes e ativos contingentes; NCRF 22 – Contabilização dos subsídios do governo e

divulgação de apoios do governo; NCRF 26 – Matérias ambientais; e NCRF 28 – Benefícios dos empregados.

As empresas já dispõem das ferramentas necessárias para que a RS e ambiental possa ser não só mensurada como registada e até divulgada, nas demonstrações financeiras a apresentar anualmente e caso a empresa não divulgue as responsabilidades, quer sociais, quer ambientais, não estará a cumprir com a obrigação de apresentação da informação total, neutra e atempada, para que os utilizadores da informação financeira da empresa possam usá-la sem restrições na sua própria tomada de decisões (Duarte et al., 2012). As divulgações no anexo devem ser o suporte para esclarecer dúvidas ou completar informação contidas nas outras demonstrações financeiras.

4. Enquadramento Metodológico

No presente capítulo apresentar-se-á as hipóteses, a caracterização do universo e a dimensão da amostra e ainda a metodologia e tratamento dos dados.

4.1. Hipóteses do Estudo Empírico

Com o objetivo de investigar sobre a divulgação sobre ética nas empresas, testa-se a hipótese um (H1).

H1: As empresas dão cada vez mais importância à divulgação de informação sobre ética.

Com o objetivo de investigar sobre a divulgação da RS das empresas, testa-se a hipótese dois (H2).

H2: As empresas dão cada vez mais importância à divulgação de informação sobre RS.

Com o objetivo de investigar a relação entre a ética e a RS das empresas com o seu desempenho financeiro, testa-se a hipótese três (H3).

H3: A divulgação de informação sobre ética e RS relaciona-se com variáveis contabilísticas e financeiras.

Na Figura 4.1 está representado o modelo teórico das variáveis contabilísticas e financeiras perante a ética e a RS.

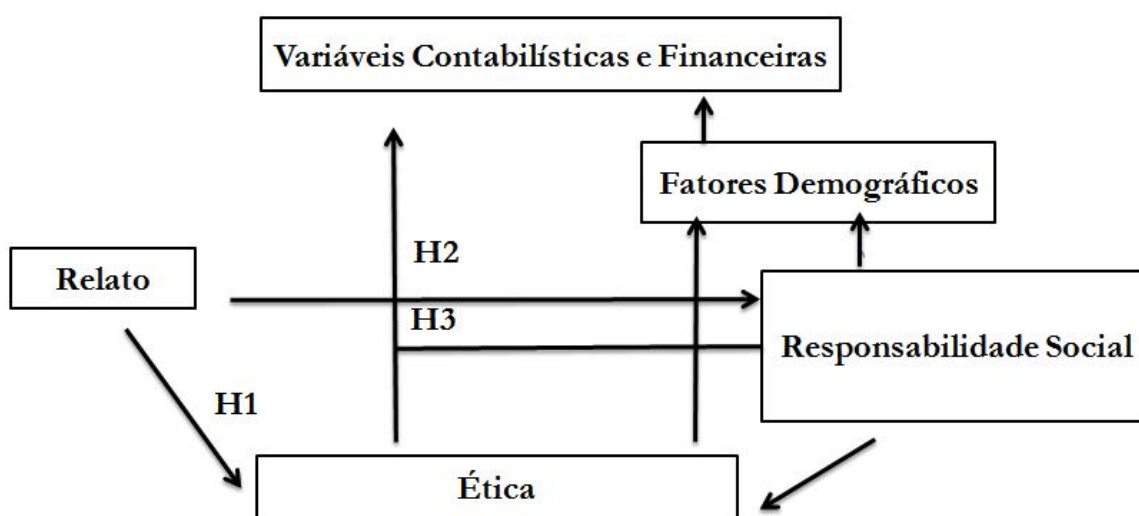


Figura 4.1: Modelo teórico das variáveis contabilísticas e financeiras perante a ética e a RS.

4.2. Caracterização do Universo e Dimensão da Amostra

As empresas cotadas na Euronext Lisboa entre o ano de 2008 e o ano de 2012, conforme apresentado no **Apêndice C.1**, representam o universo do presente estudo empírico.

Para caracterizar as 36 empresas da amostra utiliza-se a classificação por sectores de atividade, de acordo com o sistema de classificação do *Industry Classification Benchmark (ICB)*²⁰.

Do universo total de 55 empresas, foram excluídas as Sociedades Anónimas Desportivas (SAD's) e as empresas financeiras, devido às suas características e particularidades contabilísticas face às restantes empresas analisadas, com o objetivo de diminuir o enviesamento dos dados recolhidos e consequentemente assegurar a comparabilidade dos dados. Como se pode constatar, na Tabela 4.1, da amostra foram excluídas seis empresas por insuficiência de informação. Assim, o total da amostra é composto por 36 empresas apresentadas no **Apêndice C.2** (Constituição da Amostra por Sector de Atividade).

Tabela 4.1: Número de empresas que compõem a amostra.

| Período em análise – 2008/2012 | Número de empresas |
|--------------------------------|--------------------|
| Universo | 55 |
| Empresas Financeiras | -10 |
| SAD's | -3 |
| Insuficiência de Informação | -6 |
| Total da Amostra | 36 |

4.3. Metodologia e Tratamento dos Dados

Não existem mecanismos/instrumentos padronizados para medir o empenho ético e socialmente responsável das empresas (Choi e Jung, 2008). Assim, com o objetivo de analisar o empenho ético e socialmente responsável das empresas e tendo como suporte dos índices de Choi e Jung (2008) e de Jesus et al. (2013) criou-se o IDERS. O IDERS foi desenvolvido com base em diversos atributos considerados relevantes para o empenho ético e socialmente responsável, com base no enquadramento teórico apresentados anteriormente.

No Quadro 4.1 são apresentadas as variáveis de éticas e de RS utilizadas para medir a divulgação de informação sobre Ética e RS das empresas para os anos compreendidos entre

²⁰ O ICB é um sistema de classificação das atividades industriais desenvolvida pela FTSE e pela Dow Jones e tem como objetivo standardizar a classificação dos sectores a que as empresas pertencem, permitindo aos investidores dos diversos países e mercados uma análise mais consistente.

2008 e 2012, da variável 1 à 6 a questão é referente a termos éticos e da variável 7 à 12 a questão é referente a termos de RS. Os dados foram extraídos dos Relatórios de Sustentabilidade, Relatórios e Contas e Relatórios de Governo das Sociedades e foram classificados de acordo com uma classificação dicotômica, em que o valor 0 é utilizado quando não há divulgação de informação e o valor 1 quando é divulgada informação relativa à variável em questão.

Quadro 4.1: Definição das variáveis que compõem o IDERS.

| Variáveis de ética e de Responsabilidade Social |
|---|
| 1 – A empresa tem um código de ética ou de conduta? |
| 2 – A empresa permite a denúncia anónima de comportamentos? |
| 3 – A empresa organiza formação em ética? |
| 4 – A empresa tem um departamento ou comissão de ética? |
| 5 – A empresa tem mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua? |
| 6 – A empresa divulga o seu desempenho ético? |
| 7 – A empresa apoia projetos de solidariedade social? |
| 8 – A empresa proporciona aos empregados ações de voluntariado? |
| 9 – A empresa divulga as suas ações de responsabilidade social para com os empregados? |
| 10 – A empresa divulga as suas ações de responsabilidade social para com os familiares dos seus empregados? |
| 11 – A empresa faz publicidade transparente sobre riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços? |
| 12 – A empresa controla e previne impactes negativos da sua atividade no meio ambiente? |

O IDERS é calculado através da soma das variáveis de ética e RS, de acordo com a Equação 4.1.

Equação 4.1: Índice de Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social.

$$IDERS_j = \sum_{i=1}^k ei \tag{4.1}$$

Em que o $IDERS_j$ corresponde ao Índice de Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social da empresa j ($j = 1, \dots, n$) e ei corresponde à variável ética e socialmente responsável i ($i = 1, \dots, k$).

Com o objetivo de investigar sobre as relações entre o as variáveis contabilísticas e financeiras das empresas e a divulgação de informação sobre ética e RS, procedeu-se à aplicação de regressões múltiplas para ilustrar os efeitos e relações de causalidade existentes entre as variáveis contabilísticas e financeiras e a ética e a RS tendo-se analisado os períodos de 2008 a 2012. Neste sentido, analisaram-se os seguintes rácios contabilísticos:

- ∅ Endividamento - determina a percentagem do capital alheio utilizado no financiamento das atividades da entidade (passivo / ativo);
- ∅ Rendibilidade do Capital Próprio (RCP) - trata-se de um indicador de rendibilidade global que permite avaliar o retorno do capital próprio. Consiste numa taxa que relaciona o nível de resultados líquidos gerados em função do montante investido pelos acionistas acrescido dos resultados gerados pela empresa e nela retidos (resultado líquido do período / capital próprio);
- ∅ Variação das Vendas e Serviços Prestados - relaciona as vendas e os serviços prestados do ano com as vendas e serviços prestados do ano anterior.

O tratamento estatístico dos dados foi efetuado recorrendo ao IBM SPSS *Statistics* versão 21 (análise exploratória da informação).

5. Resultados

No presente capítulo serão apresentados os resultados da divulgação sobre ética e RS das empresas cotadas na Euronex Lisboa. De seguida, será apresentada a caracterização da amostra e os resultados do IDERS por sector de atividade. E por último, apresentar-se-á uma breve análise financeira e o modelo de regressão linear.

5.1. Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social

A divulgação sobre ética e RS cresceu de forma significativa, no período entre 2008 e 2012, em todas as variáveis do IDERS, à exceção do desenvolvimento de ações que permitem aos empregados participarem em ações de voluntariado, que no ano 2012, face a 2011, diminuiu 2%, e à exceção da divulgação as ações de responsabilidade social das empresas para com os empregados, que diminuiu 2% em 2010, face a 2009, e diminuiu 3% em 2012, face a 2011. Estes resultados são semelhantes ao estudo realizado por Jesus et al. (2013). Através da Tabela 5.1 constata-se que o IDERS cresceu em todos os anos, sendo a crescimento total de 12%.

Tabela 5.1: Evolução das variáveis do IDERS (1/2).

| Características das empresas | Percentagem de empresas em que se verifica a variável | | | | | Variação Total no período em análise |
|--|---|------|------|------|------|--------------------------------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | |
| Ética | | | | | | |
| 1 – A empresa tem um código de ética ou de conduta? | 44% | 50% | 53% | 58% | 61% | 17% |
| 2 – A empresa permite a denúncia anónima de comportamentos? | 72% | 72% | 75% | 75% | 83% | 11% |
| 3 – A empresa proporciona formação em ética? | 11% | 17% | 19% | 19% | 25% | 14% |
| 4 – A empresa tem um departamento de ética ou comissão de ética? | 17% | 19% | 25% | 25% | 25% | 8% |
| 5 – A empresa tem mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua? | 36% | 36% | 47% | 56% | 56% | 20% |
| 6 – A empresa divulga o seu desempenho ético? | 28% | 39% | 39% | 44% | 47% | 19% |

Tabela 5.1: Evolução das variáveis do IDERS (2/2).

| Características das empresas | Porcentagem de empresas em que se verifica a variável | | | | | Variação Total no período em análise |
|---|---|------------|------------|------------|------------|--------------------------------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | |
| Responsabilidade Social | | | | | | |
| 7 – A empresa apoia projetos de solidariedade social? | 22% | 31% | 31% | 33% | 36% | 14% |
| 8 – A empresa proporciona aos empregados ações de voluntariado? | 28% | 33% | 39% | 44% | 42% | 14% |
| 9 – A empresa divulga as suas ações de responsabilidade social para com os empregados? | 78% | 83% | 81% | 81% | 78% | 0% |
| 10 – A empresa divulga as suas ações de responsabilidade social para com os familiares dos seus empregados? | 33% | 39% | 42% | 42% | 44% | 11% |
| 11 – A empresa faz publicidade transparente sobre riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços? | 22% | 31% | 25% | 25% | 28% | 6% |
| 12 – A empresa controla e previne impactes negativos da sua atividade no meio ambiente? | 61% | 64% | 64% | 69% | 72% | 11% |
| Média do IDERS | 38% | 43% | 45% | 48% | 50% | 12% |

A Tabela 5.2 apresenta a evolução da divulgação sobre ética e RS e o seu crescimento total entre 2008 e 2009.

Tabela 5.2: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS e a sua Variação entre 2008 e 2012.

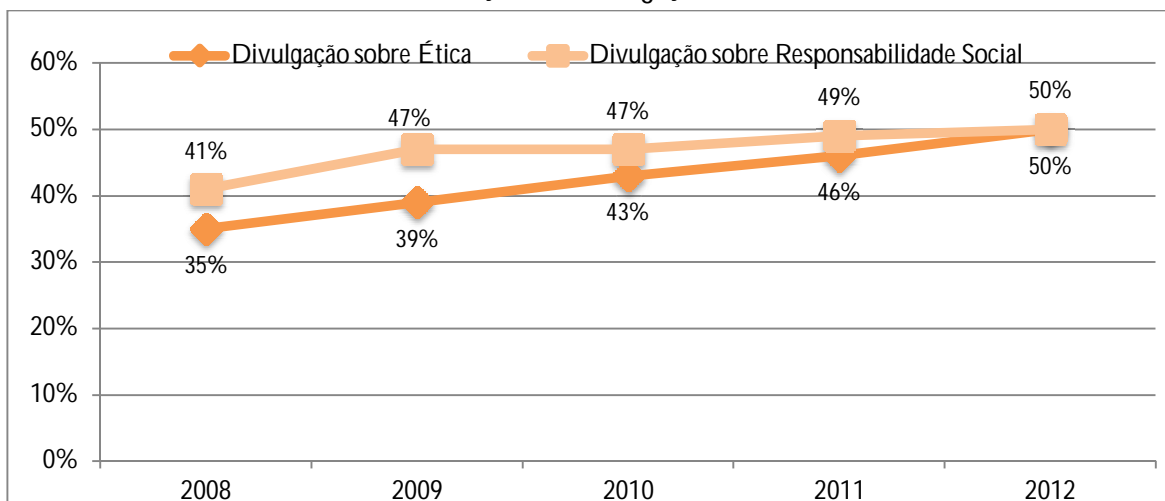
| Divulgação sobre Ética e RS | | | | | | |
|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|
| Divulgação | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Variação Total |
| Ética | 35% | 39% | 43% | 46% | 50% | 15% |
| Responsabilidade Social | 41% | 47% | 47% | 49% | 50% | 9% |
| Média | 38% | 43% | 45% | 48% | 50% | 12% |

Através da análise do Tabela 5.2 constata-se que as preocupações éticas e as preocupações socialmente responsáveis cresceram no seio das empresas entre 2008 e 2012. À exceção das preocupações socialmente responsáveis que não sofreram qualquer alteração em 2010, face a 2009. Ao longo dos anos em análise, o crescimento da divulgação sobre ética em comparação com a divulgação sobre RS foi mais significativo, como se pode observar na Tabela 5.2. Assim, constata-se que existiu um aumento de 15% da divulgação de informação sobre ética e um aumento de 9% da divulgação de informação sobre RS. Neste sentido, verifica-se que a

divulgação da adoção de práticas éticas cresceu mais do que a divulgação da adoção de práticas socialmente responsáveis.

No Gráfico 5.1 é representada a evolução da divulgação sobre ética e RS no período compreendido entre 2008 e 2012.

Gráfico 5.1: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS.



Através da análise do Gráfico 5.1 fortalece-se a conclusão de que entre 2008 e 2012 as empresas investiram mais na divulgação de informação sobre ética e RS, mas o investimento foi mais elevado na divulgação sobre ética do que sobre RS. Verifica-se que é no ano 2009, face a 2008, que a divulgação de práticas éticas e socialmente responsáveis mais cresceu, isto é, 5%. Até 2011 inclusive verifica-se que a divulgação sobre RS é maior do que a divulgação sobre ética, conforme se constata pelo Gráfico 5.1, no entanto em 2012 a divulgação sobre ética e a divulgação sobre RS igualaram-se. A divulgação sobre ética cresceu anualmente 4% face ao ano anterior, exceto no ano 2011, face a 2010, em que o crescimento da divulgação foi de 3%. A divulgação de informação sobre RS cresceu em todos os anos à exceção do ano 2010, face a 2009, em que não se verificou qualquer alteração. Neste sentido, consta-se que é em 2009, face a 2008, que se verifica o maior crescimento na divulgação sobre RS, ou seja, um aumento de 6%. Assim, parece que as empresas em tempos de crise económica e financeira, em que cada vez mais se assiste a práticas duvidosas, fraudulentas e desleais investem mais em aspetos éticos face a aspetos socialmente responsáveis.

No Gráfico 5.2 é representada a divulgação sobre ética e RS em 2008. Através da análise do referido Gráfico constata-se que, no primeiro ano do estudo empírico, cerca de 72% das empresas possuem um canal de comunicação que permite aos seus empregados a denúncia anónima de comportamentos não éticos.

Gráfico 5.2: Descrição da Divulgação sobre Ética e RS em 2008.

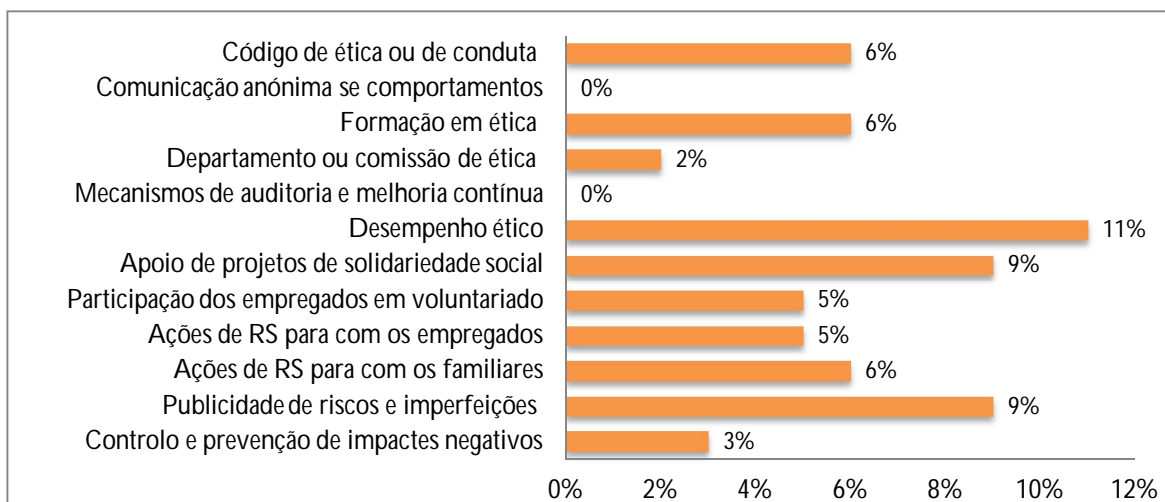


Assim, a questão referida anteriormente é considerada pelas empresas como a questão mais relevante em termos éticos, seguindo-se os códigos de ética ou de conduta que existem em 44% das empresas. Verifica-se que 36% das empresas têm implementado mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua e 28% das empresas divulga o seu desempenho ético. O departamento ou comissão de ética e a formação em ética representam os aspetos considerados menos importantes pelas empresas em termos éticos, uma vez que apenas se divulga em 17% e 11% das empresas (respetivamente).

Para 78% das empresas as ações de RS para com os empregados representa a questão mais relevante em termos de RS, seguida do controlo e prevenção de impactes negativos no meio ambiente, que se verifica em 61% das empresas. Constatase que 33% das empresas divulga as suas ações de RS para com as famílias dos seus empregados e que 28% das empresas desenvolve ações que permitem aos empregados participarem em ações de voluntariado. Em termos de RS as questões menos relevantes consideradas pelas empresas, com 22% das empresas da amostra, são a publicidade transparente que a empresa faz sobre os riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços, e o apoio de projetos de solidariedade social, conforme Gráfico 5.2.

O Gráfico 5.3 representa a evolução da divulgação sobre ética e RS no ano 2009, face a 2008. Através da análise do Gráfico 5.3 constata-se que em 2009 o aumento mais relevante face a 2008 é na divulgação do desempenho ético das empresas, ou seja, existe um crescimento de 11% das empresas que começaram a divulgar o seu desempenho ético.

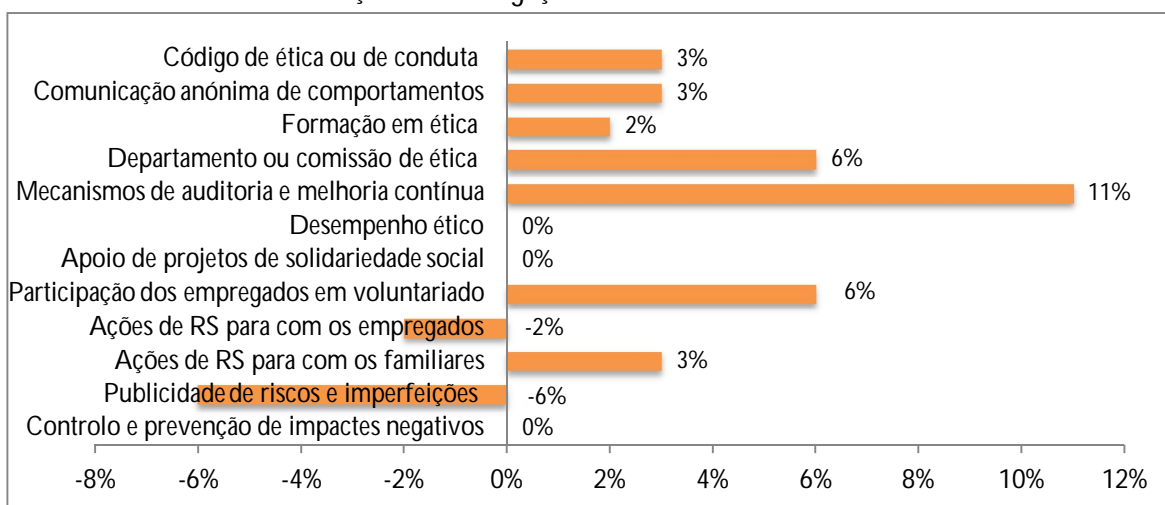
Gráfico 5.3: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2009 face a 2008.



Todas as variáveis do IDERS sofreram aumentos em 2009, face a 2008, à exceção dos mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua e da existência de um canal de comunicação que permita aos empregados denunciar de forma anónima comportamentos não ético, ou seja, o crescimento nas duas referidas variáveis foi nulo, conforme Gráfico 5.3.

No Gráfico 5.4 é apresentada a evolução da divulgação sobre ética e RS em 2010, face a 2009.

Gráfico 5.4: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2010 face a 2009.

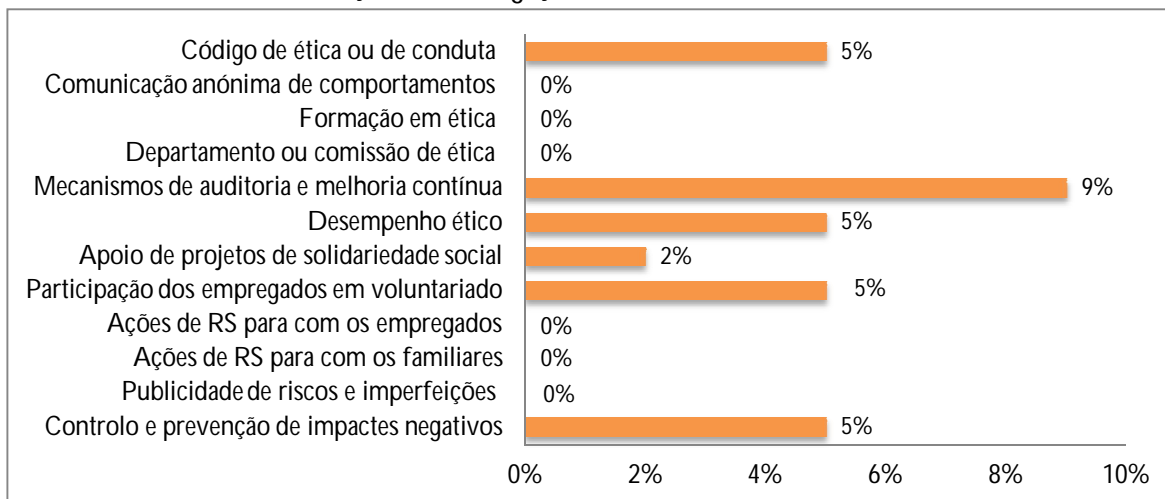


Da análise do Gráfico 5.4 constata-se que em 2010, face a 2009, 6% das empresas diminuíram a publicidade de riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços e constata-se uma redução na divulgação de ações de RS para com os empregados em 2% das empresas. A divulgação do desempenho ético das empresas, o apoio de projetos de solidariedade social e o controlo e prevenção de impactes negativos no meio ambiente não sofreram qualquer alteração em 2010, face a 2009. Nas restantes sete variáveis que compõem o IDERS constata-se que existiu um aumento em todas no ano de 2010, face a 2009,

destacando-se o aumento de 11% das empresas que têm implementado mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua.

No Gráfico 5.5 é caracterizada a evolução da divulgação sobre ética e RS em 2011 face a 2010.

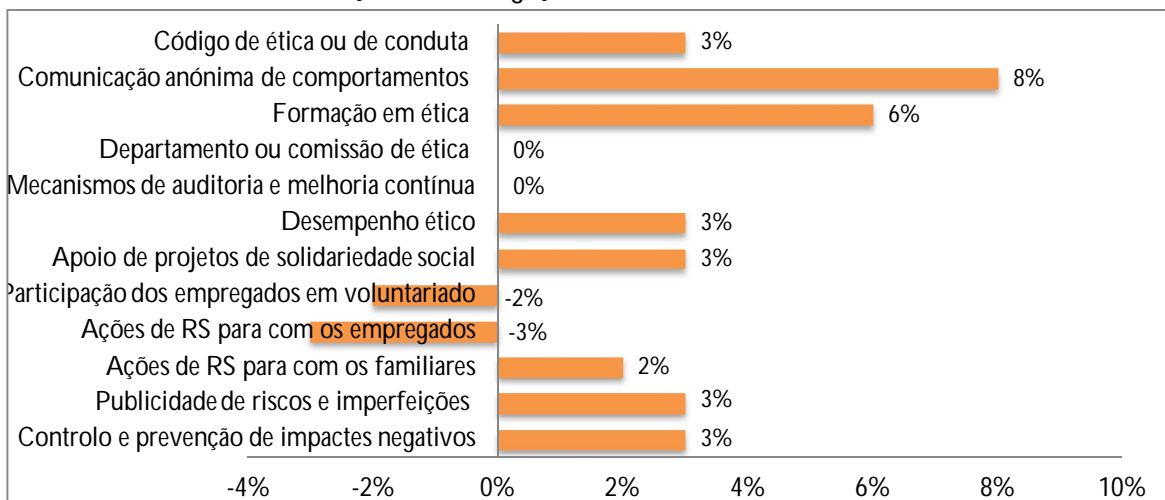
Gráfico 5.5: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2011 face a 2010.



Através da análise do Gráfico 5.5 verifica-se que em 2011, face a 2010, das 12 variáveis que compõem o IDERS seis das mesmas não sofreram qualquer alteração no período análise. Em termos éticos a alteração é nula na existência de um canal de comunicação que permite denunciar de forma anónima comportamentos não éticos, na formação em ética e na existência de departamento ou comissão de ética. Em termos de RS constata-se que no ano de 2011, face a 2010, não existiu qualquer alteração na divulgação de ações de RS para com os empregados e com os seus familiares, nem na publicidade transparente sobre riscos e imperfeições da atividade da empresa, dos seus produtos e/ou serviços. As restantes seis variáveis que compõem o referido índice sofreram aumentos. Neste sentido, destaca-se o maior crescimento do ano 2011, face a 2010, verificado nos mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua, ou seja, verifica-se um aumento de 9% das empresas que divulgaram que investem no instrumento referido anteriormente.

A evolução da divulgação sobre ética e RS em 2012, face a 2011, é apresentada no Gráfico 5.6. Da análise do Gráfico 5.6 constata-se que em 2012, face a 2011, existiu uma diminuição de 3% de empresas que divulgaram as suas ações de RS para com os empregados. Verifica-se que 2% das empresas diminuíram as ações que permitem aos empregados participar em ações de voluntariado. Das restantes variáveis que compõem o IDERS todas sofreram aumentos em 2012, face a 2011, à exceção dos mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua e da existência de um departamento ou comissão de ética que não sofreram qualquer alteração.

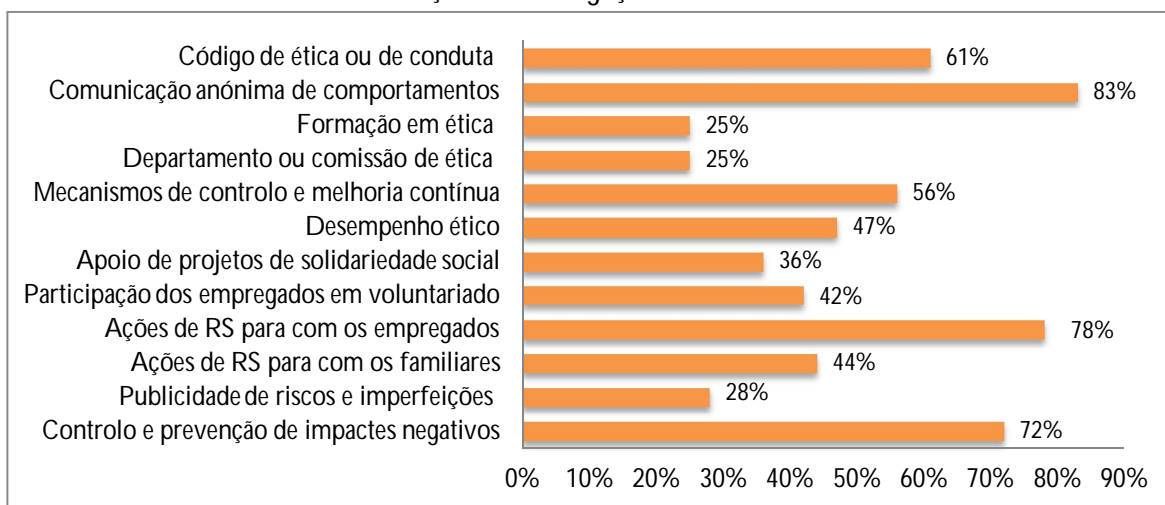
Gráfico 5.6: Evolução da Divulgação sobre Ética e RS em 2012 face a 2011.



O aumento mais acentuado verifica-se na possibilidade de denunciar de forma anónima comportamentos não éticos, ou seja, constata-se um aumento de 8% das empresas, conforme Gráfico 5.6.

No Gráfico 5.7 é representada a divulgação de informação sobre ética e RS em 2012.

Gráfico 5.7: Descrição da Divulgação sobre Ética e RS em 2012.

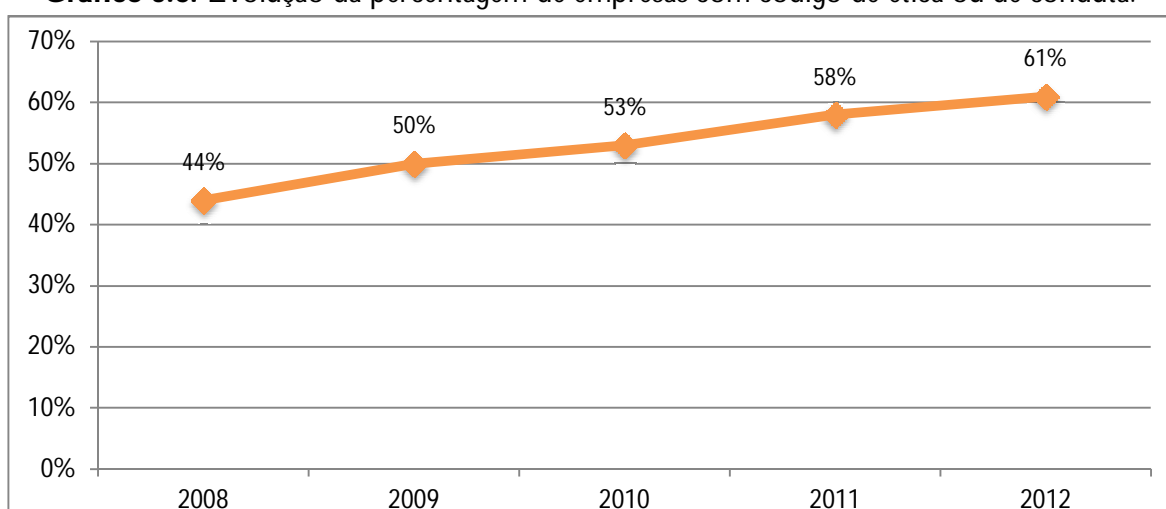


Através da análise do Gráfico 5.7 constata-se que, no último ano do estudo empírico (2012), cerca de 83% das empresas possuem um canal de comunicação que permite aos seus empregados a denúncia anónima de comportamentos não éticos. Deste modo, em 2012 esta questão é considerada pelas empresas como a questão mais relevante em termos éticos, seguindo-se os códigos de ética ou de conduta que existem em 61% das empresas. A existência de um departamento ou comissão de ética e a formação em ética representam os aspetos considerados menos importantes para as empresas em termos éticos, sendo verificável cada variável em 25% das empresas. Para 78% das empresas as ações de RS para com os

empregados representa, em 2012, a questão mais relevante em termos de RS, seguida do controlo e prevenção de impactes negativos no meio ambiente, constatada em 72% das empresas. Em 2012 as questões menos relevantes, em termos de RS, consideradas pelas empresas, são o apoio projetos de solidariedade social, com 36% das empresas em que se verifica a variável, e a publicidade transparente que a empresa faz sobre os riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços verificável em 22% das empresas.

O Gráfico 5.8 demonstra a evolução de empresas que divulgam que têm código de ética ou de conduta no período entre 2008 e 2012.

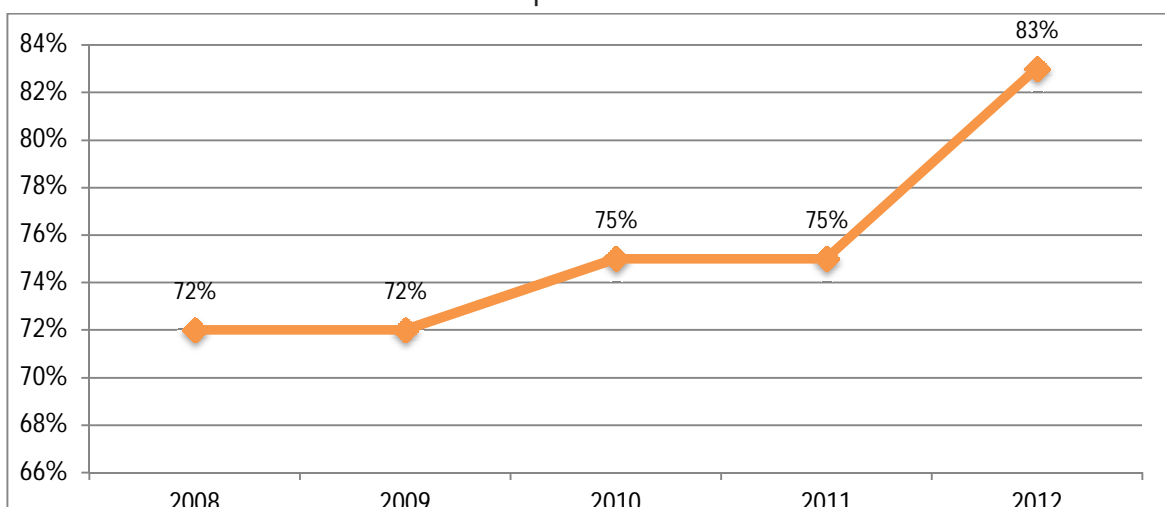
Gráfico 5.8: Evolução da percentagem de empresas com código de ética ou de conduta.



Pela análise do Gráfico 5.8 verifica-se que, entre 2008 e 2012, 17% das empresas divulgaram que começaram a implementar código de ética ou de conduta. Assim, parece que existe um crescimento da sensibilização para a necessidade de dar a conhecer os valores que devem ser praticados na empresa.

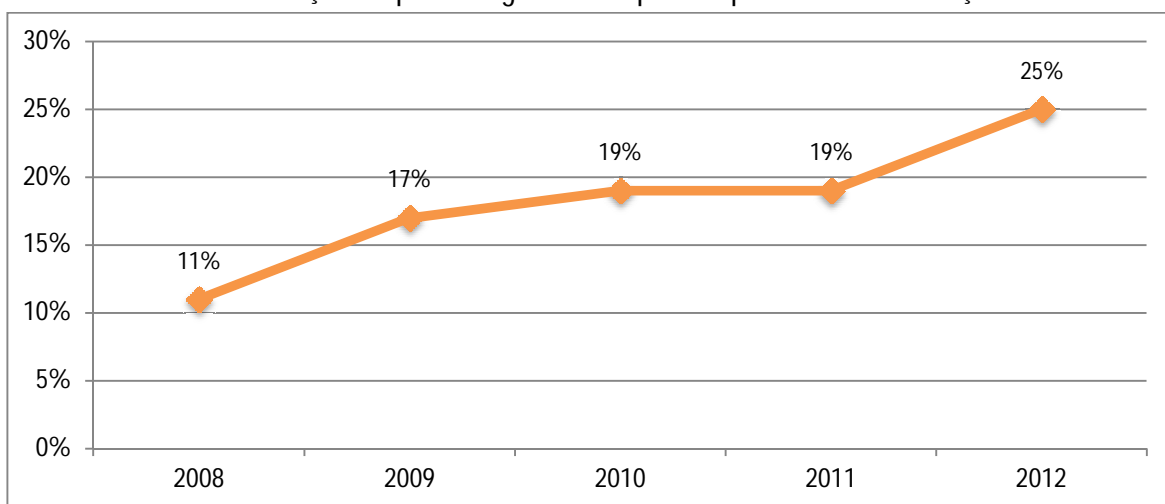
No Gráfico 5.9 é apresentada a evolução de empresas em que é permitida a comunicação anónima de comportamentos. Da análise do Gráfico 5.9 verifica-se que entre 2008 e 2012 existiu um aumento de 11% das empresas que têm um canal de comunicação que permite aos seus empregados a denúncia anónima de comportamentos não éticos. Constata-se que o número de empresas com esta possibilidade implementada aumentou anualmente, mas o aumento mais relevante foi em 2012, ou seja, nesse ano o aumento verificado foi de 8% das empresas, representando 73% dos 11% do aumento verificado entre 2008 e 2012.

Gráfico 5.9: Evolução da percentagem de empresas que permite a denúncia anónima de comportamentos.



O Gráfico 5.10 representa a evolução da percentagem de empresas que realizam formação em ética. Através da análise do Gráfico 5.10 verifica-se um aumento entre 2008 e 2012 de 14% das empresas que divulgam que proporcionam formação em ética. Este aumento evidencia a preocupação das empresas em evitar e corrigir comportamentos que se afastam da conduta ética ocorridos no seio da empresa e permite auxiliar nas respostas aos problemas e às preocupações que vão surgindo diariamente e que encaminham para questões éticas.

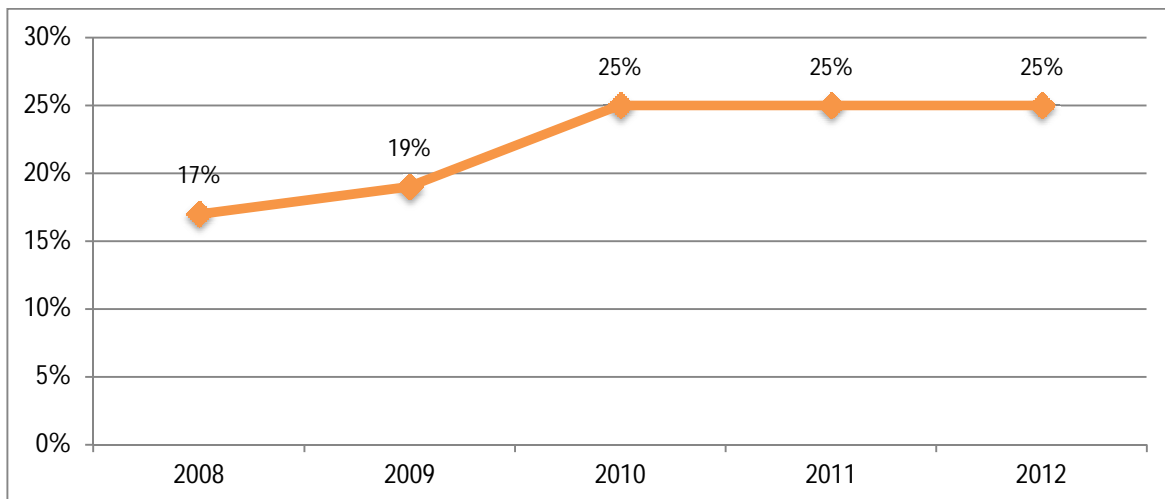
Gráfico 5.10: Evolução da percentagem de empresas que realizam formação em ética.



Deste modo, é possível concluir que as empresas tendem a pensar e agir no pressuposto que a conduta ética pode ser aprendida, desenvolvida e corrigida pelo ser humano adulto. Esta conclusão deriva do aumento verificado na formação em ética, e no aumento constatado anteriormente na análise da implementação de códigos de ética e de conduta.

O Gráfico 5.11 demonstra a evolução da percentagem de empresas que têm um departamento ou comissão de ética.

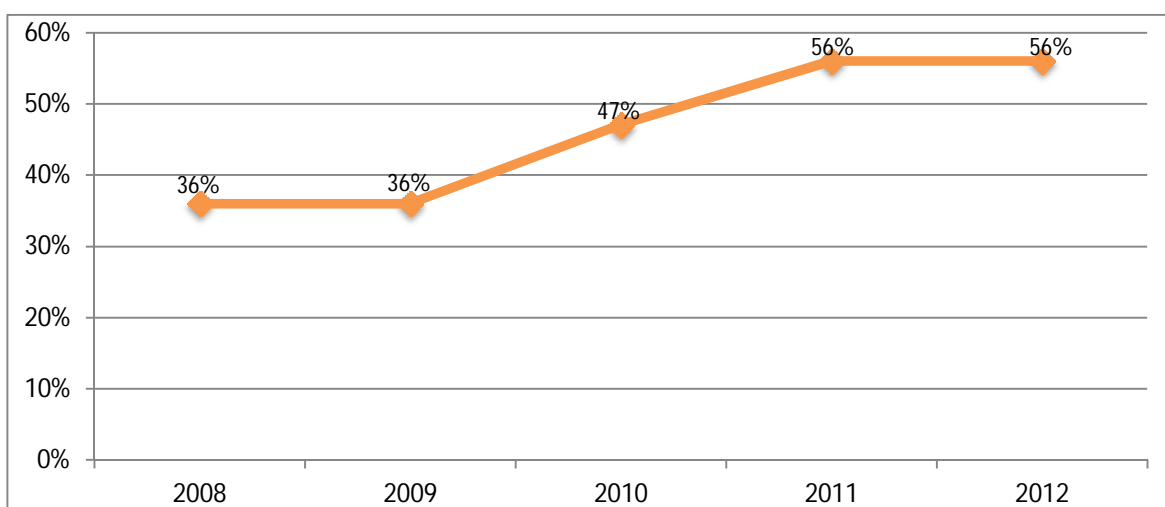
Gráfico 5.11: Evolução da percentagem de empresas que têm um departamento ou comissão de ética.



Da análise do Gráfico 5.11 verifica-se que apenas 25% das empresas em 2012 tem um departamento ou comissão de ética. Apesar de ter existido um aumento de 8% das empresas em que se verifica a existência de um departamento ou comissão de ética nas empresas esse aumento ocorreu entre 2008 e 2010. Assim, em 2010 essa existência estagnou nos 25%.

A evolução da percentagem de empresas em que existem mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua pode ser analisada no Gráfico 5.12.

Gráfico 5.12: Evolução da percentagem de empresas em que existem mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua.

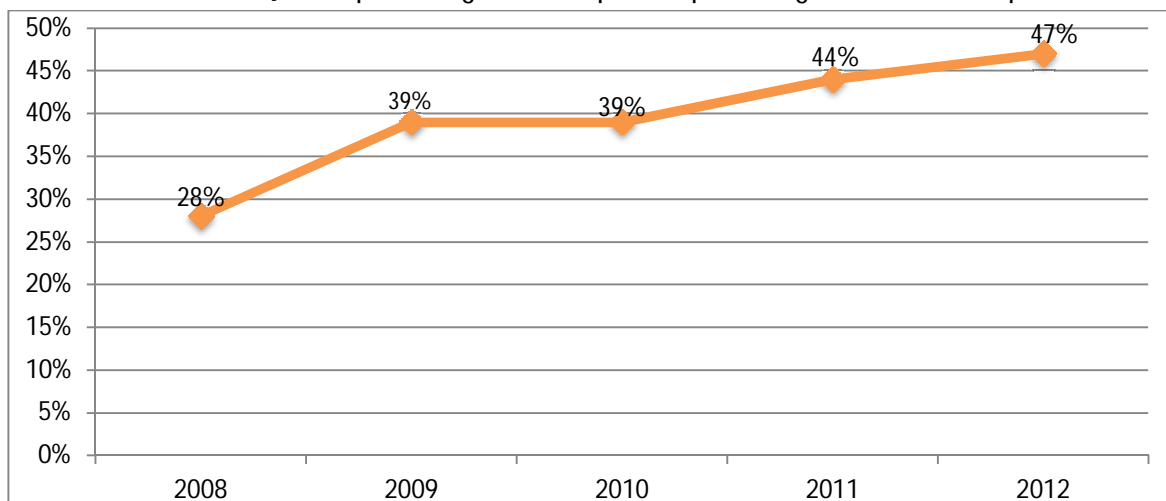


Através do Gráfico 5.12 constata-se que entre 2008 e 2012 o investimento na implementação

de mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua aumentou 20%, sendo 11% do aumento verificado em 2010, face a 2009, e os outros 9% em 2011 face a 2010.

A evolução da percentagem de empresas que divulgam o desempenho ético é representada no Gráfico 5.13.

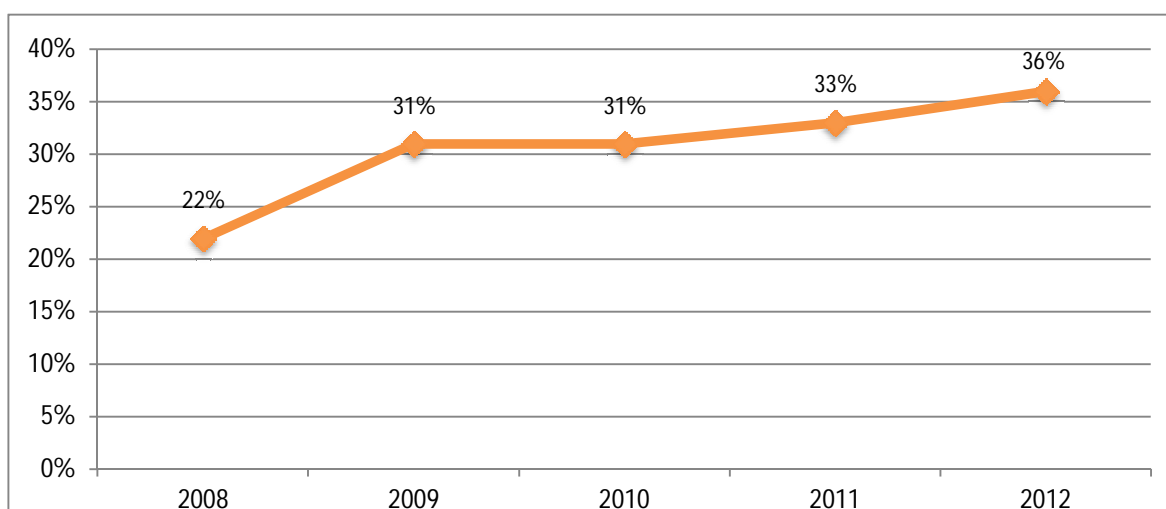
Gráfico 5.13: Evolução da percentagem de empresas que divulgam o seu desempenho ético.



Da análise do Gráfico 5.13 verifica-se um crescimento de 19% das empresas que começaram a divulgar o seu desempenho ético entre 2008 e 2012. O crescimento verificado na divulgação da implementação de mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua e verificado na divulgação do desempenho ético refletem a preocupação das empresas em evitar práticas não éticas, e a preocupação em reforçar a sua reputação.

O Gráfico 5.14 representa a evolução do apoio de projetos de solidariedade social no período entre 2008 e 2012.

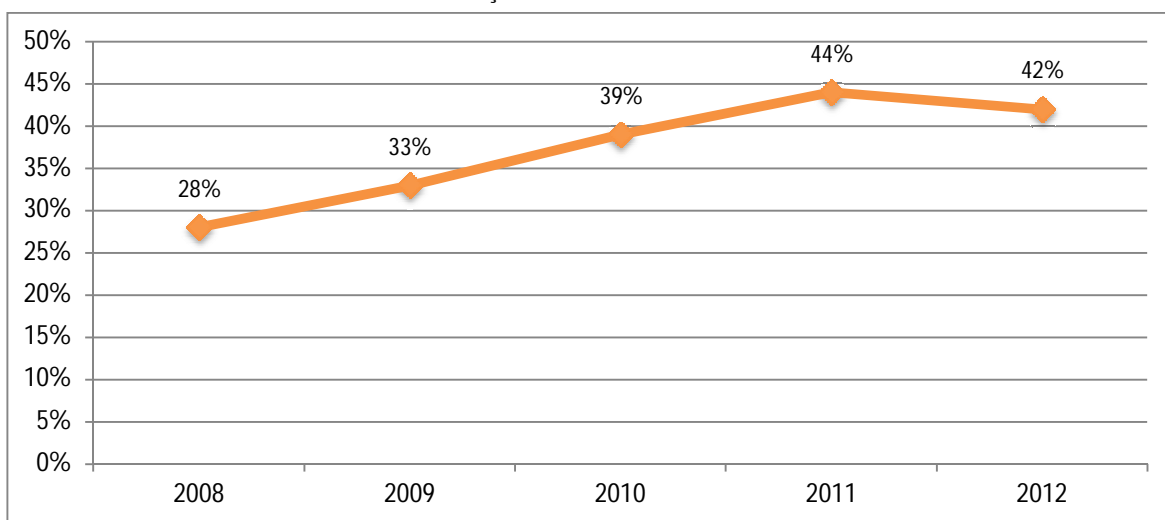
Gráfico 5.14: Evolução de empresas que apoiam projetos de solidariedade social.



Da análise do Gráfico 5.14, constata-se que entre 2008 e 2012 houve uma evolução positiva de 14% das empresas que começaram a apoiar projetos de solidariedade social, mas é em 2009 que se verifica o maior crescimento no apoio de projetos de solidariedade social (9% das empresas).

O Gráfico 5.15 representa a evolução, entre 2008 e 2012, da percentagem de empresas que permitem aos empregados participarem em ações de voluntariado.

Gráfico 5.15: Evolução da percentagem de empresas que permitem aos empregados participar em ações de voluntariado.

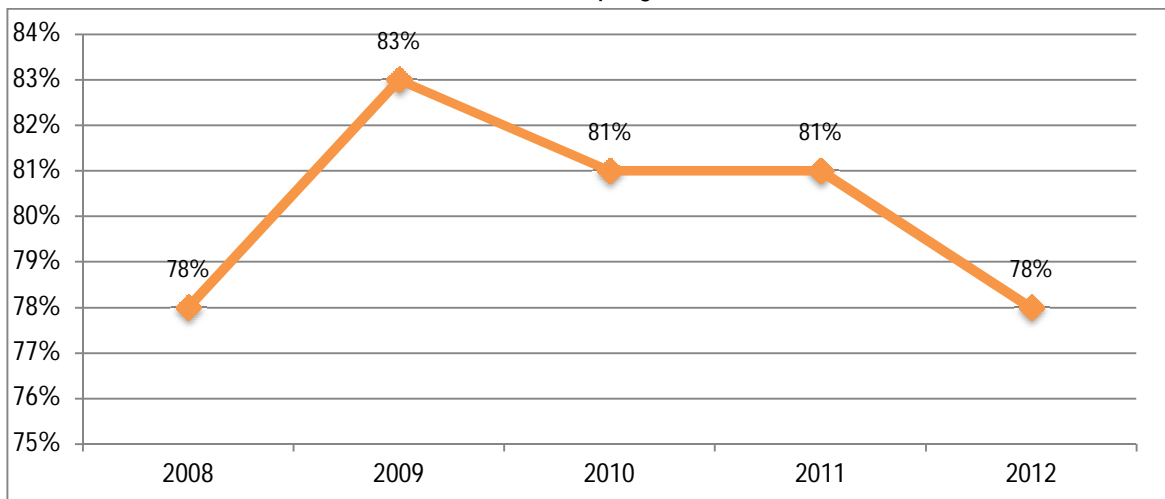


Entre 2008 e 2011 houve em todos os anos um aumento gradual da percentagem das empresas que permitem aos empregados participarem em ações de voluntariado, atingindo esse aumento 16% das empresas, conforme apresentado no Gráfico 5.15. No entanto, em 2012 assistiu-se a uma redução de 2%. Através da análise do Gráfico 5.14 e do Gráfico 5.15 constata-se que a crise instalada nos mercados não impossibilitou que as empresas disponibilizassem parte dos seus lucros para financiar projetos de solidariedade social e desenvolvesse ações de voluntariado em que os seus empregados participassem.

A evolução, entre 2008 e 2012, da percentagem de empresas que divulgam as suas ações de RS para com os empregados é apresentada no Gráfico 5.16. Através da análise do referido Gráfico verifica-se que em 2009 existiu um aumento de 5% das empresas que divulgam as suas ações de RS para com os empregados face a 2008. No entanto, nos anos seguintes 2010, 2011 e 2012 verifica-se uma diminuição de 5% das empresas que divulgam as suas ações de RS para com os empregados, acabando por não provocar variação entre 2008 e 2012. Parece que as empresas têm consciência da importância das suas ações de RS para com os empregados,

uma vez que existe 78% das empresas que divulgam essas ações de RS e é a variável em termos de RS que mais percentagem de divulgação tem.

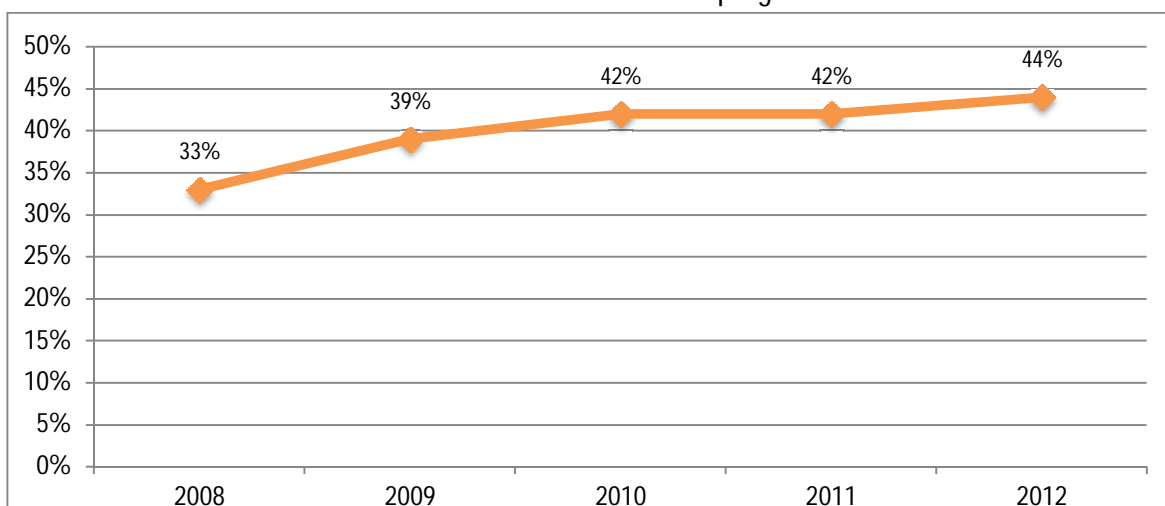
Gráfico 5.16: Evolução da percentagem de empresas que divulgam as suas ações de RS para com os empregados.



É possível que a crise económica e financeira seja a razão para não existir investimento na divulgação de ações de RS para com os empregados de modo a investir e beneficiar outras medidas de RS.

O Gráfico 5.17 evidencia a evolução, entre 2008 e 2012, da percentagem de empresas que divulgam as suas ações de RS para com os familiares dos seus empregados.

Gráfico 5.17: Evolução da percentagem de empresas que divulgam as suas ações de RS para com os familiares dos seus empregados.

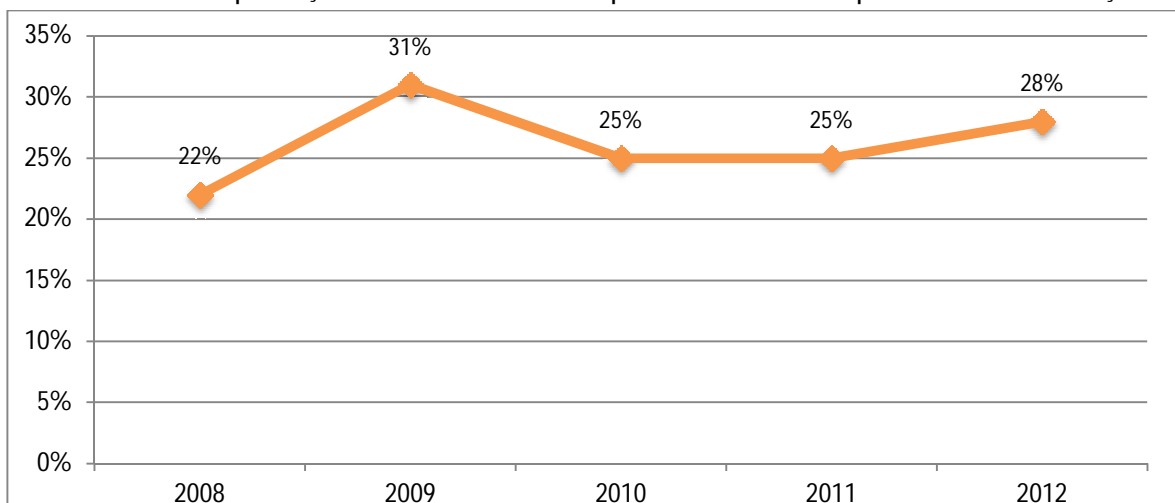


Constata-se que no período em análise existiu um aumento de 11% das empresas que divulgaram as suas ações de RS para com os familiares dos seus empregados, conforme Gráfico 5.17. Apesar de ainda ser uma percentagem baixa este crescimento da divulgação de

ações de RS para com os familiares dos empregados pode representar a preocupação das empresas em querer ajudar e permitir ao seu empregado e aos seus familiares melhores condições de vida. Assim, este crescimento representa a união que se fortalece entre as empresas, os seus empregados e os familiares dos mesmos. O investimento em ações de RS para com os empregados e os seus familiares pode ser um fator motivador ao desempenho das funções dos empregados, e assim apesar do investimento nessas ações pode haver retorno positivo para a empresa (aumento favorável nos resultados resultante do aumento das vendas/prestação de serviços).

A evolução, entre 2008 e 2012, da percentagem de empresas que fazem publicidade transparente sobre riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços é representada no Gráfico 5.18.

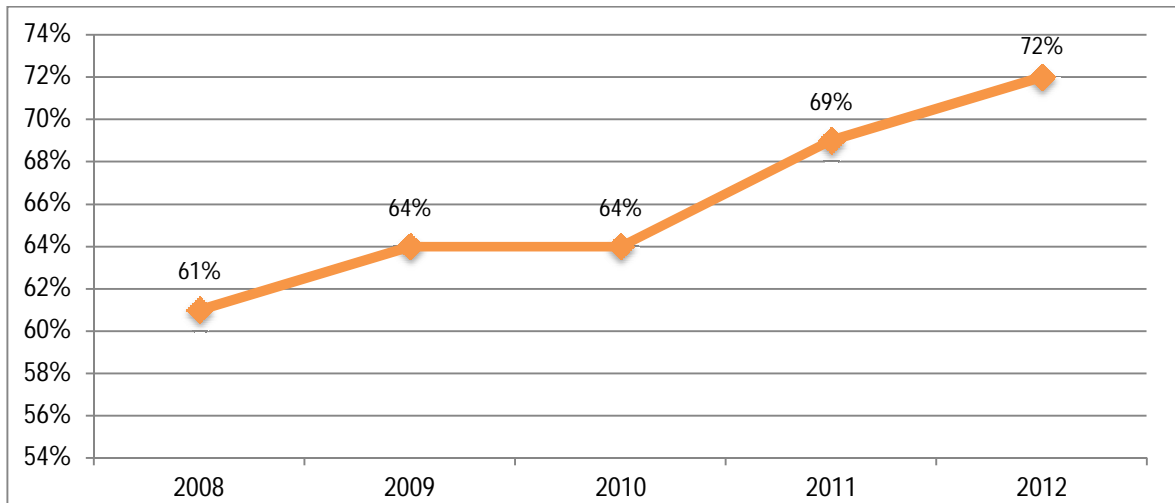
Gráfico 5.18: Evolução da percentagem de empresas que fazem publicidade transparente sobre riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços.



Constata-se que em 2012 só 28% das empresas fazem publicidade transparente sobre riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviços, no entanto como é demonstrado no Gráfico 5.18 entre 2008 e 2012 houve um crescimento de 6% das empresas que o começaram a fazer.

O Gráfico 5.19 apresenta a evolução, entre 2008 e 2012, da percentagem de empresas que divulgam que controlam e previnem impactos negativos da sua atividade no meio ambiente. Conforme se observa no Gráfico 5.19 no período entre 2008 e 2012 houve um aumento de 11% das empresas que começaram a controlar e a prevenir impactos negativos da sua atividade no meio ambiente, assim parece que existe consciência por parte das empresas da sua ação, por vezes destrutiva, no meio ambiente.

Gráfico 5.19: Evolução da percentagem de empresas que divulgam que controlam e previnem impactos negativos da sua atividade no meio ambiente.



Entre 2008 e 2012 as empresas em termos éticos investiram mais na divulgação da implementação de mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua (crescimento de 20%) e em termos de RS o maior crescimento verificou-se nas ações de voluntariado proporcionadas pelas empresas aos seus empregados (14%). O menor investimento em termos éticos verifica-se na existência de um departamento ético ou comissão de ética (crescimento de 8%) e em termos de RS verifica-se que não existiu qualquer crescimento nas ações de RS para com os empregados.

Na Tabela 5.3 apresenta-se os valores do IDERS para os períodos analisados. Constatou-se que o IDERS, em termos médios, aumentou significativamente ao longo dos anos entre 2008 e 2012, verificando-se um investimento por parte das empresas em instrumentos éticos e socialmente responsáveis.

Tabela 5.3: Estatística descritiva do IDERS.

| IDESR | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------|------|------|------|------|------|
| Soma | 163 | 185 | 194 | 206 | 215 |
| Média | 38% | 43% | 45% | 48% | 50% |
| Mínimo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Máximo | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |

Da análise da Tabela 5.3, por um lado, constata-se que das doze variáveis que constituem o IDERS existe pelo menos uma empresa que não divulga nem uma das dozes (mínimo 0), por outro lado, existe pelo menos uma empresa que divulga as doze variáveis (máximo 12). Neste sentido, constata-se que as empresas têm crescentes preocupações éticas e socialmente responsáveis na sua gestão, verificadas pela implementação de mecanismos de auditoria e

controlo da melhoria contínua, pela implementação de códigos de ética e de conduta e pelo aumento constatado na adoção de práticas socialmente responsáveis para com o ambiente, pessoas e comunidade em geral. No período em análise constata-se o crescimento de práticas socialmente responsáveis, no entanto esse crescimento não é tão notório como o crescimento da implementação de práticas éticas. Assim, parece que as empresas em situações de crise económico-financeira tendem a investir na divulgação de práticas éticas sem descuidar da divulgação de práticas socialmente responsáveis.

5.2. Caracterização da Amostra por Sector

A amostra foi caracterizada por sector de atividade de modo a permitir a análise do IDERS por sector de atividade. A Tabela 5.4 apresenta a caracterização das empresas, por sector de atividade, que compõem a amostra para o período compreendido entre 2008 e 2012.

Tabela 5.4: Caracterização da amostra por sector de atividade.

| ICB – Sector | Número de Empresas | Percentagem |
|------------------------------------|--------------------|-------------|
| 0500 – Petróleo e Gás | 1 | 3% |
| 1300 – Produtos Químicos | 1 | 3% |
| 1700 – Recursos Básicos | 4 | 11% |
| 2300 – Construção e materiais | 6 | 17% |
| 2700 – Bens e Serviços Industriais | 5 | 14% |
| 3500 – Alimentação e Bebidas | 2 | 6% |
| 3700 – Bens Pessoais e Domésticos | 1 | 3% |
| 5300 – retalho | 3 | 8% |
| 5500 – <i>Media</i> | 4 | 11% |
| 5700 – Viagens e Lazer | 2 | 6% |
| 6500 – Telecomunicações | 1 | 3% |
| 7500 – Serviços Públicos | 2 | 6% |
| 9500 – Tecnologia | 4 | 11% |
| Total | 36 | 100% |

Através da análise da Tabela 5.4, pode verificar-se que apesar das empresas da amostra se encontrarem distribuídas por vários sectores de atividade, as que pertencem ao sector da construção e materiais, representando 17% da totalidade da amostra, e ao sector dos bens e serviços, representando 14% da totalidade da amostra, são as que têm maior representação no total da amostra. Neste sentido, as empresas que pertencem aos referidos sectores de atividade representam na totalidade 33% da amostra.

5.3. Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social por Sector

As empresas que constituem a amostra encontram-se distribuídas por diversos sectores de atividade, assim na Tabela 5.5 é apresentada a divulgação de informação sobre ética e RS por sector de atividade e por ano.

Tabela 5.5: Divulgação sobre Ética e RS por sector de atividade.

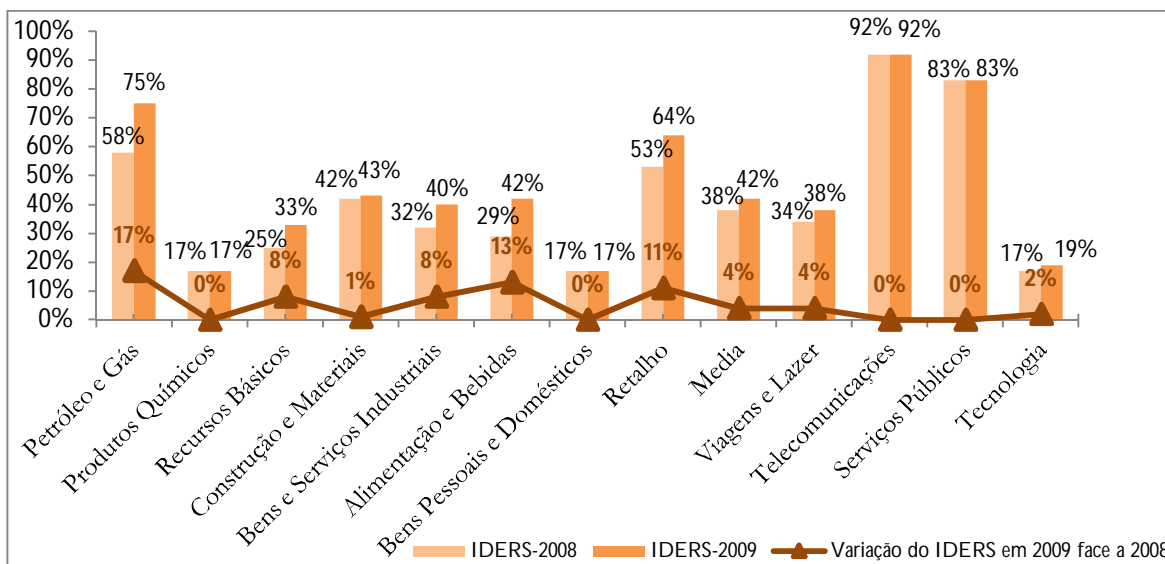
| Sector de Atividade | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Varição |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| | IDERS | IDERS | IDERS | IDERS | IDERS | Total |
| Petróleo e Gás | 58% | 75% | 75% | 84% | 100% | 42% |
| Produtos Químicos | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 0% |
| Recursos Básicos | 25% | 33% | 36% | 42% | 46% | 21% |
| Construção/Materiais | 42% | 43% | 47% | 44% | 50% | 8% |
| Bens/Serviços Industriais | 32% | 40% | 45% | 57% | 50% | 18% |
| Alimentação/Bebidas | 29% | 42% | 42% | 38% | 46% | 17% |
| Bens Pessoais/ Domésticos | 17% | 17% | 8% | 17% | 17% | 0% |
| Retalho | 53% | 64% | 67% | 64% | 64% | 11% |
| <i>Media</i> | 38% | 42% | 46% | 52% | 52% | 14% |
| Viagens e Lazer | 34% | 38% | 29% | 34% | 30% | -4% |
| Telecomunicações | 92% | 92% | 100% | 100% | 100% | 8% |
| Serviços Públicos | 83% | 83% | 84% | 88% | 88% | 5% |
| Tecnologia | 17% | 19% | 19% | 21% | 27% | 10% |

Pela análise da Tabela 5.5 constata-se que, no período entre o ano 2008 e o ano 2012, todos os sectores de atividade aumentaram a divulgação de informação sobre ética e RS, à exceção do sector dos Produtos Químicos e do sector dos Bens Pessoais e Domésticos em que não se verifica qualquer alteração na sua divulgação de informação sobre ética e RS e à exceção do sector das Viagens e Lazer que entre 2008 e 2012 diminuiu a sua divulgação sobre ética e RS em 4%. Dos sectores que sofreram uma evolução positiva o que mais se destaca é o do Petróleo e Gás em que se verifica um crescimento positivo de 42% do seu IDERS.

No Gráfico 5.20 é representado o IDERS, por sector, no ano 2008 e no ano 2009 e a sua variação em 2009, face a 2008. Em 2008 e 2009, como se pode observar no Gráfico 5.20, o sector das Telecomunicações é o que apresenta maior IDERS (92%), ou seja, no referido sector é onde se verifica maior divulgação de informação sobre ética e RS. Constata-se que nos anos em análise não existiu variação no IDERS do sector das Telecomunicações. O sector dos Produtos Químicos, o dos Bens Pessoais e Domésticos e o da Tecnologia são os sectores que em 2008 e em 2009 menos divulgaram práticas éticas e socialmente responsáveis. Neste contexto, e analisando 2008 e 2009 verifica-se que não há qualquer evolução em 2009 face ao ano anterior no sector dos Produtos Químicos e o no dos Bens Pessoais e Domésticos. Em relação ao sector da Tecnologia constata-se que existiu uma variação positiva no IDERS de

2% em 2009, face a 2008, representando um crescimento na divulgação de informação ética e socialmente responsável.

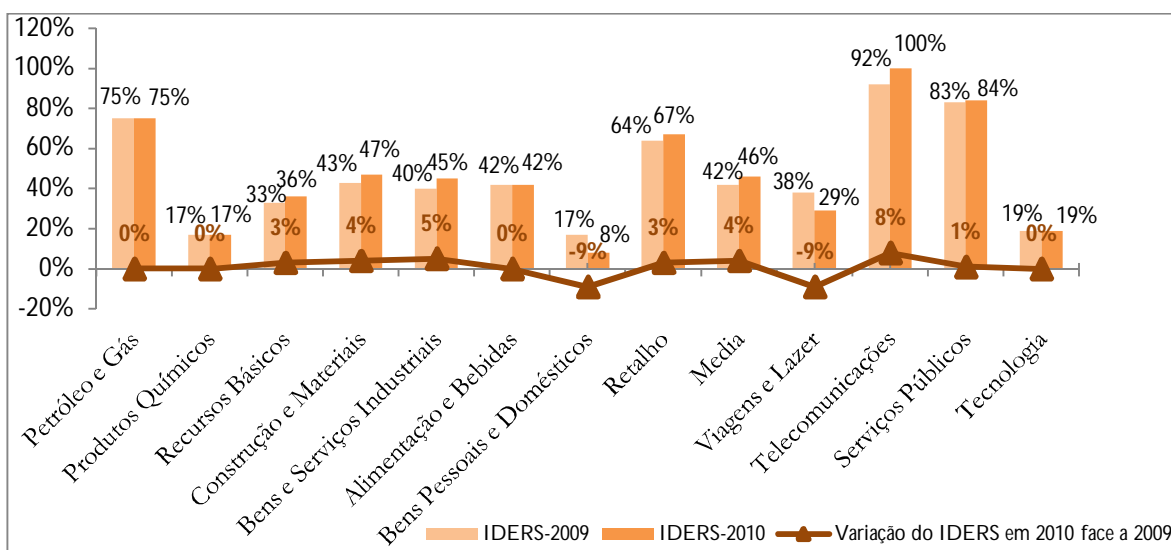
Gráfico 5.20: IDERS por sector de atividade no ano 2008 e no ano 2009 e a sua variação em 2009 face a 2008.



Em relação à variação do IDERS em 2009, face a 2008, verifica-se que o sector que mais cresceu foi o do Petróleo e Gás com uma evolução positiva de 17%, assim foi o sector que mais investiu na divulgação sobre ética e RS em 2009, face a 2008.

No Gráfico 5.21 é representado o IDERS, por sector, no ano 2009 e no ano 2010 e a sua variação em 2010, face a 2009. O sector de atividade com maior variação do IDERS em 2010, face a 2009 foi o das Telecomunicações com um crescimento de 8% das empresas que aumentaram a divulgação sobre ética e RS, conforme Gráfico 5.21. Verifica-se que o sector referido anteriormente é o que apresenta maior IDERS, ou seja, 100%. Neste sentido, e em conformidade com o Gráfico 5.21, é o único sector onde existe total divulgação da informação sobre ética e RS. Em 2010, face a 2009, constata-se que existiu uma variação negativa na divulgação sobre ética e RS no sector das Viagens e Lazer (decreceu 9%) e no sector dos Bens Pessoais e Domésticos (decreceu 9%). Neste sentido, verifica-se que em 2010 o sector dos Bens Pessoais e Domésticos é o sector com menor divulgação de informação sobre ética e RS (com uma divulgação de 8%), conforme Gráfico 5.21. Os restantes dez sectores de atividade sofreram uma variação positiva na divulgação sobre ética e RS, à exceção do sector dos Produtos Químicos, do sector da Alimentação e Bebidas e do sector da Tecnologia em que não se verifica qualquer variação em 2010, face a 2011.

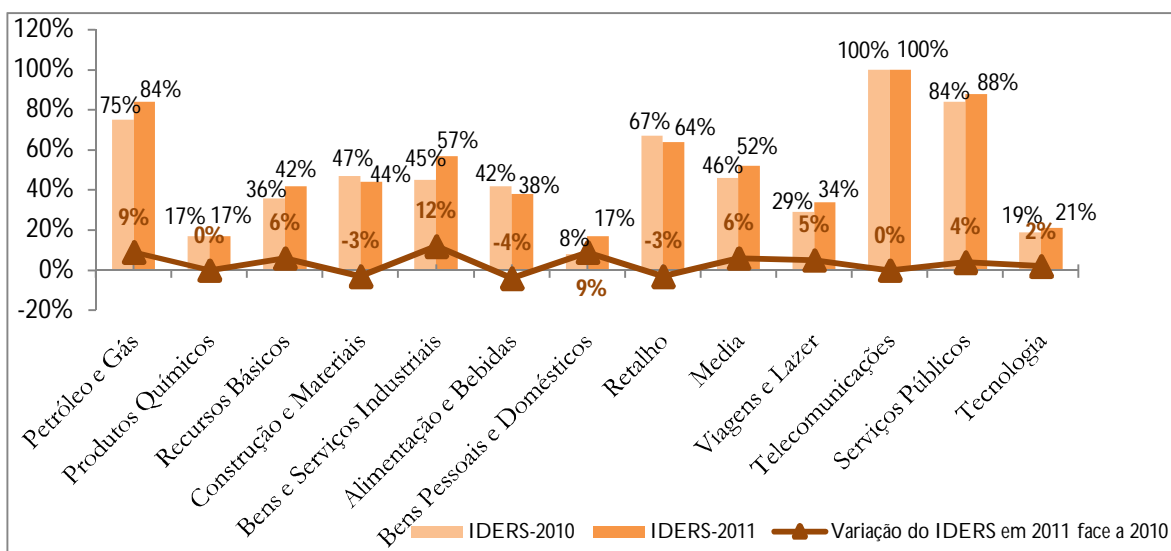
Gráfico 5.21: IDERS por sector de atividade no ano 2009 e no ano 2010 e a sua variação em 2010 face a 2009.



Os restantes dez sectores de atividade sofreram uma variação positiva na divulgação sobre ética e RS, à exceção do sector dos Produtos Químicos, do sector da Alimentação e Bebidas e do sector da Tecnologia em que não se verifica qualquer variação em 2010, face a 2011.

No Gráfico 5.22 é representado o IDERS, por sector, no ano 2010 e no ano 2011 e a sua variação em 2011, face a 2010.

Gráfico 5.22: IDERS por sector de atividade no ano 2010 e no ano 2011 e a sua variação em 2011 face a 2010.



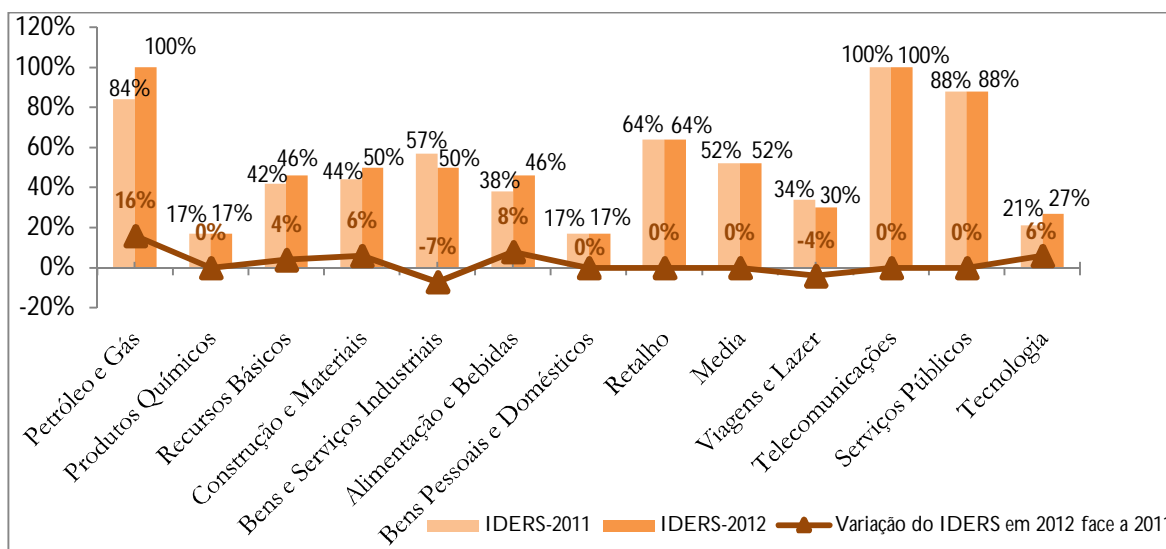
No sector dos Bens Pessoais e Domésticos constata-se que em 2011, face a 2010, no sector referido anteriormente começou a divulgar-se mais informação sobre ética e RS (variação de 9%), no entanto em 2011 à semelhança dos anos anteriores continua a ser o sector (com 17%)

com menor IDERS em conjunto com o sector dos Produtos Químicos (com 17%), assim são os sectores em que menos se divulga informação sobre ética e RS, conforme o Gráfico 5.22. No ano 2011 o sector da Alimentação e Bebidas, o sector da Construção e Materiais e o sector do Retalho sofreram uma variação negativa do IDERS em 2011, face a 2010, ou seja, em 2011 em comparação com 2010 nos referidos sectores houve uma diminuição da divulgação sobre ética e RS.

Constata-se que em 2011 o sector das Telecomunicações continua a ser o sector com maior divulgação sobre ética e RS (100%), ou seja, continua a ser o sector onde existe total divulgação da informação sobre ética e RS. Não se verificando qualquer alteração em 2011, face a 2010, de acordo com o Gráfico 5.22.

No Gráfico 5.23 é representado o IDERS, por sector, no ano 2011 e no ano 2012 e a sua variação em 2012, face a 2011.

Gráfico 5.23: IDERS por sector de atividade no ano 2011 e no ano 2012 e a sua variação em 2012 face a 2011.



Da análise do Gráfico 5.23 conclui-se que o sector Telecomunicações em 2012 volta a ser o sector em que se verifica o IDERS de 100%, não existindo qualquer variação em 2012, face ao ano anterior. O IDERS do sector do Petróleo e Gás iguala o IDERS do sector das Telecomunicações, assim verifica-se que existiu uma variação positiva do IDERS do sector do Petróleo e Gás de 16%, ou seja, houve um aumento da divulgação sobre ética e RS no referido sector em 2012, face a 2011.

Dos treze sectores que caracterizam a amostra apenas cinco sofreram uma variação positiva (Petróleo e Gás – 16%; Alimentação e Bebidas – 8%; Construção e Materiais – 6%;

Tecnologia – 6%; Recursos Básicos – 4%), o sector dos Bens e Serviços Industriais sofreu um decréscimo de 7% e o sector das Viagens e do Lazer sofreu uma variação negativa de 4% na divulgação de informação sobre ética e RS. Os restantes sectores não sofreram qualquer variação no IDERS em 2012, face a 2011, e uma vez mais o sector dos Produtos Químicos e o dos Bens Pessoais e Domésticos foram os sectores com menor IDERS (17%), representando os sectores com menor divulgação de informação sobre ética e RS.

Da análise do período entre 2008 e 2012 constata-se que o sector das Telecomunicações é o que apresenta melhor IDERS, ou seja, é o sector que mais informação sobre ética e RS divulga. Assim, parece que neste sector as empresas têm consciência da sua importância no crescimento de uma sociedade mais ética, responsável e justa. O sector dos Bens Pessoais e Domésticos e o sector dos Produtos Químicos são os que têm menor IDERS entre 2008 e 2012, ou seja, nestes sectores a divulgação em ética e RS é menor em comparação com a divulgação de informação de outros sectores. Assim, parece que nas empresas que constituem estes sectores não existe plena consciência (ou recursos) que as suas ações são fundamentais para a construção de uma sociedade mais justa.

Na Tabela 5.6 apresenta-se a divulgação sobre ética e a divulgação sobre RS, entre 2008 e 2012, por sector de atividade.

Tabela 5.6: A Divulgação sobre Ética e a Divulgação sobre RS por sector de atividade.

| Divulgação | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | | Variação Total | |
|---------------------------|-------|-----|-------|-----|-------|------|-------|------|-------|------|----------------|------|
| | Ética | RS | Ética | RS | Ética | RS | Ética | RS | Ética | RS | Ética | RS |
| Petróleo e Gás | 33% | 83% | 67% | 83% | 83% | 67% | 100% | 67% | 100% | 100% | 67% | 17% |
| Produtos Químicos | 0% | 33% | 0% | 33% | 0% | 33% | 0% | 33% | 0% | 33% | 0% | 0% |
| Recursos Básicos | 21% | 29% | 33% | 33% | 33% | 38% | 42% | 42% | 46% | 46% | 25% | 17% |
| Construção/Materiais | 36% | 47% | 36% | 50% | 44% | 50% | 39% | 48% | 47% | 53% | 11% | 6% |
| Bens/Serviços Industriais | 27% | 37% | 40% | 40% | 47% | 43% | 57% | 57% | 57% | 43% | 30% | 6% |
| Alimentação/Bebidas | 25% | 33% | 25% | 58% | 25% | 58% | 25% | 50% | 33% | 58% | 8% | 25% |
| Bens Pessoais/ Domésticos | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 0% | 33% | 0% | 33% | 0% | 17% | -17% |
| Retalho | 56% | 50% | 61% | 67% | 67% | 67% | 67% | 61% | 67% | 61% | 11% | 11% |
| <i>Media</i> | 33% | 42% | 33% | 50% | 38% | 54% | 46% | 58% | 46% | 58% | 13% | 16% |
| Viagens e Lazer | 17% | 50% | 25% | 50% | 16% | 42% | 17% | 50% | 17% | 42% | 0% | -8% |
| Telecomunicações | 100% | 83% | 100% | 83% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 0% | 17% |
| Serviços Públicos | 92% | 75% | 83% | 83% | 92% | 75% | 92% | 83% | 100% | 75% | 8% | 0% |
| Tecnologia | 25% | 8% | 25% | 13% | 25% | 13% | 29% | 13% | 33% | 21% | 8% | 13% |

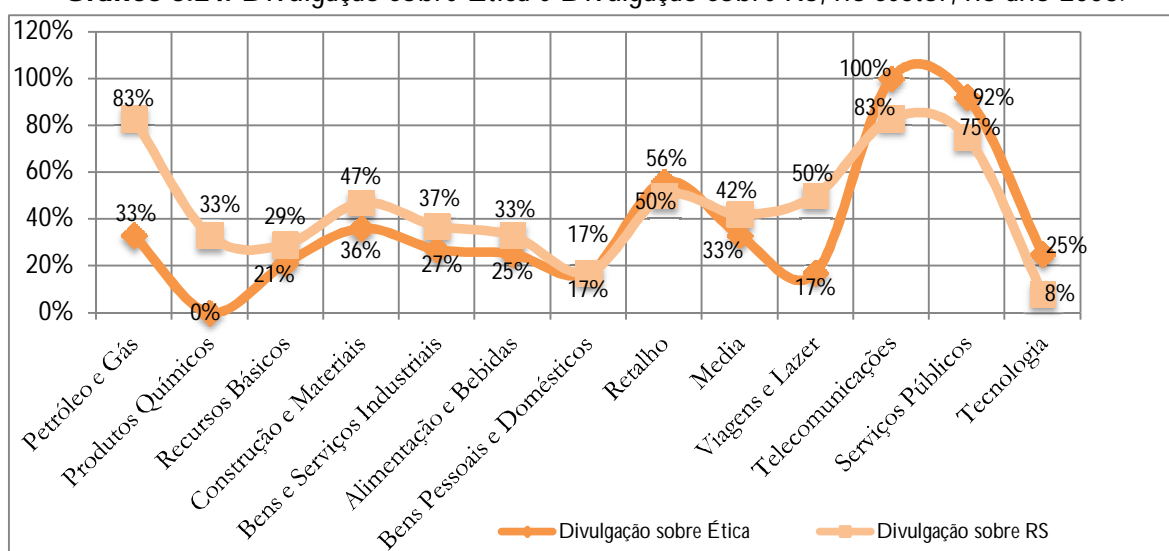
Através da análise da Tabela 5.6 consta-se que a divulgação sobre ética cresceu mais do que a divulgação sobre RS. No entanto, quando se analisa sector a sector consta-se que o comportamento geral (crescimento superior da divulgação sobre ética) não se verificou em todos os sectores, nomeadamente no sector da Alimentação e Bebidas, no dos Media, no das Telecomunicações e no da Tecnologia. Assim, nos referidos sectores a divulgação sobre RS cresceu mais do que a divulgação sobre ética (no sector das Telecomunicações apenas a divulgação sobre ética podia aumentar).

No período em análise apenas se verificaram decréscimo da divulgação sobre RS em dois sectores, isto é, no sector dos Bens Pessoais e Domésticos e no sector das Viagens e Lazer. Em relação à divulgação sobre ética nenhum sector no período em análise diminuiu o nível de divulgação.

Anteriormente já se tinha constatado que o IDERS cresceu mais no sector do Petróleo e Gás, assim e pela análise da Tabela 5.6 verifica-se que esse aumento resulta em grande medida do aumento da divulgação sobre ética. Pela análise da referida Tabela conclui-se que o sector do Petróleo e Gás no período em análise foi o que mais investiu na divulgação sobre ética (67%). Em relação ao maior investimento na divulgação sobre RS constata-se que ocorreu no sector da Alimentação e Bebidas.

No Gráfico 5.24 está representado, por sector, a divulgação de informação sobre ética e a divulgação de informação sobre RS no ano 2008.

Gráfico 5.24: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2008.

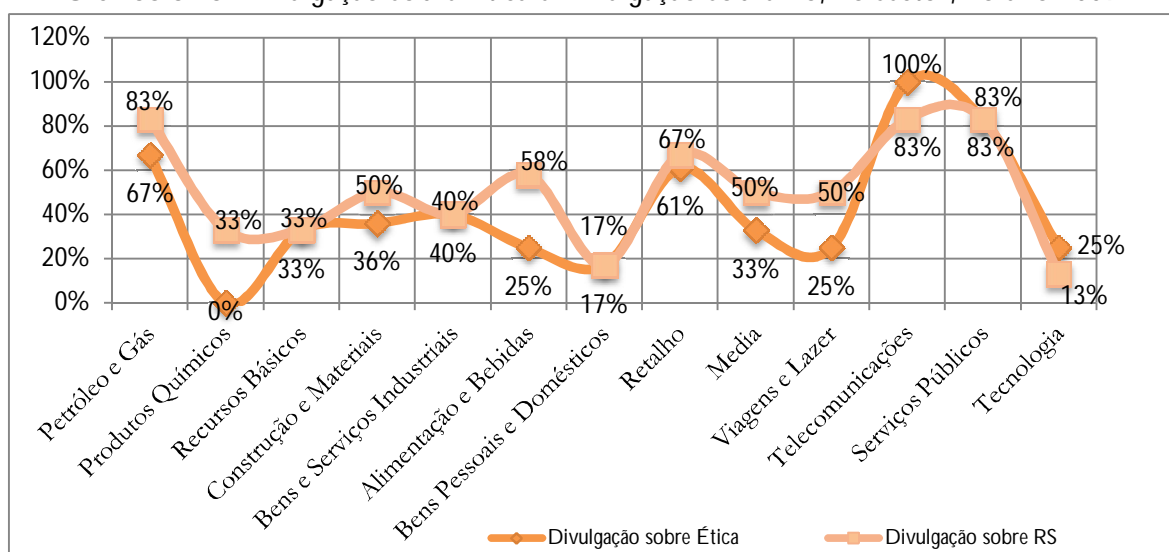


O sector dos Bens Pessoais e Domésticos é o único sector em que a divulgação sobre ética é igual à divulgação sobre RS, assim constata-se através do Gráfico 5.24 que o referido sector

investe de igual modo em práticas éticas e em práticas de RS. Em relação aos restantes sectores, em 2008, pela análise do Gráfico 5.24, constata-se que a divulgação de informação sobre RS é superior à divulgação sobre ética exceto no sector do Retalho, das Telecomunicações, dos Serviços Públicos e no da Tecnologia em que a divulgação sobre ética é superior à divulgação sobre RS. O sector das Telecomunicações e o dos Serviços Públicos em 2008 são os que mais divulgam informação sobre ética, respetivamente 100% e 92%, em relação à informação sobre RS constata-se que é no sector do Petróleo e Gás (com 83%), no das Telecomunicações (com 83%) e no dos Serviços Públicos (75%) que se verifica mais divulgação. No sector dos Produtos Químicos não existe qualquer divulgação sobre ética, assim constata-se que em 2008 não se divulgou a adoção de práticas éticas. Através da análise do Gráfico 5.24 constata-se que a maior discrepância entre a divulgação sobre ética e a divulgação sobre RS, em 2008, verifica-se no sector do Petróleo e Gás (50%).

No Gráfico 5.25 está representado, por sector, a divulgação sobre ética e a divulgação sobre RS no ano 2009.

Gráfico 5.25: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2009.



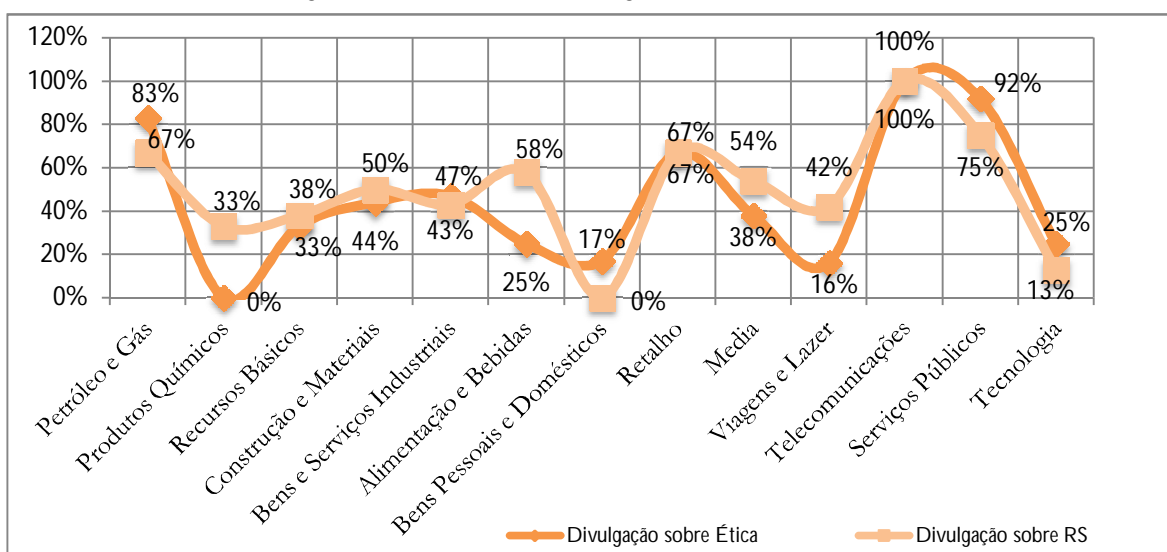
Através da análise do Gráfico 5.25 constata-se que no sector dos Recursos Básicos, no sector dos Bens e Serviços Industriais, no sector dos Bens Pessoais e Domésticos e no sector dos Serviços Públicos a divulgação sobre ética é igual à divulgação sobre RS, assim conclui-se que nestes sectores a adoção de práticas éticas é igual à adoção de práticas de RS. Em relação aos restantes sectores, pela análise do Gráfico 5.25, constata-se que a divulgação sobre RS é superior à divulgação sobre ética. Exceto no sector das Telecomunicações e no sector da Tecnologia em que a divulgação sobre ética foi superior à divulgação sobre RS, assim nestes

sectores divulga-se mais informação sobre ética. Em 2009 o sector das Telecomunicações e o sector dos Serviços Público, ainda que o sector dos Serviços Públicos tenha sido o único sector em que se verifica um decréscimo na divulgação da informação sobre ética face a 2008, foram os que divulgaram mais informação sobre ética, respetivamente 100% e 83%, em relação à informação sobre RS constata-se que é no sector do Petróleo e Gás (com 83%), no das Telecomunicações (com 83%) e no dos Serviços Públicos (83%) que mais se divulgou. No sector dos Produtos Químicos não existe qualquer divulgação sobre ética, assim constata-se que em 2009 não se divulgou a adoção de práticas éticas.

Por um lado, em 2009, face a 2008, o sector do Retalho e o sector dos Serviços Públicos deixaram de ser sectores em que a divulgação sobre ética é superior à divulgação sobre RS. No sector do Retalho a alteração verificada anteriormente resulta do crescimento da divulgação de informação sobre RS (17%) ser superior ao crescimento da divulgação de informação sobre ética (5%), assim constata-se que neste sector se promoveu mais a adoção de práticas de RS do que de práticas éticas. No sector dos Serviços Públicos como se pode constatar pelo gráfico a divulgação sobre ética é igual à divulgação sobre RS, no entanto, em 2009, face a 2008, desinvestiu-se na adoção de práticas éticas e investiu-se na adoção de práticas de RS. Por outro lado, no sector dos Recursos Básicos a divulgação sobre ética e RS é igual, no entanto a divulgação sobre práticas éticas cresceu no seio do sector face a 2008 e comparando com o crescimento da divulgação das práticas socialmente responsáveis.

No Gráfico 5.26 está representado, por sector, a divulgação sobre ética e a divulgação sobre RS no ano 2010.

Gráfico 5.26: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2010.



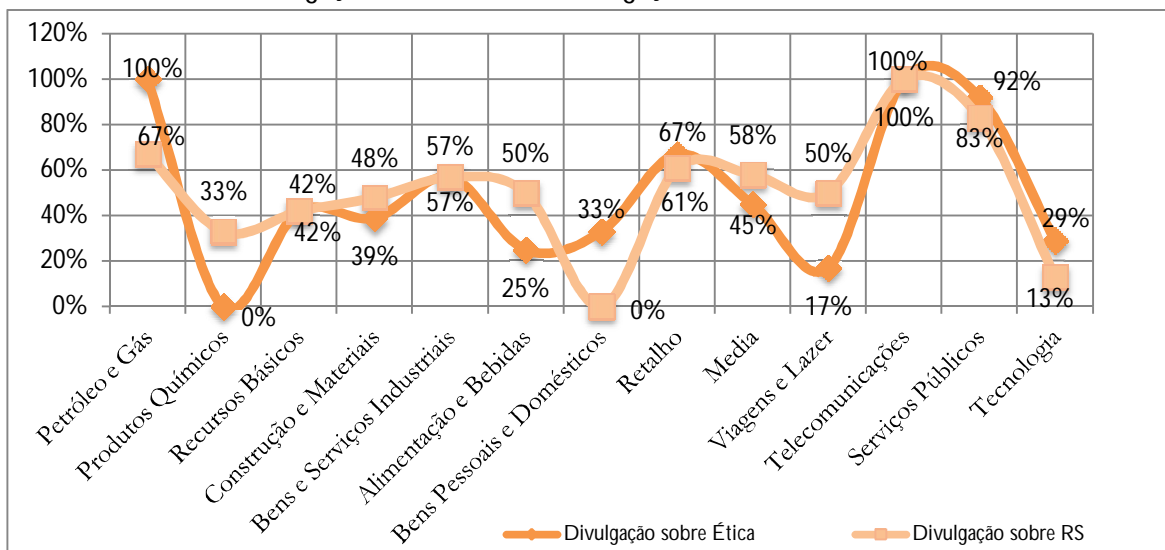
Através da análise do referido Gráfico constata-se que no sector do Retalho e no sector das Telecomunicações a divulgação sobre ética é igual à divulgação sobre RS, assim conclui-se que nestes sectores a adoção de práticas éticas é igual à adoção de práticas de RS. Em relação aos restantes sectores, pela análise do referido Gráfico, constata-se que existe mais divulgação sobre RS do que sobre ética, exceto no sector do Petróleo e Gás, no dos Bens e Serviços Industriais, no sector dos Bens Pessoais e Domésticos, no sector dos Serviços Públicos e no sector da Tecnologia em que verifica mais divulgação sobre ética do que sobre RS. No sector do Petróleo e Gás verifica-se que em 2010, face a 2009, existiu um decréscimo de práticas de RS, no entanto assistiu-se a um crescimento da adoção de práticas éticas. Neste sentido, neste sector constata-se que a ética se tornou mais importante do que a RS, podendo resultar da preocupação de transmitir uma imagem verdadeira e fiel do sector. Em 2010 o sector das Telecomunicações foi o sector que mais divulgou informação sobre ética (100%) e mais divulgou informação sobre RS, assim constata-se que foram divulgadas na totalidade as variáveis que constituem o IDERS.

Da amostra conclui-se que o sector das Telecomunicações em 2010 foi um sector completamente ético e socialmente responsável. No sector dos Produtos Químicos não existe qualquer divulgação sobre ética, assim constata-se que em 2010 não se divulgou a adoção de práticas éticas. No sector dos Bens Pessoais e Domésticos verifica-se que em 2010 não existe qualquer divulgação sobre as práticas de RS, assim e comparando com 2009 consta-se que houve um decréscimo de 17% na divulgação das mesmas. Neste sentido, parece que neste sector a crise económica e financeira que afeta o país é um facto que influencia a prática de ações de RS.

No sector das Viagens e Lazer existiu em 2010, face a 2009, uma redução da divulgação sobre as práticas éticas e socialmente responsáveis. Este decréscimo, pode ser um resultado da crise que afeta o sociedade e que consequentemente afeta este sector, uma vez que existe menor capacidade por parte das famílias para consumir bens e serviços deste sector.

No Gráfico 5.27 está representada, por sector, a divulgação sobre ética e a divulgação sobre RS no ano 2011. Através da análise do Gráfico 5.27 constata-se que no sector dos Recursos Básicos, no sector dos Bens e Serviços Industriais e no sector das Telecomunicações a divulgação de informação sobre Ética é igual à divulgação de informação sobre RS, assim conclui-se que nestes sectores a adoção de práticas éticas é igual à adoção de práticas de RS.

Gráfico 5.27: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2011.

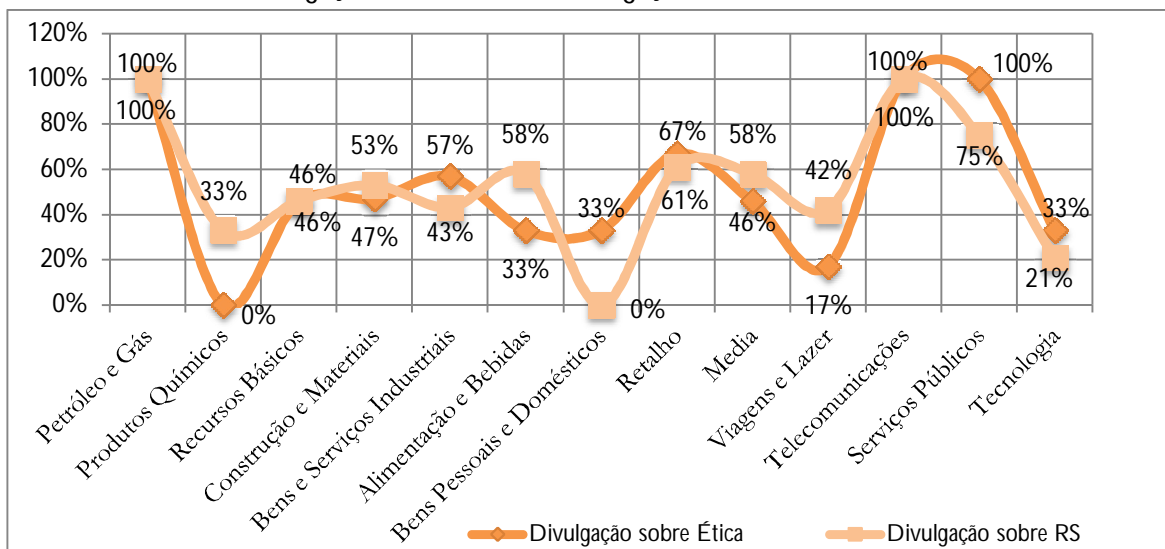


Em relação aos restantes sectores, pela análise do Gráfico 5.27, constata-se que a informação divulgada sobre RS foi superior à informação divulgada sobre ética, exceto no sector do Petróleo e Gás, no sector do retalho, no sector dos Serviços Públicos e no sector da Tecnologia em que a divulgação sobre ética é superior à divulgação sobre RS, assim nestes sectores parece que se dá mais importância aos aspetos éticos do que aos aspetos de RS. Em 2011 o sector do Petróleo e Gás e o sector das Telecomunicações são os sectores que mais divulgam informação sobre ética (100%) em 2011. Em relação à divulgação sobre RS constata-se que é no sector das Telecomunicações (100%) que mais se divulga, assim e analisando o Gráfico 5.27 constata-se que as variáveis que constituem o IDERS foram divulgadas na totalidade pelo referido sector. Neste sentido, da amostra conclui-se que o sector das Telecomunicações em 2011 é um sector completamente ético e socialmente responsável. No sector dos Produtos Químicos não existe qualquer divulgação sobre ética, assim constata-se que em 2011 não se divulgou a adoção de práticas éticas. No sector dos Bens Pessoais e Domésticos verifica-se que não existe qualquer divulgação sobre RS, assim constata-se que não existe a adoção de práticas de RS no referido sector. No sector da Construção e Materiais até 2011 existiu um pequeno aumento da divulgação sobre Ética e RS, mas em 2011 e tendo em consideração que o sector imobiliário atravessa um momento em que se verificam poucas transações assistiu-se a um desinvestimento em práticas éticas e socialmente responsáveis.

No Gráfico 5.28 está representado, por sector, a divulgação sobre ética e a divulgação sobre RS no ano 2012. Através da análise do Gráfico 5.28 constata-se que no do Petróleo e Gás e no sector das Telecomunicações a divulgação de informação sobre ética é igual à divulgação sobre RS, assim conclui-se que nestes sectores a divulgação de práticas éticas é igual à adoção

de práticas de RS. Constando-se que estes sectores em 2012 são completamente éticos e socialmente responsáveis, uma vez que se verifica a adoção de todas as variáveis que constituem o IDERS.

Gráfico 5.28: Divulgação sobre Ética e Divulgação sobre RS, no sector, no ano 2012.



Em relação aos restantes sectores, pela análise do Gráfico 5.28, constata-se que a divulgação de informação sobre RS foi superior à divulgação de informação sobre ética, exceto no sector do dos Bens e Serviços Industriais, no sector do Retailho, no sector dos Serviços Públicos e no sector da Tecnologia em que se verifica o oposto. No sector dos Produtos Químicos não existe qualquer divulgação sobre ética, assim constata-se que em 2012 não se divulgou a adoção de práticas éticas. No sector dos Bens Pessoais e Domésticos verifica-se que não existe qualquer divulgação sobre RS em 2012, assim no referido sector constata-se que não existe a adoção de práticas de RS.

5.4. Breve Análise Financeira

Com o objetivo de investigar sobre a relação entre a divulgação sobre ética e RS e as variáveis contabilísticas e financeiras das empresas analisou-se as seguintes variáveis: RCP; Endividamento e Variação das Vendas e Serviços Prestados; Total do Ativo.

Na Tabela 5.7 apresenta-se, sucintamente, a estatística descritiva das referidas variáveis. Pela análise da Tabela 5.7 constata-se que a média de endividamento manteve-se nos períodos económicos em análise. Estes resultados são semelhantes ao estudo realizado por Jesus et al. (2013). Em 2008 e 2009 o sector dos Bens Pessoais/Domésticos é o sector mais endividado, conforme a Tabela das Variáveis Financeiras e Contabilísticas por Sector de Atividade que se

encontra no **Apêndice D**, de 2010 a 2012 o sector dos Bens e Serviços Industriais é o sector mais endividado. Neste sentido entre 2008 e 2012 estes sectores são os que mais utilizam capital alheio no financiamento das suas atividades empresariais

Tabela 5.7: Estatística descritiva das variáveis financeiras e contabilísticas.

| Variáveis | | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|--------|------------|------------|------------|------------|------------|
| RCP | Média | 0,19 | 0,17 | 0,09 | 0,02 | -0,03 |
| | Máximo | 5,87 | 4,07 | 0,66 | 0,42 | 0,29 |
| | Mínimo | -1,22 | -0,45 | -0,28 | -0,65 | -1,70 |
| Endividamento | Média | 0,77 | 0,76 | 0,74 | 0,76 | 0,77 |
| | Máximo | 1,26 | 1,43 | 1,31 | 1,91 | 2,44 |
| | Mínimo | 0,44 | 0,43 | 0,48 | 0,46 | 0,40 |
| Varição das Vendas e Serviços Prestados | Média | 0,21 | -0,01 | 0,07 | 0,01 | -0,06 |
| | Máximo | 1,85 | 0,76 | 0,80 | 0,63 | 0,15 |
| | Mínimo | -0,26 | -0,28 | -0,45 | -0,31 | -0,33 |
| Total Do Ativo | Média | 2.942.542 | 3.168.170 | 3.322.465 | 3.524.839 | 3.554.567 |
| | Máximo | 35.709.095 | 40.261.557 | 40.488.853 | 41.280.577 | 42.627.844 |
| | Mínimo | 25.303 | 26.288 | 33.475 | 29.214 | 31.422 |

As variações das vendas e dos serviços prestados registaram um crescimento negativo entre 2008 e 2012, assim constata-se que a crise financeira e económica afeta o poder de compra/consumo das famílias e consequentemente o desempenho das empresas. Entre 2008 e 2009 o sector da Tecnologia é o sector em que se verifica maior variação nas vendas e serviços prestados, assim parece que em tempos de crise este sector é o que mais cresce a nível de vendas e prestação de serviços, conforme se pode observar pela Tabela das Variáveis Financeiras e Contabilísticas por Sector de Atividade que se encontra no **Apêndice D**.

Analisando o retorno do capital próprio constata-se que entre 2008 e 2012 este decresceu 22%, verificando-se que em 2012 a média do RCP é de -0,03%, assim constata-se que a rentabilidade do capital próprio é negativa e que poderá não ser o momento apropriado para o investimento. Embora a rentabilidade dos capitais próprios na amostra seja negativa (de forma geral), analisando sector a sector constata-se que o sector dos *Media* no período em análise (2008-2012) é o sector com melhor rentabilidade dos capitais próprio, em conformidade com a Tabela das Variáveis Financeiras e Contabilísticas por Sector de Atividade que se encontra no **Apêndice D**. Neste contexto, parece que o sector em que mais se devia investir no período em análise era no dos *Media*, uma vez que é neste sector que o nível de resultados líquidos gerados em função do montante investido pelos acionistas é mais elevado.

O total do ativo das empresas cresceu no período em análise. Analisando a Tabela das Variáveis Financeiras e Contabilísticas por Sector de Atividade que se encontra no **Apêndice**

D, constata-se que em 2008 o sector das Telecomunicações é o sector da amostra com mais ativos, em 2009 e 2010 o sector das Telecomunicações e o dos Serviços Públicos são os sectores com ativos totais mais elevados e em 2011 e 2012 voltam a ser estes dois últimos referidos em conjunto com o sector do Petróleo e Gás. Constata-se ainda que o sector dos Produtos Químicos e o sector dos Bens e Produtos Pessoais e Domésticos são os sectores com menos ativos totais.

5.5. Modelo de Regressão Linear

Com o objetivo de investigar sobre as relações entre as variáveis contabilísticas e financeiras das empresas e a divulgação de informação sobre ética e a RS das empresas, procedeu-se à aplicação de regressões múltiplas para ilustrar os efeitos e relações de causalidade existentes entre as variáveis contabilísticas e financeiras referentes ao desempenho das empresas com o IDERS, conforme adotado por Choi e Jung (2008), tendo-se analisado os períodos de 2008 a 2012. O modelo de regressão linear adotado é apresentado na Equação 5.1.

Equação 5.1: Modelo de Regressão Linear.

$$Y_j = b_0 + b_1 X_{1j} + b_2 X_{2j} + \dots + b_p X_{pj} + x_j \quad (j = 1, \dots, n) \quad (5.1)$$

Através do método da regressão linear múltipla é possível verificar-se se existe pelo menos uma variável independente (X) que influencia a variável dependente ou critério (Y).

Neste modelo, b_i corresponde aos coeficientes de regressão e x_j representa os erros ou resíduos do modelo. O b_0 corresponde à ordenada na origem (isto é, o valor de y_j quando $x_{ij}=0$; $i = 1, \dots, p$) representam os declives parciais (isto, é uma medida da influencia de X_i em Y , ou seja da variação de Y por unidade de variação de X_i), em conformidade com Maroco (2003).

Com o objetivo de analisar se as empresas com melhores variáveis contabilísticas e financeiras divulgam mais informação sobre ética e RS no período económico em análise, estimou-se a Equação 5.2, que relaciona os rácios contabilísticos e o total dos ativos com o IDERS calculado com base na informação divulgada no período económico.

Equação 5.2: Modelo de regressão de linear.

$$IDERS = \omega_0 + \alpha_1 RCP + \omega_2 ENDIV + \omega_3 VVENDASSP + \omega_3 TA + \varepsilon^M \quad (5.2)$$

No Quadro 5.1 são apresentadas as variáveis do modelo de regressão de linear.

Quadro 5.1: Definição das variáveis do modelo de regressão de linear.

| Variáveis | Descrição |
|-----------|---|
| IDERS | Índice de Divulgação sobre Ética e Responsabilidade Social |
| RCP | Rendibilidade dos Capitais Próprios |
| ENDIV | Endividamento |
| VVENDASSP | Porcentagem de Variação das Vendas e dos Serviços Prestados |
| TA | Total do Ativo |

A validação dos modelos e conseqüente análise das variáveis será testada através das seguintes hipóteses:

\emptyset H_0 = As variáveis RCP, endividamento, variação das vendas e dos serviços prestados e o total do ativo não explicam a variação do IDERS.

\emptyset H_1 = Pelo menos uma das variáveis RCP, endividamento, variação das vendas e dos serviços prestados e o total do ativo explica as variações do índice IDERS.

Da aplicação destas hipóteses é possível medir a sensibilidade de cada uma das variáveis em relação à divulgação sobre ética e RS, medido pelo IDERS. A rejeição da hipótese nula, dada através do teste t, significará que pelo menos uma das variáveis independentes se relaciona com IDERS.

Relativamente aos resultados obtidos com a aplicação do Modelo podemos afirmar que a relação linear entre a divulgação sobre ética e RS, medida através do IDERS, e as variáveis explicativas RCP, Endividamento, Variação das Vendas e dos Serviços Prestados e Total do Ativo encontra-se em todos os períodos analisados entre 55% e 61%. A Tabela 5.8 evidencia que a percentagem da variação da divulgação sobre ética e RS que é explicada pelo modelo, dada pelo R^2 não demonstra uma grande robustez uma vez que em todos os anos analisados o seu valor encontra-se entre 30% e 40%.

Tabela 5.8: Validação do Modelo de Regressão.

| Model (b) | R | R Square | Adjusted R Square |
|-----------|-----------|----------|-------------------|
| 2009 | 0,573 (a) | 0,329 | 0,236 |
| 2010 | 0,607 (a) | 0,368 | 0,278 |
| 2011 | 0,547 (a) | 0,299 | 0,199 |
| 2012 | 0,582 (a) | 0,338 | 0,250 |

a Predictors: (Constant), RCP, ENDIV, VVENDASSP,TA.
b Dependent Variable: IDERS.

Fonte: Adaptado dos resultados obtidos com a aplicação do Modelo de Regressão.

Tendo em conta que o R^2 ajustado é o indicador que mede a sensibilidade aquando a introdução de novas variáveis explicativas no modelo, verifica-se através da Tabela 5.9 que, embora o valor do IDERS possa ser explicado por outras variáveis que não as analisadas, o teste F reforça a validade do modelo ao apresentar um nível de significância estatística suficiente para rejeitar a H_0 , criando alguma robustez nas conclusões

Tabela 5.9: ANOVA ^(a).

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------------|-----------------------------|
| 2008 | Regression | 0,998 | 4 | 0,250 | 4,062 | 0,010 ^(b) |
| | Residual | 1,720 | 28 | 0,061 | | |
| | Total | 2,719 | 32 | | | |
| 2009 | Regression | 1,023 | 4 | 0,256 | 3,550 | 0,018 ^(b) |
| | Residual | 2,089 | 29 | 0,072 | | |
| | Total | 3,111 | 33 | | | |
| 2010 | Regression | 1,081 | 4 | 0,270 | 4,076 | 0,010 ^(b) |
| | Residual | 1,856 | 28 | 0,066 | | |
| | Total | 2,937 | 32 | | | |
| 2011 | Regression | 0,901 | 4 | 0,225 | 2,991 | 0,036 ^(b) |
| | Residual | 2,109 | 28 | 0,075 | | |
| | Total | 3,011 | 32 | | | |
| 2012 | Regression | 1,224 | 4 | 0,306 | 3,836 | 0,012 ^(b) |
| | Residual | 2,393 | 30 | 0,080 | | |
| | Total | 3,616 | 34 | | | |

a Dependent Variable: IDERS.

b Predictors: (Constant), RCP, ENDIV, VVENDASSP, TA.

Fonte: Adaptado dos resultados obtidos com a aplicação do Modelo de Regressão.

Em relação às variáveis explicativas, os testes de correlação demonstram que o Total do Ativo tem uma correlação fortemente positiva para com o IDERS em todos os períodos analisados, acima dos 52%, conforme apresentado na Tabela 5.10.

Tabela 5.10: Correlação entre as Variáveis Explicativas e o IDERS.

| Pearson Correlation | 2008 IDESR | 2009 IDESR | 2010 IDESR | 2011 IDESR | 2012 IDESR |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| IDERS | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| RCP | -0,149 | -0,132 | 0,127 | 0,216 | 0,197 |
| ENDIV | 0,077 | -0,109 | -0,181 | -0,071 | -0,175 |
| VVENDASSP | -0,047 | -0,012 | -0,023 | 0,214 | 0,192 |
| TA | 0,580 | 0,538 | 0,570 | 0,522 | 0,550 |

Fonte: Adaptado dos resultados obtidos com a aplicação do Modelo de Regressão.

Relativamente às variáveis explicativas cujos coeficientes registam um nível de significância estatisticamente válido para explicar as variações do IDERS, medido através do teste t, verificou-se que em todos os períodos analisados Total do Ativo apresenta-se como tal, conforme se pode verificar pela análise da seguinte Tabela 5.11.

Tabela 5.11: Resultados das regressões da variável dependente IDERS nos períodos t com as variáveis financeiras nos períodos t.

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------------|-------------------|---------------------------|--------------|--------------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 2008 | (Constant) | 0,192 | 0,263 | 0,731 | 0,471 |
| | RCP | -0,051 | 0,046 | -0,186 | 0,273 |
| | ENDIV | 0,206 | 0,354 | 0,095 | 0,583 |
| | VVENDASSP | -0,056 | 0,100 | -0,086 | 0,583 |
| | TA | 2,539E-008 | 0,000 | 0,566 | 3,739 |
| 2009 | (Constant) | 0,675 | 0,293 | 2,303 | 0,029 |
| | RCP | -0,030 | 0,070 | -0,070 | 0,665 |
| | ENDIV | -0,405 | 0,397 | -0,191 | 0,316 |
| | VVENDASSP | 0,195 | 0,286 | 0,124 | 0,682 |
| | TA | 2,380E-008 | 0,000 | 0,558 | 3,624 |
| 2010 | (Constant) | 0,729 | 0,273 | 2,666 | 0,013 |
| | RCP | 0,181 | 0,254 | 0,113 | 0,483 |
| | ENDIV | -0,472 | 0,375 | -0,192 | 0,219 |
| | VVENDASSP | -0,015 | 0,234 | -0,010 | 0,949 |
| | TA | 2,294E-008 | 0,000 | 0,560 | 3,707 |
| 2011 | (Constant) | 0,609 | 0,274 | 2,221 | 0,035 |
| | RCP | 0,198 | 0,247 | 0,130 | 0,431 |
| | ENDIV | -0,232 | 0,369 | -0,100 | 0,535 |
| | VVENDASSP | -0,054 | 0,338 | -0,028 | 0,874 |
| | TA | 1,979E-008 | 0,000 | 0,518 | 2,952 |
| 2012 | (Constant) | 0,539 | 0,126 | 4,294 | 0,000 |
| | RCP | 0,107 | 0,143 | 0,117 | 0,462 |
| | ENDIV | -0,146 | 0,149 | -0,147 | 0,338 |
| | VVENDASSP | -,0037 | 0,391 | -0,016 | 0,925 |
| | TA | 2,182E-008 | 0,000 | 0,532 | 3,448 |

a Dependent Variable: IDERS

Fonte: Adaptado dos resultados obtidos com a aplicação do Modelo de Regressão.

Da análise da Tabela 5.11 conclui-se que, em relação à H3, o valor do Total do Ativo é a variável que permite rejeitar a H0, uma vez que apresenta valores estatisticamente significativos.

Tal como concluído por Jesus et al. (2013), através da regressão consegue verificar-se as tendências para as grandes empresas serem aquelas que mais divulgam informação sobre ética e RS. Consta-se que o IDERS encontra-se fortemente relacionado de forma positiva com o valor do total dos ativos (forte indicador da dimensão das empresas). Verifica-se que a relação vai aumentando ao longo dos cinco anos, enquanto a RCP, o endividamento e a variação das vendas e nos serviços prestados parece não se relacionar com o IDERS. Assim, constata-se que nos períodos económicos parece não existir relação entre a rentabilidade e o IDERS, assim deduz-se que as empresas podem ter uma elevada divulgação sobre ética e RS e não serem lucrativas.

Com o objetivo de verificar a existência de multicolinearidade entre as variáveis independentes, não é suficiente a determinação da correlação entre as variáveis, uma vez que apenas indica a correlação simples existente entre duas variáveis. Sendo a Tolerância uma medida de multicolinearidade entre as variáveis independentes, que mede o grau em que uma dada variável independente é explicada pelas outras variáveis independentes. Quanto mais próximo estiver de 0, maior será a multicolinearidade entre a variável e as restantes variáveis independentes e se a Tolerância $<0,1$ indica sérios problemas na estimação de β . Outra estatística utilizada para avaliar a multicolinearidade entre as variáveis independentes é a estatística *Variance Inflation Factor* (VIF), em que valores elevados indicam forte multicolinearidade entre as variáveis independentes. De acordo com Maroco (2003), de uma forma geral valores de VIF superiores a 5 ou mesmo a 10 indicam problemas com a estimação de β , devido à presença de multicolinearidade nas variáveis independentes.

Na Tabela 5.12 são apresentados os resultados dos testes à multicolinearidade das variáveis explicativas.

Tabela 5.12: Teste à Multicolinearidade ente as variáveis.

| Medida de Multicolinearidade | Variável | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------------------------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| VIF | RCP | 1,227 | 1,110 | 1,117 | 1,117 | 1,125 |
| | ENDIV | 1,182 | 1,506 | 1,035 | 1,035 | 1,036 |
| | VVENDASSP | 1,060 | 1,418 | 1,117 | 1,117 | 1,221 |
| | TA | 1,013 | 1,025 | 1,009 | 1,009 | 1,079 |
| Tolerância | RCP | 0,815 | 0,901 | 0,901 | 0,941 | 0,889 |
| | ENDIV | 0,846 | 0,664 | 0,664 | 0,993 | 0,965 |
| | VVENDASSP | 0,943 | 0,700 | 0,700 | 0,798 | 0,819 |
| | TA | 0,987 | 0,976 | 0,976 | 0,813 | 0,926 |

Fonte: Adaptado dos resultados obtidos com a aplicação do Teste à Multicolinearidade

Através da análise da Tabela 5.12, verifica-se que as variáveis independentes não são colineares, ou seja não estão fortemente correlacionadas, uma vez que $VIF < 5$.

Com o objetivo de apurar a existência de existe autocorrelação dos erros realizou-se o teste de Durbin-Watson. Os resultados por período económico encontram-se na Tabela 5.13. Pela análise da referida Tabela pode verificar-se que no período de 2009 obtiveram-se resultados que verificam o valor base do teste²¹, o mesmo não acontece com os restantes períodos.

²¹ O valor base do teste de Durbin-Watson é de 2, ou seja, não existe probabilidade de autocorrelação quando o valor do teste está próximo de 2.

Tabela 5.13: Teste Durbin-Watson.

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------|-------|--------------|-------|-------|-------|
| Teste Durbin-Watson | 1,721 | 1,908 | 1,572 | 1,217 | 1,685 |

Fonte: Adaptação dos resultados obtidos com a aplicação do Teste de Durbin-Watson.

Pela análise da Tabela 5.13, verifica-se que os valores destes períodos caem na zona inconclusiva pelo que nada se pode concluir quanto à autocorrelação dos erros nesta amostra. Esta decisão fica a dever-se à reduzida dimensão das respetivas amostras. Com vista a apurar a normalidade dos erros foi realizado o teste de Kolmogorov-Smirnov para os resíduos em cada um dos períodos estudados, tendo os resultados comprovado que estes não violam a hipótese da normalidade.

6. Conclusões e Recomendações

O presente capítulo contempla as reflexões finais. Neste sentido, começar-se-á pela apresentação das conclusões que se consideram mais pertinentes. Apresentar-se-á uma reflexão crítica às limitações do presente estudo empírico e finalmente fazem-se algumas recomendações e sugestões como propostas para futuras investigações neste domínio de análise.

6.1. Conclusões

Entre 2008 e 2012 constatou-se um aumento de 15% das empresas que começaram a divulgar a sua informação sobre ética. Sendo que em todos os anos o aumento foi de 4% das empresas, à exceção do ano 2011, face a 2010, em que se verificou um aumento de 3% das empresas. Neste sentido, **a H1 considera-se verificada**, uma vez que os resultados confirmam que cada vez mais se divulga informação sobre ética, assim constata-se que **as empresas cada vez dão mais importância à ética**.

O crescimento verificado na divulgação de todas as variáveis éticas que compõem o IDERS traduz as preocupações das empresas em integrar/fortalecer no seu seio práticas éticas, sendo o crescimento mais elevado na implementação de mecanismos de auditoria e controlo da melhoria contínua (crescimento de 20% entre 2008 e 2012) e na divulgação do seu desempenho ético (crescimento de 17% entre 2008 e 2012). Embora se constate que as empresas estão a investir cada vez mais na divulgação sobre ética, ainda são poucas as empresas que investem em ações de formação em ética e as que têm departamento ou comissão de ética, assim no período em análise o respetivo crescimento foi de 14% e de 8%. Neste sentido, constata-se que os menores crescimentos em termos éticos foram os referidos anteriormente e constata-se que entre as variáveis de ética que compõem o IDERS as menos relevantes para as empresas são a realização de ações de formação em ética (entre 11% e 25% entre 2008 e 2012) e a existência de departamento ou comissão de ética (entre 17% e 25% entre 2008 e 2012). A curto prazo o investimento das empresas deve passar pela promoção de ações de formação em ética dirigidos aos seus colaboradores e na criação de um departamento ou comissão de ética, o que proporcionará o aumento da consciencialização e do desconforto dos colaboradores quando são enfrentados com dilemas éticos e práticas fraudulentas. Verifica-se que entre as variáveis de ética que compõem o IDERS as mais relevantes são a

existência de um canal de comunicação que permite a denúncia anónima de comportamentos (entre 72% e 83% entre 2008 e 2012) e a existência de um código de ética ou de conduta (entre 44% e 61% entre 2008 e 2012). Assim, parece que as empresas privilegiam a existência de regras e valores morais dentro do seu seio e se isso não se verificar existe a possibilidade de denunciar.

Entre 2008 e 2012 verificou-se um crescimento positivo de 9% das empresas que começaram a divulgar informação sobre RS. O aumento constata-se em todos os anos, à exceção do ano 2010, face a 2009, em que não se verificou qualquer alteração. Apesar de ter aumentado em todos os anos, à exceção do ano 2010, face a 2009, em que não se verificou qualquer alteração, nos anos entre 2009 e 2012 apenas 3% empresas começaram a divulgar as suas ações de RS e foi em 2009, face a 2008, que se verifica o aumento de 6% das empresas (maior aumento verificado no período em análise) que começaram a divulgar as suas ações de RS. Neste sentido, a **H2 considera-se verificada**, uma vez que os resultados confirmam que cada vez mais se divulga informação sobre RS, assim constata-se que as **empresas cada vez dão mais importância à RS**.

Das seis variáveis do IDERS relacionadas com a RS todas tiveram um crescimento positivo entre o ano de 2008 e o ano 2012, exceto na divulgação de ações de RS para com os empregados em que não há variação, uma vez que se verificou um aumento em 2009, face a 2008, (de 5% das empresas) e depois entre 2010 e 2012 verificou-se um comportamento contrário (decréscimo de 5%). Assim, em 2008 existia 78% das empresas que divulgavam ações de RS para com os empregados e em 2012 verifica-se que a percentagem das empresas que divulgam ações de RS para com os empregados é igual à de 2008 (78%).

Entre 2008 e 2012 constata-se que o apoio de projetos de solidariedade social (crescimento de 14%) e a possibilidade de os empregados participarem em ações de voluntariado (crescimento de 14%) são as variáveis de RS que mais cresceram, constatando-se que em tempos de crise económica e financeira as empresas investem mais em ações de solidariedade social para com o exterior da empresa. Apesar de investirem mais na divulgação do referido anteriormente, no período em análise as empresas consideram mais relevante em termos de RS a promoção de ações de RS para com os empregados (entre 78% e 78% entre 2008 e 2012) e o controlo e prevenção de impactes negativos no meio ambiente (entre 61% e 72% entre 2008 e 2012), assim parece que as pessoas e o meio ambiente são preocupações constantes para as empresas. No entanto, a empresa considera como menos relevante a publicidade transparente sobre

riscos e imperfeições da sua atividade empresarial e dos seus produtos e/ou serviço, assim constata-se que é a informação em que menos se investe e menos se divulga entre 2008 e 2012.

Apesar de as empresas investirem na divulgação sobre ética e na divulgação sobre RS verifica-se que entre 2008 e 2012 investiram mais na divulgação sobre ética, assim parece que em tempos de crise financeira e económica se investe mais na prevenção de práticas fraudulentas, desleais e duvidosas. Deste modo parece que a crise de valores morais que afeta a sociedade está a diminuir e conseqüentemente assiste-se à mudança de mentalidades e cada vez mais se reprova atitudes fraudulentas.

Na análise da divulgação sobre ética e RS dos sectores constatou-se que o sector das Telecomunicações (divulgação entre 92%-100%), o dos Serviços Públicos (divulgação entre 83%-88%) e o sector do Petróleo e Gás (divulgação entre 58%-100%) são os sectores que divulgaram mais informações sobre ética e RS entre 2008 e 2012. Neste sentido, verificou-se que entre 2010 e 2012 o sector das Telecomunicações divulgou todas as variáveis do IDERS e em 2012 o mesmo se verificou no sector do Petróleo e Gás, ou seja, verificou-se total divulgação sobre ética e RS. Assim, parece que neste sector as empresas têm consciência da sua importância no crescimento de uma sociedade mais ética, responsável e justa. O sector dos Bens Pessoais e Domésticos (divulgação entre 17%-17%) e o sector dos Produtos Químicos (divulgação entre 17%-17%) são os que têm menor IDERS entre 2008 e 2012, ou seja, nestes sectores a divulgação em ética e RS é menor em comparação com a divulgação de informação de outros sectores. Assim, parece que nas empresas que constituem estes sectores não existe plena consciência (ou recursos) que as suas ações são fundamentais para a construção de uma sociedade mais justa, sendo que a falta de recursos para o desenvolvimento de práticas éticas e socialmente responsáveis pode ser outra das justificações para o baixo nível de divulgação de informação sobre ética e RS.

Dos 13 sectores que integram a amostra conclui-se que entre 2008 e 2012 todos os sectores investiram na divulgação sobre ética e RS, à exceção do sector dos Produtos Químicos, dos Bens Pessoais e Domésticos e do sector das Viagens e Lazer. Nos dois primeiros sectores não existiu investimento na divulgação sobre ética e RS e no sector das Viagens e Lazer verificou-se um decréscimo de 4% da divulgação de informação ética e socialmente responsável, sendo que este decréscimo pode resultar da baixa capacidade das famílias portuguesas para consumir bens e serviços deste sector. O crescimento mais elevado na divulgação sobre ética e RS

verificou-se no sector do Petróleo e Gás (42% de aumento), sendo que o maior crescimento em termos éticos se verifica no sector do Petróleo e Gás (67%) e o crescimento em termos de RS mais significativo verifica-se no sector da Alimentação e Bebidas (25%).

Relativamente aos resultados obtidos, com a aplicação dos modelos pode afirmar-se que existir uma relação linear nos períodos em análise entre a divulgação sobre ética e RS, medida através do IDERS e de variáveis contabilísticas e financeiras (RCP, Endividamento, Variação das Vendas e dos Serviços Prestados e o Total do Ativo), sendo que os modelos analisados se encontram entre 55% e 61%.

A percentagem da variação divulgação sobre ética e RS que é explicada pelos modelos não demonstram grande robustez uma vez que em todos os modelos analisados o valor do R^2 encontra-se entre 30% e 40%.

Das variáveis contabilísticas e financeiras estudadas verifica-se que a divulgação sobre ética e RS se encontra significativamente associada com o Total do Ativo. Assim, os resultados sugerem que os sectores/empresas com maiores valores do Total do Ativo são as que investem mais em práticas éticas e socialmente responsáveis. Neste sentido, e uma vez que se estudou a relação do IDERS com a RCP, o Endividamento, a Variação das Vendas e dos Serviços Prestados e o Total do Ativo considera-se que a **H3 verifica-se em parte**.

O sector das Telecomunicações em 2008 é o sector da amostra com mais ativos, em 2009 e 2010 o sector das Telecomunicações e o dos Serviços Públicos são os sectores com ativos totais mais elevados e em 2011 e 2012 voltam a ser estes dois últimos referidos em conjunto com o sector do Petróleo e Gás. Como referido anteriormente estes sectores são os que mais divulgaram informação entre 2008 e 2012, assim confirma-se que os sectores que mais divulgam informação sobre ética e RS são os que mais ativos possuem. Constatase ainda que o sector dos Produtos Químicos é o sector em que existem menos ativos totais e verifica-se que é o sector com menos ativos. Assim, confirma-se que os sectores com o total dos ativos mais baixos são os que menos divulgam informação sobre ética e RS.

6.2. Limitações do Estudo Empírico

Os resultados obtidos no estudo empírico apenas podem ser aplicados às empresas cotadas que constituem a amostra. Contudo, colmatou-se essa limitação com o período de cinco anos (entre 2008 e 2012) em análise.

Não existem ainda muitos estudos sobre aspetos éticos e socialmente responsáveis extraídos do relato noutros períodos económicos. Logo, uma limitação é a comparação dos resultados obtidos noutros períodos e com outras empresas.

6.3. Recomendações

Para investigações futuras sugere-se a replicação deste estudo a outras amostras (outras empresas portuguesas ou empresas estrangeiras) de modo a verificar-se se existem diferenças significativas na divulgação sobre ética e RS quanto às dimensões e segmentos em que as empresas se encontram inseridas.

Aplicar exatamente o mesmo estudo à mesma amostra e ver o comportamento das empresas quando o País começar a recuperar da crise económica e financeira com o objetivo de se investigar o comportamento da ética e da RS. E assim, poder constatar se as empresas passarão a considerar mais relevante a ética ou a RS, uma vez que no estudo empírico se constatou que a importância que as empresas dão à ética alcançou a importância que as empresas dão à RS.

Seria interessante para investigação futura desenvolver um índice de modo a investigar a adoção de aspetos de RS em ações internas nas empresas, como por exemplo, a reciclagem, a pegada ecológica, a utilização de produtos reciclados e biodegradáveis.

Referências Bibliográficas

- ACAR, Willian; AUPPERLLE, Kenneth.; LOWY, Ronald. – An Empirical Exploration of Measures of Social Responsibility Across the Spectrum of Organizational Types. *The International Journal of Organizational Analysis*. 9:3 (2001) 26-57. [Consult. 20 Mai. 2014]. Disponível em URL: < <http://www.kantakji.com/media/3465/z121.pdf>>
- AFOLABI, O.A.; AWOSOLA, R. K.; OMOLE, S. O. – Influence of Emotional Intelligence and Gender on Job Performance and Job Satisfaction among Nigerian Policemen. *Journal of Social Sciences*. ISSN 2041-3246. 2:3 (2010) 147-154. [Consult. 28 Mai. 2014]. Disponível em URL: < <http://www.maxwellsci.com/print/crjss/v2-147-154.pdf> >
- ALMEIDA, Filipe – *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*. Cascais: Principia, 2010. ISBN 978-989-813-162-1.
- ALMEIDA, Filipe – *Responsabilidade Social das Empresas e Valores Humanos: Um estudo sobre a atitude dos gestores brasileiros*. Rio de Janeiro: Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. 2007. Tese de Doutorado.
- ALMEIDA, Maria do Céu; TEXEIRA QUIRÓS, Joaquín; CARVALHO, Fernando; – O Relato sobre RS em Portugal nos Anos 2006 a 2008. In *XIII Accounting and Auditing Congress «A Change In Management - ACIM 2011»*. Porto, 2011.
- AMARAL, Fátima – *Inteligência Emocional e Percepção da Performance*. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. 2012. Dissertação de mestrado.
- ARAÚJO, Duarte; CARDOSO, Patrícia; NOVAIS, José – *A prestação de contas*. In Manual de Prestação de Contas nas Sociedades Comerciais. Porto: Vida Económica, 2012. ISBN 978-972-788-503-9. pp. 23-35.
- Aristóteles – *Ética a Nicómaco*. 4.^a ed. Lisboa : Quetzal, 2009. ISBN 978-972-564-803-2
- AVELEIRA, José – *A Inteligência Emocional, o Desempenho e a Satisfação Laboral em funções comerciais*. Lisboa: Instituto Superior de Psicologia Aplicada. 2013. Dissertação de mestrado.
- BOTOSAN, Christine; PLUMLEE, Marlene – Disclosure Level and Expected Cost of Equity Capital: An Examination of Analysts' Rankings of Corporate Disclosure. *Social Science Research Network*. 2000. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=208148 >
- BJØRK, Ida Torunn; SAMDAL, Gro Beate; HANSEN, Britt; TØRSTAD, Solveig; HAMILTON, Glenys – Job satisfaction in a Norwegian population of nurses: A questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies*. 44:5 (2007) 747-757. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: < http://ac.els-cdn.com/S0020748906000319/1-s2.0-S0020748906000319-main.pdf?_tid=c3706958f480-11e3-a7cd00000aacb35d&acdnat=1402832142_5d5ad5b4a4f823846d43db38fa2c71e7>
- CABRAL, Ângelo – *Inteligência Emocional e Ética no Sucesso Organizacional*. Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. 2011. Dissertação de Mestrado.
- CALDEIRA, Igor – *Ética empresarial: uma fundamentação teórica*. Lisboa: Universidade de Lisboa Faculdade de Letras. 2008. Dissertação de mestrado.
- CANARUTTO, Gheula; SMITH, Katherine; SMITH, L. Murphy – Impact of an Ethics Presentation Used in the USA and Adapted for Italy. *Accounting Education: An*

- International Journal*. 19:3 (2008) 309-322. [Consult. 15 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09639280802532109>>
- CARROLL, Archie – A Three Dimensional Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. 4:4 (1979) 497-505. [Consult. 9 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.kantakji.com/media/3460/z119.pdf>>
- CARROLL, Archie – The pyramid of corporate social responsibility: towards the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizon*. 34 (1991) 39-48. [Consult. 15 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.pyramidofcsr.pdf>>
- CARROLL, Archie – Corporate Social Responsibility: Evolution of A Definitional Construct. *Business and Society*. 38:3 (1999) 268-295. [Consult. 10 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://econoca.unica.it/public/downloaddocenti/Carroll%20CSR%20Evolution%20of%20a%20def%20construct.pdf>>
- CARVALHO, Filipe – A divulgação de informação sobre Sistemas Integrados de Gestão (SIG), Sustentabilidade Empresarial (SE) & Responsabilidade Empresarial (RSE), nos websites das empresas portuguesas certificadas "Uma análise Exploratória". Barcelos: Escola Superior de Tecnologia do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave. 2013. Dissertação de mestrado.
- CARVALHO, João – Ética e Liderança: A crise no sector imobiliário. Porto: Imoedições: vida imobiliária, 2011. ISBN 978-989-8414-06-9.
- CARVALHO, José; LOPES, José; REIMÃO, Cassiano – *Inovação, Decisão e Ética – Trilogia para a Gestão das Organizações*. Lisboa: Edições Sílabo, 2011. ISBN 978-972-618-644-1.
- CHI, Chistina; GURSOY, Dogan – Employee satisfaction, customer satisfaction, and financial performance: An empirical examination. *International Journal of Hospitality Management*. 28:2 (2009) 245-253. [Consult. 28 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0278431908000790/1-s2.0-S0278431908000790_main.pdf?_tid=6c35ac38-fc06-11e3-979b-00000aab0f27&acdnat=1403659206_9aef3bc68a316a4c60407daa36158fad>
- CHOI, Tae Hee; JUNG, Jinchue – Ethical commitment, financial performance, and valuation: An empirical investigation of Korean Companies. *Journal of Business Ethics*. 81:2 (2008) 447-463.
- CIARROCHI, Joseph; SCOTT, Greg – The link between emotional competence and well-being: a longitudinal study. *Britannic Journal Guiding Counseling*. 34:2 (2006) 231-243. [Consult. 26 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/03069880600583287>>
- CLARKSON, Max – A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. 20:1 (1995) 92-117. [Consult. 16 Jun. 2014] Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=e32e1d79-bed4-4de7-a24f-d5352e94c3f2%40sessionmgr111&vid=2&hid=125>>
- Código de Ética dos Empresários e Gestores. Lisboa: ACEGE, 2013. [Consult. 20 Jul. 2014]. Disponível em URL: <http://www.acege.pt/PDF/Codigo_de_Etica_ACEGE.pdf>
- Código das Sociedades Comerciais. In *Comercial – Edição Académica*. 8ª ed. Porto: Porto Editora, 2014. ISBN: 978-972-0-0-01879-3. Pp. 101-323.

- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS – Livro Verde “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”. Bruxelas, 2001.
- CMVM – Regulamento nº4/2013. *D.R. II Série*. 74 (01-08-2013) 24165-24169.
- CORE, John – A review of the empirical disclosure literature: discussion. *Journal of Accounting and Economics*. 31:1-3 (2001) 441-456. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0165410101000362/1-s2.0-S0165410101000362-main.pdf?_tid=a68d6126-0108-11e4-b92c-00000aacb362&acdnat=1404209919_7d13e0331a9786ffc26221b43de0b105>
- CRANE, Andrew - Are you ethical? Please tick yes or no. On researching ethics in business organizations. *Journal of Business Ethics*. 20:3 (1990) 237-248. [Consult. 2 Mar. 2014]. Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/873/art%253A10.1023%252FA%253A1005817414241.pdf?auth66=1404488229_73f3367b42bd86bf7e2a687fc8544e91&ext=.pdf>
- CRIS – Relato do seminário anual - “Responsabilidade Social: a normalização Nacional e Internacional”. Associação Portuguesa para a Qualidade. 2012. [Consult. 24 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://www.apq.pt/portal/eventos/Estruturas_Dinamizadoras/CRIS/Relato%20Semin%C3%A1rio%20Anual%20CRIS%20Mar%C3%A7o2012.pdf>
- CUNHA, Miguel e Pina; CABRAL-CARDOSO, Carlos; CUNHA, Rita; REGO, Arménio – Manual de Comportamento Organizacional e Gestão. 6.ª ed. Lisboa: RH Editora, 2007. ISBN 978-972-8871-16-1.
- DAMÁSIO, António – *O livro da consciência. – A construção do cérebro consciente*. Lisboa: Temas e Debates, 2010. ISBN 978-989-644-120-3.
- DAHLSTRUD, Alexander – How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 15:1 (2008) 1-13. [Consult. 13 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/pdf>>
- DOMINGOS, Rui – A Evolução da Divulgação Voluntária de Informação nas Empresas Cotadas da Euronext Lisboa do Ano 2006 a 2008. Lisboa: Instituto Superior de Administração e Contabilidade de Lisboa do Instituto Politécnico de Lisboa. 2010. Dissertação de mestrado.
- DONALDSON, Thomas; PRESTON, Lee – The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implication. *Academy of Management Review*. 20:1 (1995) 65-91. [Consult. 10 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=08229880-2bf3-49df-a312-ebadb7141e3d%40sessionmgr4001&vid=1&hid=4212>>
- DUARTE, Maria Manuela; JESUS, Tânia; SILVA, José Luís; PINHEIRO, Pedro – O sistema de normalização contabilística (português) e a divulgação da Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas (RSAE). In XV Encuentro AECA «Nuevos caminos para a Europa: el papel de las empresas y los gobiernos». Esposende, 2012.
- Código das Sociedades Comerciais. In Comercial – Edição Académica. 8.ª ed. Porto: Porto Editora, 2014. ISBN: 978-972-0-0-01879-3. Pp. 101-323.
- Estrutura Conceptual. In Sistema de Normalização Contabilística. 4.ª ed. Porto: Porto Editora, 2012. ISBN: 978-972-0-01791-8.

- EVAN, William; FREEMAN, R. Edward – *A stakeholder theory of the modern corporation kantian capitalism*. In T. L. Beauchamp e N. E. Bowie (Eds.), *Ethical theory and business*. 4.^a ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1993. ISBN 978-013-290-347-9. pp. 75-84.
- FASB – *Improving Business Reporting: Insights Into Enhancing Voluntary Disclosures*. 2001. [Consult. 10 Jun. 2014] Disponível em URL: <http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document_C&pagename=FASB%2FDocument_C%2FDocumentPage&cid=1176156460184>
- FONTES, Andreia – *Responsabilidade Social das Empresas: Realidade ou Utopia*. Aveiro: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro da Universidade de Aveiro. 2011. Dissertação de mestrado.
- FRIEDMAN, Milton – The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. September, 13th. (1970) [Consult. 15 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://highereducation.mcgrawhill.com/sites/dl/free/0073524697/910345/Appendices.pdf>>
- GARRIGA, Elisabet; MELÉ, Domènec – Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*. 53:1 (2004) 51-71. [Consult. 12 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/899/art%253A10.1023%252FB%253ABUSI.0000039399.90587.34.pdf?auth66=1403960855_672a6d8a55c9470d7ee6ecba79d864f6&ext=.pdf>
- GELLERMAN, Saul – Why 'good' managers make bad ethical choices. *Harvard Business Review*. 64:1 (1986) 85-90. [Consult. 10 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=864e4dab-047d-41fa-b1de-677d729a72cc%40sessionmgr112&hid=128>>
- GIETZMANN, Miles; TROMBETTA, Marco – Disclosure Interactions: Accounting Policy Choice and Voluntary Disclosure Effects on the Cost of Capital. *Social Science Research Network*. 2000. [Consult. 23 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=236439##>
- GOLEMAN, D. – *Trabalhar com inteligência emocional*. 3.^a ed. Lisboa: Temas e Debates, 2000. ISBN 972-759-180-9.
- GOLEMAN, D. – *Inteligência Emocional*. 15.^a ed. Lisboa: Temas e Debates, 2010. ISBN 978-989-644-090-9.
- GOODPASTER, Kenneth – Business Ethics and Stakeholder Analysis. *Business Ethics Quarterly*. 1:1 (1991) 53-73. [Consult. 11 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www53.homepage.villanova.edu/james.borden/vsb1001/Goodpaster.pdf>>
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2000): Directrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade Sustainability Reporting Guidelines.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2002): Directrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade Sustainability Reporting Guidelines.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2006): Directrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade, Sustainability Reporting Guidelines.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2011): Directrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade, Sustainability Reporting Guidelines.

- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2013): Directrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade, Sustainability Reporting Guidelines.
- GRAZINA, Cristina – Ética e Responsabilidade Social das Organizações perante os Técnicos Oficiais de Contas. Lisboa: Instituto Superior de Administração e Contabilidade de Lisboa do Instituto Politécnico de Lisboa. 2010. Dissertação de mestrado.
- GUERREIRO, António – O Relato de Sustentabilidade, o Técnico Oficial de Contas e a OTOC. In IV congresso Nacional dos TOC – Uma nova atitude. Lisboa, 2012. [Consult. 28 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/7456/1/Artigo%20RFS_OTOC_AH_MG.pdf>
- HEALY, Paul; PALEPU, Krishna – Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*. 31:1-3 (2001) 405-440. [Consult. 18 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0165410101000180/1-s2.0-S0165410101000180-main.pdf?tid=5f9bfb3e-0111-11e4-9c35-00000aab0f6c&acdnt=1404213666_712141891acce25c8f5eff29017758ad>
- ISO 26000 – *Guidance on Social Responsibility*. Genebra: International Organization for Standardization, 2010.
- JESUS, Tânia; SILVA, José Luís; DUARTE, Maria Manuela; SARMENTO, Maria Manuela – Contabilidade Criativa. In *XIV Congresso internacional de Contabilidade e Auditoria*. Lisboa, 2013.
- JESUS, Tânia; SILVA, José Luís; DUARTE, Maria Manuela; SARMENTO, Maria Manuela – Contabilidade Criativa e Ética. In *XV Encontro AECA*. Esposende, 2012.
- JESUS, Tânia; SILVA, José Luís; DUARTE, Maria Manuela; SARMENTO, Maria Manuela – Ética e Contabilidade. In *XXIV Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica*. Leiria, 2014.
- KAHN, William – Toward an agenda for business ethics research. *Academy of Management Review*. 15:2 (1990) 311-328. [Consult. 10 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=4308160&S=R&D=bth&EbscoContent=dGJyMNxb4kSepR4yOvqOLCmr0yep69Ssqi4SLaWxWXS&ContentCustomer=dGJyMOzprkiuq7RLuePfgeyx44Dt6fIA>>
- KHOKHAR, C.P.; KUSH, Tulika (2009). – Emotional Intelligence and work performance among executives. *Europe's Journal of Psychology*. 5: 1 (2009) 1-11. [Consult. 30 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://ejop.psychopen.eu/article/view/281/pdf>>
- KPMG – Estudo da KPMG sobre a publicação de relatórios de sustentabilidade em Portugal – Resultados do inquérito às maiores empresas em Portugal. *KPMG Advisory – Consultores de Gestão, Portugal*. 2006. [Consult. 15 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://pt.scribd.com/doc/215555776/Relatorios-Sustentabilidade-Portugal-KPMG-2006>>
- KPMG – Diretrizes G4 da GRI: Quais os seus efeitos nos relatórios corporativos de sustentabilidade? *KPMG Advisory – Consultores de Gestão, Brasil*. 2013a. [Consult. 15 Jun. 2014]. Disponível em URL: <https://www.kpmg.com/BR/PT/Estudos_Analises/artigosepublicacoes/Documents/Diretrizes_g4_GRI.pdf>

- KPMG – The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013. *KPMG International Cooperative*. 2013b. [Consult. 15 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/corporate-responsibility-reporting-survey-2013.pdf#page=1&zoom=auto,-107,719>>
- KRUMSIEK, Barbara – Voluntary Codes of Conduct for Multinational Corporations: Promises and Challenges. *Business and Society Review*. 109:4 (2004) 583-593. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0045-3609.2004.00212.x/pdf>>
- LAMEIRAS, Emanuel – *Liderança e Motivação dos colaboradores: Um ensaio no sector da saúde*. Vila Real. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. 2010. Dissertação de mestrado.
- LAW, Kenneth; WONG, Chi-Sum; SONG, Lynda – The Construct and Criterion Validity of Emotional Intelligence and Its Potential Utility for Management Studies. *Journal of Applied Psychology*. 89:3 (2004) 483-496. [Consult. 23 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=031465ee-2893-4d6d-a5eb-9d1c4324418a%40sessionmgr4005&vid=2&hid=4109>>
- LEAL, Ana; CAETANO, Joaquim; GOUVEIA, Tiago; DUARTE, Sofia; BRANDÃO, Nuno – *Responsabilidade Social em Portugal*. Lisboa: Bnomics, 2011. ISBN 978-989-818-464-1.
- MAROCO, João – *Análise Estatística- Com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo, 2003. ISBN 972-618-331-6
- MARQUES, Pedro; AZEVEDO-PEREIRA, José – Ethical Ideology and Ethical Judgments in the Portuguese Accounting Profession. *Journal of Business Ethics*. 86:2 (2009) 227-242. [Consult. 30 Mai. 2014] Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/355/art%253A10.1007%252Fs1055008-9845-6.pdf?auth66=1403004338_8ab011e30d105d440fa557d76757cb21&ext=.pdf>
- MARREWIJK, Marcel – Concepts and definitions of CRS and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*. 44:2-3 (2003) 95-105. [Consult. 12 Jun. 2014] Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/186/art%253A10.1023%252FA%253A1023331212247.pdf?auth66=1404000604_1b4efa5d2c09ad99aecc4a698f7c6192&ext=.pdf>
- MAYER, John; SALOVEY, Peter – Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9:1 (1990) 185-211. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://www.unh.edu/emotional_intelligence/EI%20Assets/Reprints...EI%20Proper/EI1990%20Emotional%20Intelligence.pdf>
- MAYER, John; SALOVEY, Peter – *What is Intelligence?* In P. Salovey e D. J. Sluyter (Eds.), *Emotional Development and Emotional Intelligence: Education Implications*. New York: Basic Books. 1997. ISBN 978-046-509-587-2. pp. 3-31.
- MAYER, John; SALOVEY, Peter; CARUSO, David – *Models of emotional intelligence*. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Intelligence*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. ISBN 978-052-159-648-0. pp. 396-420.
- MEEK, Gary; ROBERTS, Clare; GRAY, Sidney – Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and Continental Europe. *Journal of International Business Studies*. 26:3 (1995) 555-572. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=7ce82ff1-971d-40e2-806d->

[2c197c882950%40sessionmgr198&vid=1&hid=118&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3QtbGI2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=9511264998>](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XII/Jose_Manuel_Moreira_y_otros.pdf)

- MOREIRA, José; GONÇALVES, Helena; OLIVEIRA, Gonçalo – Corporate Governance em Portugal. In XII Conferência Anual de Ética, Economia, Direcção – Ética y Finanzas (Universidad de Jaén). Andaluzia, 2004. [Consult. 27 Mai. 2014]. Disponível em URL: http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XII/Jose_Manuel_Moreira_y_otros.pdf >
- MORTAL, António Baltazar; MORTAL, António Manuel – Uma visão actual da responsabilidade social das empresas. In *IX Congresso Internacional de Custos*. Florianópolis, 2005. [Consult. 9 Jun. 2014]. Disponível em URL: http://www.intercostos.org/documentos/custos_22.pdf>
- NEVES, Augusto – *Motivação para o trabalho: dos conceitos às aplicações*. Lisboa: RH Editora, 2002. ISBN 972-96897-9-2.
- NICHOLSON, Nigel - Ethics in organizations: A framework for theory and research. *Journal of Business Ethics*. 13:8 (1994) 581-596. [Consult. 9 Mar. 2014]. Disponível em URL: http://download.springer.com/static/pdf/378/art%253A10.1007%252FBF00871806.pdf?auth66=1404488820_9a572fcdb7701b619dffe2aecd942e73&ext=.pdf>
- NIELSEN, Ingrid; SMYTH, Russell – Job satisfaction and response to incentives among China's urban workforce. *The Journal of Socio-Economics*. 37:5 (2008) 1921-136. [Consult. 12 Jun. 2014]. Disponível em URL: http://ac.els-cdn.com/S105353570800019X/1-s2.0S105353570800019X-main.pdf?tid=383aa42a-f485-11e3-9814-00000aab0f01&acdnat=1402834056_5b13f2c3ceaf8891d705361cab893dbe>
- NP 44601-1 – *Ética nas organizações: Parte 1- Linhas de orientação para o processo de elaboração e implementação de códigos de éticas nas organizações*. Caparica: CT 165 APEE (Instituto Português da Qualidade), 2007.
- NP 4460-2 – *Ética nas organizações: Parte 2- Guia de orientação para a elaboração, implementação e operacionalização de códigos de ética nas organizações*. Caparica: CT 165 APEE (Instituto Português da Qualidade), 2010.
- NP 4469-1 – *Sistema de gestão de responsabilidade social: Parte 1- Requisitos e linhas de orientação para a sua utilização*. Caparica: CT 164 APEE (Instituto Português da Qualidade), 2008.
- NP 4469-2 – *Sistema de gestão de responsabilidade social: Parte 2- guia de orientação para a implementação*. Caparica: CT 164 APEE (Instituto Português da Qualidade), 2010.
- NUNES, Cristina – *A Ética Empresarial e os Fundos Socialmente Responsáveis*. Porto: Vida Económica, 2004. ISBN 972-788-100-9.
- OLIVEIRA, Carlos – O que é uma boa empresa para trabalhar? *Revista Dirigir*. ISSN 0871-7354. 117 (2012) 09-11. [Consult. 15 Mai. 2014]. Disponível em URL: http://www.iefp.pt/iefp/publicacoes/Dirigir/Documents/2012/DIRIGIR_117.pdf>
- ORTS CORTINA, Adela – *10 palavras chave em ética*. Coimbra: Gráfica Coimbra, 1997. ISBN 972-603-157-5.
- ORTS CORTINA, Adela – *Construir Confianza - Ética de la Empresa en la sociedade de la información y las comunicaciones*. Madrid: TROTТА, 2003. ISBN 978-84-8164-621-4.

- ORTS CORTINA, Adela; CONILL, Jesús; DOMINGO MORATALLA, Agustín; GARCÍA MARZÁ, Domingo. – *Ética de la Empresa – Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: TROTТА, 2005. ISBN 84-8164-013-1.
- PARAST, Mahour; ADAMS, Stephanie – Corporate social responsibility, benchmarking, and organizational performance in the petroleum industry: A quality management perspective. *International Journal of Production Economics*, 139:2 (2012) 447–458. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0925527311004968/1-s2.0-S0925527311004968-main.pdf?tid=7eb95b18-0046-11e4-ad26-00000aacb35d&acdnat=1404126530_533e0fa3759f0510bb57f3d77facb723>
- PARDAL, Pedro – Relato financeiro por segmentos em Portugal. Análise à implementação da Directriz Contabilística N° 27. Lisboa. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. 2007. Dissertação de mestrado.
- PASCOAL, Telmo; RIBEIRO, Jorge – Relatório de gestão das entidades públicas e privadas portuguesas: instrumento de informação e de controlo da atividade. In VII Congreso Internacional de Costos - Cruzando Fronteras: Tendencias de Contabilidad Directiva para el Siglo XXI. León, 2001. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.intercostos.org/documentos/Trabajo222.pdf>>
- PAULA, Israel. – Es posible gestionar el conocimiento sin encauzar el componente afectivo de las personas?. *ACIMED*. ISSN 10247-9435. 20:4 (2009) 55-66. [Consult. 20 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol20_4_09/aci031009.pdf>
- PORTER, Michael; KRAMER, Mark – Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84:12 (2006) 78-92. [Consult. 12 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://efnorthamerica.com/documents/events/ccc2008/mark-kramer-keynote/strategy-society.pdf>>
- PwC – As novas diretrizes da Global Reporting Initiative: G4 - O futuro do reporte de Sustentabilidade. *PricewaterhouseCoopers Portugal*. 2013. [Consult. 14 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://www.pwc.pt/pt_PT/pt/sustentabilidade/images/pwc-global-reporting-iniative-g4.pdf>
- QUEROZ, Nelma; NERI, Anita – Bem-estar Psicológico e Inteligência Emocional entre Homens e Mulheres na Meia-idade e na Velhice. *Psicologia: Reflexão e Crítica*. 18:2 (2005) 292-299. [Consult. 15 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.scielo.br/pdf/prc/v18n2/27481.pdf>>
- REGO, Arménio; CUNHA, Miguel Pina e; GUIMARÃES, Nuno da Costa; GONÇALVES, Helena; CABRAL-CARDOSO, Carlos – *Gestão Ética e Socialmente Responsável*. Lisboa: Editora RH, 2006. ISBN 978-972-8871-09-3.
- REGOJO, Pedro – *Ética e direção de empresa : Reflexões a partir dos ensinamentos da Igreja*. Lisboa: AESE, 2005.
- ROBBINS, Stephen – *Comportamento organizacional*; trad. Reynaldo Cavalheiro Marcondes. 11.ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. ISBN 85-7605-002-1.
- ROCHA, António – *Ética, Deontologia e Responsabilidade Social*. Porto: Vida Económica, 2010. ISBN 978-972-788-325-7.

- RODRIGUES, Jorge; DUARTE, Manuela – Responsabilidade social e ambiental das empresas. Lisboa: Escolar Editora, 2012. ISBN 978-972-592-336-8.
- SCHWARTZ, Mark; CARROLL, Archie – Corporate Social Responsibility: a three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*. 13:4 (2003) 503-530. [Consult. 18 Mai. 2014] Disponível em URL: <http://www.pupilbay.com/homework_data/pb101506-4.pdf>
- SIMS, Ronald. – *Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall*. Portsmouth: Greenwood Publishing Group, 2003. ISBN 978-027-598-039-9.
- SMITH, Murphy; SMITH, Katherine; MULIG, Elizabeth – Application and Assessment of an Ethics Presentation for Accounting and Business Classes. *Journal of Business Ethics*. 61:2 (2005) 153-164. [Consult. 9 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=904406>
- SY, Thomas; TRAM, Susanna; O'HARA, Linda – Relation of employee and manager emotional intelligence to job satisfaction and performance. *Journal of Vocational Behavior*. 68:3 (2006) 461-473. [Consult. 2 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0001879105001260/1-s2.0-S0001879105001260-main.pdf?_tid=bda184d6-fcc2-11e3-9be7-00000aab0f6c&acdnat=1403740088_cb1396b2ddc9d086dda18853a9a0b287>
- TEIXEIRA DOS SANTOS, Fernando – A Importância do *Corporate Governance*: Uma perspectiva institucional. Universidade Católica Portuguesa – Lisboa. 2000. [Consult. 2 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://www.fep.up.pt/docentes/ftsantos/interven%C3%A7%C3%B5es/CorporateGovernance_Barclays.pdf>
- TEIXEIRA, Patrícia – Inteligência Emocional e Satisfação com a Vida. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. 2008. Dissertação de mestrado.
- VAN ROOY, David; VISWESVARAN, Chockalingam – Emotional intelligence: A meta-analytic investigation of predictive validity and nomological net. *Journal of Vocational Behavior*. 65:1 (2004) 71-95. [Consult. 21 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0001879103000769/1-s2.0-S0001879103000769-main.pdf?_tid=5cd01d5a-fc6f-11e3-a847-00000aab0f6b&acdnat=1403704278_e5d65ab8914ea6e89b614f3d9976b360>
- VARGAS, Ricardo – Os meios justificam os fins – gestão baseada em valores: da ética individual à ética empresarial. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. ISBN 85-7605-038-2.
- VAZ, Henrique C. de Lima – *Escritos de Filosofia II Ética e Cultura*. 3.^a Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000. ISBN 85-15-00791-0.
- WADDOCK, Sandra; SMITH, Neil – Corporate responsibility audits: Doing well by doing good. *Sloan Management Review*. 41:2 (2000) 75-78. Consult. 11 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7665e8c1-fe2b-495f-8430-9f09b9e461a3%40sessionmgr111&vid=2&hid=128>>
- WONG, Chi-Sum; LAW, Kenneth – The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The Leadership Quarterly*. 13:3 (2002) 243–274. [Consult. 5 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S1048984302000991/1-s2.0-S1048984302000991-main.pdf?_tid=b13dad2-fcc3-11e3-8ac8-00000aab0f01&acdnat=1403740497_bff5c8b25191657f75dc962d880bebfd>

Apêndices

Apêndice A – Competências da Inteligência Emocional e Dimensões Emocionais

No quadro apresentado de seguida encontra-se as competências da IE e as suas dimensões.

Competências da IE e dimensões emocionais.

| Competências Pessoais | |
|--|---|
| Autoconsciência - reconhecimento das próprias emoções e sentimentos quando ocorrem. | Autoconsciência emocional Autoavaliação Autoconfiança |
| Gestão das emoções - capacidade do ser humano em saber lidar com sentimentos de modo adequado, ou seja, o ser humano deve saber adequar-se a diferentes situações | Autodomínio Inspirar confiança Ser consciencioso Adaptabilidade Inovação |
| Auto-motivação - O ser humano tem de se conseguir motivar a si próprio, mobilizando as emoções ao serviço de um objetivo. | Vontade de triunfar Empenho Iniciativa Otimismo |
| Competências Sociais | |
| Empatia - capacidade do indivíduo em reconhecer emoções no outro. | Compreender os outros Desenvolver os outros Orientação para o serviço Potenciar a diversidade Consciência política |
| Gestão de relacionamentos – capacidade de gerir e manter relações entre diferentes seres humanos | Influência Comunicação Gestão de conflitos Liderança Catalisador da mudança Criar laços Colaboração e cooperação Capacidades de equipa |

Fonte: Adaptado de Goleman (2000; 2010).

Apêndice B – Teorias e Abordagens da Responsabilidade Social das Empresas

No quadro apresentado de seguida enumera-se por quatro grandes tipos as teorias e abordagens da RS.

Síntese das Teorias e Abordagens da Responsabilidade Social das Empresas.

| Teorias | Abordagem | Breve Caracterização | Referências |
|---|---|--|---|
| INSTRUMENTAIS (As empresas são consideradas um instrumento à criação de valor/riqueza; focam-se no alcance dos objetivos económicos através de atividades sociais.) | • Maximização do Valor do Acionista | Maximização de valor a longo prazo. | Friedman (1970); Jesen (2000). |
| | • Estratégia de Vantagem Competitiva | • Investimentos sociais em contextos competitivos. • Estratégia baseada na ótica dos recursos naturais da empresa e das suas capacidades dinâmicas. • Estratégias executadas para as classes sociais desfavorecidas. | Porter e Kramer (1996). Hart (1995);Lizt (1996). Prahalad e Hammond (2002); Hart e Christensen (2002); Prahalad (2003). |
| | • <i>Marketing Social</i> | Atividades altruístas socialmente reconhecidas, usadas como instrumento de <i>marketing</i> . | Murray e Montanari (1986); Varadarajan e Menon (1988). |
| | POLÍTICAS (As empresas têm poder na sociedade; focam-se no uso responsável do poder empresarial no campo político.) | • Constitucionalism o Empresarial | A RS empresarial decorre de quanto poder social esta detém. |
| • Teoria do Contrato Social Integrativo | | Assume que existe um contrato social implícito entre a empresa e a sociedade. | Donaldson e Dunfee (1994, 1999). |
| • Cidadania Empresarial | | As empresas têm deveres de cidadania perante a sociedade de que fazem parte. | Andriof e McIntosh (2001); Wood e Lodgson (2002); Matten e Crane (2005). Ackerman (1973); |
| INTEGRATIVAS (As empresas integram uma rede de relações; focam-se sobretudo na satisfação das exigências sociais; têm responsabilidades nos assuntos públicos.) | | • Gestão de Assuntos Sociais | As empresas devem atender, avaliar e responder aos sinais e expectativas de desempenho social que a envolvente lhes endereça. |
| | • Responsabilidade Pública | As empresas têm responsabilidades nos assuntos públicos, incluído a participação na formação das políticas. | Preston e Post (1975, 1981). |
| | • Gestão das partes interessadas | Gestão equilibrada dos interesses das partes interessadas da empresa. | Mitchell et al.. (1997);Rowley (1997);Agle e Mitchell (1999). |
| | • Desempenho Social Empresarial | Procura de legitimidade social e de processos adequados de resposta a questões sociais, eficazmente (filantropia “desinteressada”). | Carroll (1979); Wartick e Cochran (1985); Wood (1991); Swanson (1995). |
| ÉTICAS (Baseiam-se nas responsabilidades éticas da empresa para com a sociedade; focam-se no modo correto para alcançar o bem da sociedade.) | • Teoria das partes interessadas | As partes interessadas têm interesses legítimos na ação empresarial. A empresa deve-lhes responder, independentemente de ter proveitos ou não para os acionistas/proprietários. | Freeman (1984, 1994); Evan e Freeman (1988); Donaldson e Preston (1995); Freeman e Phillips (2002); Phillips et al.. (2003). |
| | • Direitos Universais | Baseada nos direitos humanos, direitos do trabalho e respeito pelo ambiente. | The Global Sullivan Principles (1999); UN Global Compact (1999). |
| | • Desenvolvimento Sustentável | As empresas devem procurar o desenvolvimento sustentável na sociedade, acautelando os direitos das gerações futuras. | World Commission on Environment And Development (Relatório de Brutland) (1987); Gladwin e Kennelly (1995). |
| | • Bem Comum | A empresa deve contribuir para o bem comum e o progresso da sociedade. | Kaku (1997); Alford e Naughton (2002); Melé (2002). |

Fonte: Adaptado de Garriga e Melé (2004: 63-64) e de Rego et al. (2006: 134-135).

Apêndice C – Universo e Amostra

No presente apêndice são apresentadas as empresas cotadas na Euronex Lisboa e as empresas que constituem a amostra classificadas por sector de atividade.

C.1 – Lista de Empresas Cotadas na Euronex Lisboa

Empresas Cotadas na Euronex Lisboa entre 2008 e 2012 (1/2).










| Empresas | |
|--|---|
| Altri, SGPS, S.A. | Banco BPI, S.A. |
| Banco Comercial Português, S.A. | Banco Espírito Santo, S.A. |
| Banco Popular | Banco Santander, S.A. |
| BANIF – Banco Internacional do Funchal, SGPS, S.A. | Brisa – Autoestradas de Portugal, S.A. |
| Cimpor – Cimentos de Portugal, SGPS, S.A. | CIRES- Comp. Industrial de Resinas Sintéticas, S.A. |
| Cofina, SGPS, S.A. | Compta – Equipamentos e Serviços de Informática, S.A |
| Corticeira Amorim, SGPS, S.A. | EDP Energias de Portugal, S.A. |
| EDP Renováveis, S.A. | Espírito Santo Financial Group, S.A. |
| Estoril – Sol, SGPS S.A | Europac – Papeles e Cartones de Europa, S.A. |
| F. Ramada - Investimentos, SGPS, S.A. | Finibanco Holding, SGPS, S.A. |
| Fisipe – Fibras Sintéticas de Portugal, S.A. | Futebol Clube do Porto – Futebol, SAD |
| Galp Energia, SGPS, S.A. | Glintt – Global Intelligent Technologies, SGPS, S.A. |
| Ibersol, SGPS, S.A. | Imobiliária Construtora Grão-Pará, S.A. |
| IMPRESA – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. | Inapa – Investimentos, Participações e Gestão, S.A. |
| Jerónimo Martins, SGPS, S.A | Lisgráfica – Impressão e Artes Gráficas S.A. |
| Martifer, SGPS, S.A. | Grupo Media Capital, SGPS, S.A. |
| Mota-Engil, SGPS, S.A. | Novabase – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. |
| Orey Antunes – Sociedade Comercial Orey Antunes, S.A | Papelaria Fernandes – Indústria e Comércio, S.A. |
| Portucel – Empresa Produtora de Pasta de Papel, S.A. | Portugal Telecom, SGPS, S.A |

Empresas Cotadas na Euronex Lisboa entre 2008 e 2012 (2/2).

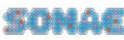
| Empresas | |
|--|---|
| Reditus – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A | REN – Redes Energéticas Nacionais SGPS, S.A. |
| SAG GEST – Soluções Automóvel Globais, SGPS, S.A. | Semapa – Sociedade de Investimento e Gestão, SGPS, S.A. |
| Sporting – Sociedade Desportiva de Futebol, SAD. | Sport Lisboa e Benfica Futebol, SAD. |
| Soares da Costa, SGPS, S.A | Sonae, SGPS, S.A. |
| Sonae Capital, SGPS, S.A | Sonae Indústria, SGPS, S.A. |
| Sonaecom, SGPS, S.A. | Sumol+Compal, S.A. |
| Teixeira Duarte – Engenharia e Construções, S.A. | Toyota Caetano Portugal, S.A. |
| VAA – Vista Alegre Atlantis, SGPS, S.A. | VAA – Vista Alegre Atlantis - Fusão |
| ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A. | |

C.2 – Constituição da Amostra por Sector de Atividade

Empresas que constituem a amostra e a sua classificação ICB (1/3).

| Classificação ICB | Logótipo | Empresa |
|-------------------------------|---|---|
| 0500 – Petróleo e Gás |  | Galp Energia, SGPS, S.A. |
| 1300 – Produtos Químicos |  | Fisipe – Fibras Sintéticas de Portugal, S.A. |
| 1700 – Recursos Básicos |  | F. Ramada - Investimentos, SGPS, S.A. |
| |  | Inapa – Investimentos, Participações e Gestão, S.A. |
| |  | Portucel – Empresa Produtora de Pasta de Papel, S.A. |
| |  | Semapa – Sociedade de Investimento e Gestão, SGPS, S.A. |
| 2300 – Construção e Materiais |  | Cimpor – Cimentos de Portugal, SGPS, S.A. |
| |  | Imobiliária Construtora Grão-Pará, S.A. |
| |  | Mota-Engil, SGPS, S.A. |

Empresas que constituem a amostra e a sua classificação ICB (2/3).

| Classificação ICB | Logótipo | Empresa |
|------------------------------------|---|--|
| 2300 – Construção e Materiais |  | Soares da Costa, SGPS, S.A. |
| |  | Sonae Indústria, SGPS, S.A. |
| |  | Teixeira Duarte, S.A. |
| 2700 – Bens e Serviços Industriais |  | Altri, SGPS, S.A. |
| |  | Brisa – Autoestradas de Portugal, S.A. |
| |  | Toyota Caetano Portugal, S.A. |
| |  | Martifer, SGPS, S.A. |
| |  | Lisgráfica – Impressão e Artes Gráficas S.A. |
| 3500 – Alimentação e Bebidas |  | Corticeira Amorim, SGPS, S.A. |
| |  | Sumol+Compal, S.A. |
| 3700 – Bens pessoais e Doméstico |  | VAA – Vista Alegre Atlantis, SGPS, S.A. |
| |  | Jerónimo Martins, SGPS, S.A. |
| 5300 – Retalho |  | SAG GEST – Soluções Automóvel Globais, SGPS, S.A. |
| |  | Sonae SGPS, S.A. |
| 5550– Media |  | Cofina - SGPS, S.A. |
| |  | IMPRESA – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. |
| |  | Media Capital, SGPS, S.A. |
| |  | ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A. |
| 5700– Viagens e Lazer |  | Estoril - Sol, SGPS S.A. |
| |  | Ibersol, SGPS, S.A. |
| 6500–Telecomunicações |  | Portugal Telecom, SGPS, S.A. |
| 7500–Serviços |  | EDP Energias de Portugal, S.A. |
| |  | REN – Redes Energéticas Nacionais SGPS, S.A. |

Empresas que constituem a amostra e a sua classificação ICB (3/3).

| Classificação ICB | Logótipo | Empresa |
|-------------------|---|---|
| 9500-Tecnologia |  | Compta – Equipamentos e Serviços de Informática, S.A. |
| |  | Glintt – Global Intelligent Technologies, SGPS, S.A. |
| |  | Novabase – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. |
| |  | Reditus – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. |

Apêndice D – Variáveis Financeiras e Contabilísticas por Sector

Na Tabela apresentada de seguida encontram-se as Variáveis Financeiras e Contabilísticas por Sector de Atividade para os anos entre 2008 e 2012.

Variáveis Contabilísticas e Financeiras por Sector de Atividade (1/5).

| Sector de Atividade | | RCP | Endividamento | Varição das Vendas/Serviços Prestados | Total do Ativo |
|-----------------------------|--------|---------------|---------------|---------------------------------------|-------------------|
| Ano 2008 | | | | | |
| Petróleo e Gás | Média | 0,055 | 0,665 | 0,201 | 6.623.000 |
| | Máximo | 0,055 | 0,665 | 0,201 | 6.623.000 |
| | Mínimo | 0,055 | 0,665 | 0,201 | 6.623.000 |
| Produtos Químicos | Média | -0,154 | 0,662 | 0,011 | 56.775 |
| | Máximo | -0,154 | 0,662 | 0,011 | 56.775 |
| | Mínimo | -0,154 | 0,662 | 0,011 | 56.775 |
| Recursos Básicos | Média | 0,076 | 0,688 | 0,035 | 1.672.851 |
| | Máximo | 0,122 | 0,803 | 0,154 | 3.280.478 |
| | Mínimo | 0,007 | 0,492 | -0,013 | 196.775 |
| Construção e Materiais | Média | -0,214 | 0,810 | 0,432 | 2.553.457 |
| | Máximo | 0,144 | 0,908 | 1,850 | 4.615.255 |
| | Mínimo | -1,218 | 0,650 | -0,144 | 519.071 |
| Bens e Serviços Industriais | Média | 0,052 | 0,813 | 0,011 | 1.695.765 |
| | Máximo | 0,099 | 1,012 | 0,261 | 5.593.808 |
| | Mínimo | 0,012 | 0,623 | -0,376 | 74.916 |
| Alimentação e Bebidas | Média | -0,032 | 0,670 | 0,507 | 612.323 |
| | Máximo | 0,029 | 0,768 | 0,981 | 649.923 |
| | Mínimo | -0,093 | 0,571 | 0,032 | 574.722 |
| Bens Pessoais e Domésticos | Média | -0,126 | 1,255 | -0,126 | 109.933 |
| | Máximo | -0,126 | 1,255 | -0,126 | 109.933 |
| | Mínimo | -0,126 | 1,255 | -0,126 | 109.933 |
| Retalho | Média | 0,078 | 0,822 | 0,184 | 3.976.154 |
| | Máximo | 0,189 | 0,931 | 0,289 | 7.306.190 |
| | Mínimo | 0,020 | 0,750 | 0,107 | 895.706 |
| <i>Media</i> | Média | 1,541 | 0,830 | 0,100 | 633.502 |
| | Máximo | 5,870 | 1,051 | 0,322 | 1.323.095 |
| | Mínimo | -0,123 | 0,693 | -0,020 | 243.717 |
| Viagens e Lazer | Média | 0,043 | 0,691 | 0,037 | 278.204 |
| | Máximo | 0,171 | 0,773 | 0,055 | 343.926 |
| | Mínimo | -0,084 | 0,610 | 0,018 | 212.481 |
| Telecomunicações | Média | 0,584 | 0,913 | 0,092 | 13.713.103 |
| | Máximo | 0,584 | 0,913 | 0,092 | 13.713.103 |
| | Mínimo | 0,584 | 0,913 | 0,092 | 13.713.103 |
| Serviços Públicos | Média | 0,134 | 0,748 | 0,077 | 19.766.051 |
| | Máximo | 0,143 | 0,761 | 0,262 | 35.709.095 |
| | Mínimo | 0,126 | 0,735 | -0,109 | 3.823.007 |
| Tecnologia | Média | 0,062 | 0,723 | 0,702 | 139.309 |
| | Máximo | 0,117 | 1,044 | 1,264 | 203.210 |
| | Mínimo | 0,033 | 0,443 | -0,068 | 25.303 |

Variáveis Contabilísticas e Financeiras por Sector de Atividade (2/5).

| Sector de Atividade | | RCP | Endividamento | Varição das Vendas/Serviços Prestados | Total do Ativo |
|-----------------------------|--------|---------------|---------------|---------------------------------------|-------------------|
| Ano 2009 | | | | | |
| Petróleo e Gás | Média | 0,148 | 0,670 | -0,204 | 7.242.446 |
| | Máximo | 0,148 | 0,670 | -0,204 | 7.242.446 |
| | Mínimo | 0,148 | 0,670 | -0,204 | 7.242.446 |
| Produtos Químicos | Média | 0,090 | 0,654 | -0,149 | 60.957 |
| | Máximo | 0,090 | 0,654 | -0,149 | 60.957 |
| | Mínimo | 0,090 | 0,654 | -0,149 | 60.957 |
| Recursos Básicos | Média | 0,058 | 0,670 | -0,094 | 1.698.893 |
| | Máximo | 0,090 | 0,782 | -0,018 | 3.373.459 |
| | Mínimo | 0,015 | 0,504 | -0,224 | 160.986 |
| Construção e Materiais | Média | 0,007 | 0,808 | -0,024 | 2.710.851 |
| | Máximo | 0,225 | 0,918 | 0,140 | 4.927.362 |
| | Mínimo | -0,445 | 0,610 | -0,275 | 84.652 |
| Bens e Serviços Industriais | Média | 0,058 | 0,809 | -0,042 | 1.637.117 |
| | Máximo | 0,267 | 1,179 | 0,079 | 5.277.246 |
| | Mínimo | -0,207 | 0,527 | -0,254 | 70.930 |
| Alimentação e Bebidas | Média | -0,010 | 0,654 | -0,077 | 575.288 |
| | Máximo | -0,024 | 0,784 | -0,042 | 625.845 |
| | Mínimo | -0,043 | 0,524 | -0,113 | 524.730 |
| Bens Pessoais e Domésticos | Média | -0,120 | 1,431 | -0,090 | 105.676 |
| | Máximo | -0,120 | 1,431 | -0,090 | 105.676 |
| | Mínimo | -0,120 | 1,431 | -0,090 | 105.676 |
| Retailho | Média | 0,061 | 0,798 | 0,063 | 4.111.182 |
| | Máximo | 0,210 | 0,898 | 0,068 | 7.5551.624 |
| | Mínimo | -0,070 | 0,721 | 0,058 | 957.496 |
| <i>Media</i> | Média | 1,125 | 0,813 | -0,038 | 667.061 |
| | Máximo | 4,067 | 0,983 | 0,058 | 1.479.183 |
| | Mínimo | 0,051 | 0,693 | -0,094 | 247.494 |
| Viagens e Lazer | Média | 0,132 | 0,650 | -0,069 | 271.916 |
| | Máximo | 0,158 | 0,728 | -0,034 | 321.684 |
| | Mínimo | 0,106 | 0,571 | -0,105 | 222.148 |
| Telecomunicações | Média | 0,330 | 0,839 | 0,008 | 14.831.206 |
| | Máximo | 0,330 | 0,839 | 0,008 | 14.831.206 |
| | Mínimo | 0,330 | 0,839 | 0,008 | 14.831.206 |
| Serviços Públicos | Média | 0,126 | 0,760 | -0,003 | 22.277.835 |
| | Máximo | 0,135 | 0,768 | 0,115 | 40.261.557 |
| | Mínimo | 0,117 | 0,752 | -0,122 | 4.294.113 |
| Tecnologia | Média | -0,054 | 0,689 | 0,234 | 140.939 |
| | Máximo | 0,132 | 0,980 | 0,760 | 198.926 |
| | Mínimo | 0,426 | 0,429 | -0,173 | 26.288 |

Variáveis Contabilísticas e Financeiras por Sector de Atividade (3/5).

| Sector de Atividade | RCP | Endividamento | Varição das Vendas/Serviços Prestados | Total do Ativo | |
|-----------------------------|--------|---------------|---------------------------------------|----------------|-------------------|
| Ano 2010 | | | | | |
| Petróleo e Gás | Média | 0,165 | 0,704 | 0,171 | 9.162.128 |
| | Máximo | 0,165 | 0,704 | 0,171 | 9.162.128 |
| | Mínimo | 0,165 | 0,704 | 0,171 | 9.162.128 |
| Produtos Químicos | Média | -0,092 | 0,727 | 0,320 | 70.147 |
| | Máximo | -0,092 | 0,727 | 0,320 | 70.147 |
| | Mínimo | -0,092 | 0,727 | 0,320 | 70.147 |
| Recursos Básicos | Média | 0,110 | 0,676 | 0,109 | 1.790.771 |
| | Máximo | 0,162 | 0,784 | 0,265 | 3.569.650 |
| | Mínimo | 0,024 | 0,511 | -0,068 | 186.127 |
| Construção e Materiais | Média | 0,003 | 0,768 | -0,044 | 2.467.397 |
| | Máximo | 0,144 | 0,916 | 0,076 | 5.384.880 |
| | Mínimo | -0,252 | 0,586 | -0,319 | 89.036 |
| Bens e Serviços Industriais | Média | 0,214 | 0,824 | 0,208 | 1.750.998 |
| | Máximo | 0,534 | 1,314 | 0,804 | 6.085.591 |
| | Mínimo | -0,154 | 0,516 | 0,003 | 61.701 |
| Alimentação e Bebidas | Média | 0,071 | 0,648 | 0,074 | 571.668 |
| | Máximo | 0,081 | 0,775 | 0,100 | 601.570 |
| | Mínimo | 0,062 | 0,522 | 0,048 | 561.766 |
| Bens Pessoais e Domésticos | Média | -0,120 | 0,762 | -0,066 | 131.430 |
| | Máximo | -0,120 | 0,762 | -0,066 | 131.430 |
| | Mínimo | -0,120 | 0,762 | -0,066 | 131.430 |
| Retalho | Média | 0,030 | 0,794 | 0,144 | 4.227.978 |
| | Máximo | 0,265 | 0,902 | 0,199 | 7.551.814 |
| | Mínimo | -0,282 | 0,728 | 0,044 | 973.098 |
| <i>Media</i> | Média | 0,244 | 0,792 | 0,019 | 690.418 |
| | Máximo | 0,663 | 0,964 | 0,082 | 1.650.712 |
| | Mínimo | 0,063 | 0,672 | -0,084 | 219.743 |
| Viagens e Lazer | Média | 0,093 | 0,605 | 0,007 | 255.310 |
| | Máximo | 0,137 | 0,681 | 0,025 | 278.402 |
| | Mínimo | 0,048 | 0,529 | -0,012 | 232.218 |
| Telecomunicações | Média | 0,055 | 0,696 | -0,449 | 15.169.932 |
| | Máximo | 0,055 | 0,696 | -0,449 | 15.169.932 |
| | Mínimo | 0,055 | 0,696 | -0,449 | 15.169.932 |
| Serviços Públicos | Média | 0,111 | 0,752 | 0,269 | 22.474.678 |
| | Máximo | 0,114 | 0,771 | 0,376 | 40.488.853 |
| | Mínimo | 0,108 | 0,734 | 0,162 | 4.460.503 |
| Tecnologia | Média | 0,090 | 0,785 | 0,020 | 140.623 |
| | Máximo | 0,139 | 1,007 | 0,109 | 196.496 |
| | Mínimo | 0,041 | 0,499 | -0,029 | 33.475 |

Variáveis Contabilísticas e Financeiras por Sector de Atividade (4/5).

| Sector de Atividade | | RCP | Endividamento | Varição das Vendas/Serviços Prestados | Total do Ativo |
|-----------------------------|--------|--------------|---------------|---------------------------------------|-------------------|
| Ano 2011 | | | | | |
| Petróleo e Gás | Média | 0,150 | 0,710 | 0,195 | 10.155.417 |
| | Máximo | 0,150 | 0,710 | 0,195 | 10.155.417 |
| | Mínimo | 0,150 | 0,710 | 0,195 | 10.155.417 |
| Produtos Químicos | Média | 0,008 | 0,709 | 0,153 | 65.964 |
| | Máximo | 0,008 | 0,709 | 0,153 | 65.964 |
| | Mínimo | 0,008 | 0,709 | 0,153 | 65.964 |
| Recursos Básicos | Média | 0,088 | 0,636 | 0,082 | 1.869.906 |
| | Máximo | 0,133 | 0,728 | 0,192 | 3.785.557 |
| | Mínimo | -0,029 | 0,476 | 0,007 | 183.887 |
| Construção e Materiais | Média | -0136 | 0,807 | 0,032 | 2.466.466 |
| | Máximo | 0,171 | 0,934 | 0,185 | 5.237.038 |
| | Mínimo | -0,654 | 0,602 | -0,130 | 88.968 |
| Bens e Serviços Industriais | Média | -0,016 | 0,960 | -0,131 | 1.790.612 |
| | Máximo | 0,179 | 1,908 | -0,024 | 6.483.251 |
| | Mínimo | 0,168 | 0,494 | -0,312 | 42.957 |
| Alimentação e Bebidas | Média | 0,069 | 0,651 | 0,025 | 596.447 |
| | Máximo | 0,094 | 0,768 | 0,083 | 605.053 |
| | Mínimo | 0,045 | 0,533 | -0,032 | 587.841 |
| Bens Pessoais e Domésticos | Média | 0,0002 | 0,746 | 0,062 | 130.872 |
| | Máximo | 0,0002 | 0,746 | 0,062 | 130.872 |
| | Mínimo | 0,0002 | 0,746 | 0,062 | 130.872 |
| Retalho | Média | 0,180 | 0,797 | -0,050 | 4.341.259 |
| | Máximo | 0,251 | 0,962 | 0,132 | 7.740.715 |
| | Mínimo | 0,071 | 0,683 | -0,253 | 801.778 |
| <i>Media</i> | Média | 0,074 | 0,799 | -0,070 | 694.732 |
| | Máximo | 0,416 | 0,932 | -0,020 | 1.785.611 |
| | Mínimo | -0,283 | 0,677 | -0,136 | 174.105 |
| Viagens e Lazer | Média | -0,031 | 0,597 | -0,076 | 242.052 |
| | Máximo | 0,057 | 0,698 | -0,067 | 256.354 |
| | Mínimo | -0,118 | 0,496 | -0,085 | 227.750 |
| Telecomunicações | Média | 0,113 | 0,837 | 0,630 | 22.943.791 |
| | Máximo | 0,113 | 0,837 | 0,630 | 22.943.791 |
| | Mínimo | 0,113 | 0,837 | 0,630 | 22.943.791 |
| Serviços Públicos | Média | 0,117 | 0,746 | 0,113 | 22.877.126 |
| | Máximo | 0,117 | 0,768 | 0,160 | 41.280.577 |
| | Mínimo | 0,116 | 0,725 | 0,067 | 4.4473.675 |
| Tecnologia | Média | -0,119 | 0,705 | -0,027 | 159.444 |
| | Máximo | 0,022 | 1,043 | 0,011 | 217.498 |
| | Mínimo | -0,388 | 0,462 | -0,065 | 29.214 |

Variáveis Contabilísticas e Financeiras por Sector de Atividade (5/5).

| Sector de Atividade | | RCP | Endividamento | Varição das Vendas/Serviços Prestados | Total do Ativo |
|-----------------------------|--------|---------------|---------------|---------------------------------------|-------------------|
| Ano 2012 | | | | | |
| Petróleo e Gás | Média | 0,058 | 0,518 | 0,101 | 13.908.574 |
| | Máximo | 0,058 | 0,518 | 0,101 | 13.908.574 |
| | Mínimo | 0,058 | 0,518 | 0,101 | 13.908.574 |
| Produtos Químicos | Média | -0,046 | 0,745 | -0,122 | 71.785 |
| | Máximo | -0,046 | 0,745 | -0,122 | 71.785 |
| | Mínimo | -0,046 | 0,745 | -0,122 | 71.785 |
| Recursos Básicos | Média | 0,095 | 0,646 | 0,014 | 1.949.329 |
| | Máximo | 0,151 | 0,732 | 0,097 | 4.227.960 |
| | Mínimo | -0,030 | 0,456 | -0,062 | 167.630 |
| Construção e Materiais | Média | -0,201 | 0,817 | -0,061 | 2.759.903 |
| | Máximo | 0,170 | 0,970 | 0,153 | 7.089.505 |
| | Mínimo | -0,893 | 0,491 | -0,336 | 42.635 |
| Bens e Serviços Industriais | Média | 0,043 | 1,034 | -0,119 | 1.454.960 |
| | Máximo | 0,284 | 2,441 | 0,106 | 4.922.452 |
| | Mínimo | -0,239 | 0,396 | -0,263 | 33.634 |
| Alimentação e Bebidas | Média | 0,057 | 0,664 | -0,014 | 609.728 |
| | Máximo | 0,107 | 0,786 | 0,080 | 643.767 |
| | Mínimo | 0,007 | 0,541 | -0,108 | 575.688 |
| Bens Pessoais e Domésticos | Média | -0,117 | 0,767 | 0,006 | 130.435 |
| | Máximo | -0,117 | 0,767 | 0,006 | 130.435 |
| | Mínimo | -0,117 | 0,767 | 0,006 | 130.435 |
| Retalho | Média | -0,470 | 0,803 | -0,085 | 3.871.709 |
| | Máximo | 0,244 | 0,992 | 0,105 | 6.035.355 |
| | Mínimo | -1,696 | 0,693 | -0,298 | 686.800 |
| <i>Media</i> | Média | 0,128 | 0,779 | -0,128 | 631.051 |
| | Máximo | 0,288 | 0,897 | 0,002 | 1.610.953 |
| | Mínimo | -0,041 | 0,641 | -0,299 | 142.417 |
| Viagens e Lazer | Média | -0,054 | 0,591 | -0,114 | 227.602 |
| | Máximo | 0,024 | 0,703 | -0,109 | 231.220 |
| | Mínimo | -0,131 | 0,479 | -0,119 | 223.983 |
| Telecomunicações | Média | 0,114 | 0,858 | 0,065 | 20.095.743 |
| | Máximo | 0,114 | 0,858 | 0,065 | 20.095.743 |
| | Mínimo | 0,114 | 0,858 | 0,065 | 20.095.743 |
| Serviços Públicos | Média | 0,112 | 0,756 | -0,125 | 23.656.949 |
| | Máximo | 0,121 | 0,781 | 0,081 | 42.627.844 |
| | Mínimo | 0,103 | 0,732 | -0,331 | 4.686.054 |
| Tecnologia | Média | 0,044 | 0,710 | 0,005 | 163.025 |
| | Máximo | 0,088 | 1,078 | 0,151 | 218.956 |
| | Mínimo | 0,012 | 0,454 | -0,076 | 31.422 |