

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



ISCAL

A DIVULGAÇÃO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL
EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DO
PSI GERAL DA EURONEXT LISBOA
(2012-2013)

RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE *VS.*
DIVULGAÇÃO *ONLINE*

Ana Rita Mendes Silva

Lisboa, Outubro de 2014

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

A DIVULGAÇÃO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL
EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DO
PSI GERAL DA EURONEXT LISBOA
(2012-2013)

RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE *VS.* DIVULGAÇÃO
ONLINE

Ana Rita Mendes Silva

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 do Professor Especialista e Mestre Fernando Paulo Marques de Carvalho e coorientação do Professor Mestre Pedro Miguel Batista Pinheiro.

Constituição do Júri

Presidente _____ Professora Doutora Paula Gomes dos Santos

Arguente _____ Professor Doutor Jorge Martins Rodrigues

Vogal _____ Professor Especialista Fernando Carvalho

Lisboa, Outubro 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 meus pais, João e Paula, que
sempre acreditaram em mim e me
apoiaram, incondicionalmente.*

Agradecimentos

Esta dissertação é o culminar de um objetivo académico ao qual me propus e que não seria possível concretizá-lo sem o apoio e contributo de diversas pessoas que me rodeiam.

Quero expressar os meus sinceros agradecimentos a todos os que me auxiliaram neste longo processo que resultou de extensas horas de estudo, investigação, reflexão e trabalho durante as suas diferentes etapas.

Em primeiro lugar ao meu coorientador Professor Mestre Pedro Miguel Batista Pinheiro e ao meu orientador Professor Especialista e Mestre Fernando Paulo Marques de Carvalho, quero agradecer-lhes por terem aceitado enfrentar comigo este desafio e por toda a disponibilidade, auxílio e dedicação que me dispensaram ao longo da elaboração desta investigação. A vasta perspicácia, conhecimento, paciência e hábil orientação, de ambos, permitiram-me superar diversos obstáculos durante a elaboração desta dissertação.

Agradeço aos meus pais, João e Paula, pelo apoio incondicional, por terem sempre acreditado nas minhas capacidades e por me terem permitido transformar um sonho num objetivo, e posteriormente, numa realidade. À minha irmã, Mariana e ao Fábio David pelas palavras de conforto e motivação, por me fazerem acreditar que seria capaz de atingir o meu objetivo com sucesso. Assim, como a alguns elementos da minha família.

À minha querida amiga e colega, Liliana Cristina Pinto, por tudo, pelo apoio, motivação e ajuda ao longo não só da elaboração desta dissertação, mas também desde os tempos da Escola Secundária. Assim como, à minha amiga Professora Maria da Encarnação Rosa pela ajuda e simpatia.

Contudo, esta dissertação nunca teria sido possível sem o auxílio e apoio de todos aqueles que me facultaram todos os recursos necessários à sua elaboração. Assim, agradeço a todos aqueles que, não sendo aqui referidos, contribuíram direta ou indiretamente à realização deste trabalho de investigação.

Resumo

O presente estudo tem como objetivo, através dos dados disponibilizados pelas Empresas cotadas no PSI Geral da *Euronext* Lisboa (excluindo as Sociedade Anónimas Desportivas, nos anos 2012 e 2013), analisar o nível de divulgação de informação voluntária sobre Responsabilidade Social Empresarial quer nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI (versão G3.0), quer na *Presença Online* (*websites* e redes sociais) destas Empresas.

Procedeu-se à leitura dos Relatórios de Sustentabilidade (ou dos Relatórios Únicos de Gestão) publicados pelas Empresas nos anos de 2012 e 2013, quando disponibilizados por estas a fim de determinar quais os indicadores (e aspetos) mais (e menos) divulgados relativamente a cada desempenho (económico, ambiental e social) e verificar a evolução destes no período em análise. Posteriormente, procedeu-se à análise dos *websites* e redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*) considerando as variáveis definidas com o objetivo de verificar se estas Empresas têm *Presença Online* e se divulgam igualmente informação sobre Responsabilidade Social Empresarial *online*.

Destas análises, conclui-se que em média o nível de divulgação dos 79 indicadores (nos Relatórios de Sustentabilidade), ronda os 28% e 35%, verificando-se uma evolução negativa generalizada no nível de divulgação. Relativamente à *Presença Online*, verificou-se que estas Empresas divulgam igualmente informação *online*, recorrendo principalmente aos *websites* institucionais. Observou-se que a Rendibilidade, a Dimensão e o Setor contribuem para a divulgação de informação. Contudo, o Endividamento não é um fator influenciador.

Em conformidade com os resultados obtidos, conclui-se que a divulgação da informação sobre Responsabilidade Social Empresarial por parte das Empresas portuguesas é ainda reduzida e verifica-se particularmente nas áreas do desempenho ambiental e social.

Palavras-chave:

Divulgação voluntária, Responsabilidade Social Empresarial, GRI (*Global Reporting Initiative*), *Presença online*.

Abstract

The objective of this study is to analyse the level of voluntary accounting information about Corporate Social Responsibility either on Sustainability Reports based on the framework of GRI (version 3.0) or on the Online Presence (websites and social networks) of these companies. This goal is achieved through the analysis of data provided by companies listed on *Euronext* Lisbon (PSI Geral Index), excluding Sports Companies, in the years 2012 and 2013.

Bearing that in mind, it was done a content analysis based on available Sustainability Reports (or Sole Management Reports) published by Companies, concerning the economic years of 2012 and 2013. This analysis was done in order to determine the most and least disclosed indicators (and aspects) for each economic, environmental and social performance and to verify their evolution in the period under analysis. Afterwards, we have proceeded with the analysis of websites and social networks (Facebook and LinkedIn), considering the defined variables in order to verify whether these companies have online presence and also if they disclose information about online Corporate Social Responsibility.

As a result of these analyses, we have come to the conclusion that, on average, the level of disclosure of the 79 indicators (in Sustainability Reports), is around 28% and 35%. We could verify that there was a general negative development in the level of disclosure. Regarding Online Presence, it was found that these companies also disclose information online, especially using the institutional websites. It was observed that the profitability and the dimension factors as well as the business sector contribute to the disclosure of information. However, the debt is not an influencing factor.

According to the obtained results, we have concluded that Portuguese companies still disclose little information on Corporate Social Responsibility and the disclosed information is mainly on the areas of environmental and social performance.

Keywords:

Voluntary Disclosure, Corporate Social Responsibility, GRI (*Global Reporting Initiative*), *Online* presence.

Índice

Índice de Quadros e Tabelas	xi
Índice de Gráficos.....	xiii
Lista de Abreviaturas	xiv
1. Introdução	1
1.1. Relevância do Tema.....	1
1.2. Objeto.....	2
1.3. Objetivo.....	2
1.4. Motivação do Estudo.....	3
1.5. Metodologia Aplicada.....	3
1.6. Estrutura da Dissertação.....	4
2. Enquadramento Teórico	5
2.1. Responsabilidade Social Empresarial	7
2.1.1. Conceito	9
2.1.2. Teoria da Legitimidade	18
2.1.3. Teoria dos <i>Stakeholders</i>	20
2.1.4. Evolução Histórica.....	24
2.1.4.1. A Responsabilidade Social Empresarial até ao século XIX	25
2.1.4.2. A Responsabilidade Social Empresarial no século XX.....	26
2.1.4.3. A Responsabilidade Social Empresarial no século XXI.....	29
2.1.4.4. Em Suma	32
2.2. A Divulgação de Informação sobre Responsabilidade Social Empresarial de acordo com a estrutura <i>Global Reporting Initiative</i>	34
2.2.1. <i>Global Reporting Initiative</i> e os Relatórios de Sustentabilidade	35

2.2.2. Resultados de Estudos Efetuados.....	40
2.3. A Divulgação <i>Online</i> de Informação sobre Responsabilidade Social Empresarial ...	48
2.3.1. A <i>Internet</i>	48
2.3.2. A Importância dos <i>Websites</i> Institucionais e de Redes Sociais	49
2.3.3. Resultados de Estudos Efetuados.....	50
3. Enquadramento Metodológico	54
3.1. Objetivo do Estudo.....	54
3.2. Hipóteses do Estudo.....	54
3.3. Definição da População e Dimensão da Amostra.....	55
3.4. Recolha de Dados.....	56
3.5. Técnicas e Tratamento de Análise de Dados	61
4. Estudo Empírico	64
4.1. Análise Univariada.....	64
4.1.1. Caracterização da Amostra	64
4.1.2. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial.....	69
4.1.2.1. Análise dos Relatórios de Sustentabilidade baseados no referencial da GRI (2006).....	70
4.1.2.2. Análise da Presença Online	79
4.2. Análise Bivariada	83
4.2.1. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial GRI (2006).....	84
4.2.1.1. Relação entre a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade e os Fatores	85

4.2.1.2. Influência do Setor na relação entre os Fatores e a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade baseados no referencial GRI (2006).....	86
4.2.2. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial na Presença <i>Online</i>	94
4.2.2.1. Relação entre a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial na Presença Online e os Fatores.....	94
4.2.2.2. Influência do Setor na relação entre os Fatores e a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial na Presença Online.....	95
4.2.3. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade e na Presença <i>Online</i>	97
4.3. Análise Multivariada.....	98
4.3.1. Análise de Componentes Principais.....	98
4.3.1.1. Análise de Componentes Principais para o ano de 2012.....	99
4.3.1.2. Análise de Componentes Principais para o ano de 2013.....	101
5. Conclusão.....	105
5.1. Síntese Global do Estudo.....	105
5.2. Limitações ao Estudo e Perspetivas Futuras.....	110
Referências Bibliográficas.....	111
Apêndices.....	129
Apêndice A – Conceitos e Definições Ilustrativos de RSE.....	129
Apêndice B – População do Estudo.....	131
Apêndice C – Variáveis Dependentes (Indicadores de Desempenho).....	133
Apêndice D – Definição de Palavras-chave.....	135
Apêndice E – Amostra em Estudo.....	139
Apêndice F – Análise Univariada: Divulgação dos Indicadores de Desempenho Social.....	141
Apêndice G – Tabela de <i>Kaiser Meyer Olkin</i> (KMO).....	143

Índice de Quadros e Tabelas

Quadro 2.1 Alguns Contributos Importantes ao Desenvolvimento da RSE no Século XX.....	32
Quadro 2.2 Alguns Contributos Importantes ao Desenvolvimento da RSE no Século XXI.	33
Quadro 2.3 Evolução dos Aspetos e Indicadores de desempenho económico, ambiental e social da GRI.....	39
Quadro 3.1 Variáveis Dependentes da Presença <i>Online</i>	57
Tabela 4.1 Médias do Nível de Endividamento e da Rendibilidade dos Capitais Próprios.	66
Tabela 4.2 Nível de Endividamento por Setor de Atividade.....	67
Tabela 4.3 Rendibilidade dos Capitais Próprios por Setor de Atividade.	68
Tabela 4.4 Nível de Endividamento por Tipologia do Setor.....	68
Tabela 4.5 Rendibilidade dos Capitais Próprios por Tipologia do Setor.	69
Tabela 4.6 Divulgação dos Indicadores de Desempenho Económico.....	70
Tabela 4.7 Divulgação dos Indicadores de Desempenho Ambiental.....	71
Tabela 4.8 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Económico.....	74
Tabela 4.9 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Ambiental.....	76
Tabela 4.10 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Social.....	77
Tabela 4.11 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social.....	78
Tabela 4.12 Divulgação <i>online</i> de Detalhes de Projetos relacionados com RSE.....	80
Tabela 4.13 Divulgação <i>online</i> de Resultados de Projetos relacionados com RSE.	81
Tabela 4.14 Divulgação <i>online</i> de Possíveis Parcerias com ONG's, Governos e outros Grupos relacionadas com RSE.....	82
Tabela 4.15 Divulgação <i>online</i> da Definição da Empresa.....	83
Tabela 4.16 Relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2012.....	85
Tabela 4.17 Relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2013.....	86
Tabela 4.18 Influência do Setor 1 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2012.....	87

Tabela 4.19 Influência do Setor 1 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2013.....	88
Tabela 4.20 Influência do Setor 2 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2012.....	89
Tabela 4.21 Influência do Setor 2 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2013.....	89
Tabela 4.22 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social do Setor 1.....	90
Tabela 4.23 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social do Setor 2.....	91
Tabela 4.24 Relação entre a divulgação de informação sobre RSE <i>online</i> e os fatores.....	95
Tabela 4.25 Influência do Setor 1 na relação entre a divulgação de informação sobre RSE <i>online</i> e os fatores.....	96
Tabela 4.26 Influência do Setor 2 na relação entre a divulgação de informação sobre RSE <i>online</i> e os fatores.....	96
Tabela 4.27 Divulgação de informação sobre RSE <i>online</i> dos Setores 1 e 2.....	97
Tabela 4.28 Relação entre a divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e <i>Online</i>	98
Tabela 4.29 Coeficiente KMO e nível de significância ano de 2012.....	99
Tabela 4.30 Total da variância explicada ano de 2012.....	100
Tabela 4.31 Matriz de Componentes não rodada ano de 2012.....	101
Tabela 4.32 Matriz dos Coeficientes de Componentes de 2012.....	101
Tabela 4.33 Coeficiente KMO e nível de significância ano de 2013.....	102
Tabela 4.34 Total da variância explicada ano de 2013.....	102
Tabela 4.35 Matriz de Componentes não rodada ano de 2013.....	103
Tabela 4.36 Matriz dos Coeficientes de Componentes de 2013.....	103

Índice de Gráficos

Gráfico 4.1 Distribuição da Amostra consoante o Setor de Atividade.....	64
Gráfico 4.2 Distribuição da Amostra tendo por base a Tipologia do Setor.....	65
Gráfico 4.3 Distribuição da Amostra consoante a elaboração do seu Relatório de Sustentabilidade.	65
Gráfico 4.4 Médias do Nível de Endividamento por Setor de Atividade.....	66
Gráfico 4.5 Médias de Rendibilidade dos Capitais Próprios por Setor de Atividade.	67
Gráfico 4.6 Médias do Nível de Endividamento por Tipologia do Setor.....	68
Gráfico 4.7 Médias de Rendibilidade dos Capitais Próprios por Tipologia do Setor.....	69
Gráfico 4.8 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Económico.	74
Gráfico 4.9 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Ambiental.....	75
Gráfico 4.10 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Social.	76
Gráfico 4.11 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social.....	77
Gráfico 4.12 Presença <i>online</i> da Amostra.	79
Gráfico 4.13 Divulgação do Código de Ética ou do Código de Conduta <i>online</i>	80
Gráfico 4.14 Divulgação <i>online</i> de Detalhes de Projetos relacionados com RSE.....	80
Gráfico 4.15 Divulgação <i>online</i> de Resultados de Projetos relacionados com RSE.....	81
Gráfico 4.16 Divulgação <i>online</i> de Possíveis Parcerias com ONG's, Governos e outros Grupos relacionadas com RSE.....	81
Gráfico 4.17 Divulgação <i>online</i> do Relatório de Sustentabilidade.	82
Gráfico 4.18 Divulgação <i>online</i> da Definição da Empresa.	82
Gráfico 4.19 <i>Scree Plot</i> para o ano de 2012.....	100
Gráfico 4.20 <i>Scree Plot</i> para o ano de 2013.....	102

Lista de Abreviaturas

EUA – Estados Unidos da América.

GRI – *Global Reporting Initiative*.

ONG's – Organizações Não Governamentais.

ONU – Organização das Nações Unidas.

RCP – Rendibilidade dos Capitais Próprios.

RS – Responsabilidade Social.

RSE – Responsabilidade Social Empresarial.

SAD – Sociedade Anónimas Desportivas.

UE – União Europeia.

1. Introdução

Neste ponto justificar-se-á a relevância do tema escolhido, identificar-se-á o objeto, o objetivo e a motivação ao estudo, descrever-se-á a estrutura desta dissertação assim como a metodologia aplicada nesta investigação; e seguidamente encontrar-se-ão estes pontos desenvolvidos.

1.1. Relevância do Tema

O mundo está constantemente a alterar-se, pois as mentalidades mudam, surgem novas necessidades, novos desafios e novas oportunidades. Deste modo, os indivíduos assim como as Empresas têm de se adaptar às constantes mutações do mundo.

As Empresas são influenciadas pelo meio no qual atuam; existem diversos fatores que podem moldar a sua tomada de decisão, por exemplo, a conjuntura económica, isto porque as Empresas tomarão decisões consoante a conjuntura económica do país (se o país atravessa um período de crise ou se encontra num período de crescimento económico, de nível nacional e/ou internacional).

No universo empresarial há cada vez mais concorrência e menos distinção. Os *stakeholders* começam a atribuir maior importância às atividades desenvolvidas pelas Empresas, estando atentos se estas têm, ou não, um comportamento ético, social e ambientalmente responsável. Com isto, surge a necessidade por parte das Empresas de mostrarem uma boa imagem e manter boas relações com os seus *stakeholders*; visam desta forma destacar-se e distinguir-se das demais Empresas. Daí a importância da comunicação social empresarial, tornando-se deste modo o meio de comunicação mais apropriado e relevante à divulgação de informações e de questões deste tipo.

Waller e Lanis (2007) afirmam que o mundo empresarial está, cada vez mais, a dar a devida importância à Responsabilidade Social Empresarial (RSE). As grandes Empresas multinacionais estão a divulgar, cada vez, mais informação voluntária acerca das suas ações de RSE, especialmente a fim de transmitirem uma boa imagem perante a Sociedade. Contudo, estas ações por vezes, servem para camuflar ações que a Sociedade reprova, tais como gestão fraudulenta, atentados ambientais, má aplicação do capital, entre outras; levantando assim a algumas questões éticas.

Em suma, o progresso tecnológico e dos meios de comunicação provocou um crescente interesse por esta temática assim como a mutação e evolução das mentalidades dos cidadãos que estão mais sensibilizados a questões de cariz social e ambiental, a exigência cada vez maior dos consumidores, o agravamento do desemprego e da exclusão social, os inúmeros atentados ambientais por parte das Entidades e dos cidadãos, a má gestão e a falta de transparência por parte das Entidades. A globalização das economias e as preferências e valores dos mercados (Marques e Teixeira, 2008) são alguns dos fatores que contribuíram para a definição e importância do conceito de RSE.

Deste modo, as Empresas estão cada vez mais conscientes de que necessitam de ter um comportamento socialmente responsável e que isso lhes poderá proporcionar benefícios.

1.2. Objeto

Tendo em conta a crescente evolução tecnológica, a exigência de transparência por parte dos *stakeholders* (partes interessadas nas informações empresariais quanto à RSE) pretende-se com esta investigação analisar e avaliar a divulgação de informação acerca da RSE, sendo este o objeto geral desta investigação.

Este trabalho dividir-se-á em duas partes; uma primeira parte teórica – onde se fará uma revisão da literatura, onde se abordarão os tópicos teóricos do trabalho; e uma segunda parte que abrangerá uma investigação através de análise de conteúdo, análise univariada, bivariada e multivariada.

Escolheu-se este tema a fim de compreender se as Empresas que integram o PSI Geral da *Euronext* Lisboa (excluindo as Sociedade Anónimas Desportivas) divulgam informação sobre RSE tanto nos seus Relatórios de Sustentabilidade como nos seus *websites* e redes sociais.

1.3. Objetivo

Os principais objetivos deste estudo passam por analisar o nível de divulgação de informação sobre RSE, isto é, se as Empresas do PSI Geral divulgam informação somente nos seus Relatórios de Sustentabilidade, ou se já utilizam a *internet* como meio de comunicação (via *websites* institucionais e redes sociais); apurar que tipo de desempenho as Empresas mais divulgam (económico, social ou ambiental); e ainda, verificar se existe

uma evolução na divulgação de informação sobre RSE, comparando os resultados de 2013 com os de 2012.

1.4. Motivação do Estudo

A principal motivação à elaboração do presente estudo foi o facto de, embora a divulgação de informação sobre RSE ser uma área de interesse de debate bastante atual, em Portugal haver pouca investigação nesta área. Sendo a *Internet* o meio de comunicação e divulgação de informação mais atual que permite em tempo real e em qualquer localização o acesso à informação pretendida (que poderá ser atualizada ao minuto), o que alterou o campo de atuação das Empresas. Assim, pretende-se tentar perceber até que ponto as Empresas divulgam informação acerca da sua Responsabilidade Social (RS), quer nos seus Relatórios de Sustentabilidade, quer nos seus *websites* institucionais ou de redes sociais.

1.5. Metodologia Aplicada

Nesta investigação aplicar-se-á a análise de conteúdo, uma vez que é considerada a mais utilizada na recolha de informação pelos investigadores da área de *Corporate Social Reporting*; ou seja, transformar-se-á a informação de RSE recolhida em dados quantitativos a fim de se proceder ao cálculo da divulgação de informação sobre RSE, assim como se recolherão informações dos Relatórios Consolidados Anuais, Relatórios de Sustentabilidade e dos *websites* e redes sociais das Empresas para calcular a rendibilidade, o endividamento e a dimensão da Empresa e ainda para o enquadramento no setor ao qual a Empresa pertence. De seguida, efetuar-se-á uma análise univariada, recorrendo-se à estatística descritiva; sendo que neste estudo, a medida de tendência central é a média, a fim de se conhecer o nível de divulgação de cada indicador e os aspetos económico, ambiental e social, e neste sentido avaliar a sua importância. Posteriormente, a fim de responder às hipóteses de investigação, proceder-se-á à análise bivariada dos dados com o intuito de melhor compreender a relação entre o nível de divulgação e os fatores considerados relevantes, isto é, o coeficiente de correlação entre as variáveis; sendo que utilizar-se-á a correlação linear de *Kendall's Tau_b*, com testes de significância *Two-tailed*. E por fim, efetuar-se-á uma análise multivariada dos dados que consiste no apuramento da relação, existente ou não, entre mais de duas variáveis recorrendo-se à

análise de componentes principais a fim de se determinar a existência de possíveis correlações e a existência de dimensões, ou seja, neste estudo serão utilizadas as componentes principais do coeficiente *KMO*, a variância total explicada, o *Scree Plot* e a rotação *Varimax*. Utilizar-se-á o *software SPSS* (versão 21.0) para o tratamento estatístico dos dados.

1.6. Estrutura da Dissertação

Quanto à estrutura da dissertação, no presente Capítulo (1), fez-se uma breve introdução ao tema em estudo, mencionando a relevância do mesmo, qual o objeto e objetivos do estudo, qual a motivação assim como qual a metodologia aplicada à realização do estudo.

Posteriormente, no Capítulo 2 (Enquadramento Teórico) abordar-se-ão diversos assuntos relevantes, isto é, efetuar-se-á uma revisão da literatura que incidirá, essencialmente, na análise da literatura sobre a RSE; a divulgação de informação acerca da RSE por parte das Entidades através quer dos seus Relatórios de Sustentabilidade quer da *Internet*, isto é, através da sua presença *online*. Começa-se por abordar o conceito, algumas teorias e a evolução da RSE; de seguida analisa-se a importância da divulgação de informação de acordo com os critérios da *Global Reporting Initiative* (GRI) (versão 3.0); e investigou-se quais os estudos já realizados sobre a divulgação de informação acerca da RSE através quer dos Relatórios de Sustentabilidade, quer da presença *online* (*websites* e redes sociais).

No Capítulo 3 elaborou-se um Enquadramento Metodológico, mencionando qual o objetivo e hipóteses do estudo, qual a sua População/Amostra, qual o processo de recolha de dados assim como quais as técnicas e tratamento de análise de dados executados.

O Estudo Empírico encontra-se no Capítulo 4, onde se apresenta tanto as análises efetuadas (univariada, bivariada e multivariada) como os resultados obtidos. E no último Capítulo (5), encontra-se a conclusão assim como as limitações e perspetivas futuras do estudo.

2. Enquadramento Teórico

As questões sociais e ambientais têm influenciado o quotidiano de muitos cidadãos e Organizações. Isto porque quer os cidadãos, quer as Organizações tentam alterar os seus comportamentos ambientais e sociais em função da Sociedade onde estão inseridos; na qual há uma reciprocidade de influências – as Organizações são influenciadas e influenciam a Sociedade onde atuam.

Além de ambicionarem uma «boa saúde financeira», as Organizações pretendem mostrar à Sociedade uma «boa imagem», visando reduzir as disparidades de informação que possivelmente hajam entre elas e as partes interessadas – *stakeholders* (Brammer e Pavelin, 2004).

Os Relatórios e Contas e os Relatórios de Sustentabilidade são exemplos dos instrumentos de comunicação que as Organizações usam a fim de mostrar que são “boas cidadãs”. Recentemente, algumas Organizações usam igualmente os seus *websites* e redes sociais com a mesma finalidade.

Assim, neste contexto surge o interesse de estudar onde as Empresas portuguesas divulgam informação sobre a RS, nos seus Relatórios de Sustentabilidade, nos seus *websites*, dado que em Portugal a divulgação dessa informação não é obrigatória (embora já existam normas contabilísticas e de relato financeiro acerca das Matérias Ambientais e sobre os Benefícios dos Empregados).

Os cidadãos assim como as Organizações têm de se adaptar às constantes alterações do mundo, isto devido à constante metamorfose do mundo pois as mentalidades alteram-se, surgem novas ideias, novas oportunidades, novas necessidades, novos desafios.

As Organizações são igualmente influenciadas pelo ambiente onde atuam, existindo diversas variáveis que podem influenciar a sua tomada de decisões – por exemplo, à partida, as Organizações tomarão decisões dissemelhantes em função da conjuntura económica do país, isto é, se se encontrar num período de crescimento económico ou de crise, a nível nacional e/ou internacional.

Existe cada vez um maior nível de concorrência e menos diferenciação no mundo empresarial. Os *stakeholders* estão cada vez mais atentos às ações praticadas pelas Organizações, isto é, se estas detêm, ou não, um comportamento ético, social e

ambientalmente responsável; surgindo deste modo a necessidade de mostrarem uma boa imagem e manterem boas relações com os seus *stakeholders* (Unerman, 2000). E ao desempenharem tais ações, poderão, à partida, distinguir-se das demais. A comunicação empresarial está a tornar-se o meio de comunicação mais importante na divulgação desse tipo de questões por parte das Organizações (Gray, Kouhy e Lavers, 1995a).

Uma vez que a divulgação de informação voluntária permite aos *stakeholders* efetuar uma melhor avaliação do futuro da organização assim como da sua capacidade em gerar riqueza, estes tornam-se cada vez mais exigentes (Goh e Lim, 2004), exercendo, em certos casos, pressões a fim de as Organizações praticarem e adotarem ações socialmente responsáveis relacionadas com condições de trabalho; direitos humanos; e o meio ambiente (Mota e Dinis, 2005).

As estratégias de RSE pretendem auxiliar cada vez mais o desenvolvimento social, nomeadamente através da preservação do meio ambiente, da criação de melhores condições de trabalho, de práticas de excelência na fabricação de produtos e na prestação de serviços, e da implementação de projetos que visem o desenvolvimento sustentável das Sociedades onde se inserem. Isto é, as estratégias de RSE visam garantir a transparência e a ética nos negócios das Organizações.

Considera-se óbvio de que atualmente o papel e o valor de uma Organização não passam somente pelo lucro como remuneração do capital investido, pois entende-se que as Organizações deverão assumir um compromisso não só económico mas também social na Sociedade onde estão inseridas e o facto de adotarem políticas de boas práticas sociais contribui não só para o desenvolvimento da Sociedade em que estão inseridas, como também para aumentar o próprio valor da Organização.

O interesse por esta temática em Portugal surgiu há três décadas, sensivelmente. Diversos autores apontam a consciencialização das pessoas pelo meio ambiente e pelas questões sociais, e ainda os grandes atentados contra a natureza como as causas do súbito interesse por esta temática. Deste modo, o sucesso económico e financeiro está, atualmente, relacionado com o desempenho social e ambiental, sendo do conhecimento das Entidades (Mota e Dinis, 2005).

Assim, começar-se-á por abordar o conceito, algumas teorias e a evolução da RSE. De seguida, far-se-á menção à divulgação voluntária de informação tendo por base a estrutura

da GRI na sua versão 3.0 enquanto referencial à divulgação de informação sobre a RS, isto é, qual a sua importância, estrutura, assim como os resultados de estudos já efetuados. Posteriormente abordar-se-á a divulgação voluntária de informação relativa à RS na *Internet* – a sua importância, evolução, assim como os resultados de estudos já efetuados a seu respeito.

2.1. Responsabilidade Social Empresarial

A RSE, segundo o *site* do Portal da Empresa, é a «integração voluntária de preocupações sociais e ambientais» nas práticas do quotidiano das Organizações e na relação com todas as partes interessadas. Ou seja, trata-se quer de uma contribuição positiva para a Sociedade, quer de uma gestão dos impactos ambientais e sociais por parte da Organização a fim de assegurar e aumentar a sua competitividade.

Quando uma Organização, aquando da tomada de decisão, tem em consideração a comunidade onde se insere e o ambiente onde atua, está a ser socialmente responsável.

Existem autores que defendem que as Organizações, «como motor de desenvolvimento económico, tecnológico e humano, só se realizam plenamente» quando consideram no desempenho da sua atividade o respeito pelos direitos humanos, o investimento na valorização pessoal, a proteção do ambiente, o combate à corrupção, o cumprimento das normas sociais e o respeito pelos valores e princípios éticos da Sociedade em que se inserem; pois crê-se que isto gera mais-valias.

Diversos autores defendem que só a partir das décadas de 1960/1970 é que a Sociedade começou a exigir que as Organizações deixassem de se preocupar somente com questões económicas e fiscais. Esta exigência refere-se a questões ambientais e sociais, de modo a que as Organizações sejam, no geral, ambiental e socialmente responsáveis; tornando-se essa exigência cada vez maior ao longo do tempo.

Consistindo a função fundamental de uma Empresa na criação de valor através da produção de bens e/ou prestação de serviços, criando deste modo riqueza aos seus proprietários e gerando bem-estar à Sociedade, especialmente por meio de criação de emprego contínua. Os valores e horizontes da atividade empresarial estão a alterar-se devido às pressões sociais e de mercado, cada vez maiores. Assim, as políticas

económicas, culturais e sociais estão cada vez mais interligadas e têm cada vez mais impacto, devido à globalização dos mercados (Carroll, 1999).

Uma vez que a Empresa emprega, transforma e gere recursos visando futuramente a obtenção de lucros (sendo esta a sua definição), a RSE surge «como uma medida de política empresarial que ultrapassa e vai além das metas meramente produtivas» (Fontes, 2011: 1).

É de realçar, em 2001, a introdução do Livro Verde na Comunidade Europeia (atualmente designada por União Europeia) intitulado “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das Empresas”, visando enaltecendo a importância da RSE. De acordo com o mesmo, a maior parte das definições da RSE descrevem este conceito como «a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das Empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas» (Livro Verde, ponto 2.20). E ainda, «[s]er socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais - implica ir mais além através de um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais» (Livro Verde, ponto 2.21). Com isto, pode concluir-se que a gestão empresarial não deverá ser orientada visando unicamente o cumprimento dos interesses dos acionistas, mas sim tendo em consideração todos os *stakeholders*. O Livro Verde demonstra que a assunção de RS pelas Empresas contribui para o aumento da sua produtividade, rentabilidade e competitividade.

Pode afirmar-se que uma das Entidades que mais tem apelado às teses da RSE é a Comissão Europeia, pois no seu Livro Verde está nitidamente incluída a tese do desenvolvimento sustentável (o desenvolvimento que permite às gerações presentes satisfazer as suas necessidades, sem pôr em causa a mesma possibilidade às gerações futuras) e a noção de que as Empresas devem prosseguir três tipos de objetivos: económicos, sociais e ambientais.

O empresário atual reconhece que o sucesso económico e financeiro está intimamente relacionado com a integração dos valores do desenvolvimento sustentável. Ou seja, as Empresas têm de considerar nas suas atividades o impacto económico, social e ambiental. Esta tridimensionalidade, igualmente denominada pela expressão anglo-saxónica de *Triple Bottom Line*, reflete o novo pensamento dos empresários baseado numa gestão orientada

por objetivos relacionados tanto com os lucros, como com o planeta e com a humanidade (Mortal e Mortal, 2005).

Após efetuada a revisão da literatura sobre RSE, pode concluir-se que esta tem sido alvo de grande debate e controvérsia; a mesma nomenclatura é utilizada para significados divergentes. Segundo Votaw (1972), a RSE significa algo, mas nem sempre é entendida da mesma forma pelas pessoas, isto é, para alguns, a RSE representa a ideia da responsabilidade ou das obrigações legais; para outros, significa um comportamento socialmente responsável, em sentido ético; e ainda para outros, significa «ser responsável por algo», no sentido casual. Muitos consideram-na como contribuições quantitativas (como por exemplo, remunerações aos colaboradores e pagamento de impostos).

Deste modo abordar-se-á o conceito de RSE assim como algumas teorias explicativas, e ainda a sua evolução histórica.

2.1.1. Conceito

Durante o século XX, o conceito de RSE foi desenvolvido tanto como uma ideia empresarial (Porter e Kramer, 2006; Donham, 1927), como um conceito académico (Bowen, 1953; Walsh, Weber e Margolis, 2003; Clark, 1916). O desenvolvimento do conceito não foi linear; tendo ocorrido na segunda década do século XX o seu maior desenvolvimento, o maior do último século (de Bakker, Groenewegen e den Hond, 2006; Lockett, Moon e Visser, 2006; Margolis e Walsh, 2003; Gond e Moon, 2011).

Segundo Gond e Moon (2011), a RSE, em geral, refere-se à:

- a) expectativa de que o negócio tem responsabilidades perante a Sociedade – no sentido de prestação de contas (Bowen, 1953; Carroll, 1979) – e é responsável pela Sociedade – no sentido de compensar as externalidades negativas e contribuindo para o bem-estar social (Crouch, 2006; Arrow, 1974);
- b) expectativa de que o negócio se realize de forma responsável (Carroll, 1979); e, mais especificamente

- c) gestão de negócios da inter-relação Empresa-Sociedade através do reforço das relações com os *stakeholders* (Barnett, 2007; Gond e Matten, 2007; Freeman, 1984 *apud* Gond e Moon, 2011¹).

No entanto, como se verá posteriormente, tanto as definições como os conceitos utilizados na descrição dos fenómenos sociais associados à RSE têm variado. Embora essas transformações, em geral, tenham refletido sólidos desenvolvimentos conceptuais (Wood, 1991; Carroll, 2008) ou mudanças nas práticas e visões de gestão, essas transformações também revelam o espírito da época, dado que acompanham o ciclo de consultoria e de modas de gestão (Economist, 2005; Abrahamson, 1996; den Hond, de Bakker e Neergard, 2007).

Assim, a RSE pode ser entendida como dinâmica, coincidente e contextual. A sua qualidade dinâmica deve-se, em grande parte, à evolução das relações Empresa-Sociedade – através de novos ou revigorados entendimentos de irresponsabilidade, inclusive. O carácter de coincidência da RSE revela que é uma espécie de «conceito de *cluster*», estando correlacionado com áreas como a ética empresarial, a *corporate governance*, a estratégia de negócios, a sustentabilidade, as relações entre as Empresas e a Sociedade e entre as Empresas e o Governo, por exemplo. Embora o aparecimento do conceito de RSE tenha sido mais evidente nos Estados Unidos da América (EUA), é igualmente verdade que a RSE também surgiu em diversos contextos nacionais, refletindo diferentes contextos políticos, económicos, sociais, institucionais, éticos e de *corporate governance*, de tal forma que as histórias de RSE podem ser relatadas em diversos países. Além disso, mesmo dentro e fora do país, diferentes setores desenvolveram trajetórias distintas de RSE, refletindo muitas vezes os respetivos saldos de risco e oportunidade, ou estrutura de mercado e da propriedade; daí o seu carácter contextual (Gond e Moon, 2011).

Como resultado do seu carácter dinâmico, coincidente e contextual, diversos conceitos e estruturas têm sido usados para descrever e teorizar os fenómenos sociais correspondentes à RSE – por exemplo, Responsabilidade dos Empresários, Desempenho Empresarial, Capacidade de Resposta Social, o *Triple Bottom Line*, Responsabilidade Empresarial do *Stakeholder* ou a Cidadania Empresarial. Garriga e Melé (2004) e Gond e Matten (2007)

¹ FREEMAN, R. E. – *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman, 1984.

afirmam que, no caso específico da RSE, o conjunto de fenómenos abrangidos por este amplo conceito refere-se, em geral, à relação dos negócios com a Sociedade.

Do ponto de vista empresarial, o conceito de RS surgiu nos EUA em meados das últimas décadas do século XIX a partir de uma tradição de paternalismo industrial ou filantropia fundamentada nas crenças religiosas dos principais «capitães da indústria», como Andrew Carnegie ou John D. Rockefeller (Carroll, 2008; Gond e Moon, 2011). Ao contrário de uma conceção aceite (por exemplo, Porter e Kramer, 2006), a RS foi moldada pelos próprios empresários (Bowen, 1953; Frederick, 1986). É em grande medida um subproduto do mais amplo movimento de profissionalização administrativa (ver, por exemplo, Donham, 1927) que acompanhou a separação progressiva da propriedade empresarial do controlo empresarial (Berle e Means, 1932 *apud* Gond e Moon, 2011²). Esta separação criou uma necessidade à nova classe de «gestores profissionais» de justificar o seu estatuto social à Sociedade, bem como a possibilidade de fazê-lo, para reforçar as formas de poder discricionário administrativo que não tinha precedente histórico (Friedman, 1970; Bowen, 1953; Berle e Means, 1932 *apud* Gond e Moon, 2011³).

Como uma ideologia, a RS tem como objetivo reforçar a legitimidade tanto de «grandes negócios» como da sua gestão (Acquier e Gond, 2007; Pasquero, 2005).

A legitimidade das novas «grandes Empresas» sujeitas a uma tendência evolutiva foi realmente contestada, no início do século anterior (Chandler 1962⁴, 1977⁵ *apud* Gond e Moon, 2011).

Por um lado, os chamados «*muckrakers*»⁶ que denunciaram escândalos empresariais (por exemplo, o livro «*The Jungle*»⁷ de Upton Sinclair publicado em 1906) levantando preocupações públicas sobre regulamentação empresarial (Markham, 2002). Por outro

² BERLE, A.; MEANS, G. – *The modern corporation and private property*. New York: Transaction, 1932.

³ Ibid.

⁴ CHANDLER, A. – *Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise*. Washington DC: Beardbooks, 1962.

⁵ CHANDLER, A. – *The Invisible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. Cambridge MA: Harvard University Press, 1977.

⁶ *Muckrakers* são jornalistas que investigam e denunciam delitos, tais como atos criminosos ou corrupção cometidos por indivíduos (muitas vezes empresários poderosos) visando o lucro.

⁷ Este livro basicamente retrata a história de uma família de imigrantes que vai para a América e começa a trabalhar numa Indústria de Carne em Chicago, cujas condições laborais são desumanas (mão-de-obra exageradamente barata e pouca higiene e segurança no trabalho); os produtos eram vendidos mesmo que estivessem deteriorados; apenas se visava o enriquecimento dos proprietários e acionistas da Indústria.

lado, este desenvolvimento descontrolado da «hierarquia» – uma característica intrínseca às Empresas como formas organizacionais (Williamson, 1985 *apud* Gond e Moon, 2011⁸) – foi entendido como uma ameaça direta aos ideais democráticos americanos (Miller e O'Leary, 1989). Neste novo contexto, os executivos começaram a pensar na percepção que o público em geral tinha das suas atividades empresariais. Assim, criaram-se os primeiros departamentos de «relações públicas»; com eles surgiu a ideia de que as Empresas têm o dever de servir o público em geral e difundida a noção de serviço público, que corresponde a uma forma primitiva de RS (Heald, 1970 *apud* Gond e Moon, 2011⁹; Toynbee, 1953 *apud* Gond e Moon, 2011¹⁰).

De acordo com Toldo (2002 *apud* Rosa, 2012¹¹), foi a partir de 1916, com o julgamento nos tribunais americanos do caso Henry Ford, que a questão da responsabilidade empresarial se tornou patente: os acionistas a contestarem a decisão de Ford – a não distribuição de parte dos dividendos aos acionistas e investimento na capacidade produtiva, aumento de salários e do fundo de reserva para a diminuição esperada de receitas devido à redução de preços dos carros – argumentando a concretização de objetivos sociais. Os tribunais decidiram a favor dos acionistas por entenderem que as Empresas existem para benefício destes. Assim, a partir deste caso e sobre clima da Grande Depressão e da II Guerra Mundial, começaram a aparecer fortes oposições à conceção de que a Empresa deveria apenas responder aos seus acionistas.

Na década de 1920, a RS foi mais comumente abordada por gestores em termos de «*stewardship*» (gestão) e de «*trusteeship*» (tutela), duas noções inspiradas na religião protestante (Bowen, 1953; Carroll, 2008). A «*Stewardship*» defende que aqueles que possuem propriedades têm o dever de usá-las e administrá-las, não exclusivamente para os seus próprios fins, mas de forma a poder servir as necessidades da Sociedade, enquanto a «*Trusteeship*» defende que o proprietário é um administrador responsável diante de Deus e da Sociedade» (Bowen, 1953). De acordo com Heald (1961¹², 1970¹³ *apud* Gond e Moon,

⁸ WILLIAMSON, O. – *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: Free Press, 1985.

⁹ HEALD, M. – *The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900 - 1960*. Cleveland: The Press of Case Western Reserve University, 1970.

¹⁰ TOYNBEE, A. – *The World and the West*. Oxford: Oxford University Press, 1953.

¹¹ TOLDO, M. – *Responsabilidade Social Empresarial, Premio Ethos Valor, Responsabilidade das Empresas: a contribuição das Universidades São Paulo*. Peirópolis: Peirópolis Editora, 2002.

¹² HEALD, M. – Business Thought in the Twenties: Social Responsibility. *American Quarterly*. 13:2 (1961) 126-139.

2011) estes dois conceitos fundamentaram a ideologia que lançou as bases ao desenvolvimento da RSE nos EUA até aos anos 1960; e a inovação mais notável da década de 1950/60 seria a formulação e difusão do conceito da própria RS. É de notar que em menos de 50 anos, a RSE foi sucessivamente abordada no mundo empresarial através de noções tão diversas como «serviço público», «administração», «tutela» e, finalmente, «RS».

Entre a década de 1950 e 1960, a RS passou da prática ao mundo académico; tornando-se, a RSE, por si só um conceito teórico (Heald, 1970 *apud* Gond e Moon, 2011¹⁴). Este processo acelerou o ritmo das transformações do conceito de RSE.

Howard R. Bowen é por muitos considerado o fundador da «RSE moderna» (Wood, 1991; Carroll, 2008; Carroll, 1999), através da publicação do seu livro de referência «*Social Responsibilities of the Businessman*», em 1953; tendo definido a RS como as obrigações dos empresários de adotar determinadas políticas ou orientações, de tomar determinadas decisões ou de seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os objetivos e valores da Sociedade (Bowen, 1953). Esta primeira definição de RS dos empresários incentivou a aperfeiçoamentos académicos e (re)definições sucessivos, posteriormente.

O Quadro 2.A (consultar Apêndice A) fornece uma visão geral do desenvolvimento do conceito da RSE, que já foi revisto por Carroll (1999, 2008) em profundidade. Para destacar o fenómeno social da RSE, diversos autores propuseram conceitos alternativos, como a capacidade de resposta social empresarial («RSE 2») que na década de 1970 se centrou na gestão de questões sociais (por exemplo, Frederick, 1978/1994) ou o desempenho social empresarial que visa integrar a noção prévia de RS (por exemplo, Carroll, 1979).

De acordo com a AECA (2004), a RSE é o compromisso voluntário das Empresas com o desenvolvimento da Sociedade e com a preservação do meio ambiente, através da sua composição social e de um comportamento responsável para com as pessoas e com os grupos sociais com os quais interagem. A RSE visa satisfazer as necessidades das partes interessadas através de determinadas estratégias, cujos resultados não-de ser medidos, verificados e comunicados adequadamente. A RSE vai além do mero cumprimento da

¹³ HEALD, M. – *The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900 - 1960*. Cleveland: The Press of Case Western Reserve University, 1970.

¹⁴ *Ibid.*

legislação estabelecida e da obtenção de resultados exclusivamente económicos de curto prazo. Supõe-se um planeamento estratégico que afeta a tomada de decisão e as operações de toda a Organização, criando valor a longo prazo e contribuindo de forma significativa para a obtenção de vantagens competitivas sustentáveis/duradouras.

Holme e Watts (2000) defenderam que a RS pode ser interpretada como um compromisso assumido pela Empresa na contribuição ao desenvolvimento económico sustentável, trabalhando conjuntamente com os seus funcionários, as suas famílias, a comunidade local e com a Sociedade em geral a fim de «melhorar a sua qualidade de vida». Ou seja, pretende-se não só saber como é que as Empresas obtêm lucros através de práticas de RS, por exemplo, relativamente aos seus colaboradores, à proteção ambiental, à ética e à transparência nos negócios, mas também como destinam e aplicam esses lucros, isto é, se aplicam no bem-estar da comunidade onde se inserem.

Segundo o Instituto Ethos (2001), a RSE está relacionada com a capacidade da Empresa atender aos interesses dos diferentes públicos com os quais interage em simultâneo, sendo capaz de integrá-los no planeamento das suas atividades. Ou seja, a Empresa é socialmente responsável quando consegue criar valor para os seus *stakeholders*, isto é, não apenas para os seus proprietários/acionistas, mas sim para todos os demais com os quais se relaciona: os empregados, os fornecedores, os clientes, o Governo, o meio ambiente e a Sociedade.

Deste modo, pode afirmar-se que a RSE é um modo de gestão baseado nas relações éticas, responsáveis e transparentes da Empresa com todos os seus *stakeholders*, bem como pela determinação de objetivos empresariais tendo em conta os princípios do desenvolvimento sustentável, que pressupõe a utilização dos recursos ambientais e sociais no presente, sem prejudicar, ou até mesmo impossibilitar, o usufruto de tais recursos pelas gerações futuras (Comissão Europeia, 2002; Leandro e Rebelo, 2011; Ramachandran, 2011; Feitosa, Souza e Gómez, 2014). Ramachandran (2011) concluiu que os atuais debates sobre a gestão da RSE enfatizam as questões sociais, visto que uma organização empresarial ao abordar tais questões também melhora a sua posição competitiva, afirmando que as Organizações deverão desenvolver capacidades dinâmicas a fim de estabelecerem condições à utilização da RSE como uma base à vantagem competitiva.

Wood (1991) afirmou que as Empresas e a Sociedade estão interligadas, não sendo entidades independentes, isto é, relacionam-se, sendo esta a ideia básica da RSE.

Dahlsrud (2008) publicou um estudo onde analisou 37 definições de RSE, cuja base são as cinco dimensões encontradas aquando da sua revisão da literatura. Assim, segundo o autor, as cinco dimensões que compõem a base de todas as definições de RSE são: a dimensão ambiental (quando a definição estiver codificada na dimensão e se se referir ao meio ambiente); dimensão social (quando a definição estiver codificada na dimensão e se se referir à relação entre as Empresas e a Sociedade); dimensão económica (quando a definição estiver codificada na dimensão e se se referir aos aspetos socioeconómicos ou financeiros, incluindo a descrição da RS em termos de uma operação de negócio); dimensão dos *stakeholders* (quando a definição estiver codificada na dimensão e se se referir aos *Stakeholders* ou grupos de *stakeholders*); dimensão do voluntariado (quando a definição estiver codificada na dimensão e se se referir às ações não prescritas por lei). Este autor concluiu que o desafio para a Empresa não é definir a RSE, mas sim o de compreender como a RSE é socialmente construída num contexto específico e como ter isso em consideração aquando do desenvolvimento das estratégias empresariais.

Fernandes (2010: 1) definiu RSE «como o respeito pelos direitos dos colaboradores, cumprimento de normas sociais, respeito pelos valores e princípios éticos da Sociedade em que se insere, que se reflectem na motivação dos trabalhadores e consequente aumento de produtividade».

Em 2011, a Comissão Europeia (2011: ponto 3.1.) redefiniu o conceito de RSE; assim, segundo a sua nova definição a RSE é «a responsabilidade das Empresas pelo impacto que têm na Sociedade». Para honrar essa responsabilidade as Empresas deverão respeitar a legislação aplicável assim como os acordos coletivos entre parceiros sociais. Deste modo, as Empresas devem adotar processos com o objetivo de «integrar as preocupações de índole social, ambiental e ética, o respeito dos direitos humanos e as preocupações dos consumidores nas respectivas actividades e estratégias, em estreita colaboração com as partes interessadas», visando a maximização da «criação de uma comunidade de valores» quer para os proprietários/ acionistas, quer para as demais partes interessadas, quer ainda para a Sociedade em geral; e visando igualmente identificar, evitar e atenuar os seus possíveis impactos negativos.

Observando o Quadro 2.A (consultar Apêndice A) e em conformidade com Gond e Moon (2011), as mudanças conceptuais têm sido tão numerosas ao longo do último meio século que se pode legitimamente questionar se ainda se fala no mesmo conceito; não tendo esta

questão uma resposta simples, essencialmente, por três razões. Em primeiro lugar, o mesmo conceito e sigla correspondente à RSE (CSR, em inglês) pode referir-se substancialmente a diferentes elementos: comparando as definições de RS de empresários de Bowen (1953) e de Friedman, (1970); ou a definição de RSE de McGuire (1963) e de Basu e Palazzo (2008). Em segundo, o aparecimento de um novo conceito não visa necessariamente a substituição de conceitos anteriores; e o seu posicionamento entre os conceitos mais recentes e os mais antigos nem sempre é claro. Por exemplo, Matten e Crane (2005) mostraram que a cidadania empresarial tem sido descrita como subcomponente da RSE, como sinónimo de RSE e ainda como uma alternativa à RSE. E por fim, tem-se recorrido a vocabulários de outras disciplinas para se definir a RSE, como por exemplo ao conceito de «externalidade» da Economia (Crouch, 2006), ao conceito de «cidadania empresarial» das Ciências Políticas (Moon, Crane e Matten, 2005). Outra mudança notável é o uso quase sistemático, desde a década de 1990, do conceito de *stakeholders* para a definição de RSE (por exemplo, Basu e Palazzo, 2008; Maignan, 2001; Wood, 1991).

Contudo, uma breve revisão do Quadro 2.A (consultar Apêndice A) sugere que as antigas e as novas definições de RSE partilham de algumas características recorrentes e duradouras, como o foco nas atividades que estão além do que é exigido por lei e um foco na Organização e/ou na sua gestão como a unidade principal de análise. No entanto, a sucessão de noções utilizadas para referir-se à RS na prática, os desenvolvimentos conceptuais, as transformações da definição e os reajustamentos de estruturas deixam uma imagem um pouco complexa, bem como uma impressão de confusão (Garriga e Melé, 2004). Clarkson (1995), por exemplo, afirmou que o Desempenho Social Empresarial, juntamente com a «RSE1» (RSE) e a «RSE2» (Capacidade de Resposta Social Empresarial), não suportam um significado claro e permanecem em construções indescritíveis; desafiando-se a definição. A Figura 2.1 apresenta uma visão geral e ilustra a acumulação sucessiva de conceitos de RS administrativos e académicos, desde 1920.

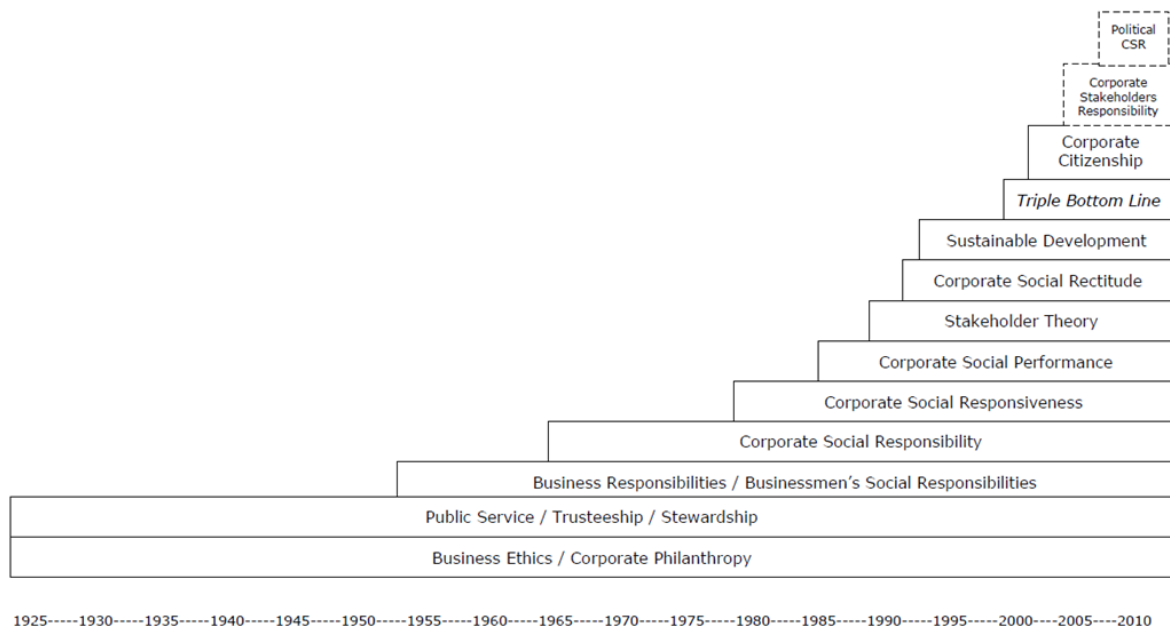


Figura 2.1 A Escala de Conceitos de RSE.

Fonte: Gond e Moon (2011:11).

Em suma, pode afirmar-se que é difícil definir a RSE devido à constante mutação da Sociedade, pois como se pôde observar a RS tem aparecido descrita como Cidadania Empresarial (*corporate citizenship*), Capacidade de Resposta Social Corporativa (*corporate social responsiveness*), entre outros, sendo mais uma discussão sintática ou semântica do que propriamente de conteúdo (Leandro e Rebelo, 2011).

Com isto, Garriga e Melé (2004) afirmaram que a temática da RSE apresenta não só diversas teorias, como também uma multiplicidade de abordagens que são controversas, complexas e incertas.

Como se pôde observar, além das mudanças no conceito de RSE que passou de uma RS intrínseca ao negócio para uma RS da própria Empresa, surgiram igualmente novos conceitos/termos utilizados na literatura relacionada com a RSE (Garriga e Melé, 2004). Estes novos conceitos, assim como os que já existiam, são inúmeras vezes utilizados com significados díspares, em diversas abordagens e teorias. Decidiu-se abordar apenas duas teorias de RSE devido à impossibilidade de mencionar nesta dissertação todas as teorias existentes, pois existe uma multiplicidade de abordagens e teorias à definição destas.

De acordo com Branco e Rodrigues (2007), a Teoria da Legitimidade assim como a Teoria dos *Stakeholders* são consideradas Teorias Sociais e aquelas que diversos autores

consideram as mais relevantes. Por este facto, de seguida, abordar-se-ão estas duas teorias explicativas da RSE.

2.1.2. Teoria da Legitimidade

A Teoria da Legitimidade tenta explicar os comportamentos e tomadas de decisão das Empresas, existindo uma obediência aos limites ou às normas impostas pelas Sociedades onde as Empresas se inserem, tendo em conta a noção de contrato social. Assim, as Empresas empenham-se para que as suas ações sejam entendidas como legítimas e aceites pela Sociedade (Carvalho, 2010).

Diversas investigações sobre divulgação de informação acerca da RSE baseiam-se nesta teoria e esta teoria assenta na conceção de que há um contrato social implícito entre as Empresas e a Sociedade, onde é estabelecido a forma de como a Empresa desenvolve as suas atividades, sendo este contrato elaborado e retificado mediante aprovação da Sociedade (Vilar, 2012; Faisal, Tower e Rusmin, 2012; Carvalho, 2010; Amorim, 2010; Slack e Shrivess, 2008; Tilling, 2004; Archel Domench, 2003; Watson, Shrivess e Marston, 2002; Hooghiemstra, 2000).

De acordo com esta teoria, as Empresas existem e têm direitos devido à permissão da Sociedade para tal; esta permissão é concedida porque a Sociedade espera que as Empresas correspondam às suas expectativas sobre o modo de condução das suas operações empresariais. Assim, as Empresas para sobreviverem devem assegurar que as suas atividades estão em conformidade com os valores e as normas da Sociedade (Faisal, Tower e Rusmin, 2012; Carvalho, 2010; Barros, 2008; Hibbitt, 2004).

Quando há uma disparidade entre as expectativas da Sociedade e as ações de uma Empresa, ou seja, o comportamento da Empresa não está em conformidade com os valores e normas sociais, existe um não cumprimento do contrato e pode desenvolver-se um desfasamento de legitimidade (*legitimacy gap*). Este desfasamento poderá ameaçar a imagem e reputação da Empresa e até mesmo a sua existência quanto membro legítimo da comunidade empresarial e da Sociedade. Deste modo, a legitimidade desempenhará um importantíssimo papel na divulgação de informação (comunicação) empresarial devido a uma maior ênfase quer no diálogo, quer na gestão de relacionamento entre as Empresas e a Sociedade (Carvalho, 2010; Felisberto, 2010; Mundlack, 2009; Barros, 2008).

A divulgação de informação acerca da RSE é considerada uma das estratégias usadas pelas Empresas visando a aceitação e aprovação das suas atividades pela Sociedade, respondendo às exigências da pressão pública e à atenção dos *media*. Ao divulgarem informações sobre RSE, as Empresas pretendem projetar uma imagem socialmente responsável a fim de legitimar as suas ações/atividades perante os seus *stakeholders* (Wang, Song e Yao, 2013; Vilar, 2012; Carvalho, 2010; Farrache e Perks, 2010; Barros, 2008; Hooghiemstra, 2000); sendo provável que as Empresas mais mediáticas divulguem mais informações sobre RSE, uma vez que estão sob maior pressão de diversos *stakeholders* (Nikolaeva e Bicho, 2011; Branco e Rodrigues, 2008b).

Tilling (2004) considera que a teoria da legitimidade oferece um mecanismo eficaz à perceção da divulgação voluntária de informação social e ambiental por parte das Empresas.

Segundo Suchman (1995), a legitimidade é como um entendimento generalizado de que as ações praticadas por uma Empresa são desejáveis, aceitáveis, próprias e apropriadas dentro de um sistema socialmente constituído por normas, valores, crenças e definições.

A Empresa poderá executar um processo de legitimação visando adquirir ou ampliar a sua legitimidade, manter o seu nível da legitimidade atual/efetivo, ou contrariar a sua perda ou ameaça de legitimidade (Carvalho, 2010; Felisberto, 2010; Barros, 2008; O'Donovan, 2002).

Tilling (2004) refere que a Teoria da Legitimidade inclui duas subcategorias: a Teoria da Legitimidade Institucional ou macro teoria (que compreende as estruturas organizacionais como um conjunto e são aceites pela Sociedade em geral, considerando a legitimidade e a institucionalização sinónimos, na prática) e a Teoria da Legitimidade Organizacional ou micro teoria ou estratégica (consistindo num processo de legitimação onde uma Empresa visa a aceitação dos grupos da Sociedade, tentando estabelecer uma harmonia entre os valores sociais associados ou implícitos pelas suas atividades e as normas de comportamento aceitável no sistema social, ou seja, a legitimidade é tida como um recurso operacional que a Empresa necessita gerir).

Em suma, o nível de legitimidade é variável entre Empresas. As Empresas com maior visibilidade para os seus *stakeholders* assim como aquelas que se baseiam mais na sua estrutura política e social, necessitarão de um maior nível de legitimidade; por exemplo, as

Empresas que pertencem às Indústrias ambientalmente sensíveis necessitarão de um maior nível de legitimidade do que as Empresas que pertencem às Indústrias menos sensíveis (Carvalho, 2010; Barros, 2008). Não obstante, Petty e Cuganesan (2005) afirmam que a divulgação de informação pelas Empresas de referência pode impulsionar a divulgação de tais informações por outras Empresas, a fim de se situarem de forma positiva perante as melhores práticas do mercado.

2.1.3. Teoria dos *Stakeholders*

A Teoria dos *Stakeholders* baseia-se na ideia de que as Empresas têm diversas partes interessadas. Neste sentido, os gestores divulgam informação sobre os seus projetos e iniciativas a grupos particulares de *stakeholders* com poder de influência, a fim de demonstrar que agem em conformidade com as expectativas destes. Esta teoria provém da Teoria Económica que aceita que a Sociedade, a economia e a política são inseparáveis (Carvalho, 2010; Barros, 2008; Branco e Rodrigues, 2007).

Segundo Farinha (2009) e Fontes (2011), esta teoria é a que tem obtido o maior número de estudos e críticas, existindo atualmente diversas teorias dos *stakeholders* (por exemplo a teoria normativa dos *stakeholders*, a teoria da gestão dos *stakeholders*, entre outras). Esta teoria surgiu de um estudo de Freeman (1984 *apud* Freeman e McVea, 2006)¹⁵ designada por «*Strategic management: a stakeholder approach*»; desenvolvendo-se em redor de três dimensões: a definição do conceito de *stakeholders*, a classificação dos *stakeholders* e a identificação das dimensões teóricas.

No que respeita à definição de *stakeholders*, a mais citada é a de Freeman (2010)¹⁶ que define *stakeholder* como qualquer indivíduo ou grupo que afeta ou é afetado pela realização dos objetivos da Empresa; ou ainda como grupo ou indivíduos que beneficiam ou são prejudicados pelas ações praticadas pelas Empresas e cujos direitos são respeitados ou violados por estas (Freeman, 1998 *apud* Branco e Rodrigues, 2007)¹⁷, com um interesse nas ações e decisões empresariais. Deste modo, além dos acionistas, os *stakeholders* incluem credores, funcionários, clientes, fornecedores, comunidades locais, Governo,

¹⁵ FREEMAN, R. E. – *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984.

¹⁶ Reimpressão da monografia *Strategic management: A stakeholder approach* de Freeman, de 1984 (Boston: Pitman).

¹⁷ FREEMAN, R. E. – A stakeholder theory of the modern corporation. In *Perspectives in business ethics*. Singapore: McGraw Hill, 1998. pp. 171-181.

grupos de interesse, entre outros (Branco e Rodrigues, 2007). Clarkson (1995) delimita a definição citada por Freeman, considerando como *stakeholders* as pessoas ou grupos que têm ou reivindicam propriedade, direito ou interesse numa Empresa e nas suas atividades passadas, atuais e futuras. Sendo que tais reivindicações, direitos ou interesses resultaram de transações com a Empresa ou ações tomadas pela Empresa, que podem ser legais ou morais, individuais ou coletivas; ou seja, apenas as pessoas ou grupos que sofrem riscos resultantes das ações da Empresa, voluntaria ou involuntariamente, são considerados *stakeholders*.

Quanto à classificação dos *stakeholders*, Clarkson (1995) sugere uma distinção entre os *stakeholders* primários e *stakeholders* secundários, baseada na importância e proximidade à Empresa. Assim, os *stakeholders* primários têm um impacto direto na atividade da Empresa e um interesse pela sua continuidade, incluindo-se neste grupo os acionistas ou investidores, os funcionários, os clientes, os fornecedores, o Governo e a comunidade. São considerados como *stakeholders* secundários aqueles que influenciam ou afetam; ou são influenciados ou afetados pela Empresa, mas não se envolvem nas transações da Empresa, nem são sequer indispensáveis à sua continuidade.

Relativamente à identificação das dimensões teóricas, Donaldson e Preston (1995) diferenciam três dimensões do modelo de *stakeholders*: descritiva – descreve, e por vezes explica, as características e os comportamentos específicos empresariais, isto é, descreve o modo de atuação das Empresas e auxilia na previsão do comportamento organizacional; instrumental – identifica as relações, ou a falta delas, entre a gestão dos *stakeholders* e a realização dos tradicionais objetivos empresariais (a rentabilidade e o crescimento, por exemplo), mais precisamente, identifica os resultados previstos em função da forma de ação exercida; e a normativa – interpreta a função empresarial, incluindo a identificação de diretrizes morais ou filosóficas à atividade e gestão de Empresas, isto é, interpreta e identifica a forma de como as Empresas deverão agir.

A Empresa, aquando da divulgação de informações acerca da RSE, tem o dever de considerar os interesses de todos os *stakeholders*, pois deve apoiar-se nestes de modo a manter «um ambiente próspero» (Carvalho, 2010). Nesta perspetiva Ullmann (1985) sugere que a divulgação de informação acerca da RSE é utilizada de forma estratégica visando a gestão das relações com os *stakeholders*; sendo os *stakeholders* considerados como tendo diferentes graus de poder ou influência sobre a Empresa. Assim, quanto mais

importante (influyente ou poderoso) for o *stakeholder* para a Empresa, maior será o seu esforço para gerir o relacionamento (Carvalho, 2010; Branco e Rodrigues, 2007). Ullmann (1985) propõe uma estrutura para a análise da RS usando um modelo tridimensional que consiste no poder dos *stakeholders* (estes poderão influenciar o comportamento da gestão, uma vez que controlam recursos críticos da Empresa), na postura estratégica (modo de como as Empresas respondem às exigências externas) e no desempenho económico (quando é reduzido, os objetivos económicos da Empresa terão maior impacto do que os assuntos sociais). Assim, a Empresa pode adotar uma postura estratégica ativa (monitorização contínua e gestão da relação com os *stakeholders* importantes, por parte da Empresa) ou passiva (a Empresa não tenta controlar e dirigir a relação com os seus *stakeholders*). Quando os *stakeholders* têm um grau de poder elevado, é exetável que a Empresa adote uma postura ativa fazendo esforços conscientes e deliberados para satisfazer as suas exigências quer pelo desempenho económico atual, quer pela divulgação de informação sobre esse desempenho.

Segundo Branco e Rodrigues (2007), Roberts (1992) foi provavelmente o primeiro autor a utilizar a estrutura desenvolvida por Ullmann (1985) para testar as práticas de divulgação de informação sobre RS, empiricamente. Roberts (1992) concluiu que o poder dos *stakeholders*, a postura estratégica e o desempenho económico estão significativamente relacionados com o nível da divulgação de informação sobre RS e que esta divulgação é utilizada pelos gestores como um método pró-ativo de gestão de *stakeholders* e do seu ambiente organizacional.

Nesta teoria podem ser identificadas duas variantes (Gray, Owen e Adams, 1996 *apud* Carvalho, 2010¹⁸; Deegan, 2002). A primeira variante que Deegan (2002) designa por ética (ou normativa), considera que todos os *stakeholders* têm o direito de ser tratados de forma justa e igualitária pelas Empresas. Esta abordagem é defendida por Gray [et al.] (1996) que argumentam que as Empresas são responsáveis perante todos os *stakeholders* em divulgar informação social (Carvalho, 2010). A segunda variante que Deegan (2002) designa por administrativa (ou positiva), explica a divulgação de informação sobre RS como um modo de gestão da relação da Empresa com os diferentes *stakeholders* (Roberts, 1992; Ullman,

¹⁸ GRAY, R.; OWEN, D.; ADAMS, C. – *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Hemel Hempstead: Prentice Hall Europe, 1996. ISBN 0-13-175860-8.

1985). Esta variante centra-se na Organização, logo a Empresa divulgará informações sobre RS tendo em conta quais os *stakeholders* que têm mais importância para si (isto é, aqueles que têm maior controlo nos recursos da Empresa) assim como aqueles que deve estar mais preocupada em influenciar (Gray [et al.], 1996 *apud* Carvalho, 2010)¹⁹.

Enquanto a Teoria da Legitimidade enfatiza a Sociedade, a Teoria dos *Stakeholders* tem em consideração todas as partes que possam ser, direta ou indiretamente, afetadas pelas ações empresariais, sobretudo acionistas, trabalhadores, clientes, fornecedores, investidores, credores, Governo e público em geral (*stakeholders*).

Por conseguinte, a Empresa desenvolverá atividades e divulgará informações que sejam exetáveis pelos seus *stakeholders* (informações que lhes sejam úteis e através das quais estes possam tirar alguma vantagem) (Guthrie, Petty, Yongvanich e Ricceri, 2004). Todos os *stakeholders* têm o direito a que informações sobre a atividade da Empresa e o modo como desempenha a sua atividade estejam disponíveis e que sejam divulgadas pelas Empresas, mesmo que não utilizem essas informações. O conteúdo da informação divulgada pela Empresa variará conforme quem detiver mais recursos (*stakeholders*), a fim de se ir ao encontro das suas expetativas, como supra referido. Contudo, os gestores devem gerir as atividades e divulgar a informação visando o benefício da globalidade dos utilizadores da informação e não apenas daqueles que detêm maiores recursos da Empresa, pois todos os *stakeholders* têm o direito de ser tratados de forma justa e igualitária, como já mencionado.

Em suma, Carvalho (2010) constatou que para explicar a evidenciação das Empresas, não existe uma teoria predominante, mas sim teorias que em diversos aspetos se complementam; Liu e Anbumazhi (2008) constataram que a Teoria da Legitimidade e a Teoria dos *Stakeholders* (teorias baseadas na Teoria Social e Política) são as que têm tido maior sucesso na explicação da divulgação de informação. Assim, estas duas teorias são as que mais diretamente determinam e influenciam a divulgação de informação sobre RS, pois esta divulgação é considerada uma estratégia empresarial que visa a aceitação e aprovação das atividades empresariais por parte da Sociedade; ou seja, «as empresas divulgam informação sobre [RS] para apresentar uma imagem socialmente responsável de forma a legitimar os seus comportamentos perante os *stakeholders*» (Carvalho, 2010). Por

¹⁹ Ibid.

seu turno, a Teoria dos *Stakeholders* vem complementar a Teoria da Legitimidade, isto é, a Empresa depende dos seus *stakeholders* para atingir os seus objetivos da mesma forma que estes dependem dela para atingir os seus.

Contudo, é de referir que esta teoria tem sido criticada, por exemplo Capron e Quairel-Lanoizelée (2004 *apud* Fontes, 2011)²⁰ consideram que esta teoria continua «confusa» devido ao facto de ignorarem os *stakeholders* que não têm a possibilidade de se expressarem, uma vez que esta teoria assenta no pressuposto da maximização dos interesses de cada parte. Assim, os autores completam esta teoria com a noção de bem comum.

2.1.4. Evolução Histórica

O debate sobre a RSE era praticamente inexistente há cerca de sessenta anos. Hoje em dia é inevitável quer no mundo empresarial, quer nos Organismos Internacionais, passando este tema a ser considerado na Sociedade civil, enquanto anteriormente era apenas do domínio académico.

Passou-se a dar a devida importância a este tema a partir do último século devido tanto à evolução do sistema económico como às mutações das Sociedades industriais. Os excessos do capitalismo assim como o grande poder económico de algumas Empresas multinacionais, levantaram questões sobre boas práticas de gestão e ética nos negócios por elas praticadas (Andrioff e McIntosh, 2001; Carroll e Buchholtz, 2000 *apud* Kreitlon, 2004²¹; Korten, 1995 *apud* Kreitlon, 2004²²).

Os conceitos acerca da RSE começaram a ser estudados e debatidos a partir do século XX. Anteriormente existem registos de comportamentos que atualmente identificam-se como sendo de RSE, mas que na altura não eram relatados como tal.

Assim, dividimos a RSE em três períodos: até ao século XIX; o século XX; e o século XXI. E por último, apresentar-se-á resumidamente algumas iniciativas ao desenvolvimento da RS no Século XX (Quadro 2.1) e no Século XXI (Quadro 2.2), a nível mundial.

²⁰ CAPRON, M.; QUAIREL-LANOIZELÉE, F. – *Mythes et réalités de l'entreprise responsable: acteurs, enjeux, stratégies*. Paris: La Découverte, 2004.

²¹ CARROLL, A; BUCHHOLTZ, A. – *Business and society: ethics and stakeholder management*. 4.^a ed. Cincinnati: South-Western College, 2000.

²² KORTEN, D. – *When corporations rule the world*. Connecticut: Kumarian Press, 1995.

2.1.4.1. A Responsabilidade Social Empresarial até ao século XIX

Segundo Ferreira (2010), até ao século XII a acumulação de riqueza não era bem vista e a RS das poucas Empresas que existiam na época era primeiramente com Deus, em segundo lugar com a Igreja e por último com a população em geral (educação dos pobres e construção de Hospitais); a partir do século XII até ao século XV, compreendendo a época do feudalismo, a RS incidia na nação, resultante das expedições colonizadoras e do negócio mantido com os continentes; do século XVI até à década de oitenta do século XX, compreendendo a época da industrialização, nesta época as Empresas demonstraram elevadas preocupações com a criação de riqueza (através de produção massiva), a produtividade, eficiência e lucro, sendo a RS promover o bem-estar da Sociedade, exercida principalmente pelo Estado; neste período acreditava-se que os recursos naturais eram ilimitados, não tendo a produção qualquer limitação e o mercado livre era capaz de maximizar o bem-estar social; a decorrência deste pensamento é a de que o meio ambiente e as questões particulares da RSE não são questões relevantes.

Em 1747, George Fox, pertencente à comunidade de *The Quakers*, iniciou uma luta contra a indústria de guerra e a escravatura. O respeito pelos contratos, a segurança e higiene no trabalho e a integridade, eram valores que esta comunidade defendia nos seus negócios (Amaral, 2012).

Em 1828, o *Bureau Veritas*, importante grupo francês nas áreas de gestão de qualidade, higiene, saúde, segurança ocupacionais e meio ambiente, evidenciou-se com uma experiência amplamente reconhecida no apoio aos seus clientes (Abreu, 2010).

Em Inglaterra, posteriormente, em 1844, foi constituída uma Sociedade cooperativa de tecelões que visavam fundar um armazém para alienar bens alimentares e vestuário; construir e adquirir casas cómodas e higiénicas para os seus sócios; produzir bens a fim de empregar sócios desempregados ou que tivessem sofrido uma redução salarial; investir uma parte dos lucros (futuros) à criação de estabelecimentos comuns destinados à instrução e desenvolvimento moral dos sócios; adquirir ou arrendar terrenos para os sócios desempregados cultivarem e depois dividir a colheita por todos os sócios; e organizar a produção, distribuição de trabalho, educação e Governo, ou seja, fundar uma «colónia interior, unida por interesses comuns» (Amaral, 2012: 4).

Segundo Abreu (2010), a primeira abordagem à RS ao nível das grandes Empresas americanas surgiu em 1899; tendo sido nesta data que a *Republic Iron and Steel Company* aderiu às práticas de RS através de ações de caridade – os mais abastados ajudavam financeiramente os menos favorecidos – e de custódia – as Empresas e os particulares mais abastados tinham obrigação moral de multiplicar essa riqueza pela Sociedade.

2.1.4.2. A Responsabilidade Social Empresarial no século XX

Em 1920, Henry Ford, empresário da indústria automóvel, defendia que as Empresas deviam contribuir para o bem-estar coletivo e que os seus colaboradores deviam ter possibilidades financeiras para adquirir um veículo automóvel, pois se todos os funcionários adquirissem um automóvel fabricado por eles, haveria um aumento do valor da Empresa (Amaral, 2012). Contudo, dois acionistas desta Empresa interpuseram uma ação em tribunal contra Henry Ford, acusando este de abuso de poderes, pois havia tomado decisões contrárias aos interesses dos restantes acionistas (Abreu, 2010).

O conceito de RS voltou a surgir na década de 50 do século XX, após quer à grande depressão devido ao *crash* da Bolsa nova-iorquina (em 1929), quer à Guerra do Vietnam; isto porque a Sociedade americana repudiou o fabrico de armamentos bélicos, uma vez que estes eram prejudiciais quer ao ser humano quer ao meio ambiente. Emergiram movimentos populares que se manifestaram em relação a questões éticas e de RSE; problemáticas relativas às relações entre Ética-Empresas-Sociedade, isto porque os EUA ocupavam uma posição capitalista relevante na Sociedade mundial (já nessa época) o que originava grandes conflitos entre as Empresas e a Sociedade, isto é, no mercado empresarial. Assim, como resposta a todos estes fatores houve uma necessidade por parte das Empresas de melhorarem a sua imagem, sendo nesta década que se começou a sentir tais repercussões (Abreu, 2010).

Julga-se que foi na década de 50 que surgiram os primeiros estudos sobre RSE. Por exemplo, uma das referências primordiais acerca do tema de RSE é «*Social Responsibilities of the Businessman*» de Howard R. Bowen, de 1953. Bowen (1953) entende a RS como a Responsabilidade Social do Empresário, isto significa que é da obrigação dos empresários adotarem orientações, tomarem decisões ou seguirem linhas de ação que sejam compatíveis com os objetivos e valores da Sociedade (como já referido no ponto 2.1.1. Conceito).

Apesar de existirem registos de situações onde se apresentam preocupações sociais, de um modo geral, até 1960 expectava-se somente o lucro, o pagamento de impostos e bons salários das Empresas. Sendo que nas décadas de 60/70, a Sociedade começa a exigir que as Empresas se preocupem com questões além das económicas e fiscais (Amaral, 2012).

Em 1972, realizou-se a Conferência de Estocolmo, a primeira conferência sobre o meio ambiente; tentando-se organizar as relações entre o Homem e o Meio ambiente; sendo que nesta época a Comunidade científica já detetava graves problemas futuros devido à poluição atmosférica provocada pelas Indústrias.

Entre 1970 e 1985 surgiram a nível mundial fenómenos sociais, tais como a luta pela igualdade (de direitos) entre os homens e as mulheres, entre raças; assim como novos valores e atitudes, tais como a análise do comportamento empresarial face ao meio ambiente. Em França surgiram vários relatórios, sendo o Balanço Social o mais relevante – obrigatório (à data) para Empresas com mais de 750 trabalhadores. Neste período ocorreu tanto uma excecional mobilização cívica e revolucionária como um excecional desenvolvimento científico e tecnológico. Tendo ocorrido nesta época alterações significativas: atribuiu-se maior importância ao «exterior à Empresa», tendo este um peso significativo no desenvolvimento desta; imensos movimentos da Sociedade (civil) começaram a pressionar as Empresas em questões relacionadas com a poluição do meio ambiente, o consumo, as discriminações de género e raciais e ainda questões respeitantes à natureza do produto produzido (Abreu, 2010).

No início da década de 80 e ao longo da década de 90 do século XX, alicerça-se, por definitivo, o pensamento de que as Empresas e a Sociedade são «uma só rede de interesses», não podendo permanecer separadamente; surge a Teoria dos *Stakeholders* (já referida, que defende a perceção de que todas as entidades que se relacionam com a Empresa, são essenciais e influenciam o desempenho da mesma). A temática relacionada com o ambiente é debatida em várias Conferências Internacionais, surgindo o conceito de Desenvolvimento Sustentável – que visa combinar o desenvolvimento económico com a proteção ambiental, ou seja, o desenvolvimento sustentável é aquele que satisfaz as necessidades atuais sem comprometer a possibilidade de gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades, segundo o Relatório de *Brundtland* (World Commission on Environment and Development, 1987).

Em 1992, no Rio de Janeiro, realizou-se a ECO92 organizada pela Organização das Nações Unidas (ONU) – também conhecida pela Cimeira da Terra –, sendo proposto a «Agenda 21» que representa o compromisso das Nações à alteração do modelo de desenvolvimento no Século XXI, isto é, conseguir diminuir a degradação ambiental e garantir a existência de outras gerações, introduzindo a ideia do desenvolvimento sustentável – um modelo de crescimento económico menos consumista e mais adequado ao equilíbrio ecológico.

Em 1995, na capital dinamarquesa (Copenhaga), realizou-se a Cimeira de Copenhaga que visava erradicar a pobreza, a nível mundial; dela resultou a declaração de Copenhaga (sobre o desenvolvimento social). Assim, os participantes comprometeram-se a garantir a igualdade e equidade entre homens e mulheres; a erradicar a pobreza, a promover o pleno emprego e a integração social; a promover o pleno respeito pela dignidade humana e o acesso de todos à educação de qualidade e a cuidados médicos, equitativamente; a acelerar o desenvolvimento social, económico e dos recursos humanos; a garantir que o programa de ajustamento estrutural tenha em conta os objetivos sociais; a aumentar e a utilizar os recursos destinados ao desenvolvimento social de forma mais eficiente; e a melhorar e reforçar as estruturas de cooperação ao desenvolvimento social, a nível internacional, regional e local (Comissão das Comunidades Europeias, 1995).

Em 1996, realizou-se o primeiro Congresso português de Ética Empresarial, organizado conjuntamente pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Fundação Gomes Teixeira e Associação Portuguesa de *Management*. Desde então até à atualidade, houve uma enorme evolução da noção de ética empresarial, sendo esta universalmente aceite, atualmente. Deste modo, qualquer Empresa que ambicione o sucesso não terá apenas de se empenhar, ser criativa, dinâmica e motivar todos os seus colaboradores, mas também «de o fazer com carácter, ética» e RS (Abreu, 2010).

Em 1997, realizou-se uma Conferência internacional acerca das alterações climáticas, em Quioto, na qual os países industrializados assumiram o compromisso de reduzir as suas emissões de gases com efeito de estufa até 2012, tendo sido assinado o Protocolo de Quioto.

2.1.4.3. A Responsabilidade Social Empresarial no século XXI

Em 2001, a FIDES brasileira apresenta uma proposta de um Balanço Social, realiza um Seminário Internacional acerca deste e ainda elabora um livro intitulado «Balanço Social na América Latina». Nos EUA é criado o Índice «*Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*», que define a sustentabilidade empresarial segundo critérios económicos, sociais e ambientais. A ONU no quadro do Pacto Global propõe a promoção e implementação de nove princípios nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente. É ainda de salientar a publicação do Livro Verde apresentada pela Comissão das Comunidades Europeias, onde o tema principal é «Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas» (Moura, Coelho, Moura, Raposo, Brites, Cardim e Silva, 2004; Comissão das Comunidades Europeias, 2001).

Em 2002, na Cimeira de Joanesburgo foi acordado o tratamento equilibrado e integrado dos três pilares do Desenvolvimento Sustentável e foi definido um plano de ação à gestão dos recursos humanos e ao combate à pobreza. A Comissão das Comunidades Europeias, no mesmo ano, divulga o tema «Responsabilidade Social das Empresas: Um Contributo das Empresas para o Desenvolvimento Sustentável» (Moura [et al.], 2004; Comissão das Comunidades Europeias, 2002).

Em 2006, a Comissão das Comunidades Europeias publica a «Implementação da Parceria para o Crescimento e o Emprego: Tornar a Europa um Pólo de Excelência em termos de Responsabilidade Social Empresarial» (Comissão das Comunidades Europeias, 2006a). É ainda criada a Aliança Europeia para a *Corporate Social Responsibility*, para a promoção do papel das Empresas no desenvolvimento sustentável (Comissão das Comunidades Europeias, 2006b).

Em 2007, as partes interessadas europeias elaboram a «Carta de Leipzig sobre as Cidades Europeias Sustentáveis», sendo este um documento onde os Ministros dos Estados-Membros responsáveis pelo Desenvolvimento Urbano, cientes dos desafios e das oportunidades com que se deparavam as cidades europeias e da diversidade dos seus antecedentes históricos, económicos, sociais e ambientais, chegaram a acordo sobre princípios e estratégias comuns em matéria de política de desenvolvimento urbano. Esta carta reconhece que as políticas de desenvolvimento urbano exigem estratégias holísticas e atuações coordenadas por parte de todas as pessoas e instituições envolvidas no processo

de desenvolvimento urbano, cujo âmbito ultrapassa os limites de cada cidade (Conselho de Ministros, 2007; Comissão Europeia, 2011a). No mesmo ano, realizou-se a Cimeira de Bali, com intenção de criar um «sucessor do Protocolo de Quioto», com metas mais ambiciosas e mais exigente no que diz respeito às alterações climáticas (United Nations Framework Convention on Climate Change, 2008a; United Nations Framework Convention on Climate Change, 2008b; Parlamento Europeu, 2007).

Em 2009, da Conferência da ONU sobre Alterações Climáticas, em Copenhaga, resultou o Acordo de Copenhaga, que não se trata de um novo tratado contra o aquecimento global, legalmente vinculativo e adotado por todos os países da ONU, mas sim de um acordo voluntário (United Nations Framework Convention on Climate Change, 2010).

A *ISO26000 – Responsabilidade Social* surge como a primeira norma internacional de RSE, sendo publicada a sua versão final em 2010 e orienta as Empresas e as Organizações de como podem operar, isto é, desenvolver a sua atividade de uma forma socialmente responsável, o que significa agir de forma ética e transparente, contribuindo para a saúde e bem-estar da Sociedade. Ou seja, esta norma disponibiliza as orientações sobre as políticas, processos e procedimentos que as Empresas devem tomar para que se possam assumir como Empresa Socialmente Responsável, independentemente da sua dimensão, origem e localização (International Organization for Standardization, 2010).

Em 2011, no âmbito da visita a Portugal da equipa da Comissão Europeia – responsável pelo acompanhamento da Diretiva 2004/35/CE, de 21 de Abril de 2004, transposta para o Direito Interno em 2008 (Decreto-Lei n.º 147/2008, de 29 de Julho) e visando a divulgação do ponto de situação da implementação da mesma a nível nacional e europeu –, esta marcou presença no Seminário sobre Responsabilidade Ambiental – Contexto Nacional e Comunitário que teve lugar no Auditório da Agência Portuguesa do Ambiente e que visou promover a partilha de experiências e conhecimentos entre diferentes entidades dos Setores com participação na operacionalização do Regime Jurídico da Responsabilidade Ambiental (Comissão Europeia, 2011b).

Em 2012, o Rio de Janeiro foi a cidade (brasileira) escolhida à concretização da Conferência da ONU sobre Desenvolvimento Sustentável – designada Rio+20 – a fim de renovar o compromisso político com o desenvolvimento sustentável através da avaliação do progresso e das lacunas na implementação das decisões adotadas pelas principais

cimeiras sobre o assunto e do tratamento de temas novos e emergentes. Assente em três pilares – económico, social e ambiental –, a Conferência abordou dois temas fulcrais: a economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza; e ainda a estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável, resultando desta um documento político que contém medidas claras e práticas à implementação do desenvolvimento sustentável (Resolução 66/288 da Assembleia Geral da ONU, 2012).

Em 2013, em Santiago do Chile realizou-se a primeira Cimeira da União Europeia (UE) e da Comunidade de Estados da América Latina e das Caraíbas, cujo tema foi «Aliança para o Desenvolvimento Sustentável: promover investimentos com qualidade social e ambiental», resultando um documento político que os participantes desta Cimeira consideraram um «guia» para alcançar o crescimento económico sustentável, protegendo o meio ambiente e promovendo a equidade e inclusão social (Comissão Europeia, 2013).

No início de Abril de 2014, realizou-se em Bruxelas a IV Cimeira UE – África, sendo o tema do debate «Investir nas pessoas, na prosperidade e na paz», resultando desta uma declaração onde os participantes destacaram as estreitas relações que existem entre a UE e a África e os valores partilhados da democracia, do respeito pelos direitos humanos, do Estado de direito e da boa governação assim como o direito ao desenvolvimento (no período 2014-2017). Deste modo, reconheceram que a paz e a segurança são condições indispensáveis ao desenvolvimento e à prosperidade, manifestaram o seu apoio à aspiração e ao empenhamento da África na paz e na estabilidade do Continente, decidindo apoiar as capacidades africanas e os dois Continentes decidiram reforçar a sua luta contra o terrorismo internacional e o seu combate à proliferação de armas ligeiras. Os participantes comprometeram-se a aplicar políticas visando a criação de emprego e o incentivo do crescimento a longo prazo, salientando a importância de se garantir uma gestão prudente e transparente dos respetivos recursos naturais e o aprovisionamento responsável em minerais, incentivar um maior investimento e desenvolvimento económico, tendo em consideração o desenvolvimento dos transportes, do acesso à água potável e a uma energia sustentável a preços acessíveis. Reconheceram ainda a importância da defesa dos direitos humanos, acordaram em desenvolver políticas para estimular a criação de emprego inclusiva (de jovens e mulheres) e intensificaram ainda o empenhamento comum na luta contra o tráfico de seres humanos (Conselho da União Europeia, 2014).

2.1.4.4. Em Suma

Nos quadros abaixo estão descritos alguns contributos importantes ao desenvolvimento da RSE no Século XX (Quadro 2.1) e no Século XXI (Quadro 2.2), a nível mundial.

Quadro 2.1 Alguns Contributos Importantes ao Desenvolvimento da RSE no Século XX.

Data	Alguns Contributos Importantes ao desenvolvimento da RSE
1920	Henry Ford desenvolveu a ideia de que as Empresas deveriam participar no bem-estar coletivo.
1929	Constituição de Weimar (Alemanha) desenvolve o conceito de “função social da propriedade”.
1953	Publicação da obra de Howard Bowen: “ <i>Social Responsibilities of the Businessman</i> ”, que foi tida como uma referência nesta matéria, nesta época.
Anos 60	EUA: movimento pela RS das Empresas.
1960	Nos EUA e na Europa, a Sociedade exigiu uma nova postura ética por parte das Empresas, pois queriam que estas passassem a divulgar anualmente relatórios com informações de carácter social. Isto ocorreu devido ao boicote, por parte dos consumidores, aos produtos e serviços de Empresas ligadas à guerra do Vietname.
1968	Em França, e noutros países, verificaram-se fenómenos sociais, como a luta pela igualdade de direitos nas práticas de relacionamento entre as Empresas, a Sociedade e meio ambiente. Foi assim, que as Empresas passaram a divulgar informações sobre as suas práticas ambientais e sociais.
1972	Na Conferência de Estocolmo realizou-se a primeira reflexão conjunta dos diferentes Estados sobre a relação entre a proteção do ambiente e o desenvolvimento humano.
1972	Em França, Singer realiza o que se identifica como primeiro Balanço Social de uma Empresa.
1972	O Conselho Económico e Social da ONU adota a Resolução 1721, determinando o estudo do papel das multinacionais no processo de desenvolvimento dos países emergentes e a sua interferência nas relações internacionais. Discute-se a criação de um Código de Conduta dirigido às Empresas transnacionais.
1977	Em França, a Lei n.º 77.769/77 (Empresas com mais de 750 trabalhadores) determina a publicação do Balanço Social orientada para as relações de trabalho. Surgiram posteriormente nos EUA, Europa e América Latina outras propostas de modelos de balanço social.
1985	Em Portugal, a Lei n.º 141/85 torna obrigatória a apresentação do balanço social por Empresas com mais de 100 empregados.
1987	O conceito de “Desenvolvimento Sustentável” passou a ser mais divulgado através da Comissão Mundial sobre o Ambiente e o Desenvolvimento, sendo elaborado o Relatório de Brundtland.
1988-93	Foi elaborada a “Declaração <i>Interfaith</i> ” que constitui um Código de Ética sobre o comércio internacional para cristãos, muçulmanos e judeus.
1992	Foi realizada a ECO 92 pela ONU, também conhecida pela Cimeira da Terra, e proposta a “Agenda 21” que traduz o compromisso das nações à alteração do modelo de desenvolvimento no século XXI. Foi criada uma norma de certificação sobre as condições de trabalho, pelo <i>Institute of Social and Ethical Accountability</i> (Norma AA1000; SA8000).
1992	Foi promulgada a ISO14000 sobre Gestão Ambiental, na sequência da ECO/92. Nos EUA o “ <i>Domini 400 Social Index</i> ” exclui Empresas implicadas no tabaco, no álcool, no jogo, nas armas e na geração de energia nuclear.
1995	Na Cimeira de Copenhaga foram validados na Comunidade Europeia os três pilares do Desenvolvimento Sustentável.
1996	I Congresso de Ética Empresarial, organizado pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Fundação Gomes e Teixeira e Associação Portuguesa de <i>Management</i> .
1997	O Tratado de Amesterdão apela a toda a Comunidade Europeia para estimularem o Desenvolvimento Sustentável em todo o seu espaço.
1997	Na Conferência de Quioto foi assinado o protocolo de Quioto, onde os países desenvolvidos se comprometeram a reduzir as suas emissões de gases com efeito de estufa em pelo menos 5% em relação aos valores de 1990.
1997	Projeto-Lei n.º 3.116/97, posteriormente PL n.º 32/99, visando estabelecer a obrigatoriedade de apresentação do Balanço social para as entidades públicas e Empresas. Movimento internacional pela adoção e uniformização dos relatórios sócio ambientais publicados pelas Empresas (<i>GRI</i>).
2000	Na Cimeira de Lisboa, os 15 países da UE desenvolvem uma estratégia para reforçar a coesão social.

Fonte: Elaboração própria, com base no estudo de Moura [et al.] (2004).

Quadro 2.2 Alguns Contributos Importantes ao Desenvolvimento da RSE no Século XXI.

Data	Alguns Contributos Importantes ao desenvolvimento da RSE
2001	A FIDES (Brasil) apresenta uma proposta de Balanço Social, realiza um Seminário Internacional sobre o Balanço Social e produz o livro “Balanço Social na América Latina”.
2001	A ONU no quadro do <i>Global Compact</i> propõe a promoção e implementação de nove princípios nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente.
2001	Nos EUA é criado o Índice “ <i>Dow Jones Sustainability Index (DJSI)</i> ” que define a sustentabilidade empresarial de acordo com critérios económicos, sociais e ambientais.
2001	A Comissão das Comunidades Europeias publica o Livro Verde, onde o tema central é “Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas”.
2002	Na Cimeira de Joanesburgo foi acordado o tratamento equilibrado e integrado dos três pilares do Desenvolvimento Sustentável e foi definido um plano de ação à gestão dos recursos humanos e ao combate à pobreza.
2002	A Comissão das Comunidades Europeias divulga o tema “Responsabilidade Social das Empresas: Um Contributo das Empresas para o Desenvolvimento sustentável”.
2006	A Comissão das Comunidades Europeias publica a “Implementação da Parceria para o Crescimento e o Emprego: Tornar a Europa um Pólo de Excelência em termos de Responsabilidade Social Empresarial”.
2006	Criação da Aliança Europeia para a <i>Corporate Social Responsibility</i> , para a promoção do papel das Empresas no desenvolvimento sustentável.
2007	Carta de Leipzig sobre as cidades europeias sustentáveis.
2007	Cimeira de Bali, com o intuito de criar um sucessor do Protocolo de Quioto, com metas mais ambiciosas e mais exigente no que diz respeito às alterações climáticas.
2009	O Acordo de Copenhaga resultou da Conferência sobre Alterações Climáticas da ONU, não se trata de um novo tratado contra o aquecimento global, legalmente vinculativo e adotado por todos os países da ONU, mas sim de um acordo voluntário.
2010	É publicada a primeira norma internacional sobre RSE – a ISO26000 – <i>Social Responsibility</i> – que visa orientar as Organizações de como podem desenvolver a sua atividade de forma socialmente responsável, independentemente da sua dimensão, origem e localização.
2011	No Auditório da Agência Portuguesa do Ambiente realizou-se o Seminário sobre Responsabilidade Ambiental – Contexto Nacional e Comunitário, com o objetivo de promover a partilha de experiências e conhecimentos entre diferentes entidades dos setores com participação na operacionalização do Regime Jurídico da Responsabilidade Ambiental; marcando presença a equipa da Comissão Europeia responsável pelo acompanhamento da Diretiva 2004/35/CE, de 21 de Abril de 2004.
2012	Conferência da ONU sobre Desenvolvimento Sustentável – Rio+20 – a fim de renovar o compromisso político com o desenvolvimento sustentável; abordando-se dois temas fulcrais: a economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza; e a estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável; resultando desta a Resolução 66/288 – <i>O futuro que queremos</i> , da Assembleia Geral da ONU, de julho de 2012 – que contém medidas claras e práticas à implementação do desenvolvimento sustentável.
2013	I Cimeira da UE e da Comunidade de Estados da América Latina e das Caraíbas sobre o tema «Aliança para o Desenvolvimento Sustentável: promover investimentos com qualidade social e ambiental», resultando um documento político considerado como «guia» para alcançar o crescimento económico sustentável, protegendo o meio ambiente e promovendo a equidade e inclusão social.
2014	IV Cimeira UE – África sobre «Investir nas pessoas, na prosperidade e na paz», realizada em Bruxelas, resultando desta uma declaração onde os participantes destacaram as estreitas relações que existem entre a UE e a África e os valores partilhados da democracia, do respeito pelos direitos humanos, do Estado de direito e da boa governação assim como o direito ao desenvolvimento.

Fonte: Elaboração própria, com base no estudo de Moura [et al.] (2004).

Efetuada uma breve análise de ambos os quadros pode afirmar-se que até aos anos 70, as iniciativas em torno da RSE têm origem americana; sendo que só a partir deste período é que na Europa se começa a observar e registar preocupações deste tipo. É de salientar o ano de 1960, período a partir do qual quer os EUA quer a Europa começam a exigir que as Empresas divulguem informações sociais nos seus Relatórios anuais. É de salientar dois

marcos bastante importantes, são eles: a criação da *GRI – Global Reporting Initiative* em 1997; e a publicação do Livro Verde, em 2001, pela Comissão das Comunidades Europeias.

A obrigatoriedade da apresentação do Balanço Social por Empresas com um número de empregados superior a 100, é o marco português que se destaca em 1985.

Pode afirmar-se ainda, com base nos Quadros 2.1 e 2.2, que as questões relacionadas com a RS não sugeriram recentemente; tendo-se verificado um aumento acentuado do seu debate nos anos de 1970.

A razão pela qual se registou um aumento do interesse nesta temática está associada ao aparecimento de problemas causados pela Sociedade assente numa economia de mercado. Dois exemplos são: **i)** em 1984, o desastre industrial de Bhopal, na Índia resultado do vazamento de 40 toneladas de gases tóxicos na fábrica de pesticidas da Empresa norte-americana *Union Carbide*, sendo considerado o pior desastre industrial ocorrido até à atualidade, resultando na exposição de 500 mil pessoas aos gases tóxicos, na sua maioria trabalhadores, que provocou a morte (direta) de cerca de 3.000 pessoas e a morte de outras 10 mil devido a doenças relacionadas à inalação do gás (além de que 150 mil pessoas ainda hoje sofrem com os efeitos do acidente e outras 50 mil estão incapacitadas de trabalhar devido a este); **ii)** a explosão da plataforma de petróleo semi-submersível *Deepwater Horizon* em 2010 no Golfo do México que provocou a morte de uma dezena de trabalhadores; e que devido ao afundamento da plataforma após a explosão originou uma grande mancha de óleo na água que se espalhou e chegou à costa da Lousiana e a outros Estados, e ainda devido a este derrame de petróleo centenas de espécies de aves viram o seu habitat destruído/danificado, segundo Tanglely (2010). Daí terem surgido diversas perspetivas e teorias, enumeradas em pontos anteriores (dos subcapítulos 2.1.2. e 2.1.3.).

2.2. A Divulgação de Informação sobre Responsabilidade Social Empresarial de acordo com a estrutura *Global Reporting Initiative*

De seguida abordar-se-á com maior detalhe o processo de divulgação voluntária de informação relacionada com a RSE, assim a importância da *GRI* neste contexto.

2.2.1. *Global Reporting Initiative* e os Relatórios de Sustentabilidade

A *Global Reporting Initiative* (GRI) é uma Organização Não Governamental (ONG) internacional, com sede em Amsterdão, na Holanda, cuja missão é desenvolver e divulgar globalmente Diretrizes à elaboração de Relatórios de Sustentabilidade utilizadas voluntariamente por Empresas de qualquer parte do mundo.

A GRI foi pioneira e desenvolveu uma abrangente Estrutura de Relatórios de Sustentabilidade, que é amplamente utilizada, a nível mundial. Desde o seu início, em 1997, a GRI tem focado as suas atividades no desenvolvimento de um padrão de relatório que aborde os aspetos relacionados com a sustentabilidade económica, social e ambiental das Organizações.

O Relatório de Sustentabilidade é um instrumento que visa dar maior transparência às atividades empresariais e ampliar o diálogo da Organização com a Sociedade, considerando a necessidade que as Empresas e Organizações têm de comunicar o sucesso e os desafios das suas estratégias socioambientais e a coerência ética das suas operações, de acordo com o Instituto Ethos (2001).

Assim, o Relatório de Sustentabilidade permite à Empresa mostrar à Sociedade como se relaciona com os seus profissionais (colaboradores) e com a comunidade onde atua, o que faz em relação aos impactos causados pelas suas atividades nessa mesma comunidade e no meio ambiente, quais são as suas diretrizes para se relacionar com os seus fornecedores, entre outras.

Por meio da aprendizagem contínua, estudos e comentários públicos em ciclos regulares, reunindo centenas de parceiros, num processo voluntário, *multi-stakeholder* e consensual, a GRI procura atribuir aos Relatórios de Sustentabilidade a mesma utilidade e seriedade dos Relatórios e Balanços financeiros.

Em Março de 1999, foi elaborada a primeira versão das Diretrizes para os Relatórios de Sustentabilidade, da GRI, submetida a testes até o início de 2000.

Em 2002, foi lançada a G2, publicada em português em 2004, com o apoio do Instituto Ethos, num esforço conjunto de diversos agentes envolvidos.

Segundo Trebucq [et al.] (2008 *apud* Carvalho, Teixeira Quirós e Almeida, 2011)²³, a GRI destacou-se como o maior líder mundial, em 2002, da divulgação voluntária de programas de desempenho em responsabilidade.

Em Outubro de 2006, a GRI lançou a terceira geração das Diretrizes, a chamada G3.

A G3 foi concebida visando fortalecer os princípios à elaboração de Relatórios de Sustentabilidade e conta com protocolos técnicos para todos os indicadores de desempenho. Alcançar uma economia global sustentável, é o objetivo da GRI.

Note-se que uma economia global sustentável deve combinar rendibilidade a longo prazo, com justiça social e cuidado ambiental. Isto significa que para as Organizações a sustentabilidade abrange as principais áreas de desempenho social, económico e ambiental. Em Março de 2011, a GRI publicou uma atualização das Diretrizes G3 – denominada G 3.1 –, sendo missão da GRI atender à necessidade de transparência, fornecendo «um quadro confiável e credível para relatórios de sustentabilidade que pode ser usado por Organizações de qualquer dimensão, sector ou local» (GRI, 2006), uma vez que a transparência sobre a sustentabilidade das Organizações é do interesse dos *stakeholders*. A credibilidade generalizada de que a sua estrutura de relatórios goza junto dos *stakeholders* deve-se à colaboração de grandes especialistas de todos os grupos de interessados que visam a obtenção de consenso e têm exercido esforços a fim de melhorar, de forma contínua, a estrutura de relatórios. Assim, estes Relatórios de Sustentabilidade podem ser utilizados quer para quadros de referência, quer para avaliar o desempenho da sustentabilidade relativamente às leis, normas, códigos e iniciativas de voluntariado, quer para demonstrar de que forma a Organização influencia e é influenciada por expectativas acerca do desenvolvimento sustentável e assim se efetuar comparações do desempenho dentro de uma Organização e entre diferentes Organizações ao longo do tempo (GRI, 2006).

Após a finalização do seu relatório, a Organização deve declarar o nível que aplicou, através dos Níveis de Aplicação. Este sistema tem como objetivo proporcionar aos leitores do relatório, clareza sobre a extensão em que as Diretrizes da GRI foram aplicadas na elaboração do relatório, existindo três níveis no sistema C, B e A (sendo o nível A

²³ TREBUCQ, S.; EVRAERT, S.; NASSIF, N.M. – *Adoption of GRI's Guidelines Reporting by European companies*. EAA Roterdão, 2008.

declarado quando todos os indicadores essenciais são divulgados); uma Organização pode declarar um (+) em cada nível se tiver uma Entidade de verificação externa.

Em Maio de 2013, foi publicada a quarta geração de Diretrizes, a G4, tendo como principal finalidade ampliar a adesão à publicação de Relatórios de Sustentabilidade, por Organizações de qualquer tipo. Para tal, aumentou a facilidade de aplicação, uniformidade e qualidade técnica, incorporando alterações na metodologia geral do Relatório e da comunicação; introduziu uma nova divulgação de informações em «áreas-chave», como a *Corporate Governance* e a gestão da cadeia de fornecedores. Um dos objetivos da G4 é promover a publicação de Relatórios de Sustentabilidade mais focados nos impactos materiais, riscos e oportunidades da Organização em toda a sua cadeia de valor. Outro objetivo é detalhar as informações (forma de gestão e indicadores) sobre os tópicos relevantes à Organização ou aos seus *stakeholders*. A Organização deve destacar, igualmente, as áreas nas quais origine impactos (na economia, na Sociedade ou no ambiente) nalgum ponto da sua cadeia de valor que possam originar um risco significativo ao desempenho e à viabilidade da Organização no curto ou longo prazo e que não esteja a ser gerida. As Diretrizes G4 propõem 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 setorial (caso se aplique) e uma declaração de conformidade do Órgão Superior de Gestão. Isto deve-se ao facto da tendência de interpretar os Níveis de Aplicação como medida de qualidade do Relatório de Sustentabilidade ou até mesmo do desempenho, pois estes Níveis «levavam à divulgação de indicadores sobre tópicos sem relevância, exclusivamente com o intuito de atender aos critérios». Assim, a G4 visa a redução de divulgação de informação excessiva (em grande quantidade, e, possivelmente, de pouca qualidade), isto é, pretende que os Relatórios de Sustentabilidade deixem de ser extensos e com dados de baixa qualidade (KPMG, 2013). Note-se que os Relatórios de Sustentabilidade publicados após 31 de Dezembro de 2015 deverão ser elaborados de acordo com as Diretrizes G4 (GRI, 2013).

Comparativamente com a versão anterior (a G3 de 2006), as diretrizes G4 têm como critério principal à sua implementação a *Materialidade*. Neste sentido, incentivam as Empresas a fornecer informação que seja crítica quer para o seu negócio, quer para os seus *stakeholders*. Deste modo, a G4 permite a elaboração de Relatórios que se focam nos

impactos relevantes para as Empresas e para a Sociedade, ou seja, documentos estratégicos, focados, credíveis e de fácil consulta e entendimento por parte dos *stakeholders*. Relativamente às principais alterações, além do supra referido, isto é, que as Empresas devem relatar somente os seus temas relevantes, estas devem igualmente divulgar o processo usado à determinação da *Materialidade*; há novos requisitos de divulgação de informação sobre a cadeia de fornecedores, em cada categoria (económico, ambiental e social), ou seja, as Empresas devem relatar informação sobre a gestão das suas cadeias de fornecedores, quando este tema é considerado material; existe novos requisitos de divulgação de informação sobre *Governance*, Remuneração, Ética e Integridade; existe uma maior ênfase nas formas de gestão através da uniformização do seu formato de relato; e os indicadores de Anticorrupção (categoria social – Sociedade) e de Emissões de Gases de Efeito Estufa (categoria ambiental) sofreram alterações. Outra alteração está relacionada com o Níveis de Aplicação dos Relatórios de Sustentabilidade, isto é, substituiu-se os Níveis de Aplicação (A; B; e C) por duas opções de *reporting* «De Acordo: Essencial» e «De Acordo: Abrangente», ou seja, todas as Empresas podem optar por qualquer das duas opções (Essencial ou Abrangente), independentemente da sua dimensão, do seu setor ou da sua localização, sendo que ambas as opções evidenciam o processo de identificação de aspetos materiais (aspetos que refletem impactos económicos, ambientais e sociais empresariais significativos ou influenciam substancialmente a tomada de decisão dos *stakeholders*). A opção Essencial contém os elementos essenciais que a Empresa deverá relatar, quanto aos impactos do seu desempenho económico, ambiental, social e de *Governance*, no seu Relatório de Sustentabilidade. Enquanto a opção Abrangente engloba os elementos relatados na opção Essencial e exige a divulgação de informações adicionais sobre estratégia, análise, *Governance*, ética e integridade da Empresa; devendo a Empresa comunicar o seu desempenho detalhadamente, relatando todos os indicadores referentes aos Aspetos materiais identificados. Neste sentido, a Empresa deverá escolher a opção que melhor satisfaça as suas necessidades de comunicação assim como as necessidades de informação dos seus *stakeholders*. Note-se ainda que as opções não estão relacionadas com a qualidade do Relatório ou com o desempenho da Empresa, estas apenas refletem a conformidade do Relatório de Sustentabilidade da Empresa com as Diretrizes. Há ainda outra alteração, isto é, a introdução de uma coluna na Tabela da GRI para a verificação externa (GRI, 2013).

De acordo com Carvalho [et al.] (2011), as Diretrizes da GRI para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade consistem em princípios à definição do conteúdo do Relatório assim como à garantia de qualidade das informações divulgadas/relatadas, incluindo igualmente a composição do conteúdo do Relatório (indicadores de desempenho e outros itens de divulgação), assim como orientações à elaboração do Relatório sobre temas técnicos específicos.

Em suma, a GRI visa atribuir aos Relatórios de Sustentabilidade a mesma utilidade, credibilidade e seriedade dos Relatórios e Contas assim como das Demonstrações Financeiras.

Carvalho [et al.] (2011) referem que, de acordo com o estudo da KPMG (2006) sobre a Publicação de Relatórios de Sustentabilidade em Portugal, as Diretrizes da GRI são o *standard* referido por cerca de 67% das Empresas como o modelo a seguir para selecionar os conteúdos de um Relatório de Sustentabilidade. Note-se que, em 2013, foi referido por 71% das Empresas.

Segundo Carvalho [et al.] (2011), «a evolução da estrutura da GRI (2000), GRI (2002), GRI (2006),» e GRI (2013), nomeadamente por via da reestruturação dos seus aspetos e indicadores, pode verificar-se no Quadro 2.3, em relação aos aspetos e aos indicadores dos desempenhos económico, ambiental e social.

Quadro 2.3 Evolução dos Aspetos e Indicadores de 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 Carvalho [et al.] (2011).

Moneva, Llena e Lameda (2005) justificam o reduzido crescimento dos indicadores de desempenho económico devido ao facto dos *stakeholders* mais interessados por este desempenho conseguirem obter informações financeiras para satisfazer as suas necessidades através de outros meios de comunicação. Quanto ao desempenho ambiental, os autores destacam o grande crescimento da divulgação sobre emissões dos gases de efeito estufa, devido à implementação do protocolo de Quioto.

Pode observar-se que a G4 veio aumentar os aspetos e indicadores quer do desempenho ambiental, quer do desempenho social.

2.2.2. Resultados de Estudos Efetuados

Moneva e Llena (1996) analisaram os padrões de divulgação de carácter social e ambiental a partir de uma Amostra de 47 Empresas cotadas em 1992, onde concluíram que existe uma relação importante entre a divulgação de informação sobre RSE e a rendibilidade da Empresa. Em 2000, os mesmos autores estenderam a sua investigação com o alargamento da sua Amostra para 70 grandes Empresas, cotadas e não cotadas, para o período de 1992-1994, determinada pela presença de Empresas sujeitas à regulamentação, embora referindo-se apenas à informação ambiental. Os autores observaram que o aumento da informação divulgada durante o período em estudo, deve-se mais ao aumento das pressões sociais do que à legislação sobre a divulgação de dados ambientais inexistente aquando da realização do seu estudo.

Hedberg e von Malmborg (2003) analisaram o fenómeno dos Relatórios de Sustentabilidade Empresarial em geral e a utilização das diretrizes desenvolvidas pela GRI, em particular, sendo a questão principal qual o motivo das Empresas suecas para terem optado pela utilização das diretrizes desenvolvidas pela GRI como forma de relato e de que forma esta opção afetou a RSE e a gestão ambiental. Para tal, os autores entrevistaram os representantes de cada Empresa, dialogaram com o secretariado da GRI em Boston e ainda, compararam os relatórios de cada Empresa com as instruções das diretrizes da GRI 2000, e também entre eles. Os autores concluíram através das entrevistas que as Empresas suecas elaboram Relatórios de Sustentabilidade a fim de obterem legitimidade organizacional; na sua elaboração utilizam as diretrizes da GRI na expectativa de aumentar a credibilidade da sua RSE, mas também porque providencia uma estrutura de como elaborar um relatório.

Moneva [et al.] (2005) avaliaram quer a qualidade, quer a evolução dos Relatórios de Sustentabilidade publicados pelas Empresas espanholas no período de 2002-2004, visando aferir se essa expansão foi conseguida através de um verdadeiro processo de implementação de políticas e sistemas de gestão orientados para o desenvolvimento sustentável. Os autores analisaram o conteúdo da informação de sustentabilidade publicada pelas Empresas seleccionadas com base nos indicadores da GRI; concluíram que a evolução

da divulgação de informação é bastante positiva, contudo, os indicadores ambientais são pouco divulgados. Estes autores notaram que a adoção de sistemas de gestão ambiental, apropriados para Empresas com impacto ambiental direto como as indústrias, facilitaria a obtenção dos indicadores ambientais requeridos pelas diretrizes da GRI.

Sutantoputra (2009) realizou um estudo onde pretendia medir o desempenho social de uma Empresa, tendo como referência o sistema de informação facultado pela GRI 2002²⁴, sendo a sua Amostra Empresas de três países diferentes, Reino Unido, EUA e Austrália, durante o período de 2001-2006. Os dois sistemas de informação mais utilizados para divulgar informação relacionada com a RSE são o GRI 2002 e o AccountAbility 1000 (AA1000)²⁵. Através da análise de dados, o autor constatou que nos três países as Empresas preferiam adaptar as orientações fornecidas pelo GRI 2002 do que as fornecidas pelo AA1000, para a divulgação das suas práticas de RSE. Assim como verificou, igualmente, que houve um aumento significativo ao longo do período em análise.

Carvalho [et al.] (2011) efetuaram um estudo onde pretendiam conhecer qual o grau de divulgação de informação sobre RS efetuada pelas Empresas cotadas na *Euronext* de Lisboa, isto é no PSI Geral, entre o ano de 2006 e 2008. Para tal, realizaram uma análise de conteúdo aos relatórios anuais – Relatórios e Contas e Relatórios de Sustentabilidade – dessas Empresas nesses anos. Assim, da investigação verificaram que, no período em análise (2006-2008), as Empresas atribuem elevada importância à divulgação de informação relativa aos indicadores dos aspetos de desempenho social, relacionados com práticas laborais e trabalho condigno; à divulgação de informação referente aos indicadores dos aspetos de desempenho económico, relacionados com o desempenho económico; à divulgação de informação respeitante aos indicadores dos aspetos ligados ao desempenho ambiental, relacionados com os resíduos. Quanto à análise dos 79 indicadores de divulgação de informação sobre RS, verificaram que a grande maioria (69 indicadores) tem uma média de divulgação entre os 25% e os 50%, e que a sua variação entre 2006 e 2008 foi sempre positiva, exceto em 3 indicadores que não verificam essa tendência. Os autores concluíram que as Empresas concentram o grau de divulgação nas áreas dos desempenhos

²⁴ O GRI 2002 consiste num índice que fornece uma lista detalhada de indicadores que servem de orientação à elaboração do Relatório de Sustentabilidade, garantindo qualidade e padronização da informação divulgada.

²⁵ A AA1000 traduz-se numa norma que estabelece princípios e processos à prestação de contas visando assegurar a qualidade da contabilidade, auditoria e relato de informações de carácter social, ambiental e financeiro.

social e ambiental e ainda através da análise do índice geral de divulgação, concluíram que o grau de divulgação de informação sobre RS que as Empresas em Portugal atribuem à estrutura da GRI 2006 ainda é reduzido e que, embora o seu crescimento no período de 2006 a 2008 ter sido significativo, são divulgados apenas 30 dos 79 indicadores.

Amaral (2012) efetuou um estudo onde aferiu em que medida as Instituições apoiadas pelos Bancos os escolhem tendo em conta as suas políticas de RSE no triénio 2008/2010, isto é: listou as políticas de RS adotadas pelos Bancos através da análise dos Relatórios e Contas e dos Relatórios de Sustentabilidade; identificou as Instituições apoiadas pelos Bancos, elaborando uma tabela para cada Banco e nela listando as ações levadas a cabo pelo Banco, no âmbito do envolvimento com a comunidade; e tentou compreender de que forma estas políticas de RSE são reconhecidas e valorizadas, através da aplicação de um questionário dirigido às Instituições apoiadas. Assim, definiu duas Amostras distintas: os Bancos portugueses (Millennium BCP, Caixa Geral de Depósitos, Banco Espírito Santo e Banco Português de Investimento) e as Instituições apoiadas pelos Bancos, no âmbito das suas políticas de RSE. A autora verificou que, dos 4 Bancos analisados, todos definem e divulgam as suas políticas de RSE, utilizando Relatórios e Contas, Relatórios de Sustentabilidade e os *websites*. Todos eles divulgaram para o triénio 2008/2010, apoios no âmbito da Cultura, Educação e Beneficência. O Millennium BCP e a Caixa Geral de Depósitos divulgaram ainda apoios na área do Desporto e o Millennium BCP na área do Património. Dos 4 Bancos, apenas o Banco Português de Investimento não elabora Relatório de Sustentabilidade, pois divulga informações referentes à RSE apenas no seu Relatório e Contas; as restantes elaboram-no e tem como referencial a estrutura da GRI. A autora, mediante a aplicação de um questionário a um grupo de Instituições apoiadas por estes Bancos, verificou que de facto as Instituições são sensíveis às políticas de RSE dos mesmos, valorizando este fator logo a seguir ao critério da confiança na estabilidade e confiança no Banco; afirmando que cerca de 58% dos inquiridos responderam afirmativamente quando questionados se «as políticas de RSE são fator de decisão de abrir conta ou na opção de mudança de banco».

Conceição, Dourado e Silva (2012) realizaram um estudo exploratório acerca da prática de divulgação de sustentabilidade empresarial nas Empresas brasileiras e nos demais países da América Latina, tendo em conta o Relatório de Sustentabilidade Empresarial assente nas diretrizes da GRI, visando investigar o grau de adoção do Relatório de acordo com as

diretrizes da GRI no conjunto das práticas de divulgação de sustentabilidade empresarial nessa realidade. Para tal, os autores analisaram aspetos tais como o período histórico (1999-2010), o número de Empresas, o segmento empresarial, a natureza do controlo dos acionistas (nacional ou estrangeiro), o nível de divulgação adotado e a participação no mercado de capitais. Os autores verificaram um crescimento significativo no processo de divulgação de sustentabilidade empresarial visto que em 2010 se publicaram 1.849 Relatórios de Sustentabilidade Empresarial baseados nas diretrizes G3 da GRI, tendo-se em 1999 apenas publicado 11 Relatórios, a nível mundial. Destacaram a Europa, Ásia e América Latina devido ao seu esforço na adoção de práticas de divulgação de sustentabilidade empresarial ao longo do período de 1999 a 2010, sobretudo a partir dos primeiros anos do Século XXI. No contexto da América Latina, a partir de 2002, o Brasil desempenhou um papel importante no processo de divulgação do desempenho de sustentabilidade empresarial, isto é, houve um aumento na quantidade de publicação de Relatórios de Sustentabilidade Empresarial com base nas diretrizes da GRI por parte das Empresas brasileiras (por exemplo, em 2002, na América Latina publicaram-se 9 Relatórios, onde 5 são de Empresas brasileiras; em 2007, na América Latina publicaram-se 81 Relatórios, onde 38 são de Empresas brasileiras e 20 de Empresas chilenas; em 2010, na América Latina publicaram-se 263 Relatórios, onde 134 são de Empresas brasileiras, 26 de Empresas chilenas e 35 de Empresas mexicanas). Concluíram ainda que o desempenho na comunicação de informações sobre sustentabilidade empresarial na América Latina está relacionado com a preocupação quanto à gestão de reputação empresarial, à redução de pressões sociais, ao alinhamento de práticas de Empresas líderes e o nível de influência económica em relação à origem das Empresas, isto é, estas preocupações e o nível de influência económica parecem condicionar e incentivar o processo de comunicação/divulgação através de Relatórios de Sustentabilidade Empresarial; e que no período em análise, os setores que mais utilizaram os Relatórios de Sustentabilidade Empresarial com base nas diretrizes da GRI foram o financeiro (Bancos e Instituições financeiras), o da energia elétrica, o energético (incluindo a Indústria de petróleo, de gás, de carvão, de energia nuclear, de energia renovável e de energia tradicional – lenha) e o da alimentação e bebidas.

Pinheiro, Carvalho, Dias e Canilho (2013) efetuaram um estudo com o intuito de analisar o grau de divulgação voluntária do desempenho ambiental das Empresas cotadas no PSI20 e

no IBEX35, nos anos de 2010 e 2011, tendo por base os indicadores de desempenho ambiental da GRI. Para tal, a Amostra são todas as Entidades do PSI20 e do IBEX35, com exceção das Empresas que não divulgaram informação ambiental baseada na GRI: 41 Empresas em 2010 (11 pertencentes ao PSI20 e 30 pertencentes ao IBEX35) e 42 Empresas em 2011 (11 pertencentes ao PSI20 e 31 pertencentes ao IBEX35); sendo os dados recolhidos nos Relatórios e Contas e Relatórios de Sustentabilidade, quando disponíveis. Os autores com o estudo concluíram que, em ambos os anos em análise, existe um número bastante superior de Empresas (em termos relativos) pertencentes ao IBEX35 que utilizam o modelo GRI no relato da sustentabilidade, comparativamente com as Empresas pertencentes ao PSI20. Da análise por aspeto os autores concluíram que, em 2010, quer em Portugal, quer em Espanha o aspeto mais divulgado é “Materiais”, enquanto em 2011 é “Conformidade”. Nos dois anos em análise para os dois países, os autores concluíram que o aspeto “Transportes” é o menos divulgado. Para o cálculo do Índice de divulgação ambiental foram tidos em conta os 30 indicadores ambientais, concluindo os autores que as Entidades que integram o PSI20 e o IBEX 35 divulgam em média 25 de 30 indicadores ambientais passíveis de ser divulgados. Estes resultados permitiram aos autores concluir que, «para os anos 2010 e 2011, não se verificou uma relação entre a divulgação de informação ambiental e variáveis inerentes à Entidade que poderiam explicar o nível dessa divulgação: a rendibilidade, a dimensão e a certificação ambiental (obtida ou não)» (Ibid: 20). Os autores concluíram ainda que, em termos evolutivos e em relação ao PSI20, houve uma evolução negativa, isto é, que existe um maior nível de divulgação em 2010 do que em 2011; no entanto, em relação às Empresas do IBEX35, não houve diferenças significativas em 2011 face a 2010. Assim, «as Entidades que integram o PSI20 e o IBEX 35 divulgam em média 25 dos 30 indicadores ambientais passíveis de ser divulgados, mantendo este comportamento estável ao longo do período analisado» (Ibid: 20). Em termos de justificação do nível de divulgação ambiental efetuado, os autores não verificaram qualquer relação significativa com os fatores explicativos definidos: rendibilidade dos capitais próprios, dimensão e existência (ou inexistência) de certificação ambiental; embora no ano 2011, para as Entidades pertencentes ao IBEX35, os autores tenham verificado uma correlação de 41,3%, para um nível de significância de 5%, entre o índice de divulgação ambiental e a rendibilidade.

Legendre e Coderre (2013) realizaram um estudo com o objetivo de analisar os determinantes à adoção das diretrizes G3 da GRI e os níveis de aplicação das mesmas (Não Declarado; C; C+; B; B+; A; e A+). Assim, efetuaram uma análise de conteúdo aos Relatórios de Sustentabilidade de 2009 publicados pelas 500 maiores Empresas do mundo (de acordo com a Receita Total em dólares americanos referente ao ano de 2009 através do *Ranking da Fortune Global 500* publicado pela *Fortune Magazine* em 2009), onde concluíram que 253 das 500 Empresas (50,6%), em 2009, publicaram Relatórios de Sustentabilidade com base nas diretrizes G3 da GRI. Os autores concluíram também que a adoção das diretrizes G3 da GRI é influenciada pela dimensão da Empresa, rentabilidade, cultura de negócios de um país e do tipo de indústria em que opera; ou seja, a adoção é maior nas Empresas que têm um elevado grau de rentabilidade (superior a 0,04; que corresponde a 57,1%), que são consideradas grandes Empresas (receitas superior a 45 mil milhões de dólares americanos; que corresponde a 65,3%), que têm uma cultura empresarial enfatizando os *stakeholders* (55,6%) e que pertencem a indústrias de elevado risco (61,3%). Concluíram igualmente que as Empresas com alta rentabilidade são mais propensas a publicar Relatórios de Sustentabilidade, utilizando as diretrizes G3 da GRI; que as Empresas na cultura empresarial acionista publicam menos Relatórios de Sustentabilidade, utilizando as diretrizes G3 da GRI, do que as Empresas localizadas onde a cultura empresarial enfatiza os *stakeholders*. Os autores concluíram ainda que o nível de aplicação das diretrizes G3 da GRI é influenciado pela indústria na qual a Empresa opera, mas não pela dimensão da Empresa, rentabilidade ou cultura de negócios de um país. Nas indústrias de alto risco, o nível de aplicação das diretrizes G3 da GRI é passível de ser considerado como uma preocupação para gerir o risco de reputação das Empresas. Referiram, os autores, que as Empresas que pertencem a indústrias de elevado risco são mais propensas a publicar Relatórios de Sustentabilidade, utilizando as diretrizes G3 da GRI, do que as que pertencem a indústrias de baixo risco; o que implica que as Empresas que operam em setores de elevado risco têm um maior nível de aplicação das diretrizes G3 da GRI, comparativamente às que operam em setores de baixo risco (devido à sua preocupação de gerir o seu risco de reputação). Os autores afirmaram que os seus resultados demonstram que a dimensão da Empresa, a sua rentabilidade e a cultura de negócios de um país não têm qualquer impacto significativo sobre a probabilidade de obter elevados níveis de aplicação das diretrizes G3 da GRI, isto é, não afetam o nível de aplicação. Nas indústrias de alto risco, o interesse dos *stakeholders* e dos acionistas na

Sustentabilidade é estimulado por certos eventos de alto nível (por exemplo, a catástrofe da BP); e assim, neste contexto, as Empresas utilizam as diretrizes G3 da GRI como uma estratégia de *marketing* para legitimar as suas ações perante os seus *stakeholders*, gerindo desta forma a sua reputação e dando a conhecer aos seus *stakeholders*, através da leitura dos Relatórios de Sustentabilidade, as suas atividades potencialmente prejudiciais. Legendre e Coderre (2013) afirmaram ainda que os resultados do seu estudo têm diversas implicações de gestão. Da ótica dos gestores, os resultados do seu estudo mostram que as diretrizes G3 da GRI tornaram-se as diretrizes mais aceites, sendo adotadas por mais de 50% das maiores Empresas. Portanto, os gestores que procuram diretrizes credíveis à elaboração dos seus Relatórios de Sustentabilidade podem utilizar as diretrizes G3 da GRI. Os seus resultados também indicam que uma grande parte das Empresas (44%) que adotam as diretrizes G3 da GRI, apenas relatam um nível «não declarado». Assim, os gestores que enfrentem restrições orçamentais ainda podem adotar as diretrizes G3 da GRI e demonstrar a sua boa vontade, sem ter de fazer investimentos excessivos para alcançar elevados níveis de aplicação, se a sua Empresa operar em indústrias de baixo risco. Em oposição, a adoção de diretrizes G3 da GRI para os gestores que operam em indústrias de alto risco, exigirá um elevado nível de investimento, a fim de alcançar níveis mais elevados de aplicação. Os seus resultados também têm implicações para os promotores da GRI. O estudo identificou quatro fatores determinantes da adoção de diretrizes G3 da GRI: a dimensão da Empresa, a rentabilidade da Empresa, a cultura de negócios de um país e o tipo de indústria. Logo, a fim de aumentar a adoção de diretrizes G3 da GRI, os promotores devem focar-se mais nas grandes Empresas, nas Empresas lucrativas, que operam em países com uma cultura empresarial de *stakeholders* e em indústrias de alto risco. Em particular, os promotores das diretrizes G3 da GRI podem desenvolver estratégias específicas de *marketing* para Empresas que operem em indústrias de alto risco (petrolífera; química; florestal e de papel; automóvel; companhias aéreas; agrícolas; de bebidas e tabaco; e *media* e comunicação).

Searcy e Buslovich (2014) efetuaram um estudo onde pretendiam investigar as perspetivas empresariais em relação ao desenvolvimento e ao uso dos Relatórios de Sustentabilidade. Para tal, entrevistaram especialistas de 35 Empresas do Canadá. A investigação demonstrou que o conteúdo dos Relatórios foi determinado segundo as normas, a avaliação interna e outros métodos; sendo as normas de divulgação voluntária da GRI as mais

referidas pelos entrevistados. Das 35 Empresas, 22 elaboraram os seus Relatórios de Sustentabilidade com base nas diretrizes da GRI. Cinco das 35 Empresas elaboram Relatórios totalmente integrados, isto é, os seus Relatórios Anuais incluem informações de sustentabilidade; 15 Empresas incluíam alguns aspetos de sustentabilidade nos seus Relatórios Anuais; e a restantes 15 não integram quaisquer informações sobre sustentabilidade nos seus Relatórios Anuais, afirmando que os Relatórios de Sustentabilidade e os Relatórios Anuais são distintos, com públicos e períodos/ciclos de produção diferentes (os Relatórios Anuais são emitidos até março; assim, é-lhes praticamente impossível emitir ao mesmo tempo um Relatório de RSE). Cerca de 71% das Empresas analisadas afirmou que os seus Relatórios são elaborados por pessoal interno; 57% das Empresas referiu que o Relatório foi usado internamente a fim de melhorar a consciencialização e compromisso dos funcionários; foram igualmente usados para auxiliar na legitimidade interna da Empresa, comemorar o progresso e ajudar a aumentar a visibilidade das atividades dos funcionários. Em relação às motivações que levam as Empresas a elaborar Relatórios, estas referiram as pressões externas, as pressões internas e a oportunidade de partilhar a história da Empresa. São exemplos de pressões externas os requisitos legais, os pedidos de informação por parte dos stakeholders, as pressões da concorrência e os requisitos de transparência. Ou seja, as Instituições Financeiras do Canadá são obrigadas a emitir uma Declaração Pública de Prestação de Conta de acordo com a lei do Canadá. O facto de Empresas concorrentes emitirem um Relatório de Sustentabilidade e os pedidos de informação por parte dos *stakeholders* são as principais pressões externas apontadas pelos entrevistados; mencionando ainda que embora desejem ser consideradas «boas cidadãs empresariais», as Empresas destacam potenciais benefícios mais tangíveis como a manutenção de licenças para operar, a diferenciação competitiva, influenciando positivamente a política governamental e a gestão de reputação. São exemplos de pressões internas os pedidos dos gestores, os compromissos políticos, as expectativas dos empregados e a necessidade de melhoria contínua, isto é, a longo prazo; sendo as principais áreas de destaque a melhoria contínua, a mudança cultural e a necessidade de um ponto de referência. Os entrevistados afirmam ainda que partilhar informações num Relatório de Sustentabilidade também pode ser útil, visto que os *media* nem sempre divulgam todas as informações (boas e/ou más) das Empresas.

2.3. A Divulgação *Online* de Informação sobre Responsabilidade Social Empresarial

De seguida abordar-se-á com maior detalhe o processo de divulgação voluntária *online* de informação relacionada com a RSE, assim a importância da *Internet* neste contexto.

2.3.1. A *Internet*

Com a evolução tecnológica, a *Internet* passou a ser o suporte mais usado para divulgar informação eficaz e eficientemente, que permite chegar aos mais variados utilizadores (Mateus, 2008).

Desde a década de 1990 que a *Internet* tem sido cada vez mais utilizada como meio de comunicação empresarial, em detrimento dos meios tradicionais (jornais, revistas, televisão e rádio), pois permite que a divulgação de informações seja atualizada a qualquer instante, por parte das Organizações, sem estas incorrerem em custos elevados, de uma forma mais rápida e simples (Antal [et al.], 2002). Diversos autores defendem que a *Internet* substituiu a procura dos *Media*, tendo estes de se adaptar à nova realidade, disponibilizando novos serviços.

Assim, as Empresas passaram a ter mais um meio para comunicar com os seus *stakeholders*. Este novo meio permite uma comunicação quase instantânea e bidirecional, sendo assim possível observar as reações ao que é publicado através do mesmo meio de comunicação utilizado à publicação, existindo uma tendência à formação de comunidades *online*. À partida, a criação de comunidades *online* globaliza as preocupações com o desenvolvimento sustentável; desta forma, os *stakeholders* pressionam as Organizações a serem económica, ambiental e socialmente responsáveis. Deste modo, as Organizações sentem-se impelidas a divulgar informação acerca das suas preocupações, assim como das suas atividades no âmbito da RSE, mas sempre de forma voluntária uma vez que não são legalmente obrigadas.

Segundo Morsing (2006), para um reconhecimento e valorização das práticas socialmente responsáveis da Organização por parte do consumidor, estas investem, cada vez mais, em estratégias de comunicação, sendo esta designada por comunicação de RSE.

De acordo com Monteiro (2010: 17), «[n]o ambiente empresarial que hoje vivemos, altamente competitivo e cada vez com mais riscos a ele associado, a principal arma dos

gestores é a informação e a forma como esta é divulgada. Ter a informação certa, no momento certo, pode ser um fator distintivo da empresa face à concorrência».

Os fatores que motivam as Empresas a divulgarem a sua informação são a reputação e questões relacionadas com a ética, visando a obtenção de alguns benefícios, tais como uma melhor gestão ou redução do risco, ou até mesmo conseguir ganhar maior confiança por parte de investidores ou Instituições Financeiras (Pinheiro [et al.], 2013).

2.3.2. A Importância dos *Websites* Institucionais e de Redes Sociais

Atualmente, existe uma grande facilidade de acesso à *Internet*, sendo este um bom meio de comunicação caso seja bem utilizado, existe grandes possibilidades de um *website* institucional ser o primeiro contacto que um potencial cliente, ou até mesmo um investidor, tem com uma Empresa. Deste modo, crê-se que os *websites* institucionais devem ser de fácil navegação e atrativos, visando o aumento do número de visitas, ou seja, aumentando a visibilidade da Empresa. Também é importante que as Empresas mantenham os conteúdos dos seus *websites* atualizados, isto é, que divulguem (constantemente) informações atuais acerca da Empresa e das suas atividades, sejam elas económicas, sociais ou ambientais (Pereira, 2011; Gomes, 2012; Silva, 2013). Assim, os *websites* funcionarão como um colaborador que divulgará a Empresa 24 horas por dia, 365 (ou 366) dias por ano, a nível mundial.

Não só os *websites* institucionais, mas também os *websites* de redes sociais – tais como *Facebook* e *LinkedIn* – são considerados por diversos autores bons meios de comunicação, aumentando de igual modo a visibilidade da Empresa (caso este meio de comunicação seja usado corretamente, isto é, que sejam as próprias Empresas a divulgar informações e não outros fazendo-se passar por elas; que sejam responsáveis, usando estes meios de comunicação para divulgar informação verídica).

Como já referido, os objetivos da utilização destes meios de comunicação por parte das Empresas são facilitar a interação e troca de experiências entre os consumidores; interagir com clientes atuais; atrair novos clientes; originar novos/mais negócios; aumentar a notoriedade/imagem/reputação da marca; desenvolver novos produtos/serviços; controlar a qualidade dos seus produtos/serviços; e reduzir os custos de *marketing* (Pereira, 2011). Assim, atualmente, as Empresas utilizam recursos *online*, como *websites* institucionais ou meios de comunicação social (por exemplo, *websites* de redes sociais), para divulgar

informações sobre RSE a grupos específicos *stakeholders*, em vez de utilizar meios tradicionais de comunicação, como jornais, televisão, rádio, *placards* ou *outdoors* publicitários (Isenmann, 2006 *apud* Gomez e Chalmeta, 2013)²⁶.

Em suma, as Empresas através dos *websites* institucionais e de redes sociais divulgam as suas práticas e atividades de RSE a nível mundial, fazendo chegar tais informações aos diversos *stakeholders*. Consequentemente, poderão aumentar a sua visibilidade e reputação aos olhos dos *stakeholders*, possivelmente atrair novos *stakeholders* (por exemplo, investidores e clientes) e ao divulgarem diversas informações, tornar-se-ão mais transparentes.

2.3.3. Resultados de Estudos Efetuados

Farache, Wanderley, Perks e Filho (2007b) realizaram um estudo que pretendia analisar como as atividades/ações relacionadas com a RSE estão a ser divulgadas nos *websites* das principais Empresas francesas que exercem atividade no Brasil. Para tal selecionaram 3 Empresas (Aventis, Carrefour e Rhodia) que pertencem às 10 maiores multinacionais francesas no Brasil (segundo a classificação da Revista Exame Maiores e Melhores de 2006), concluindo que o indicador menos divulgado é o Código de Ética ou o Código de Conduta, utilizado somente por metade das Empresas analisadas. Concluíram, igualmente, que as Empresas tendem a utilizar o mesmo *layout* nos seus *websites*, desenvolvido tanto para o público brasileiro como para o francês, estabelecendo assim uma «identidade visual padrão», o que fortalece a marca da Empresa – o que, segundo os autores, demonstra uma preocupação com uma unidade na comunicação. Contudo, a maior diferença que encontraram entre os *websites* brasileiros e franceses foi o conteúdo disponibilizado; pois os *websites* franceses são mais explicativos e disponibilizam informações mais rigorosas sobre as ações sociais da Empresa, ou seja, os «*websites* franceses apresentam um melhor desempenho na comunicação das suas ações de [RSE] na *Internet*» do que os «*websites* brasileiros das filiais dessas mesmas Empresas, instaladas no Brasil». Os autores concluíram ainda que, quanto mais economicamente desenvolvido for o país, mais a Sociedade compreende a importância das ações sociais das Empresas, exigindo delas «uma

²⁶ ISENMANN, R. – CSR Online: Internet Based Communication. In *Management Models for Corporate Social Responsibility*. Berlin: Springer, 2006. pp. 247-263

prestação de contas mais objetiva e, ao mesmo tempo, fundamentada em informações consistentes».

Branco e Rodrigues (2008a) efetuaram um estudo, usando as Empresas da *Euronext* Lisboa como Amostra, onde mostram que estas elegeram o Relatórios e Contas para divulgar a sua informação social, principalmente a informação relativa aos recursos humanos. Contudo, o meio de divulgação de «informações sociais referentes aos projetos ao nível do envolvimento com a comunidade» preferido por estas Empresas foi a *Internet*. Os autores afirmam que existe uma simples explicação para esta escolha: é que o Relatório e Contas está muito direcionado para os investidores que obviamente se preocupam com os recursos humanos da Empresa; enquanto a *Internet* permite que o público em geral consulte os *websites* das Empresas fazendo mais sentido a divulgação de informação sobre os projetos sociais envolvendo a comunidade através da *Internet*. Os autores concluíram ainda que quanto maior a visibilidade da Empresa, maior a sua preocupação em divulgar a informação social, qualquer que seja o meio de comunicação escolhido.

Gill, Dickinson e Scharl (2008) analisaram o relato de sustentabilidade nos *websites* das Empresas da América do Norte (EUA e Canadá), Ásia (China, Tailândia, Malásia e Índia) e Europa (Rússia, França, Espanha, Reino Unido, Itália e Holanda) das companhias de petróleo e gás, concluindo que são as companhias americanas que divulgam mais informação e que são as asiáticas que menos divulgam. As Empresas norte americanas divulgam a maior quantidade de informações para os indicadores de sustentabilidade ambiental e económica, enquanto as Empresas europeias são as que mais divulgam indicadores sociais.

Amorim (2010) efetuou um estudo onde pretendia medir a evolução da divulgação da RS nos Relatórios e Contas e nos Relatórios de Sustentabilidade do período entre 2004 e 2008, usando como Amostra as Empresas cotadas na *Euronext* Lisboa, durante o período de 2004 a 2008. A autora concluiu que houve uma evolução positiva ao longo dos cinco anos. Apesar de ter havido um decréscimo, em termos relativos, da divulgação da informação sobre a RSE nos Relatórios de Sustentabilidade; houve um aumento significativo do número de publicações de Relatórios de Sustentabilidade – de 5 Relatórios de Sustentabilidade em 2004 para 13 em 2008. Concluiu, igualmente, que ao longo dos 5 anos, a componente mais divulgada nos Relatórios e Contas foi a dos recursos humanos enquanto nos Relatórios de Sustentabilidade foi a do ambiente e nos *websites* foi o

envolvimento com a comunidade; para chegar aos vários *stakeholders*, as Empresas selecionam o meio de comunicação – Relatórios e Contas, Relatórios de Sustentabilidade e/ou *websites* – que consideram mais eficaz; o setor das telecomunicações e o setor financeiro são os que mais informações sobre RSE divulgam nos *websites*. Aferiu que quanto maior for a dimensão e a rendibilidade da Empresa, mais serão os itens divulgados sobre a RSE nos Relatórios e Contas. Concluiu, ainda, que divulga-se mais informações acerca da RSE nos Relatórios e Contas do que nos *websites*.

Ferraz e Rafael (2012a) efetuaram um estudo visando a análise de como algumas das Empresas de animação turística portuguesas procedem à comunicação e divulgação das suas práticas e desenvolvimento de projetos de RSE na *Internet*, através dos seus *websites* institucionais. Assim, das 236 Empresas de animação turística registadas no Registo Nacional do Turismo, sobretudo os Agentes de Animação Turística, selecionaram 11 Empresas Animação Turística da Região de Turismo do Centro (EATRTC), excluindo os Operadores Marítimos Turísticos. Após a identificação dos *websites* institucionais das EATRTC por parte dos autores, estes analisaram o conteúdo começando na página inicial (*homepage*) e navegando de seguida em profundidade para as páginas com referência à temática da RSE. Os autores aferiram que as Empresas analisadas revelam uma fraca utilização da *Internet* a fim de divulgarem a sua atuação na área da RSE, pois menos de 50% das Empresas de animação turística analisadas efetuam tal comunicação. Concluíram que, embora cada vez mais se considere a *Internet* como uma poderosa ferramenta no processo de comunicação empresarial, proporcionando agilidade, rapidez e a redução de custos, e os *websites* institucionais um meio através do qual as Organizações podem divulgar global, eficiente e eficazmente as suas atividades de RSE; as Empresas de Animação Turística em Portugal que atuam na área do turismo natural, aparentemente não aproveitam esse potencial.

Ferraz e Rafael (2012b) realizaram um estudo tendo por objetivo observar e analisar como os principais grupos hoteleiros nacionais e internacionais a operar em Portugal divulgam e comunicam as suas ações e projetos de RSE na *Internet* através dos seus *websites* institucionais. Para tal, a população do estudo é “grupos hoteleiros mais representativos a operar em Portugal”, tendo os autores selecionado nove Organizações classificadas nas primeiras posições do estudo Atlas da Hotelaria – efetuado pela consultora Deloitte, em 2011. Relativamente ao tipo de informação que é divulgada nos portais dos grupos

hoteleiros, os autores concluíram que a comunicação da RSE passa principalmente pela divulgação de notícias relacionadas. Os autores concluíram igualmente que a comunicação da sustentabilidade apresenta resultados reduzidos, embora em igual proporção, para os diferentes eixos analisados, sustentabilidade económica, ambiental e social, ou seja está presente de igual modo em cerca de 33% das Empresas analisadas; que um dos dois principais grupos hoteleiros que apresentam os melhores resultados na divulgação de informação de RSE é um dos maiores grupos hoteleiros portugueses; que os grupos hoteleiros ainda não exploram muitas das possibilidades de *Media* interativo que proporciona a *Internet*. Aferiram ainda os autores que embora cada vez mais se considere a *Internet* como uma ferramenta que permite a redução de custos de comunicação e os *websites* institucionais um meio através do qual as Organizações podem divulgar global, eficiente e eficazmente as suas atividades de RSE, os grupos hoteleiros a operar em Portugal aparentemente não estão a aproveitar esse potencial e a sua influência nas respetivas Organizações.

Vilar (2012) efetuou um estudo com objetivo de analisar a divulgação da RSE de 110 dos maiores Bancos mundiais através das suas páginas de *Internet* institucionais. Para tal recolheu dados dos dez maiores Bancos de cada uma das onze zonas geográficas do planeta, tendo «repartido» o globo da seguinte forma: Europa, América do Norte, América Central e do Sul, Norte de África, África Subsariana, Ex-União Soviética, Ásia Oriental, Sudoeste Asiático, Ásia Meridional, Médio Oriente e Oceânia. O autor concluiu que os maiores Bancos mundiais utilizam os seus *websites* para comunicar preocupações e atividades no âmbito da RSE; que os temas predominantes divulgados na comunicação com os *stakeholders*, através dos seus *websites* são sobre os programas económico-sociais e a gestão ambiental; que existem diversos padrões geográficos nos temas que são comunicados pelos maiores Bancos mundiais pois os Bancos da Europa e da América do Norte reportam informação relevante em 67,9% e 70,4% dos casos, respetivamente, enquanto em todas as outras zonas geográficas estes valores são menores. O autor conseguiu demonstrar que os Bancos que mais divulgam operam tendencialmente em zonas geográficas com indicadores de desenvolvimento mais elevados tendo como base de estudo, o Índice de Desenvolvimento Humano das Nações Unidas e o Produto Interno Bruto *per capita* publicado pelo Banco Mundial.

3. Enquadramento Metodológico

Neste ponto mencionar-se-á qual o objetivo, quais as hipóteses, qual a população e a amostra do estudo e ainda como se efetuará a recolha e quais as técnicas e tratamento de análise dos dados recolhidos.

3.1. Objetivo do Estudo

O objetivo do estudo consiste na análise do nível de divulgação de informação de RSE nas Empresas do PSI Geral da *Euronext* Lisboa, no período entre 2012 e 2013, tendo por base os indicadores de desempenho económico, ambiental e social da GRI. Para tal, o método a aplicar será a análise de conteúdo, visto vários autores defenderem que é a mais comum e mais utilizada no método de avaliação de desempenho (Pinheiro [et al.], 2013; Legendre e Coderre, 2013; Matos e Góis, 2013; Carvalho [et al.], 2011; Carvalho, 2010; Amorim, 2010; Felisberto, 2010; Monteiro, 2010; Dias, 2009; Moneva, Llena e Lameda, 2005; Gray [et al.], 1995a; Gray [et al.], 1995b; Abbott e Monsen, 1979).

Dado o grau de facilidade, rapidez e de economia (custos reduzidos), a *Internet*, mais corretamente os *websites* institucionais e as redes sociais devem ser utilizados cada vez mais pelas Empresas como meio de comunicação, com a finalidade de divulgar informações sobre RSE, dada a importância que lhe é atribuída pelos *stakeholders*. Assim, será também analisado o nível de divulgação de informação de RSE das referidas Empresas na *Internet*.

3.2. Hipóteses do Estudo

As hipóteses base que se pretendem testar são as seguintes:

H1: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e alguns fatores.

H1.1: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e a rendibilidade das Entidades.

H1.2: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e o nível de endividamento das Entidades.

H1.3: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e a dimensão das Entidades.

H1.4: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e a tipologia do setor das Entidades.

H2: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação *online* de informação sobre RSE e alguns fatores.

H2.1: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e a rendibilidade das Entidades.

H2.2: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e o nível de endividamento das Entidades.

H2.3: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e a dimensão das Entidades.

H2.4: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e a tipologia do setor das Entidades.

H3: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e o nível de divulgação *online* de informação sobre RSE.

3.3. Definição da População e Dimensão da Amostra

A População do estudo é as Entidades do PSI Geral da *Euronext* Lisboa, no período entre 2012 e 2013 (ou seja 51 Empresas) (conforme Apêndice B). Contudo, a Amostra do estudo apenas compreenderá as Entidades do PSI Geral da *Euronext* Lisboa (conforme Apêndice B), excetuando as Sociedades Anónimas Desportivas (SAD) (Futebol Clube do Porto, SAD; Sport Lisboa e Benfica, SAD; e Sporting Clube de Portugal, SAD), uma vez que apresentam um período contabilístico distinto das demais e como tal podem enviar alguns dados recolhidos (por uma questão de comparabilidade); assim como as Empresas

subsidiárias que pertençam ao Grupo já incluído (Banco Espírito Santo; EDP Renováveis; Espírito Santo Financial Nom; Sonaecom; e Vista Alegre Atlantis-Fusão), uma vez que se optou por trabalhar com dados consolidados. Excluem-se igualmente todas aquelas que não possuam informação publicamente disponível. Ou seja, a Amostra do estudo são 43 Empresas.

3.4. Recolha de Dados

Iniciar-se-á a pesquisa com um estudo exploratório da literatura existente, a fim de se obter informação relevante sobre o objeto de estudo.

Posteriormente, recolher-se-á informação (necessária aos objetivos do estudo) dos Relatórios e Contas, dos Relatórios de Sustentabilidade, dos *websites* institucionais e das redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*) das Empresas, quando disponíveis. Serão consideradas para efeitos de pesquisa *online* os meses de Julho a Setembro.

Relativamente aos Relatórios de Sustentabilidade, estes serão analisados de acordo com o referencial da versão G3.0 GRI (2006), tal como Carvalho (2008), Dias (2009) e Domingos (2010), sendo as variáveis (dependentes) definidas as constantes nos Quadros 3.C1, 3.C2 e 3.C3 (consultar Apêndice C).

No caso das Empresas que não adotaram o modelo da GRI, a pesquisa foi feita utilizando palavra-chave para cada Indicador do referencial. No Apêndice D poder-se-á encontrar a listagem dos Indicadores e respetivas palavras-chave selecionadas.

Relativamente à presença *online* as variáveis (dependentes) a utilizar são de acordo com Felisberto (2010); Farache, Wanderley, Perks e Filho (2007b); Farache, Perks e Berry (2007a); Filho e Wanderley (2007); Filho, Wanderley e Silva (2008); Wanderley, Lucian, Farache e Filho (2008b); e Wanderley, Farache e Filho (2008a), estando descritas no Quadro 3.1.

Quadro 3.1 Variáveis Dependentes da Presença *Online*.

Variáveis	Descrição
<p>1. Existência de um Código de Ética ou de um Código de Conduta: <i>Divulgação do Código de Conduta ou Código de Ética da Empresa.</i></p>	<p>Constatar se a Empresa possui um Código de Ética ou um Código de Conduta que regula as suas relações com os seus funcionários e outros <i>stakeholders</i>, nomeadamente fornecedores, clientes e comunidade.</p>
<p>2. Detalhes de Projetos de RSE: <i>Divulgação de informações especificando quais são os projetos sociais internos e/ou externos.</i></p>	<p>Uma das formas mais comuns de colocar em ação a RSE é através de projetos de índole social, sendo igualmente relevante a divulgação de informação sobre os mesmos, tal como a comunicação dos objetivos do projeto, qual a equipa gestora e há quanto tempo o projeto está em execução.</p>
<p>3. Informações sobre os Resultados dos Projetos de RSE: <i>Divulgação dos resultados dos projetos sociais, especificando a quantidade de pessoas e organizações envolvidas, benefícios para o público-alvo, recursos humanos, financeiros e materiais investidos, entre outras informações.</i></p>	<p>Avaliar se as Empresas, além de divulgarem os seus projetos nos <i>websites</i>, divulgam igualmente os resultados obtidos. Assim, pretende-se avaliar questões como: (1) se existiu comunicação dos benefícios gerados; (2) a quantidade de recursos investidos nos projetos; (3) quais os impactos socioeconómicos gerados; e (4) a diminuição dos danos ambientais.</p>
<p>4. Parcerias de RSE com ONG's, Governos, ou com outros grupos de interesse: <i>Identificação dos possíveis parceiros relacionados com a RSE, tais como organizações locais, regionais, nacionais ou internacionais.</i></p>	<p>Avaliar se a atuação empresarial ao nível da RSE é pautada tanto nas próprias necessidades como nas dos parceiros, comunidades e <i>stakeholders</i>. A importância da divulgação e da comunicação das parcerias é mostrar como a Empresa se relaciona com os diferentes parceiros nos diferentes projetos e qual o papel de cada um.</p>
<p>5. Divulgação do Relatório de Sustentabilidade (baseados no referencial da GRI).</p>	<p>Atualmente, os Relatórios de Sustentabilidade são como uma ferramenta de comunicação na divulgação das informações referentes às ações, projetos, investimentos e efeitos relacionados à gestão sócio ambiental da Empresa (RSE).</p>
<p>6. Definição de Visão, Missão e Valores.</p>	<p>Avaliar a comunicação da visão, missão e valores empresarial, pois crê-se que faz parte de uma política de transparência a declaração destes uma vez que pautam a atuação da Empresa. Assim, com esta divulgação, os clientes e a Sociedade possuem uma ferramenta que lhes permite «cobrar» à Empresa qualquer ação que não corresponda aos valores assumidos e divulgados.</p>

Fonte: Adaptado de Felisberto (2010); Farache [et al.] (2007a); Farache [et al.] (2007b); Filho e Wanderley (2007); Filho [et al.] (2008); Wanderley [et al.] (2008a); e Wanderley [et al.] (2008b).

Quanto aos fatores a analisar que possam estar relacionados com o nível de divulgação de informação de RSE serão utilizados: a rentabilidade, o nível de endividamento, a dimensão da Empresa e a tipologia do setor; sendo estas designadas por variáveis independentes.

Haniffa e Cooke (2005) assim como Pinheiro [et al.] (2013) constataram que existe uma relação positiva e significativa entre a divulgação de informação sobre RSE e a rentabilidade. Tagesson, Blank, Broberg e Collin (2009) concluíram através do seu estudo que a rentabilidade influencia positivamente a divulgação de informação sobre RSE, quanto à sua extensão e conteúdo. Neste sentido, **as Empresas mais rentáveis, tendem a divulgar mais informação sobre RSE.** Segundo Gomes (2012) e Amorim (2010) isto

justifica-se pelo facto das Empresas quererem demonstrar à Sociedade que os seus lucros são obtidos justa e legitimamente e que são «boas cidadãs», isto é, transmitirem a melhor imagem possível junto da Sociedade. Logo, há uma maior tendência por parte deste tipo de Empresas (as mais rentáveis) na divulgação de informação sobre RSE, ou seja, divulgarem os seus comportamentos e atividades socialmente responsáveis. Contudo, diversos autores constataram que existe uma fraca influência (isto é, uma correlação pouco significativa) da rendibilidade à divulgação de informação sobre RSE (Matos e Góis, 2013; Testera Fuertes e Cabeza García, 2013; Carvalho, 2010; Domingos, 2010; Amorim, 2010; Dias, 2009; Reverte, 2009; Carvalho, 2008; Brammer e Pavelin, 2008; Barros, 2008; Archel Domench, 2003; Moneva e Llena, 1996; Meek, Roberts e Gray, 1995; Roberts, 1992; Belkaoui e Karpik, 1989; Abbott e Monsen, 1979).

O fator “**Rendibilidade**” será calculado através do quociente entre o resultado líquido e o total capital próprio, o que se denomina por rendibilidade do capital próprio (Pinheiro [et al.], 2013; Matos e Góis, 2013; Testera Fuertes e Cabeza García, 2013; Tagesson [et al.], 2009; Reverte, 2009; Monteiro, 2007; Haniffa e Cooke, 2005).

As Empresas mais endividadas tendem a divulgar menos informação sobre RSE, isto é, quanto maior for o nível de endividamento da Empresa, menor será a sua divulgação sobre RSE. Isto porque com um baixo nível de endividamento da Empresa, os seus credores podem exercer menos pressão sobre os gestores acerca da realização e implementação de atividades de RSE pois estas têm custos associados (Testera Fuertes e Cabeza García, 2013; Brammer e Pavelin, 2008). Branco e Rodrigues (2008a) e Belkaoui e Karpik (1989) constataram que as Empresas mais endividadas são menos transparentes em relação à divulgação de informação sobre RSE. Reverte (2009) encontrou também uma correlação negativa entre o nível de endividamento da Empresa e a sua divulgação de informação sobre RSE, embora não tenha sido estatisticamente significativa. Amorim (2010) também constatou através do seu estudo que as Empresas menos endividadas são as que divulgam mais informação sobre RSE, embora não verificasse uma relação clara.

No entanto, García-Ayuso e Larrinaga (2003) concluíram que as Empresas com maior nível de endividamento divulgam mais informação sobre RSE visando a redução dos custos de agência e conseqüentemente reduzir os seus custos de capital. No mesmo sentido, Depoers (2000) encontrou uma relação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE, embora não tenha sido estatisticamente significativa. Por outro lado, Reverte

(2009), Brammer e Pavelin (2008), Barros (2008), Haniffa e Cooke (2005) e Depoers (2000) afirmaram que o grau de endividamento das Empresas não parece ter impacto sobre a sua divulgação de informação acerca da RSE. Barros (2008) acrescentou ainda que as Empresas não parecem divulgar informação sobre RSE visando o acesso mais facilitado aos recursos financeiros (isto é, ao crédito financeiro ou empréstimo).

O fator “**Endividamento**” será calculado através do quociente entre o total do passivo e o total do ativo (Testera Fuertes e Cabeza García, 2013; Amorim, 2010; Branco e Rodrigues, 2008a; Brammer e Pavelin, 2008; Barros, 2008; García-Ayuso e Larrinaga, 2003; Depoers, 2000; Belkaoui e Karpik, 1989).

Diversos autores concluíram através dos seus estudos que a dimensão da Empresa influencia significativa e positivamente a sua divulgação de informação sobre RSE (isto é, que existe uma correlação positiva significativa), ou seja, **quanto maior for a dimensão da Empresa, maior será o seu nível de divulgação de informação sobre RSE**. Neste sentido, as grandes Empresas tendem a apresentar maiores índices de divulgação de informação sobre RSE (Legendre e Coderre, 2013; Matos e Góis, 2013; Wang, Son e Yao, 2013; Testera Fuertes e Cabeza García, 2013; Gomes, 2012; Carvalho, 2010; Domingos, 2010; Amorim, 2010; Prado-Lorenzo, García-Sanchez e Galego-Álvarez, 2009; Reverte, 2009; Brammer e Pavelin, 2008; Branco e Rodrigues, 2008a; Barros, 2008; Haniffa e Cooke, 2005; Archel Domench, 2003; García-Ayuso e Larrinaga, 2003; Depoers, 2000; Moneva e Llana, 2000; Belkaoui e Karpik, 1989; Abbott e Monsen, 1979). Segundo Testera Fuertes e Cabeza García (2013), isto justifica-se pelo facto das grandes Empresas serem as que têm maior capacidade para gerar danos sociais e ambientais e dispõem de recursos mais adequados à elaboração deste tipo de informação. Amorim (2010) concluiu que as grandes Empresas estão mais expostas a pressões sociais, daí divulgarem mais informação deste tipo; e à medida que a Empresa cresce, o número de *stakeholders* aumenta também e conseqüentemente existe uma maior variedade de *stakeholders* interessados nas atividades desenvolvidas pelas Empresas. Contudo, Roberts (1992) no seu estudo não concluiu que existisse uma relação significativa e positiva entre a dimensão da Empresa e o seu nível de divulgação de informação sobre RSE.

O fator “**Dimensão**” será medido através do logaritmo de base n do volume de negócios da Empresa, sendo que se obterá o volume de negócios através da soma algébrica das vendas e das prestações de serviços; recorreu-se ao logaritmo de base n a fim de linearizar os

dados recolhidos (reduzindo a elevada amplitude das grandezas) (Legendre e Coderre, 2013; Simnett, Vanstraelen e Chua, 2009; Belkaoui e Karpik, 1989).

As Empresas «Poluentes» (que pertencem a setores com impactos ambientais potencialmente nocivos para o Ambiente) tendem a divulgar mais informação sobre RSE (Legendre e Coderre, 2013; Dias, 2009; Reverte, 2009; Branco e Rodrigues, 2008a; Barros, 2008; Brammer e Pavelin, 2004; Archel Domench, 2003; García-Ayuso e Larrinaga, 2003; Moneva e Llana, 1996; e Roberts, 1992).

O fator “**Tipologia do Setor**” será avaliado distinguindo-se os setores de atividade em que as Empresas causam danos mais diretamente no ambiente, isto é, far-se-á uma análise distinta entre Empresas poluentes e Empresas pouco poluentes (Legendre e Coderre, 2013; Testera Fuertes e Cabeza García, 2013; Amorim, 2010; Carvalho, 2010; Dias, 2009; Branco e Rodrigues, 2008a; Carvalho, 2008; Gallego, 2006; Morhardt, Baird e Freeman, 2002; Hart e Ahuja, 1996; Hackston e Milne, 1996). Assim, considerou-se «Empresas Poluentes» (assumindo valor “1”) todas as que pertencem ao setor Industrial, ao setor de Construção e três Empresas que, embora pertençam ao setor de Serviços foram incluídas neste grupo, sendo elas a EDP-Energias, a Galp e a Portugal Telecom; sendo as restantes consideradas «Empresas Pouco Poluentes» (assumindo valor “2”) (consultar Apêndice E). Acresce ainda que utilizar-se-á o fator “**Setor de Atividade**” que será avaliado através da criação de grupos de Empresas em função da atividade principal a que se destinam (consultar Apêndice E).

Os dados recolhidos dos Relatórios de Sustentabilidade assim como dos *websites* e das redes sociais serão classificados de acordo com uma classificação dicotómica, pelo que o valor “0” (zero) é utilizado quando não há divulgação de informação e o valor “1” (um) quando é divulgada informação relativa à variável em questão. Nos casos em que as Entidades referem um indicador como sendo “Não Aplicável”, será utilizado o valor “1” dado que se considerou que este facto se consubstanciava na divulgação de informação (Pinheiro [et al.], 2013; Amorim, 2010; Carvalho, 2010; Domingos, 2010; Dias, 2009; Carvalho, 2008; Abbott e Monsen, 1979).

3.5. Técnicas e Tratamento de Análise de Dados

A metodologia a utilizar nesta investigação, como já se referiu, é a análise de conteúdo, uma vez que esta é considerada a metodologia mais utilizada na recolha de informação pelos investigadores da área de *Corporate Social Reporting* (Pinheiro [et al.], 2013; Legendre e Coderre, 2013; Matos e Góis, 2013; Carvalho [et al.], 2011; Carvalho, 2010; Amorim, 2010; Felisberto, 2010; Monteiro, 2010; Dias, 2009; Moneva [et al.], 2005; Gray [et al.], 1995a; Gray [et al.], 1995b; Abbott e Monsen, 1979). A análise de conteúdo é uma técnica de recolha de dados que consiste na codificação em categorias de informação qualitativa na forma literária, a fim de se obter escalas quantitativas de diferentes níveis de complexidade (Abbott e Monsen, 1979). Ou seja, transformar-se-á a informação de RSE recolhida em dados quantitativos a fim de se proceder ao cálculo da divulgação de informação sobre RSE, assim como se recolheu informações dos Relatórios Consolidados Anuais, Relatórios de Sustentabilidade das Empresas e dos *websites* e redes sociais das Empresas para calcular quer a rendibilidade, quer o nível de endividamento, quer a dimensão da Empresa e ainda para o enquadramento no setor de atividade ao qual a Empresa pertence.

i. Análise Univariada

Após a análise de conteúdo dos Relatórios de Sustentabilidade, assim como da presença *online* da Empresa, se existir, efetuar-se-á uma análise univariada (análise descritiva), com base naquilo que foi referido, ou seja, atribuindo valor “0” se não houver divulgação de informação sobre RSE e valor “1” se houver divulgação. Assim, a análise univariada consiste no tratamento em separado de cada variável recorrendo-se à estatística descritiva, isto é, calcular-se-ão as principais características amostrais (por exemplo, média, moda, mediana e desvio-padrão) adequadas ao tipo de variável em causa, as quais são normalmente exibidas quer em tabelas de frequência, quer em representações gráficas e onde só se procuram «evidências ou pistas» (Pinheiro [et al.], 2013; Matos e Góis, 2013; Gomes, 2012; Carvalho [et al.], 2011; Felisberto, 2010; Monteiro, 2010; Domingos, 2010; Dias, 2009; Reis, 2009; Carvalho, 2008; Branco e Rodrigues, 2008a; Gray [et al.], 1995a; Abbott e Monsen, 1979). Neste estudo, a medida de tendência central é a média (valor central relativamente às restantes observações), a qual será apresentada tanto em quadros

como em gráficos, a fim de se conhecer o nível de divulgação de cada indicador e os aspetos económico, ambiental e social, e neste sentido avaliar a sua importância.

ii. Análise Bivariada

Na sequência do referido anteriormente, e a fim de responder às hipóteses de investigação já mencionadas, proceder-se-á à análise bivariada dos dados com o intuito de melhor compreender a relação entre o nível de divulgação e os fatores considerados relevantes, isto é, o coeficiente de correlação entre as variáveis. Consistindo a análise bivariada no apuramento da relação, existe ou não, entre cada fator definido (rendibilidade, nível de endividamento, dimensão e tipologia do setor) e a divulgação voluntária; podendo ser estabelecida, ou não, uma relação de causa/efeito entre as duas variáveis (Pinheiro [et al.], 2013; Gomes, 2012; Carvalho, 2010; Felisberto, 2010; Monteiro, 2010; Domingos, 2010; Dias, 2009; Carvalho, 2008). O teste para a independência de duas variáveis através dos coeficientes de correlação linear de *Pearson*, *Spearman*, ou *Kendall's Tau_b*, são exemplos típicos de métodos de análise bivariada (Carvalho, 2010; Domingos, 2010; Dias, 2009; Carvalho, 2008; Reis [et al.], 2006; Pereira, 2004; Reis, 2001). Uma vez que neste estudo a dimensão da Amostra é relativamente reduzida e por se tratar de variáveis com dados dicotómicos que não tem uma distribuição normal, utilizar-se-á a correlação linear de *Kendall's Tau_b*, com testes de significância *Two-tailed* pois não existe um conhecimento prévio da direção da associação (Pereira, 2004), à semelhança dos estudos de Carvalho (2010), Domingos (2010), Dias (2009) e Carvalho (2008).

iii. Análise Multivariada

Por fim, efetuar-se-á uma análise multivariada dos dados que consiste no apuramento da relação, existente ou não, entre mais de duas variáveis recorrendo-se à análise de componentes principais a fim de se determinar a existência de possíveis correlações e a existência de dimensões (Legendre e Coderre, 2013; Matos e Góis, 2013; Gomes, 2012; Carvalho, 2010; Felisberto, 2010; Domingos, 2010; Dias, 2009; Branco e Rodrigues, 2008a; Carvalho, 2008; Maroco, 2007; Reis, 2001). Existem diversos métodos de análise multivariada com finalidades bastantes divergentes entre si, dependendo da afirmação que se pretende efetuar a respeito dos dados. Recorre-se a esta técnica para explorar as relações entre um conjunto de variáveis, não visando a confirmação de hipóteses ou teorias que estão na base da estrutura de um conjunto de variáveis, mas sim a identificação das

variáveis mais relevantes no campo das componentes principais (Carvalho, 2010; Dias, 2009; Carvalho, 2008; Maroco, 2007).

Assim, no presente estudo utilizar-se-á a análise multivariada através da técnica das componentes principais a fim de se verificar tanto a existência de variáveis fortemente correlacionadas como a quantidade de padrões significativos existentes no conjunto das variáveis. E ainda, visando o aprofundamento da análise a fim de verificar a existência de dimensões, serão utilizadas as componentes principais do coeficiente *KMO*, a variância total explicada, o *Scree Plot* e a rotação *Varimax* (Maroco, 2007), à semelhança dos estudos de Carvalho (2010), Domingos (2010), Dias (2009) e Carvalho (2008).

Utilizar-se-á o programa *SPSS* (versão 21.0) para o tratamento estatístico dos dados; e após uma leitura dos dados foram seleccionados os aspetos mais relevantes à análise.

4. Estudo Empírico

Neste capítulo desenvolver-se-á a análise e discussão dos resultados obtidos. Elaborar-se-ão análises univariada, bivariada e multivariada dos dados recolhidos de Relatórios de Sustentabilidade, *websites* institucionais, redes sociais (*Facebook e LinkedIn*) e Relatórios e Contas visando responder-se às hipóteses do estudo.

Para analisar o nível de divulgação de informação sobre RSE em Portugal no período entre 2012 e 2013, de acordo com a estrutura de divulgação de informação da GRI (2006), efetuar-se-á, primeiro, uma análise aos indicadores de cada um dos desempenhos económicos, ambientais e sociais.

De seguida realizar-se-á uma análise bivariada visando testar a primeira, a segunda e a terceira hipóteses de estudo que relacionam os fatores rendibilidade, nível de endividamento e dimensão da Empresa com a divulgação de informação sobre RSE assim como qual a influência do setor (isto é, da Tipologia do Setor) nestes fatores.

Por último, visando aprofundar o estudo, elaborar-se-á uma análise multivariada, de modo a verificar se existem dimensões, através das componentes principais do coeficiente KMO, da variância total explicada, do *Scree Plot* e da rotação *Varimax*.

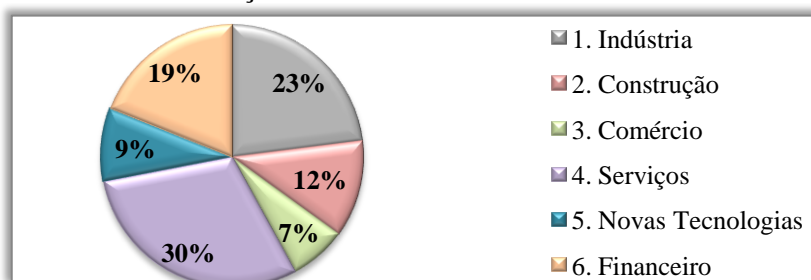
4.1. Análise Univariada

Neste subcapítulo far-se-á a caracterização da Amostra em estudo assim como a interpretação e análise univariada de informação sobre RSE.

4.1.1. Caraterização da Amostra

Relativamente ao Setor de Atividade, as Empresas distribuem-se da seguinte forma, conforme Gráfico 4.1.

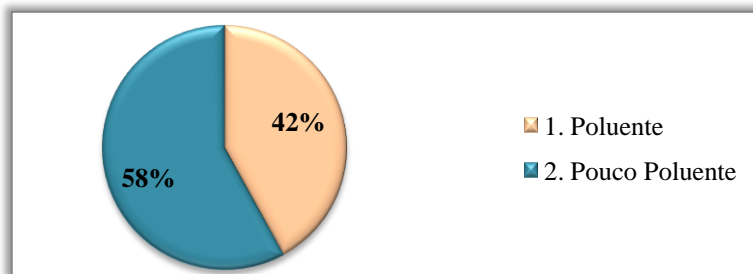
Gráfico 4.1 Distribuição da Amostra consoante o Setor de Atividade.



Como se pode verificar no Gráfico 4.1, grande parte da Amostra pertence ao setor de atividade dos Serviços (30%), ao setor da Indústria (23%) e ao setor Financeiro (19%).

No que respeita à Tipologia do Setor, as Empresas distribuem-se como se pode observar no Gráfico 4.2.

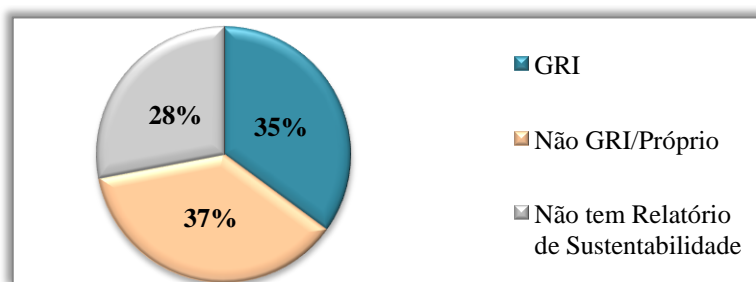
Gráfico 4.2 Distribuição da Amostra tendo por base a Tipologia do Setor.



Relativamente à distribuição da Amostra tendo por base a Tipologia do Setor, pelo Gráfico 4.2 pode afirmar-se que 58% das Empresas da Amostra são consideradas Empresas Pouco Poluentes, sendo 42% consideradas Empresas Poluentes. Note-se que considera-se «Empresas Poluentes» as que têm maior sensibilidade ambiental, isto é, as que pertencem a setores de atividade com impactos ambientais potencialmente nocivos para o Ambiente (setores Indústria e Construção e ainda três Empresas do setor Serviços); considerando-se «Empresas Pouco Poluentes» as pertencentes aos demais setores (Comércio, Serviços, Novas Tecnologias e Financeiro), como já mencionado no subcapítulo 3.4. Recolha de Dados (consultar Apêndice B).

O Gráfico 4.3 demonstra a distribuição da Amostra quanto à elaboração do seu Relatório de Sustentabilidade.

Gráfico 4.3 Distribuição da Amostra consoante a elaboração do seu Relatório de Sustentabilidade.



Como se pode observar no Gráfico 4.3, verifica-se que 35% da Amostra elabora o seu Relatório de Sustentabilidade de acordo com o referencial da GRI (2006); 37% elabora o seu Relatório de Sustentabilidade de forma autónoma ou segundo outro referencial (por

exemplo, a Jerónimo Martins utiliza o referencial da *Global Compact*); e 28% não divulga/elabora Relatório de Sustentabilidade.

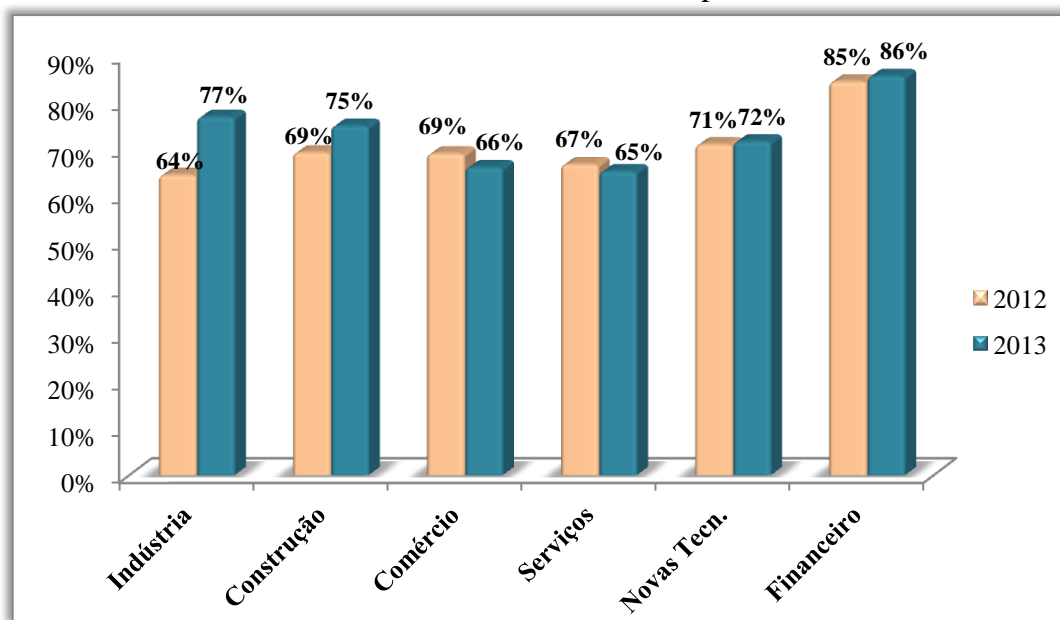
Quanto ao nível de Endividamento e à Rendibilidade dos Capitais Próprios (RCP), tendo por base a Tabela 4.1, pode afirmar-se que o nível de Endividamento sofreu um acréscimo de cerca de 4% em 2013 face a 2012; em 2013, a RCP tornou-se mais negativa face a 2012. Assim, em termos de variação no período em análise, o nível de Endividamento registou um acréscimo de 6% e a RCP tornou-se mais negativa. Tendo-se verificado que no período em análise a Empresa é a Empresa em média menos endividada (36%) e a Conta a Empresa mais endividada (107%). Relativamente à RCP, no período em análise verificou-se que a Cofina é a Empresa que apresenta em média uma maior rendibilidade (0,3), sendo a Lisgráfica a Empresa em média com menor rendibilidade (-2,5).

Tabela 4.1 Médias do Nível de Endividamento e da Rendibilidade dos Capitais Próprios.

Fator	Média 2012	Média 2013	Média 2012-2013	Δ 2012-2013
Nível de Endividamento	70%	74%	72%	6%
Rendibilidade dos Capitais Próprios	-0,06	-0,15	-0,11	1,5

De seguida, analisar-se-á o nível de Endividamento e a RCP, tendo em conta o Setor de Atividade das Empresas da Amostra, conforme Gráfico 4.4 e Gráfico 4.5, respetivamente.

Gráfico 4.4 Médias do Nível de Endividamento por Setor de Atividade.



Após breve análise ao Gráfico 4.4, pode afirmar-se que em 2013 o nível de Endividamento aumentou na maioria dos Setores de atividade (Indústria, Construção, Novas Tecnologias e

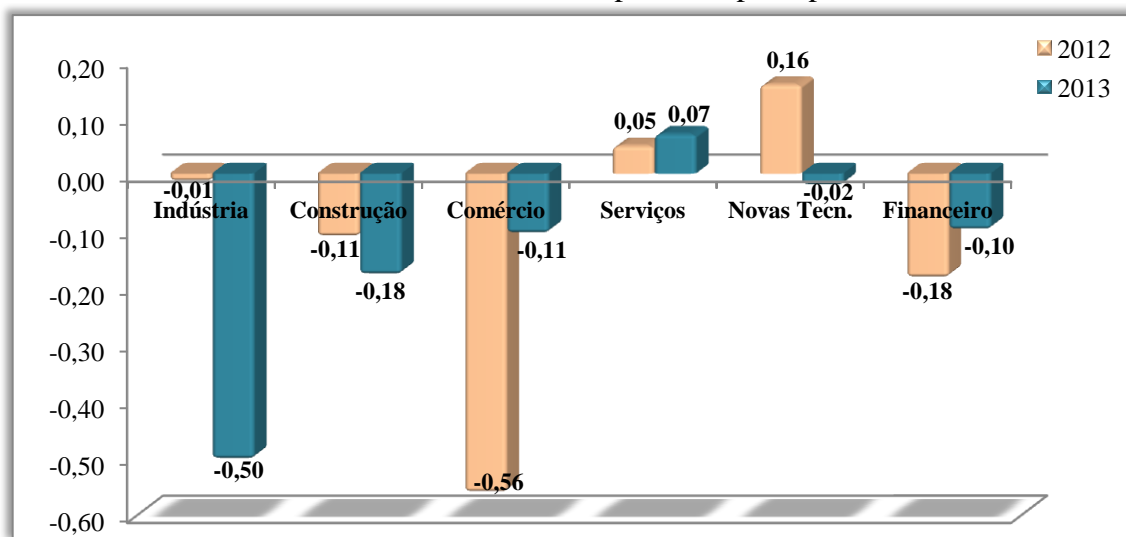
Financeiro); no entanto, nos setores Comércio e Serviços registou um ligeiro decréscimo, face a 2012. Podendo igualmente afirmar-se que, em média, o Setor mais endividado é o Financeiro, sendo o menos endividado o Setor Serviços, com base na Tabela 4.2.

Tabela 4.2 Nível de Endividamento por Setor de Atividade.

Setor	Média 2012	Média 2013	Média 2012-2013	Δ 2012-2013
Indústria	64%	77%	71%	20%
Construção	69%	75%	72%	9%
Comércio	69%	66%	68%	-4%
Serviços	67%	65%	66%	-3%
Novas Tecnologias	71%	72%	71%	1%
Financeiro	85%	86%	85%	1%

O Gráfico 4.5 demonstra as médias de RCP por Setor de Atividade nos anos de 2012 e 2013.

Gráfico 4.5 Médias de Rendibilidade dos Capitais Próprios por Setor de Atividade.



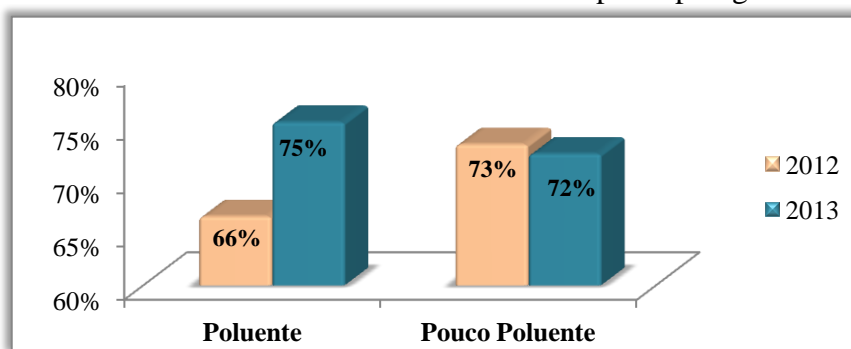
Após breve análise ao Gráfico 4.5 assim como à Tabela 4.3, pode afirmar-se que em 2013 o setor Indústria foi o que registou uma diminuição bastante acentuada na RCP, face a 2012; sendo este o Setor com menor RCP em 2013. No período em análise, apenas o Setor Serviços registou uma RCP positiva em ambos os anos, tendo sofrido um ligeiro aumento de 0,02; sendo este o Setor com maior RCP. Note-se a redução acentuada em 2013 da RCP negativa no setor Comércio, isto é, tornando-se menos negativa (0,45); por outro lado, o Setor Novas Tecnologias que em 2012 registou uma RCP positiva de 0,16, tornando em 2013 negativa (-0,02).

Tabela 4.3 Rendibilidade dos Capitais Próprios por Setor de Atividade.

Setor	Média 2012	Média 2013	Média 2012-2013	Δ 2012-2013
Indústria	-0,01	-0,50	-0,26	49
Construção	-0,11	-0,18	-0,15	0,64
Comércio	-0,56	-0,11	-0,33	-0,80
Serviços	0,05	0,07	0,06	0,40
Novas Tecnologias	0,16	-0,02	0,07	-1,13
Financeiro	-0,18	-0,10	-0,14	-0,44

De seguida, efetuar-se-á a análise ao nível de Endividamento assim como à RCP, mas tendo em conta a Tipologia do Setor das Empresas da Amostra, conforme Gráfico 4.6 e Gráfico 4.7, respetivamente.

Gráfico 4.6 Médias do Nível de Endividamento por Tipologia do Setor.



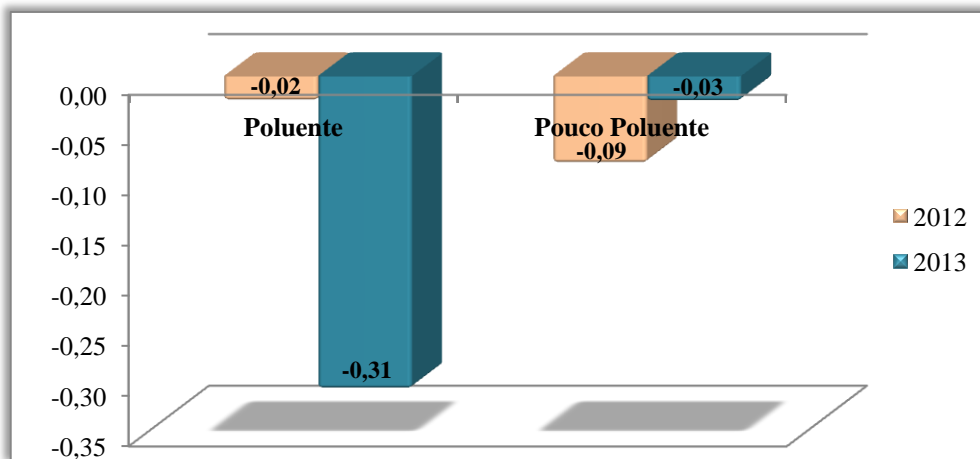
Após breve análise ao Gráfico 4.6 e à Tabela 4.4, pode afirmar-se que em 2013, o nível de Endividamento aumentou 9% para as Empresas Poluentes; tendo diminuído 1% para as Empresas Pouco Poluentes. Note-se, no entanto, que em 2012 as Empresas Pouco Poluentes registaram um nível de Endividamento superior comparativamente às Empresas Poluentes (de 73% e 66%, respetivamente).

Tabela 4.4 Nível de Endividamento por Tipologia do Setor.

Setor	Média 2012	Média 2013	Média 2012-2013	Δ 2012-2013
Poluente	66%	75%	71%	14%
Pouco Poluente	73%	72%	73%	-1%

O Gráfico 4.7 demonstra as médias de RCP por Tipologia do Setor nos anos de 2012 e 2013.

Gráfico 4.7 Médias de Rendibilidade dos Capitais Próprios por Tipologia do Setor.



Após breve análise ao Gráfico 4.7 assim como à Tabela 4.5, pode verificar-se que no período em análise a RCP de ambos os Setores (Poluente e Pouco Poluente) são negativas; contudo, são menos negativas nas Empresas Pouco Poluentes. Note-se que as Empresas Poluentes registaram um decréscimo acentuado na RCP em 2013, face a 2012 (de -0,02 para -0,31).

Tabela 4.5 Rendibilidade dos Capitais Próprios por Tipologia do Setor.

Setor	Média 2012	Média 2013	Média 2012-2013	Δ 2012-2013
Poluente	-0,02	-0,31	-0,17	14,5
Pouco Poluente	-0,09	-0,03	-0,06	-0,67

4.1.2. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial

Neste ponto será desenvolvida a análise univariada dos dados recolhidos dos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas da Amostra.

Assim, efetuar-se-á uma análise univariada tendo por base a divulgação de informação contida nos Relatórios de Sustentabilidade, onde se analisam os indicadores, aspetos e desempenhos de RSE, tendo por base a divulgação de informação de RSE *online* – nos *websites* institucionais e redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*).

4.1.2.1. Análise dos Relatórios de Sustentabilidade baseados no referencial da GRI (2006)

Nesta subsecção pretende-se analisar a percentagem de divulgação de informação sobre RSE a nível do Desempenho Económico, Ambiental e Social, pelo que se iniciará com a análise dos indicadores dos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da versão G3.0 da GRI (2006), de seguida analisar-se-ão os aspetos e por fim os três desempenhos (económico, ambiental e social).

i. Análise dos Indicadores dos Relatórios de Sustentabilidade

Neste ponto pretende-se analisar a percentagem de divulgação de informação sobre RSE a nível do Desempenho Económico. Na Tabela 4.6 apresentam-se os nove indicadores que compõe este desempenho, assim como o nível de divulgação de 2012 e 2013, a média de divulgação de cada indicador e a sua variação neste período.

Tabela 4.6 Divulgação dos Indicadores de Desempenho Económico.

Indicador	Descrição	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
EC 1	Valor económico gerado e distribuído.	67%	67%	67%	0%
EC 2	Investimentos por alterações do clima.	28%	26%	27%	-7%
EC 3	Obrigações com planos de pensões.	56%	49%	52%	-13%
EC 4	Apoio financeiro recebido.	51%	47%	49%	-8%
EC 5	Rácios de salários.	23%	21%	22%	-9%
EC 6	Fornecedores locais.	33%	30%	31%	-9%
EC 7	Contratação.	28%	26%	27%	-7%
EC 8	Infraestruturas.	28%	26%	27%	-7%
EC 9	Impactos económicos indiretos.	28%	26%	27%	-7%

Pode verificar-se que os indicadores que têm um nível superior de divulgação são o *Valor económico gerado e distribuído (EC1)*, que é divulgado por grande parte das Empresas, apresentando-se com uma média de divulgação de 67%, seguido das *Obrigações com planos de pensões (EC3)* com 52%. Tendo um menor nível de divulgação o indicador referente aos *Rácios de salários (EC5)*.

Em termos de variação no período em análise, à exceção do indicador supra referido (*EC1*) que não registou qualquer variação, todos os restantes registaram um decréscimo; verificando-se que o indicador *Obrigações com planos de pensões (EC3)* foi o que apresentou um maior decréscimo, de 13%.

Quanto à análise da percentagem de divulgação de informação sobre RSE a nível do Desempenho Ambiental, na Tabela 4.7 apresentam-se os trinta indicadores que compõem este desempenho, assim como o nível de divulgação de 2012 e 2013, a média de divulgação de cada indicador e a sua variação neste período.

Tabela 4.7 Divulgação dos Indicadores de Desempenho Ambiental.

Indicador	Descrição	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
EN 1	Materiais usados.	30%	28%	29%	-7%
EN 2	% Materiais usados provenientes de reciclagem.	37%	28%	33%	-24%
EN 3	Consumo direto de energia.	40%	35%	37%	-13%
EN 4	Consumo indireto de energia.	30%	23%	27%	-23%
EN 5	Poupança de energia.	33%	35%	34%	6%
EN 6	Iniciativas às reduções no consumo de energia.	42%	44%	43%	5%
EN 7	Iniciativas para reduzir o consumo indireto de energia.	35%	37%	36%	6%
EN 8	Consumo de Água.	42%	40%	41%	-5%
EN 9	Recursos Hídricos.	16%	16%	16%	0%
EN 10	% Água reciclada e reutilizada.	26%	23%	24%	-12%
EN 11	Zonas protegidas.	33%	28%	30%	-15%
EN 12	Descrição dos impactos.	30%	23%	27%	-23%
EN 13	Habitats protegidos.	28%	28%	28%	0%
EN 14	Gestão de impactos.	33%	26%	29%	-21%
EN 15	Espécies em risco de extinção.	23%	23%	23%	0%
EN 16	Gases com efeito de estufa.	44%	35%	40%	-20%
EN 17	Outras emissões indiretas.	35%	28%	31%	-20%
EN 18	Iniciativas à redução das emissões de gases.	42%	42%	42%	0%
EN 19	Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono.	28%	23%	26%	-18%
EN 20	Nox, Sox e outras emissões.	26%	21%	23%	-19%
EN 21	Descarga total.	30%	26%	28%	-13%
EN 22	Resíduos.	44%	42%	43%	-5%
EN 23	Derrames.	28%	26%	27%	-7%
EN 24	Resíduos transportados.	23%	21%	22%	-9%
EN 25	Descargas de águas.	21%	19%	20%	-10%
EN 26	Impactos ambientais.	40%	33%	36%	-18%
EN 27	Embalagens	30%	28%	29%	-7%
EN 28	Coimas e sanções.	30%	23%	27%	-23%
EN 29	Impactos ambientais dos transportes.	37%	33%	35%	-11%
EN 30	Proteção ambiental.	26%	21%	23%	-19%

Após breve análise, pode verificar-se que no período em análise nenhum indicador de desempenho ambiental ultrapassa o nível de divulgação de 50%, por parte das Empresas da Amostra. Deste modo, os indicadores *Iniciativas às reduções no consumo de energia*

(EN6) e *Resíduos* (EN22) são os que se apresentam com maior média de divulgação, ambos com 43% de divulgação. Por outro lado, o indicador *Recursos hídricos* (EN9) é o que se apresenta com menor média de divulgação (de 16%).

Em termos de variação no período em análise, os indicadores *Poupança de energia* (EN5), *Iniciativas às reduções no consumo de energia* (EN6) e *Iniciativas para reduzir o consumo indireto de energia* (EN7) foram os únicos que registaram um aumento, sendo este de 6%, 5% e 6%, respetivamente; os restantes registaram decréscimos, sendo o indicador *% Materiais usados provenientes de reciclagem* (EN2) o que registou um maior decréscimo (de 24%). Contudo, quatro indicadores não registaram qualquer variação no período em análise – *Recursos hídricos* (EN9), *Habitats protegidos* (EN13), *Espécies em risco de extinção* (EN15) e *Iniciativas à redução das emissões de gases* (EN18).

No que respeita à análise da percentagem de divulgação de informação sobre RSE a nível do Desempenho Social, na Tabela 4.F8 (consultar Apêndice F) apresentam-se os quarenta indicadores que compõe este desempenho, assim como o nível de divulgação de 2012 e 2013, a média de divulgação de cada indicador e a sua variação neste período.

Pela análise da tabela supra referida (consultar Apêndice F) verifica-se que apenas um dos quarenta indicadores sociais é divulgado pela maioria das Empresas, o referente ao número *Total de trabalhadores* (LA2), com uma média de divulgação de 66%. De seguida constata-se a importância dos indicadores *Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações na comunidade* (SO1) e *Horas de formação* (LA10), com uma média de divulgação de 56% e 49%, respetivamente.

Da análise aos indicadores de desempenho social relacionados com Práticas laborais e trabalho condigno, pode aferir-se que o indicador que se apresenta com maior média de divulgação é o indicador referente ao número *Total de trabalhadores* (LA2), seguindo-se o indicador *Horas de formação* (LA10), com 66% e 49% de divulgação, respetivamente. Em oposição, os indicadores *Benefícios aos trabalhadores em tempo integral* (LA3) e *Comissões de segurança e saúde* (LA6) são os que se apresentam com menor média de divulgação (ambos de 22%).

Em termos de variação no período em análise, à exceção de três indicadores que não registaram qualquer variação – *Acordos com sindicatos* (LA9), *Análises de desempenho* (LA12) e *Composição dos órgãos sociais* (LA13) –, os demais registaram decréscimos,

sendo o indicador *Acordos de contratação coletiva (LA4)* o que registou um maior decréscimo (de 30%).

Em relação aos indicadores de desempenho social relacionados com Direitos Humanos, pode verificar-se que o indicador *Casos de discriminação (HR4)* é em média o mais divulgado, seguindo-se o indicador *Trabalho infantil (HR6)*, com uma média de divulgação de 33% e 30%, respetivamente; tendo sido o indicador *Pessoal de Segurança submetido a formação (HR8)*, o menos divulgado, com uma média de divulgação de 19%.

Relativamente à variação no período em análise, à exceção de apenas um indicador que não registou qualquer variação – *Pessoal de Segurança submetido a formação (HR8)* –, os demais registaram decréscimos, sendo o indicador *Trabalho infantil (HR6)* o que registou um maior decréscimo (de 26%).

Quanto aos indicadores de desempenho social relacionados com Sociedade, pode verificar-se que o indicador *Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações na comunidade (SO1)* é em média o mais divulgado, com uma média de divulgação de 56%, tendo sido o indicador *Contribuições financeiras a partidos políticos (SO6)*, o menos divulgado, com uma média de divulgação de 19%.

Em termos de variação no período em análise, à exceção de dois indicadores que não registaram qualquer variação – *Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações na comunidade (SO1)* e *Contribuições financeiras a partidos políticos (SO6)* –, os demais registaram decréscimos, sendo o indicador *Posição e participação quanto às políticas públicas (SO5)* o que registou um maior decréscimo (de 23%).

No que respeita aos indicadores de desempenho social relacionados com Responsabilidade pelo Produto, pode verificar-se que o indicador *Programas de observância das leis (PR6)* é em média o mais divulgado, com uma média de divulgação de 37%, tendo sido o indicador *Incidentes de não conformidade com comunicações e marketing (PR7)*, o menos divulgado, com uma média de divulgação de 17%.

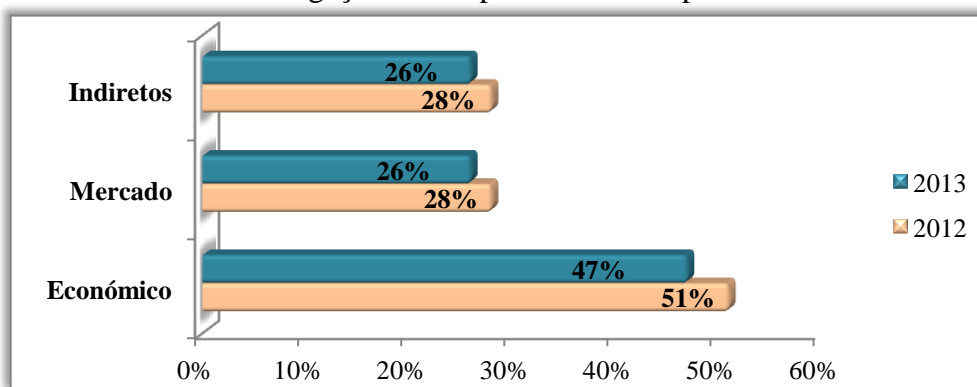
Em termos de variação no período em análise, à exceção de dois indicadores que não registaram qualquer variação – *Incidentes de não conformidade (PR2)* e *Incidentes de não conformidade relativo à informação e rotulagem (PR4)* –, os demais registaram decréscimos, sendo o indicador *Informação sobre os produtos e serviços exigida por regulamentos (PR3)* o que registou um maior decréscimo (de 26%).

Em suma, é de referir que a nível da análise da média de Desempenho Social em todos os aspetos não existem indicadores com um nível de divulgação inferior a 17%, sendo este o valor mais reduzido de todos os indicadores deste desempenho.

ii. Análise dos Aspetos dos Relatórios de Sustentabilidade

Neste ponto pretende-se determinar o nível de divulgação relativamente aos aspetos económicos (desempenho económico, presença no mercado e impactos económicos indiretos), isto é, qual (quais) o(s) aspeto(s) do Desempenho Económico supra referidos mais divulgado(s). Para tal, analisar-se-á os indicadores da GRI (2006) referentes ao Desempenho Económico, conforme Gráfico 4.8.

Gráfico 4.8 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Económico.



Económico: Média do aspeto Desempenho económico, baseado nos indicadores EC1 a EC4.

Mercado: Média do aspeto Presença no mercado, baseado nos indicadores EC5 a EC7.

Indiretos: Média do aspeto Impactos económicos indiretos, baseado nos indicadores EC8, EC9.

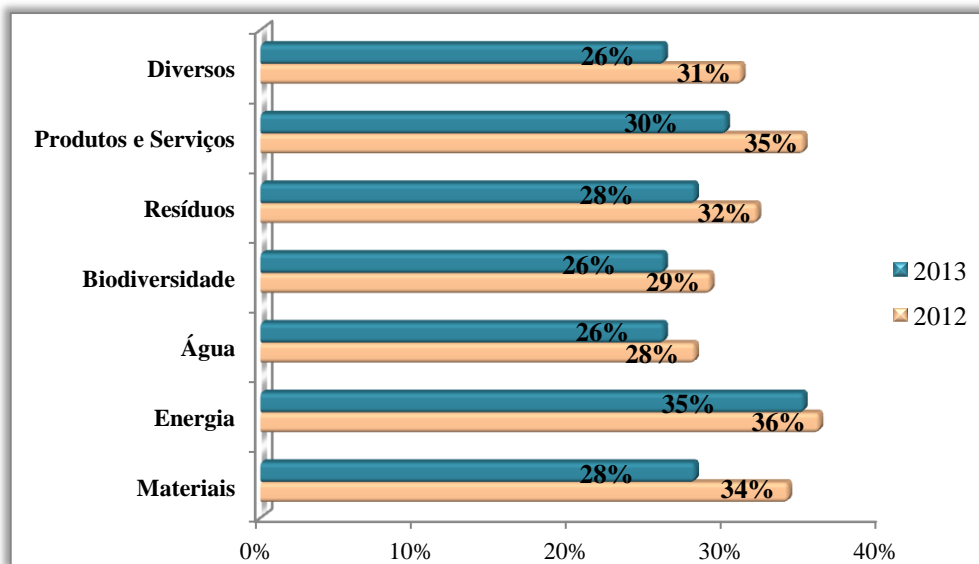
Após breve análise aos resultados obtidos no Gráfico 4.8 e da análise de conteúdo relacionada com a divulgação dos aspetos do Desempenho Económico, relativamente ao período em análise, pode aferir-se que o aspeto *Desempenho económico* é o que apresenta um maior nível de divulgação de informação (de 51% em 2012 e de 47% em 2013). Os outros aspetos apresentam igual nível de divulgação. Note-se que em 2013 todos os aspetos sofreram um ligeiro decréscimo, como se pode observar na Tabela 4.8.

Tabela 4.8 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Económico.

Aspeto	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
Económico	51%	47%	49%	-8%
Mercado	28%	26%	27%	-7%
Indiretos	28%	26%	27%	-7%

Seguidamente, pretende-se determinar o nível de divulgação relativamente aos aspetos ambientais (materiais, energia, água, biodiversidade, emissões, efluentes e resíduos, produtos e serviços, conformidade, transporte e geral), isto é, qual (quais) o(s) aspeto(s) do Desempenho Ambiental supra referidos mais divulgado(s). Para tal, analisar-se-á os indicadores da GRI (2006) referentes ao Desempenho Ambiental, conforme Gráfico 4.9.

Gráfico 4.9 Divulgação dos Aspetos de Desempenho Ambiental.



Materiais: Média do aspeto Materiais baseado nos indicadores EN1 e EN2.

Energia: Média do aspeto Energia baseado nos indicadores EN3 a EN7.

Água: Média do aspeto Água baseado nos indicadores EN8 a EN10.

Biodiversidade: Média do aspeto Biodiversidade baseado nos indicadores EN11 a EN15.

Resíduos: Média do aspeto Emissões, Efluentes e Resíduos baseado nos indicadores EN16 a EN25.

Produtos e Serviços: Média do aspeto Produtos e Serviços baseado nos indicadores EN26 e EN27.

Diversos: Média do aspeto Conformidade baseado no indicador EN28, do aspeto Transporte baseado no indicador EN29 e do aspeto Geral baseado no indicador EN30.

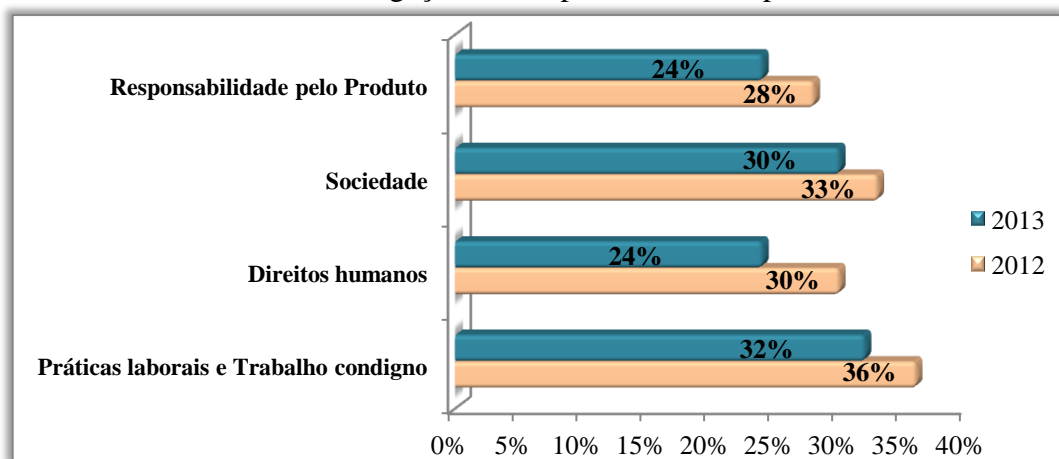
Após breve análise aos resultados obtidos no Gráfico 4.9 e da análise de conteúdo relacionada com a divulgação dos aspetos do Desempenho Ambiental, relativamente ao período em análise, pode aferir-se que o aspeto *Energia* é o que apresenta um maior nível de divulgação de informação (de 36% em 2012 e de 35% em 2013). Os outros aspetos apresentam semelhantes níveis de divulgação. Note-se que em 2013 todos os indicadores sofreram um decréscimo, tendo sido o aspeto *Energia* o que menos decresceu, como se pode observar igualmente na Tabela 4.9.

Tabela 4.9 Divulgação dos Aspectos de Desempenho Ambiental.

Aspeto	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
Materiais	34%	28%	31%	-18%
Energia	36%	35%	35%	-3%
Água	28%	26%	27%	-7%
Biodiversidade	29%	26%	27%	-10%
Resíduos	32%	28%	30%	-13%
Produtos e Serviços	35%	30%	33%	-14%
Diversos	31%	26%	28%	-16%

Por fim, pretende-se determinar o nível de divulgação relativamente aos aspetos sociais (isto é, aos Grupos do Desempenho Social: *Práticas laborais e trabalho condigno*, *Direitos Humanos*, *Sociedade e Responsabilidade pelo produto*), isto é, qual (quais) o(s) aspeto(s) do Desempenho Social supra referidos mais divulgado(s). Para tal, analisar-se-á os indicadores da GRI (2006) referentes ao Desempenho Social, conforme Gráfico 4.10.

Gráfico 4.10 Divulgação dos Aspectos de Desempenho Social.



Práticas laborais e Trabalho condigno: Média do aspeto relacionado com as Práticas laborais e Trabalho condigno baseado nos indicadores LA1 a LA14.

Direitos humanos: Média do aspeto relacionado com os Direitos humanos baseado nos indicadores HR1a HR9.

Sociedade: Média do aspeto relacionado com a Sociedade baseado nos indicadores SO1 a SO8.

Responsabilidade pelo produto: Média do aspeto relacionado com a Responsabilidade pelo produto baseado nos indicadores PR1 a PR9.

Após breve análise aos resultados obtidos no Gráfico 4.10 e da análise de conteúdo relacionada com a divulgação dos aspetos do Desempenho Social, relativamente ao período em análise, pode aferir-se que o aspeto *Práticas laborais e Trabalho condigno* é o que apresenta um maior nível de divulgação de informação (de 36% em 2012 e de 32% em 2013), seguindo-se o aspeto *Sociedade* (de 33% em 2012 e de 30% em 2013). Em termos de variação no período em análise, pode verificar-se que o aspeto *Direitos Humanos* foi o que registou um maior decréscimo, como se pode observar igualmente na Tabela 4.10.

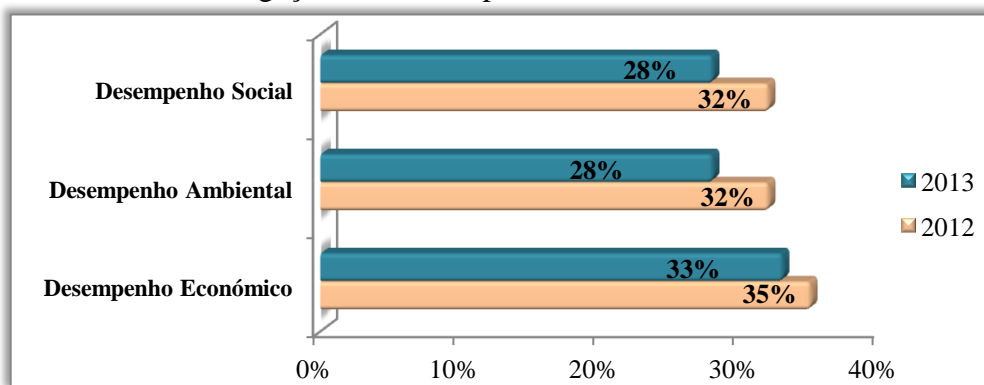
Tabela 4.10 Divulgação dos Aspectos de Desempenho Social.

Aspetto	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
Práticas laborais e Trabalho condigno	36%	32%	34%	-11%
Direitos Humanos	30%	24%	27%	-20%
Sociedade	33%	30%	32%	-9%
Responsabilidade pelo Produto	28%	24%	26%	-13%

iii. Resumo da análise aos Desempenhos Económico, Ambiental e Social

Neste ponto pretendem-se analisar os três desempenhos (económico, ambiental e social), a fim de se identificar qual o que apresenta maior nível de divulgação de informação. Para tal analisar-se-á a média de divulgação de todos os indicadores (setenta e nove) da GRI (2006) por desempenho, conforme o Gráfico 4.11.

Gráfico 4.11 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social.



Desempenho Económico: Média de todos os indicadores pertencentes a este desempenho (EC1 a EC9).

Desempenho Ambiental: Média de todos os indicadores pertencentes a este desempenho (EN1 a EN30).

Desempenho Social: Média de todos os indicadores pertencentes a este desempenho (LA1 a LA14; HR1 a HR9; SO1 a SO8; e PR1 a PR9).

Dos resultados obtidos no Gráfico 4.11 e da análise de conteúdo relacionada com a divulgação de todos os indicadores de todos os desempenhos (setenta e nove indicadores), relativamente ao período em análise, pode aferir-se que o Desempenho Económico é o que apresenta um maior nível de divulgação de informação (de 35% em 2012 e de 33% em 2013); sendo igualmente o que apresenta em média o maior nível de divulgação de informação. Em termos de variação no período em análise, pode verificar-se que este desempenho foi o que registou um menor decréscimo, como se pode observar igualmente na Tabela 4.11.

Tabela 4.11 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social.

Tipo de Desempenho	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
Desempenho Económico	35%	33%	34%	-6%
Desempenho Ambiental	32%	28%	30%	-13%
Desempenho Social	32%	28%	30%	-13%

Relembre-se que relativamente ao Desempenho Económico, o aspeto *Económico* é mais divulgado; sendo os indicadores *Valor económico gerado e distribuído (EC1)* e *Obrigações com planos de pensões (EC3)* em média os mais divulgados (de 67% e 52%, respetivamente) e o indicador *Rácios de salários (EC5)* em média o menos divulgado (de 22%).

Quanto ao Desempenho Ambiental, o aspeto *Energia* é o mais divulgado; sendo os indicadores *Iniciativas às reduções no consumo de energia (EN6)* e *Resíduos (EN22)* em média os mais divulgados (ambos de 43%) e o indicador *Recursos Hídricos (EN9)* em média o menos divulgado (de 16%).

No que diz respeito ao Desempenho Social, o grupo *Práticas laborais e Trabalho condigno* é o mais divulgado, sendo os indicadores *Total de trabalhadores (LA2)* e *Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações na comunidade (SO1)* em média os mais divulgados (de 66% e 56%, respetivamente) e o indicador *Incidentes de não conformidade com comunicações e marketing (PR7)* em média o menos divulgado (17%).

Em suma, verificou-se que 72% das Empresas do PSI Geral (pertencentes à Amostra) divulgam informações sobre RSE nos seus Relatórios de Sustentabilidade ou nos seus Relatórios Único de Gestão; o facto da maioria das Empresas da Amostra emitirem somente um Relatório Único de Gestão (integrando nele quer o Relatório de Sustentabilidade, quer o Relatório e Contas, originando um único Relatório) justifica o facto do Desempenho Económico apresentar uma média de divulgação subtilmente superior à dos demais desempenhos, pois no Relatório e Contas as Empresas tendem a divulgar informação financeira obrigatória, que por sua vez serve de base aos indicadores do Desempenho Económico.

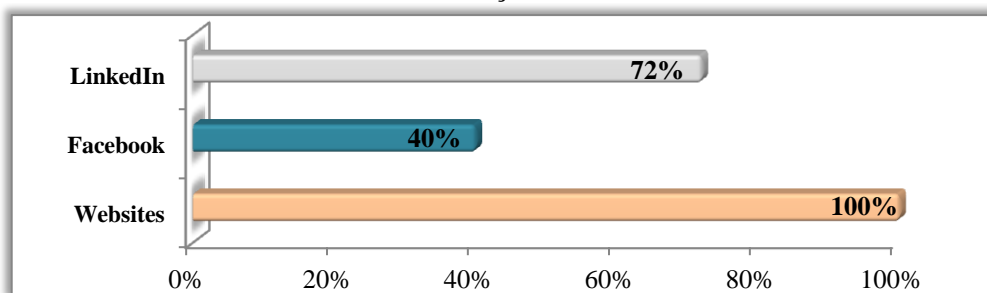
A diminuição generalizada da divulgação de informação sobre aspetos económicos, ambientais e sociais deve-se, em parte, pela maior importância dada à característica

(qualitativa) *Materialidade*, ou seja, as Empresas aquando da elaboração do Relatório de Sustentabilidade divulgam apenas informações que considerem materialmente relevantes (que refletem os impactos económicos, ambientais e sociais significativos da Empresa ou que influenciem substancialmente as avaliações e tomadas de decisão dos *stakeholders*); isto permitir-lhes-á poupar recursos. Esta é a principal diferença introduzida pelas Diretrizes G4 da GRI (2013), pois esta enfatiza a *Materialidade* a fim de tornar os Relatórios de Sustentabilidade mais relevantes, confiáveis e compreensíveis; e ainda permitindo às Empresas que ofereçam melhores informações aos mercados e à Sociedade sobre questões de RSE – que sejam efetivamente cruciais ao alcance dos seus objetivos assim como informar sobre a gestão do seu impacto na Sociedade. Em suma, dá-se preferência à *Materialidade* a fim de se minimizar a divulgação de informações pouco relevantes (o que importa é a *Qualidade* e não a *Quantidade*).

4.1.2.2. Análise da Presença Online

Nesta subsecção pretende-se analisar a percentagem de divulgação de informação sobre RSE *online*, isto é, analisar a presença *online* da Amostra através da análise aos seus *websites* institucionais e às suas redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*). Para tal, ter-se-á em conta as variáveis dependentes mencionadas no Quadro 3.4 do subcapítulo 3.4. O Gráfico 4.12 demonstra a média da Presença *online* da Amostra, isto é, a percentagem de Empresas que possuem *websites* institucionais e redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*).

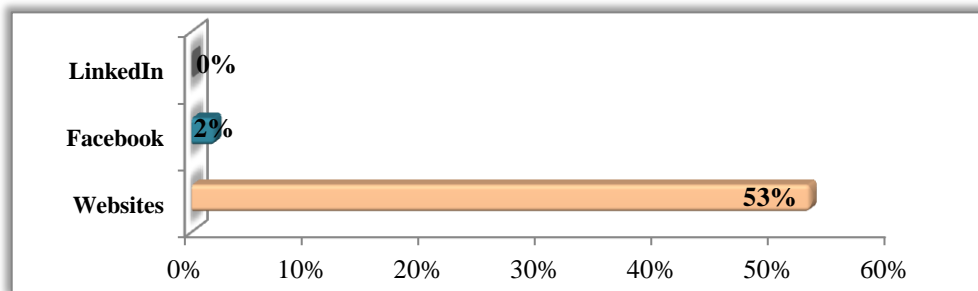
Gráfico 4.12 Presença *online* da Amostra.



Dos resultados obtidos no Gráfico 4.12 e da análise de conteúdo relacionada com a divulgação de informação sobre RSE, relativamente ao período em análise, pode aferir-se que todas as Empresas têm *websites* institucionais, 72% da Amostra tem *LinkedIn* e 40% da Amostra tem *Facebook*. Verificou-se ainda que 49% da Amostra tem na *homepage* um separador ou *link* fixo direto para informação sobre RSE nos seus *websites* institucionais.

No Gráfico 4.13 apresenta-se o nível de divulgação *online* do Código de Ética ou do Código de Conduta por parte das Empresas da Amostra.

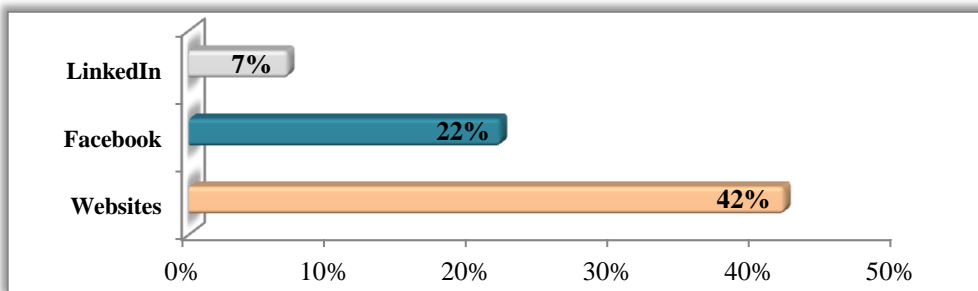
Gráfico 4.13 Divulgação do Código de Ética ou do Código de Conduta *online*.



Relativamente à divulgação *online* do Código de Ética ou do Código de Conduta, apenas 53% da Amostra divulga nos *websites* institucionais, verificando-se uma divulgação reduzida no caso do *Facebook* e nula no caso da *LinkedIn*.

O Gráfico 4.14 apresenta o nível de divulgação *online* de Detalhes de Projetos relacionados com RSE.

Gráfico 4.14 Divulgação *online* de Detalhes de Projetos relacionados com RSE.



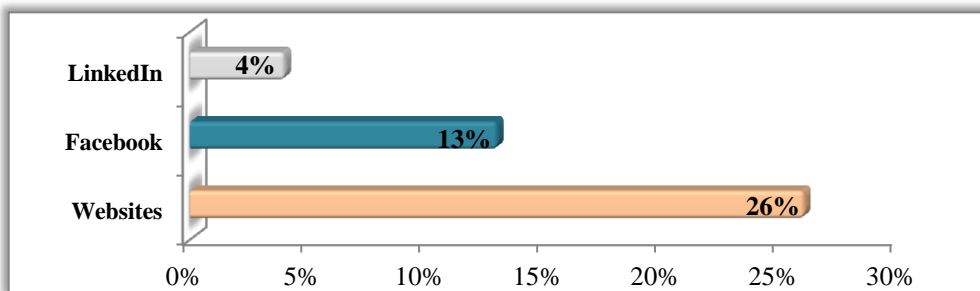
Após breve análise do Gráfico 4.14, pode afirmar-se que existe um maior nível de divulgação *online* de Detalhes de Projetos relacionados com RSE nos *websites* institucionais, comparativamente com as redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*); registando-se um nível bastante reduzido na *LinkedIn*. Sendo os Objetivos do Projeto a variável mais divulgada *online*, como se pode observar na Tabela 4.12.

Tabela 4.12 Divulgação *online* de Detalhes de Projetos relacionados com RSE.

Variável Dependente	Websites	Facebook	LinkedIn	Média Divulgação
Objetivos do Projeto	53%	23%	7%	28%
Equipa gestora	44%	23%	7%	25%
Há quanto tempo está em execução	28%	19%	7%	18%
Média Divulgação	42%	22%	7%	—

De seguida, no Gráfico 4.15 apresenta-se o nível de divulgação *online* de Resultados de Projetos relacionados com RSE.

Gráfico 4.15 Divulgação *online* de Resultados de Projetos relacionados com RSE.



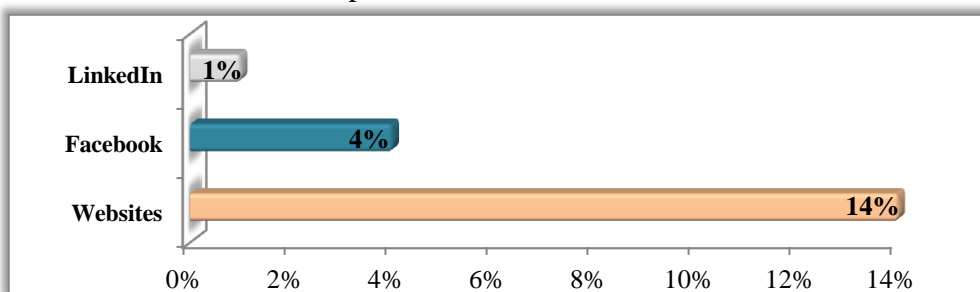
Da análise do Gráfico 4.15, pode afirmar-se que existe um maior nível de divulgação *online* de Resultados de Projetos relacionados com RSE nos *websites* institucionais, comparativamente com as redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*); registando-se um nível bastante reduzido na *LinkedIn*. Sendo os Benefícios gerados por estes Projetos a variável mais divulgada *online*, como se pode observar na Tabela 4.13.

Tabela 4.13 Divulgação *online* de Resultados de Projetos relacionados com RSE.

Variável Dependente	Websites	Facebook	LinkedIn	Média Divulgação
Benefícios gerados	44%	16%	5%	22%
Quantidade de recursos investidos	19%	14%	5%	13%
Impactos socioeconómicos gerados	19%	12%	5%	12%
Diminuição de danos ambientais	21%	9%	2%	11%
Média Divulgação	26%	13%	4%	–

O Gráfico 4.16 apresenta o nível de divulgação *online* de Possíveis Parcerias com Organizações Não Governamentais (ONG's), Governos e outros Grupos relacionadas com RSE.

Gráfico 4.16 Divulgação *online* de Possíveis Parcerias com ONG's, Governos e outros Grupos relacionadas com RSE.



Da análise do Gráfico 4.16, pode afirmar-se que existe um maior nível de divulgação *online* de Possíveis Parcerias com ONG's, Governos e outros Grupos relacionadas com

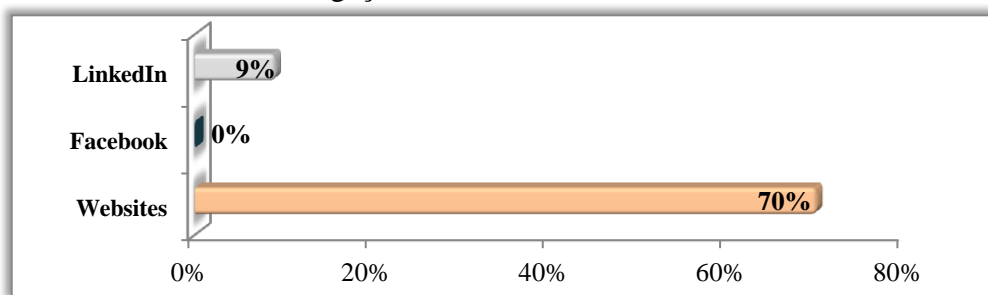
RSE nos *websites* institucionais, comparativamente com as redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*); registando-se um nível bastante reduzido na *LinkedIn*. Sendo a Identificação de possíveis Parcerias a variável mais divulgada *online*, seguindo-se o modo de Como se relacionam com os Parceiros, como se pode observar na Tabela 4.14.

Tabela 4.14 Divulgação *online* de Possíveis Parcerias com ONG's, Governos e outros Grupos relacionadas com RSE.

Variável Dependente	Websites	Facebook	LinkedIn	Média Divulgação
Identificação de possíveis Parcerias	14%	7%	2%	8%
Como se relacionam com os Parceiros	16%	5%	0%	7%
Papel de cada um	12%	0%	0%	4%
Média de Divulgação	14%	4%	1%	—

No Gráfico 4.17 apresenta-se o nível de divulgação *online* do Relatório de Sustentabilidade por parte das Empresas da Amostra.

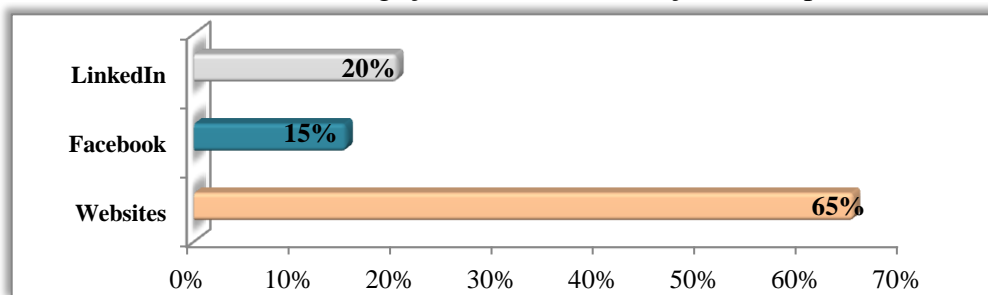
Gráfico 4.17 Divulgação *online* do Relatório de Sustentabilidade.



Relativamente à divulgação *online* do Relatório de Sustentabilidade, grande parte da Amostra (70%) divulga-o nos *websites* institucionais, verificando-se uma divulgação reduzida no caso da *LinkedIn* e nula no caso do *Facebook*.

O Gráfico 4.18 apresenta o nível de divulgação *online* da Definição da Empresa, isto é, se divulga a sua visão, valores e missão.

Gráfico 4.18 Divulgação *online* da Definição da Empresa.



Após breve análise do Gráfico 4.18, pode afirmar-se que existe um maior nível de divulgação *online* da Definição da Empresa nos *websites* institucionais (de 65%), comparativamente com as redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*; de 15% e 20%, respetivamente). Sendo a Visão a variável mais divulgada *online*, seguindo-se os Valores e por último a Missão, como se pode observar na Tabela 4.15.

Tabela 4.15 Divulgação *online* da Definição da Empresa.

Variável Dependente	Websites	Facebook	LinkedIn	Média Divulgação
Visão	67%	14%	30%	37%
Valores	65%	16%	16%	32%
Missão	63%	14%	14%	30%
Média Divulgação	65%	15%	20%	–

Em suma, pode afirmar-se que as Empresas do PSI Geral (que integram a Amostra em estudo) em média, divulgam mais informação sobre RSE nos seus *websites* institucionais do que propriamente nas redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*).

É de realçar que a média da *Presença Online* é de 71%, o que significa que 71% da Amostra em estudo possui *Website* institucional, *Facebook* e/ou *LinkedIn*; 33% da Amostra define a sua Empresa, ou seja, divulga *online* a sua Visão, Valores e Missão; 24% da Amostra divulga *online* os Detalhes de Projetos de RSE, contudo apenas 14% divulga os Resultados dos seus Projetos de RSE; 26% da Amostra divulga o seu Relatório de Sustentabilidade *online* e 19% divulga um Código de Ética ou um Código de Conduta. Apenas 6% da Amostra divulga *online* Possíveis Parcerias com Organizações Não Governamentais, Governos e outros Grupos relacionadas com RSE.

Note-se que as Empresas da Amostra que têm conta no *Facebook* e/ou na *LinkedIn* usam-na igualmente para divulgar os seus serviços e produtos, numa ótica mais comercial (cerca de 18% e 16%, respetivamente).

4.2. Análise Bivariada

Neste subcapítulo desenvolver-se-á a análise bivariada dos dados recolhidos visando relacionar os fatores (Rendibilidade, Endividamento, Dimensão e Setor) com o nível de divulgação de informação sobre RSE quer nos Relatórios de Sustentabilidade – analisados com base no referencial da GRI (versão 3.0) –, quer na *Presença Online*. Note-se que

considera-se o **fator Tipologia do Setor** como a **Sensibilidade Ambiental do Setor de Atividade**, ou seja, considera-se «Empresas Poluentes» as que têm maior sensibilidade ambiental, isto é, as que pertencem a setores de atividade com impactos ambientais potencialmente nocivos para o Ambiente (setores Indústria e Construção; e ainda três Empresas do setor Serviços); considerando-se «Empresas Pouco Poluentes» as pertencentes aos demais setores (Comércio, Serviços, Novas Tecnologias e Financeiro), como já mencionado no subcapítulo 3.4. Recolha de Dados (consultar Apêndice B). Assim, o **Setor 1** é composto pelas «**Empresas Poluentes**» (setores Indústria e Construção; num total de 18 Empresas); sendo o **Setor 2** composto pelas «**Empresas Pouco Poluentes**» (setores Comércio, Serviços, Novas Tecnologias e Financeiro; num total de 25 Empresas).

Como referido no subcapítulo 3.5., a análise estatística bivariada compreende métodos de análise de duas variáveis, podendo ser, ou não, estabelecida uma relação de causa/efeito entre as duas variáveis. O teste para a independência de duas variáveis através dos coeficientes de correlação linear de *Pearson*, *Spearman*, ou *Kendall's Tau_b*, são exemplos típicos de métodos de análise bivariada. Uma vez que neste estudo a dimensão da Amostra é relativamente reduzida e por se tratar de variáveis com dados dicotómicos que não tem uma distribuição normal, utilizar-se-á a correlação linear de *Kendall's Tau_b*, com testes de significância *Two-tailed* pois não existe um conhecimento prévio da direção da associação.

4.2.1. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial GRI (2006)

Neste ponto do Estudo Empírico, desenvolver-se-á a análise bivariada dos dados recolhidos visando obter resposta à primeira hipótese de investigação:

***H1:** Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e alguns fatores.*

Com o objetivo de testar esta hipótese, foram consideradas as seguintes sub-hipóteses:

H1.1: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e a rendibilidade das Entidades.

H1.2: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e o nível de endividamento das Entidades.

H1.3: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e a dimensão das Entidades.

H1.4: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, e a tipologia do setor das Entidades.

4.2.1.1. Relação entre a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade e os Fatores

Neste ponto, com o objetivo de testar a hipótese **H1**, efetuar-se-á uma análise bivariada da relação existente (ou não) entre os fatores (Rendibilidade, Endividamento, Dimensão e Setor) e o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade (Desempenhos Económico, Ambiental e Social), conforme se pode observar nas Tabelas 4.16 e 4.17.

Tabela 4.16 Relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2012.

		Correlação – Kendall's tau b		
		ROE12	ENDIV12	DIM12
DE total12	Correlation Coefficient	,085	,105	,418**
	Sig. (2-tailed)	,457	,360	,000
	N	43	43	43
DA total12	Correlation Coefficient	,044	,131	,462**
	Sig. (2-tailed)	,696	,242	,000
	N	43	43	43
DS total12	Correlation Coefficient	,034	,125	,401**
	Sig. (2-tailed)	,758	,256	,000
	N	43	43	43

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

DE – Desempenho Económico; **DA** – Desempenho Ambiental; **DS** – Desempenho Social.

Como se pode observar na Tabela 4.16 relativamente ao ano de 2012, em relação ao fator Dimensão, os coeficientes de correlação com um nível de significância de 0,01 são similares em relação aos Desempenhos Económico, Ambiental e Social, com um valor de 0,418; 0,462; e 0,401, respetivamente; sendo ligeiramente mais acentuada no Desempenho Ambiental. Ou seja, existe uma relação positiva, significativa a 1%, o que indica que um

maior nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade está associado a uma maior Dimensão da Empresa.

Tabela 4.17 Relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2013.

		Correlação – Kendall's tau_b		
		ROE13	ENDIV13	DIM13
DE total13	Correlation Coefficient	,228*	-,027	,449**
	Sig. (2-tailed)	,045	,813	,000
	N	43	43	43
DA total13	Correlation Coefficient	,181	,017	,437**
	Sig. (2-tailed)	,109	,879	,000
	N	43	43	43
DS total13	Correlation Coefficient	,054	,075	,383**
	Sig. (2-tailed)	,620	,493	,000
	N	43	43	43

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

DE – Desempenho Económico; DA – Desempenho Ambiental; DS – Desempenho Social.

Como se pode verificar na Tabela 4.17 relativamente ao ano de 2013, em relação ao fator Dimensão, os coeficientes de correlação com um nível de significância de 0,01 permanecem similares em relação aos Desempenhos Económico, Ambiental e Social. Contudo, verifica-se um ligeiro aumento do coeficiente entre o Desempenho Económico e a Dimensão, no valor de 0,031 face a 2012; sendo esta a relação mais acentuada. Por outro lado, nos demais desempenhos (Ambiental e Social) verifica-se um subtil decréscimo face a 2012, no valor de 0,025 e de 0,018, respetivamente. Não obstante, pode igualmente afirmar-se que existe uma relação positiva, significativa a 1%, o que indica que um maior nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade está associado a uma maior Dimensão da Empresa.

É de realçar a existência da relação positiva entre a Rendibilidade e o Desempenho Económico, sendo esta significativa a 5%; o que indica que um maior nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade (relativo ao Desempenho Económico) está associado a uma maior Rendibilidade da Empresa.

4.2.1.2. Influência do Setor na relação entre os Fatores e a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade baseados no referencial GRI (2006)

Neste ponto, com o objetivo de testar a hipótese **H1**, efetuar-se-á uma análise ao nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade (Desempenhos

Económico, Ambiental e Social), tendo em conta o fator Tipologia do Setor (isto é, a Sensibilidade Ambiental deste), conforme se pode observar nas Tabelas 4.23 e 4.24.

E efetuar-se-á ainda uma análise bivariada da relação existente (ou não) entre os fatores (Rendibilidade, Endividamento e Dimensão) e o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade (Desempenhos Económico, Ambiental e Social), tendo em conta a influência do Setor, isto é, a Sensibilidade Ambiental do Setor de Atividade a que pertence, conforme se pode observar nas Tabelas 4.19 a 4.22.

Começar-se-á por analisar o **Setor 1** (Empresas Poluentes) em ambos os anos em análise, conforme Tabela 4.18 e 4.19.

Tabela 4.18 Influência do Setor 1 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2012.

Setor 1 – Empresas Poluentes_2012				
Correlação – Kendall's tau_b				
		ROE12 (S1)	ENDIV12 (S1)	DIM12 (S1)
DE total12 (S1)	<i>Correlation Coefficient</i>	,165	-,007	,509**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,369	,969	,006
	<i>N</i>	18	18	18
DA total12 (S1)	<i>Correlation Coefficient</i>	,158	,021	,651**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,376	,908	,000
	<i>N</i>	18	18	18
DS total12 (S1)	<i>Correlation Coefficient</i>	,101	-,007	,507**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,566	,970	,004
	<i>N</i>	18	18	18
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				
Total de 18 Empresas.				

DE – Desempenho Económico; DA – Desempenho Ambiental; DS – Desempenho Social.

Conforme a Tabela 4.18 pode afirmar-se que no ano de 2012 e em relação ao **Setor 1** (Empresas Poluentes), relativamente ao fator Dimensão, os coeficientes de correlação com um nível de significância de 0,01 são similares em relação aos Desempenhos Económico e social, com um valor de 0,509; e 0,507, respetivamente; sendo mais acentuada no Desempenho Ambiental, com um valor de 0,651. Ou seja, existe uma relação positiva, significativa a 1%, o que indica que um maior nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade está associado a uma maior Dimensão da Empresa.

Tabela 4.19 Influência do Setor 1 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2013.

Setor 1 – Empresas Poluentes_2013				
Correlação – Kendall's tau b				
		ROE13 (S1)	ENDIV13 (S1)	DIM13 (S1)
DE total13 (S1)	<i>Correlation Coefficient</i>	,296	-,268	,528**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,108	,147	,004
	<i>N</i>	18	18	18
DA total13 (S1)	<i>Correlation Coefficient</i>	,202	-,188	,494**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,261	,295	,006
	<i>N</i>	18	18	18
DS total13 (S1)	<i>Correlation Coefficient</i>	,081	-,027	,499**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,647	,879	,005
	<i>N</i>	18	18	18
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				
Total de 18 Empresas.				

DE – Desempenho Económico; DA – Desempenho Ambiental; DS – Desempenho Social.

Conforme a Tabela 4.19 pode afirmar-se que no ano de 2013 e em relação ao **Setor 1** (Empresas Poluentes), relativamente ao fator Dimensão, os coeficientes de correlação com um nível de significância de 0,01 são similares em relação aos Desempenhos Ambiental e Social, com um valor de 0,494; e 0,499, respetivamente; sendo ligeiramente mais acentuada no Desempenho Económico, com um valor de 0,528. Ou seja, existe uma relação positiva, significativa a 1%, o que indica que um maior nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade está associado a uma maior Dimensão da Empresa.

Em suma da análise relativa ao **Setor 1** (Empresas Poluentes), nomeadamente a influência deste Setor na relação entre os Fatores (Rendibilidade, Endividamento e Dimensão) e a divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, pode concluir-se que é quase inexistente; havendo apenas uma relação positiva, com um nível de significância de 1%, entre a Dimensão e os Desempenhos Económico, Ambiental e Social (sendo mais acentuada em 2012, relativamente ao Desempenho Ambiental; e mais acentuada em 2013, em relação ao Desempenho Económico).

De seguida, analisar-se-á o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes) em ambos os anos em análise, conforme Tabela 4.20 e 4.21.

Tabela 4.20 Influência do Setor 2 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2012.

Setor 2 – Empresas Pouco Poluentes_2012				
Correlação – Kendall's tau_b				
		ROE12 (S2)	ENDIV12 (S2)	DIM12 (S2)
DE total12 (S2)	<i>Correlation Coefficient</i>	,011	,174	,352*
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,942	,257	,022
	<i>N</i>	25	25	25
DA total12 (S2)	<i>Correlation Coefficient</i>	,027	,175	,299
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,861	,261	,054
	<i>N</i>	25	25	25
DS total12 (S2)	<i>Correlation Coefficient</i>	,004	,231	,367*
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,981	,121	,014
	<i>N</i>	25	25	25
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
Total de 25 Empresas.				

DE – Desempenho Económico; DA – Desempenho Ambiental; DS – Desempenho Social.

Conforme a Tabela 4.20 pode afirmar-se que no ano de 2012 e em relação ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), existe uma relação positiva, com um nível de significância de 5%, entre os Desempenhos Económico e Social e a Dimensão da Empresa (com um valor de 0,352; e 0,367, respetivamente); o que indica que um maior nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade está associado a uma maior Dimensão da Empresa.

Tabela 4.21 Influência do Setor 2 na relação entre a divulgação dos desempenhos e os fatores em 2013.

Setor 2 – Empresas Pouco Poluentes_2013				
Correlação – Kendall's tau_b				
		ROE13 (S2)	ENDIV13 (S2)	DIM13 (S2)
DE total13 (S2)	<i>Correlation Coefficient</i>	,153	,139	,372*
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,313	,362	,014
	<i>N</i>	25	25	25
DA total13 (S2)	<i>Correlation Coefficient</i>	,200	,124	,328*
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,193	,417	,032
	<i>N</i>	25	25	25
DS total13 (S2)	<i>Correlation Coefficient</i>	,010	,183	,335*
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,944	,211	,022
	<i>N</i>	25	25	25
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
Total de 25 Empresas.				

DE – Desempenho Económico; DA – Desempenho Ambiental; DS – Desempenho Social.

Conforme a Tabela 4.21 pode afirmar-se que no ano de 2013 e em relação ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), existe uma relação positiva, com um nível de significância de 5%, entre os Desempenhos Económico, Ambiental e Social e a Dimensão da Empresa (com um valor de 0,372; 0,328 e 0,335, respetivamente); o que indica que um maior nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade está associado a uma maior Dimensão da Empresa.

Em suma da análise relativa ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), nomeadamente a influência deste Setor na relação entre os Fatores (Rendibilidade, Endividamento e Dimensão) e a divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, pode concluir-se que é quase inexistente; havendo apenas uma relação positiva, com um nível de significância de 5%, entre a Dimensão e os Desempenhos Económico, Ambiental e Social (sendo subtilmente mais acentuada em 2013, relativamente ao Desempenho Económico; e ligeiramente mais acentuada em 2012, em relação ao Desempenho Social).

Diversos autores (Legendre e Coderre, 2013; Dias, 2009; Reverte, 2009; Branco e Rodrigues, 2008a; Barros, 2008; Brammer e Pavelin, 2004; Archel Domench, 2003; García-Ayuso e Larrinaga, 2003; Moneva e Llena, 1996; e Roberts, 1992) afirmam que as Empresas «Poluentes» (que pertencem a setores com impactos ambientais potencialmente nocivos para o Ambiente) tendem a divulgar mais informação sobre RSE visto sentirem-se (mais) obrigadas a tornar públicas as suas atuações ambientais.

De seguida analisar-se-á a divulgação quanto aos três Desempenhos (Económico, Ambiental e Social), tendo em conta o fator Tipologia do Setor, isto é, a Sensibilidade Ambiental do Setor de Atividade a que pertence, conforme se pode observar nas Tabelas 4.22 e 4.23.

Tabela 4.22 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social do Setor 1.

Setor 1 – Empresas Poluentes	Tipo de Desempenho	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
	Desempenho Económico	34,57%	37,65%	36,11%	8,91%
	Desempenho Ambiental	34,81%	31,67%	33,24%	-9,02%
	Desempenho Social	33,06%	33,33%	33,20%	0,82%
	Divulgação sobre RSE	34,15%	34,22%	34,19%	0,20%

Com base na Tabela 4.22 pode concluir-se que relativamente ao **Setor 1** (Empresas Poluentes), em 2012 o desempenho que apresenta um maior nível de divulgação é o Ambiental (cerca de 35%); sendo em 2013 o Desempenho Económico (cerca de 38%); sendo este último (o Desempenho Económico), em média, o mais divulgado. Em termos de variação no período em análise, pode verificar-se que o Desempenho Económico foi o que registou um maior aumento (cerca de 9%); sendo o Desempenho Ambiental o único que registou um decréscimo (cerca de 9%). Pode igualmente verificar-se que o nível de divulgação de informação sobre RSE do **Setor 1** (Empresas Poluentes) apresenta uma

média de 34,2%; tendo registado (em termos de variação no período em análise) um ligeiro aumento de 0,2%.

Tabela 4.23 Divulgação dos Desempenhos Económico, Ambiental e Social do Setor 2.

Setor 2 – Empresas Pouco Poluentes	Tipo de Desempenho	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
	Desempenho Económico	35,11%	33,33%	34,22%	-5,07%
	Desempenho Ambiental	30,00%	26,27%	28,14%	-12,43%
	Desempenho Social	31,00%	33,10%	32,05%	6,77%
	Divulgação sobre RSE	32,04%	30,90%	31,47%	-3,56%

Conforme a Tabela 4.23 pode verificar-se que relativamente ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), o desempenho que apresenta um maior nível de divulgação, em ambos os anos, é o Económico (cerca de 35% em 2012 e 33% em 2013); sendo igualmente em média o desempenho mais divulgado. Em termos de variação no período em análise, pode verificar-se que o Desempenho Social foi o único que registou um aumento (cerca de 7%); sendo o Desempenho Ambiental o que registou um maior decréscimo (cerca de 12%). Pode igualmente verificar-se que o nível de divulgação de informação sobre RSE do **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes) apresenta uma média de 31,5%; tendo registado (em termos de variação no período em análise) um decréscimo de 3,6%.

Em suma da análise do Setor, pode concluir-se que o **Setor 1** (Empresas Poluentes) divulga em média mais informação sobre RSE do que o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes) (34,2% *versus* 31,5%); e que em termos de variação no período em análise, o **Setor 1** (Empresas Poluentes) registou um ligeiro aumento (de 0,2%) enquanto o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes) registou um decréscimo de 3,6%.

Moneva e Llena (1996) argumentam que os setores mais sensíveis ao ambiente tendem a divulgar mais informação sobre RSE uma vez que se sentem (mais) obrigados a tornar públicas as suas atuações ambientais.

Monteiro (2007) no seu estudo sobre os fatores explicativos do grau de divulgação ambiental em Grandes Empresas a operar em Portugal chegou à conclusão que existe uma relação positiva entre o índice de divulgação ambiental e a dimensão da Empresa, sendo este superior nas Empresas que operam em «setores críticos» (isto é, em setores considerados potencialmente causadores de impacto ambiental); referindo ainda que a sua análise não confirma associação com a Rendibilidade.

Em suma, em 2012, da análise do Setor em geral, a influência deste na relação entre os Fatores (Rendibilidade, Endividamento e Dimensão) e o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, verifica-se sobretudo a nível do Desempenho Ambiental e Social, isto é, existe uma maior relação entre o nível de divulgação do Desempenho Ambiental e o **Setor 1** (Empresas Poluentes); e uma maior relação entre o nível de divulgação do Desempenho Social e o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes). Note-se ainda que os coeficientes de correlação apresentam valores mais baixos no **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes) do que no **Setor 1** (Empresas Poluentes), ou seja, a relação existente é mais fraca no **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes). Verificou-se ainda que as Empresas Poluentes (**Setor 1**) tendem a divulgar mais informação ambiental, conforme conclui igualmente Carvalho (2010); e as Empresas Pouco Poluentes (**Setor 2**) tendem a divulgar mais informação económica.

Contudo, em 2013 isto não se verifica, ou seja, em 2013 ambos os Setores (**1 e 2**) tendem a divulgar mais informação económica, possivelmente devido ao agravamento da crise económica em Portugal.

No presente estudo, em relação ao **Setor 1** (Empresas Poluentes), existe uma relação significativa ($p\text{-value} < 0,01$) nos três desempenhos, sendo mais acentuada a nível ambiental (em 2012) e a nível económico (em 2013); e sempre relacionado com o fator Dimensão.

Quanto ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), conforme se verifica uma quase inexistência de relação entre as variáveis ($0,01 < p\text{-value} < 0,05$), verificando-se apenas a relação entre o nível de Desempenho Económico e Social e o fator Dimensão; sendo ligeiramente mais acentuada a nível social (em 2012) e a nível económico (em 2013). É de referir que em 2013, verifica-se uma relação positiva e significativa a 5% entre o nível de divulgação do Desempenho Ambiental e a Dimensão; facto esse que não se verifica em 2012 dado que a relação não é significativa.

Em suma, no que respeita ao fator Rendibilidade, verificou-se em estudos anteriores existir uma relação positiva e significativa entre a Rendibilidade das Empresas e o nível de divulgação de informação sobre RSE (Pinheiro [et al.], 2013; Haniffa e Cooke, 2005); isto porque as Empresas querem demonstrar à Sociedade que os seus lucros são obtidos de forma justa e legal, e ainda que são «boas cidadãs», ou seja, pretendem transmitir a melhor imagem possível perante a Sociedade (Gomes, 2012; Amorim, 2010). Apenas no ano 2013

se verifica o que foi mencionado, isto é, apenas em 2013 o coeficiente de relação apresenta uma relação positiva e significativa a 5% (apenas para o Desempenho Económico). Contudo, em 2012 a relação entre este fator e o nível de divulgação de informação sobre RSE não é significativa.

Relativamente ao fator Endividamento, a relação entre este fator e o nível de divulgação de informação sobre RSE não é significativa. O mesmo concluiu Reverte (2009), Brammer e Pavelin (2008), Barros (2008), Haniffa e Cooke (2005) e Depoers (2000), afirmando que o nível de endividamento das Empresas não parece ter impacto sobre a sua divulgação de informação acerca da RSE.

Quanto ao fator Dimensão, no período em análise, verificou-se uma relação positiva entre a Dimensão das Empresas e o nível de divulgação de informação sobre RSE, com um nível de significância de 1%, ou seja, esta relação é menos significativa; verificando-se sempre com menor expressão na área de Desempenho Social. Diversos autores (Carvalho, 2010; Domingos, 2010; Carvalho, 2008) constaram o mesmo facto, isto é, a existência de uma relação positiva e menos significativa.

Em relação ao fator Tipologia do Setor, os coeficientes de correlação do **Setor 1** (Empresas Poluentes) apresentam valores superiores comparativamente ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), pelo que se conclui que o Setor influencia o nível de divulgação de informação sobre RSE; e concluiu-se ainda, que o **Setor 1** (Empresas Poluentes) divulga em média mais informação sobre RSE do que o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), isto é, as Empresas Poluentes tendem a divulgar mais informação sobre RSE nos seus Relatórios de Sustentabilidade do que as Empresas Pouco Poluentes. Diversos autores (Legendre e Coderre, 2013; Dias, 2009; Reverte, 2009; Branco e Rodrigues, 2008a; Barros, 2008; Brammer e Pavelin, 2004; Archel Domench, 2003; García-Ayuso e Larrinaga, 2003; Moneva e Llena, 1996; e Roberts, 1992) constataram o mesmo facto, afirmando que as Empresas Poluentes (que pertencem a setores com impactos ambientais potencialmente nocivos para o Ambiente) tendem a divulgar mais informação sobre RSE.

Face ao exposto, os resultados permitiram **validar** as sub-hipóteses **H1.1**, **H1.3** e **H1.4** e **rejeitar** a sub-hipótese **H1.2**; ou seja, o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, está positivamente

relacionado com a Rendibilidade, a Dimensão e o Setor das Entidades, **validando-se** assim a primeira hipótese (**H1**) em estudo.

4.2.2. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial na Presença *Online*

Neste ponto do Estudo Empírico, desenvolver-se-á a análise bivariada dos dados recolhidos visando obter resposta à segunda hipótese de investigação:

H2: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e alguns fatores.

Com o objetivo de testar esta hipótese, foram consideradas as seguintes sub-hipóteses:

H2.1: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e a rendibilidade das Entidades.

H2.2: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e o nível de endividamento das Entidades.

H2.3: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e a dimensão das Entidades.

H2.4: Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação online de informação sobre RSE e a tipologia do setor das Entidades.

4.2.2.1. Relação entre a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial na Presença *Online* e os Fatores

Neste ponto, com o objetivo de testar a hipótese **H2**, efetuar-se-á uma análise bivariada da relação existente (ou não) entre os fatores (Rendibilidade, Endividamento e Dimensão) e o nível de divulgação de informação sobre RSE na Presença *Online* (média de todas as variáveis dependentes constantes no Quadro 3.1 do subcapítulo 3.4, quer em relação aos *websites* institucionais, quer em relação às redes sociais, isto é, *Facebook* e *LinkedIn*), conforme se pode observar na Tabela 4.24.

Tabela 4.24 Relação entre a divulgação de informação sobre RSE *online* e os fatores.

Correlação – Kendall's tau <i>b</i>				
		ROE13	ENDIV13	DIM13
PrOn Total13	Correlation Coefficient	,245*	,043	,338**
	Sig. (2-tailed)	,023	,690	,002
	N	43	43	43
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				

PrOn Total – Presença Online Total, isto é, Média de todas as variáveis dependentes, constantes no Quadro 3.4 do subcapítulo 3.4 (em relação aos *websites* institucionais e às redes sociais, isto é, *Facebook* e *LinkedIn*).

Como se pode observar na Tabela 4.24, existe uma relação positiva e significativa a 5% entre a Presença *Online* e a Rendibilidade das Empresas, o que indica que a uma maior Rendibilidade está associado um maior nível de divulgação de informação sobre RSE *online*. O mesmo se pode afirmar quanto à Dimensão das Empresas, isto é, existe uma relação positiva, mas neste caso significativa a 1% entre a Presença *Online* e a Dimensão das Empresas, o que indica que a uma maior Dimensão está associado um maior nível de divulgação de informação sobre RSE *online*.

Relativamente ao fator Endividamento, pode afirmar-se que a relação entre este fator e o nível de divulgação de informação sobre RSE *online* não é significativa.

4.2.2.2. Influência do Setor na relação entre os Fatores e a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial na Presença Online

Neste ponto, com o objetivo de testar a hipótese **H2**, efetuar-se-á uma análise ao nível de divulgação de informação sobre RSE na Presença *Online*, tendo em conta o fator Tipologia do Setor (isto é, a Sensibilidade Ambiental deste), conforme se pode observar na Tabela 4.27.

E efetuar-se-á ainda uma análise bivariada da relação existente (ou não) entre os fatores (Rendibilidade, Endividamento e Dimensão) e o nível de divulgação de informação sobre RSE na Presença *Online*, tendo em conta a influência do Setor, isto é, a Sensibilidade Ambiental do Setor de Atividade a que pertence, conforme se pode observar nas Tabelas 4.26 e 4.27.

Começar-se-á por analisar o **Setor 1** (Empresas Poluentes), e de seguida o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), conforme Tabela 4.25 e 4.26, respetivamente.

Tabela 4.25 Influência do Setor 1 na relação entre a divulgação de informação sobre RSE *online* e os fatores.

Setor 1 – Empresas Poluentes				
Correlação – Kendall's tau_b				
		ROE13 (S1)	ENDIV13 (S1)	DIM13 (S1)
PrOn Total13 (S1)	Correlation Coefficient	,264	-,145	,436*
	Sig. (2-tailed)	,129	,404	,012
	N	18	18	18
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
Total de 18 Empresas.				

PrOn Total – Presença Online Total, isto é, Média de todas as variáveis dependentes, constantes no Quadro 3.4 do subcapítulo 3.4 (em relação aos *websites* institucionais e às redes sociais, isto é, *Facebook* e *LinkedIn*).

Conforme a Tabela 4.25 pode afirmar-se que em relação ao **Setor 1** (Empresas Poluentes), existe uma relação positiva, com um nível de significância de 5%, entre o nível de divulgação de informação sobre RSE na Presença *Online* e a Dimensão; o que indica que um maior nível de divulgação de informação sobre RSE *online* está associado a uma maior Dimensão da Empresa.

Tabela 4.26 Influência do Setor 2 na relação entre a divulgação de informação sobre RSE *online* e os fatores.

Setor 2 – Empresas Pouco Poluentes				
Correlação – Kendall's tau_b				
		ROE13 (S2)	ENDIV13 (S2)	DIM13 (S2)
PrOn Total13 (S2)	Correlation Coefficient	,194	,194	,228
	Sig. (2-tailed)	,181	,181	,116
	N	25	25	25
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
Total de 25 Empresas.				

PrOn Total – Presença Online Total, isto é, Média de todas as variáveis dependentes, constantes no Quadro 3.4 do subcapítulo 3.4 (em relação aos *websites* institucionais e às redes sociais, isto é, *Facebook* e *LinkedIn*).

Com base na Tabela 4.26 pode afirmar-se que em relação ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes), não existe uma relação significativa entre os Fatores (Rendibilidade, Endividamento e Dimensão) e o nível de divulgação de informação sobre RSE *online*.

Em suma, verifica-se que existe uma relação positiva estatisticamente significativa entre o nível de divulgação de informação sobre RSE *online* e a Dimensão da Empresa, em relação ao **Setor 1** (Empresas Poluentes). Wanderley [et al.] (2008b) no seu estudo também concluíram que existe uma relação entre o Setor (de atividade) e a divulgação de informação sobre RSE *online*.

De seguida analisar-se-á a divulgação de informação sobre RSE na presença *online* no período em análise, tendo em conta o fator Tipologia do Setor, isto é, a Sensibilidade Ambiental do Setor de Atividade a que pertence, conforme se pode observar na Tabela 4.27.

Tabela 4.27 Divulgação de informação sobre RSE *online* dos Setores 1 e 2.

Presença <i>Online</i>	Média Divulgação Setor 1	Média Divulgação Setor 2
Websites Institucionais	49,67%	38,82%
Facebook	10,76%	15,25%
LinkedIn	11,81%	11,00%
Divulgação sobre RSE <i>online</i>	24,08%	21,69%

Setor 1 – Empresas Poluentes; Setor 2 – Empresas Pouco Poluentes.

Como se pode observar na Tabela 4.28, pode afirmar-se que o **Setor 1** (Empresas Poluentes) tende a divulgar mais informação sobre RSE *online*, do que o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes); ou seja, o **Setor 1** (Empresas Poluentes) tem uma presença *online* ligeiramente superior, comparativamente ao **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes) (cerca de 24% *versus* 22%). Contudo, o **Setor 2** (Empresas Pouco Poluentes) apresenta uma média tenuemente superior de divulgação de informação sobre RSE no *Facebook*.

Face ao exposto, os resultados permitiram **validar** as sub-hipóteses **H2.1**, **H2.3** e **H2.4** e **rejeitar** a sub-hipótese **H2.2**. Ou seja, o nível de divulgação de informação sobre RSE na presença *online* está positivamente relacionado com a Rendibilidade, a Dimensão e o Setor das Entidades; **validando-se** assim a segunda hipótese em estudo (**H2**).

4.2.3. Interpretação e análise de informação sobre Responsabilidade Social Empresarial nos Relatórios de Sustentabilidade e na Presença *Online*

Neste ponto do Estudo Empírico, desenvolver-se-á a análise bivariada dos dados recolhidos visando obter resposta à terceira hipótese de investigação:

H3: *Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e o nível de divulgação online de informação sobre RSE.*

Com isto, pretende-se analisar se existe uma relação entre a divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e na Presença *Online*, conforme a Tabela 4.28.

Tabela 4.28 Relação entre a divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e *Online*.

Correlação – Kendall's tau <i>b</i>		
		RSust Total13
PrOn Total13	Correlation Coefficient	,484**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	43

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PrOn Total – Presença Online Total, isto é, Média de todas as variáveis dependentes, constantes no Quadro 3.4 do subcapítulo 3.4 (em relação aos *websites* institucionais e às redes sociais, isto é, *Facebook* e *LinkedIn*);

RSust Total – Média de todos os indicadores dos desempenhos económico, ambiental e social do ano de 2013.

Numa análise global, tendo por base a Tabela 4.28, pode afirmar-se que existe uma relação positiva, com um nível de significância de 1%, entre a divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e na Presença *Online*, sendo o valor do coeficiente de relação de 0,484.

Face ao exposto, os resultados permitiram **validar** a terceira hipótese (**H3**). Ou seja, existe uma relação positiva estatisticamente significativa entre a divulgação nos Relatórios de Sustentabilidade e a divulgação *online*.

4.3. Análise Multivariada

Após a avaliação dos dados pelas técnicas univariada e bivariada, neste subcapítulo pretende-se aprofundar o estudo através de uma análise multivariada, a fim de se verificar se existem dimensões, recorrendo-se à análise de componentes principais, como mencionado no subcapítulo 3.5.

4.3.1. Análise de Componentes Principais

Neste ponto efetuar-se-á a análise multivariada através da técnica de Componentes Principais, a fim de se verificar a existência de variáveis fortemente correlacionadas assim como determinar os níveis de interdependência significativos (existentes no conjunto das variáveis).

Recorreu-se ao critério de Kaiser para a seleção de Componentes Principais; fundamentando-se este critério no seguinte: **(a)** uma vez que as variáveis estão normalizadas e todas têm variância 1, a decomposição em Componentes Principais selecionará as direções que explicam a maior parte da variância do conjunto de variáveis; e **(b)** uma vez que os valores próprios são proporcionais à proporção da variância explicada em cada componente, verifica-se que cada uma das direções só será superior às próprias

variâncias, se tiver valor próprio maior que 1 (Carvalho, 2010; Domingos, 2010; Dias, 2009; Carvalho, 2008).

Aplicou-se esta técnica (de Componentes Principais) à População com uma dimensão de 43 Empresas pertencentes ao PSI Geral (no período de 2012 e 2013), com 14 variáveis (ADE1x, ADE2x, ADE3x, ADA1x, ADA2x, ADA3x, ADA4x, ADA5x, ADA6x, ADA7x, ADS1x, ADS2x, ADS3x e ADS4x) para cada um dos anos em análise, pretendendo-se analisar a relação entre elas.

Começar-se-á por efetuar a análise de componentes principais para o ano de 2012 e de seguida para 2013.

4.3.1.1. Análise de Componentes Principais para o ano de 2012

A Tabela 4.29 apresenta a estatística de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) assim como o teste de esfericidade de *Bartlett*. Assim, o teste de KMO obteve um valor de 0,911 o que indica que a análise de componentes principais pode ser feita (quanto mais correlacionadas estiverem as variáveis mais este coeficiente se aproxima de 1, neste caso concreto, considera-se este valor excelente – consultar Apêndice G). O teste de esfericidade de *Bartlett* apresenta um valor de $X^2=1.215,820$ com 91 graus de liberdade, ao qual está associado um nível de significância de 0, indicando que as variáveis são correlacionáveis.

Tabela 4.29 Coeficiente KMO e nível de significância ano de 2012.

<i>KMO and Bartlett's Test</i>	
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	,911
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i> 1.215,820
	<i>df</i> 91
	<i>Sig.</i> ,000

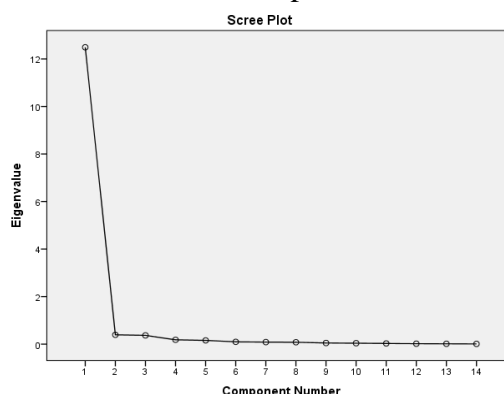
Tabela 4.30 Total da variância explicada ano de 2012.

<i>Total Variance Explained – 2012</i>						
<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	12,489	89,206	89,206	12,489	89,206	89,206
2	,392	2,797	92,003			
3	,368	2,629	94,632			
4	,181	1,290	95,922			
5	,157	1,120	97,042			
6	,096	,684	97,726			
7	,086	,611	98,338			
8	,079	,566	98,904			
9	,047	,335	99,239			
10	,039	,277	99,516			
11	,029	,206	99,722			
12	,018	,125	99,847			
13	,012	,088	99,935			
14	,009	,065	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Desta forma, os resultados obtidos no ano de 2012 mostram que apenas um fator explica cerca de 89,21% da variância dos dados iniciais, conforme se pode constatar através da Tabela 4.30. Isto é, obteve-se apenas uma componente, sendo esta a única com valores próprios superiores a 1; explicando esta mais de 89% da variância dos dados iniciais.

Gráfico 4.19 *Scree Plot* para o ano de 2012.



Da análise do Gráfico 4.19, verifica-se que a partir do primeiro valor próprio, os restantes valores apresentam-se quase em linha reta, paralela ao eixo horizontal, isto é, confirmando a existência de uma única componente apresentada na Tabela 4.31, não sendo significativa a restante informação.

Uma vez que apenas se obteve uma componente principal, não foi possível proceder à sua rotação (*Varimax*), ou seja, não se obtendo desta forma a Matriz de Componentes rodadas (*Rotated Component Matrix*) mas apenas a Matriz dos Coeficientes de Componentes (*Component Score Coefficient Matrix*), conforme se pode observar nas Tabelas 4.31 e 4.32.

Tabela 4.31 Matriz de Componentes não rodada ano de 2012.

<i>Component Matrix^a</i>	
	<i>Component</i>
	1
ADE112	,823
ADE212	,961
ADE312	,955
ADA112	,853
ADA212	,944
ADA312	,955
ADA412	,956
ADA512	,986
ADA612	,941
ADA712	,939
ADS112	,986
ADS212	,961
ADS312	,978
ADS412	,969

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Tabela 4.32 Matriz dos Coeficientes de Componentes de 2012.

<i>Component Score Coefficient Matrix^a</i>	
	<i>Component</i>
	1
ADE112	,066
ADE212	,077
ADE312	,076
ADA112	,068
ADA212	,076
ADA312	,076
ADA412	,077
ADA512	,079
ADA612	,075
ADA712	,075
ADS112	,079
ADS212	,077
ADS312	,078
ADS412	,078

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. Component Scores.

Face ao exposto, visto que da análise só se extraiu uma componente principal, não se conseguiu concluir a existência de agrupamentos de aspetos em componentes principais que justifiquem a divulgação de informação sobre RSE efetuada, em 2012.

4.3.1.2. Análise de Componentes Principais para o ano de 2013

A Tabela 4.33 apresenta a estatística de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) assim como o teste de esfericidade de *Bartlett*. Assim, o teste de KMO obteve um valor de 0,866 o que indica que a análise de componentes principais pode ser feita (quanto mais correlacionadas estiverem

as variáveis mais este coeficiente se aproxima de 1, neste caso concreto, considera-se este valor bom – consultar Apêndice G). O teste de esfericidade de *Bartlett* apresenta um valor de $X^2=1.366,011$ com 91 graus de liberdade, ao qual está associado um nível de significância de 0, indicando que as variáveis são correlacionáveis.

Tabela 4.33 Coeficiente KMO e nível de significância ano de 2013.

<i>KMO and Bartlett's Test</i>	
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	,866
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> <i>Approx. Chi-Square</i>	1.366,011
<i>df</i>	91
<i>Sig.</i>	,000

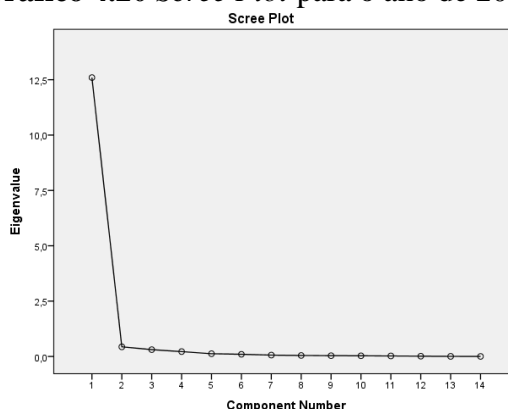
Tabela 4.34 Total da variância explicada ano de 2013.

<i>Total Variance Explained – 2013</i>						
<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	12,597	89,980	89,980	12,597	89,980	89,980
2	,436	3,112	93,092			
3	,309	2,206	95,298			
4	,220	1,569	96,867			
5	,125	,889	97,756			
6	,099	,707	98,463			
7	,062	,440	98,903			
8	,044	,314	99,218			
9	,036	,256	99,473			
10	,030	,214	99,687			
11	,024	,172	99,859			
12	,012	,087	99,946			
13	,004	,029	99,975			
14	,003	,025	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Desta forma, os resultados obtidos no ano de 2013 mostram que apenas um fator explica cerca de 89,98% da variância dos dados iniciais, conforme se pode constatar através da Tabela 4.34. Isto é, obteve-se apenas uma componente, sendo esta a única com valores próprios superiores a 1; explicando esta quase 90% da variância dos dados iniciais.

Gráfico 4.20 *Scree Plot* para o ano de 2013.



Da análise do Gráfico 4.20, verifica-se que a partir do primeiro valor próprio, os restantes valores apresentam-se quase em linha reta, paralela ao eixo horizontal, isto é, confirmando a existência de uma única componente apresentada na Tabela 4.34, não sendo significativa a restante informação.

Uma vez que apenas se obteve uma componente principal, não foi possível proceder à sua rotação (*Varimax*), ou seja, não se obtendo desta forma a Matriz de Componentes rodadas (*Rotated Component Matrix*) mas apenas a Matriz dos Coeficientes de Componentes (*Component Score Coefficient Matrix*), conforme se pode observar nas Tabelas 4.35 e 4.36.

Tabela 4.35 Matriz de Componentes não rodada ano de 2013.

<i>Component Matrix^a</i>	
	<i>Component</i>
	1
ADE113	,825
ADE213	,983
ADE313	,966
ADA113	,862
ADA213	,942
ADA313	,962
ADA413	,972
ADA513	,986
ADA613	,924
ADA713	,957
ADS113	,986
ADS213	,958
ADS313	,964
ADS413	,976

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Tabela 4.36 Matriz dos Coeficientes de Componentes de 2013.

<i>Component Score Coefficient Matrix^a</i>	
	<i>Component</i>
	1
ADE113	,065
ADE213	,078
ADE313	,077
ADA113	,068
ADA213	,075
ADA313	,076
ADA413	,077
ADA513	,078
ADA613	,073
ADA713	,076
ADS113	,078
ADS213	,076
ADS313	,077
ADS413	,077

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. Component Scores.

Face ao exposto, visto que da análise só se extraiu uma componente principal, não se conseguiu concluir a existência de agrupamentos de aspetos em componentes principais que justifiquem a divulgação de informação sobre RSE efetuada, em 2013.

Em suma, visto que em ambos os anos em análise (2012 e 2013) só se extraiu uma componente principal, não se conseguiu concluir (da análise multivariada) a existência de agrupamentos de aspetos em componentes principais que justifiquem a divulgação de informação sobre RSE efetuada, não se procedendo assim à análise de dimensões.

5. Conclusão

Neste capítulo apresentar-se-ão através de uma síntese global da dissertação as conclusões, nomeadamente as que resultaram das análises univariada, bivariada e multivariada. Mencionar-se-ão igualmente as limitações do presente estudo assim como sugestões para investigações futuras.

Desenvolveu-se este estudo visando dar algum contributo à questão da divulgação de informação sobre RSE, isto é, contribuir para o conhecimento acerca da realidade portuguesa no que concerne à divulgação de informação relacionada com a RSE, assim como aferir o nível de adesão à comunicação *online* no contexto desta tipologia de divulgação, em particular, analisar o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI (versão 3.0) e o nível da *Presença Online* das Empresas do PSI Geral da *Euronext* Lisboa. O estudo foi limitado ao contexto português, tendo-se efetuado a investigação sobre as questões relativas à informação disponibilizada pelas Empresas tanto nos Relatórios de Sustentabilidade, nos *websites* institucionais, nas redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*) como nos Relatórios e Contas, quando disponíveis, nos anos de 2012 e 2013.

5.1. Síntese Global do Estudo

As questões sociais e ambientais têm influenciado o quotidiano de muitos cidadãos e Empresas, isto devido à sua importância, cada vez mais tida em conta. Isto porque quer os cidadãos, quer as Empresas tentam alterar os seus comportamentos ambientais e sociais em função da Sociedade onde estão inseridos; na qual há uma reciprocidade de influências – as Empresas são influenciadas e influenciam a Sociedade onde atuam.

Além de ambicionarem uma «boa saúde financeira», as Empresas pretendem mostrar à Sociedade uma «boa imagem», visando reduzir a disparidade de informação que possivelmente haja entre elas e os seus *stakeholders*.

Os Relatórios e Contas e os Relatórios de Sustentabilidade são exemplos dos meios de comunicação aos quais as Empresas recorrem com o objetivo de demonstrar que são «boas cidadãs», havendo outros. Recentemente, algumas Empresas usam igualmente os seus *websites* e redes sociais com a mesma finalidade.

Existe, cada vez mais, um maior nível de concorrência e menos diferenciação no mundo empresarial. Os *stakeholders* estão cada vez mais atentos às ações praticadas pelas Empresas, isto é, se estas detêm, ou não, um comportamento ético, social e ambientalmente responsável, surgindo deste modo a necessidade de mostrarem uma boa imagem e manterem boas relações com os seus *stakeholders*. E ao desempenharem tais ações, poderão, à partida, distinguir-se das demais. Deste modo, a comunicação social empresarial está a tornar-se o meio de comunicação mais importante na divulgação deste tipo de questões por parte das Empresas.

As estratégias de RSE pretendem auxiliar cada vez mais o desenvolvimento ambiental e social, nomeadamente através da preservação do meio ambiente, da criação de melhores condições de trabalho, de práticas de excelência na fabricação de produtos e na prestação de serviços, e da implementação de projetos que visem o desenvolvimento sustentável das Sociedades onde se inserem. Isto é, as estratégias de RSE visam garantir a transparência e a ética nos negócios das Empresas. Com isto, considera-se óbvio que atualmente tanto o papel como o valor de uma Empresa não passam somente pelo lucro como remuneração do capital nela investido, pois esta deverá assumir um compromisso não só económico mas também ambiental e social na Sociedade onde está inserida e ao adotar políticas de boas práticas sociais contribui não só para o desenvolvimento da Sociedade como também para o aumento do próprio valor da Empresa.

Consequentemente, já se assume a divulgação de informação sobre RSE como um importante meio de comunicação da estratégia e da imagem verdadeira e apropriada das Empresas aos seus *stakeholders*. Dado o progresso tecnológico, estas informações poderão ser divulgadas, por exemplo, através do Relatório de Sustentabilidade ou do Relatório Único de Gestão (integrando nele quer o Relatório de Sustentabilidade ou capítulos relacionados com a RSE e/ou Sustentabilidade, quer o Relatório e Contas, originando um único Relatório), mas também através quer dos *websites*, quer das redes sociais das Empresas.

Assim, pretendeu-se analisar o nível de divulgação de informação sobre RSE das Empresas do PSI Geral nos Relatórios de Sustentabilidade elaborados com base na estrutura de divulgação de informação da GRI (2006) assim como analisar o nível de divulgação de informação sobre RSE na Presença *Online* destas.

Diversos estudos elaborados nos últimos anos constataram que o mundo empresarial está cada vez mais a dar a devida importância à RSE e as grandes Empresas estão a aumentar o seu nível de divulgação de informação (voluntária) acerca das suas ações de RSE, isto é, em relação ao seu desempenho económico, ambiental e social.

No desenvolvimento do presente estudo, a fim de responder às hipóteses de investigação elaborou-se análises univariada, bivariada e multivariada, das quais se pode concluir o seguinte.

Da análise univariada, quanto à caracterização da Amostra:

- Das Empresas da amostra apenas 28% não divulga/elabora Relatório de Sustentabilidade.
- Verificou-se, em 2013, um aumento de cerca de 4% no nível de Endividamento das Empresas, face a 2012, com o Setor Financeiro a ser o mais endividado e o Setor Serviços o menos endividado.
- Verificou-se que em 2013 a Rendibilidade obtida foi mais negativa face a 2012; sendo o setor Serviços o que regista uma maior Rendibilidade e o setor Indústria o menos rentável.
- O nível de Endividamento aumentou 9% para as Empresas Poluentes, tendo diminuído 1% para as Empresas Pouco Poluentes.
- Verificou-se que no período em análise a RCP de ambos os Setores (Poluente e Pouco Poluente) são negativas; contudo, são menos negativas nas Empresas Pouco Poluentes.

Em relação à divulgação de todos os indicadores de todos os desempenhos (setenta e nove indicadores), relativamente ao período em análise, constatou-se que o Desempenho Económico é o que apresenta um maior nível de divulgação de informação, sendo igualmente o que apresenta em média o maior nível de divulgação de informação. Em termos de variação no período em análise, pode verificar-se que este desempenho foi o que registou um menor decréscimo.

Em suma, verificou-se que 72% das Empresas do PSI Geral (pertencentes à amostra) divulgam Relatórios de Sustentabilidade (ou têm um capítulo no seu Relatório Único de Gestão dedicado à divulgação de informação sobre RSE); o facto da maioria das Empresas da amostra emitirem somente um Relatório Único de Gestão (integrando nele quer o Relatório de Sustentabilidade, quer o Relatório e Contas, originando um único Relatório)

justifica o facto do Desempenho Económico apresentar uma média de divulgação subtilmente superior à dos demais desempenhos, pois no Relatório e Contas as Empresas tendem a divulgar informação financeira obrigatória, que por sua vez serve de base aos indicadores do Desempenho Económico.

A diminuição generalizada da divulgação de informação sobre aspetos económicos, ambientais e sociais deve-se, em parte, pela maior importância dada à característica (qualitativa) *Materialidade*, ou seja, as Empresas aquando da elaboração do Relatório de Sustentabilidade divulgam apenas informações que considerem materialmente relevantes (que refletem os impactos económicos, ambientais e sociais significativos da Empresa ou que influenciem substancialmente as avaliações e tomadas de decisão dos *stakeholders*); isto permitir-lhes-á poupar recursos. Esta é a principal diferença introduzida pelas Diretrizes G4 da GRI (2013), pois esta enfatiza a *Materialidade* a fim de tornar os Relatórios de Sustentabilidade mais relevantes, confiáveis e compreensíveis; e ainda permitindo às Empresas que ofereçam melhores informações aos mercados e à Sociedade sobre questões de RSE – que sejam efetivamente cruciais ao alcance dos seus objetivos assim como informar sobre a gestão do seu impacto na Sociedade. Em suma, dá-se preferência à *Materialidade* a fim de se minimizar a divulgação de informações pouco relevantes (o que importa é a *Qualidade* e não a *Quantidade*).

Da análise univariada em relação à *Presença Online*:

- Todas as Empresas do PSI Geral (pertencentes à Amostra) têm *websites* institucionais, sendo que 49% tem na sua *homepage* um separador ou *link* fixo direto para informação sobre RSE; grande parte da Amostra (72%) tem *LinkedIn* e apenas 40% da Amostra tem *Facebook*.
- Verificou-se que as Empresas do PSI Geral (que integram a Amostra) em média divulgam mais informação sobre RSE nos seus *websites* institucionais do que propriamente nas redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*).
- Constatou-se que a média da *Presença Online* é de 71%, o que significa que 71% das Empresas da amostra em estudo possui *Website* institucional, *Facebook* e/ou *LinkedIn*; 33% da Amostra define a sua Empresa, ou seja, divulga *online* a sua Visão, Missão e Valores; 24% das Empresas da amostra divulgam *online* os Detalhes de Projetos de RSE, contudo apenas 14% divulgam os Resultados dos seus Projetos de RSE; 26% da Amostra divulga o seu Relatório de Sustentabilidade *online* e 18% divulga um Código

de Ética e/ou um Código de Conduta. Apenas 6% da Amostra divulga *online* Possíveis Parcerias com Organizações Não Governamentais, Governos e outros Grupos relacionadas com RSE.

- Relativamente às redes sociais, embora se verifique uma maior *Presença Online* das Empresas do PSI Geral (que integram a Amostra) na *LinkedIn*, estas recorrem mais ao *Facebook* para divulgar informações sobre RSE (*online*); à exceção da divulgação *online* quer do seu Relatório de Sustentabilidade, quer da sua Definição de Empresa (mais precisamente quanto à sua Visão), pois nestes casos recorrem mais à *LinkedIn*.
- Verificou-se ainda que as Empresas da Amostra que têm conta no *Facebook* e/ou na *LinkedIn* usam-na igualmente para divulgar os seus serviços e produtos, numa ótica mais comercial (cerca de 18% e 16%, respetivamente).
- Com isto, constatou-se que as Empresas do PSI Geral investem na divulgação da sua imagem principalmente via *websites* institucionais, ou seja, não divulgam informações relacionadas com RSE apenas nos seus Relatórios de Sustentabilidade/Relatórios Único de Gestão, mas também através da sua *Presença online*.

Da análise bivariada e em resposta às Hipóteses H1 e H2, os resultados obtidos permitiram **validar** as sub-hipóteses **H1.1, H1.3, H1.4, H2.1, H2.3 e H2.4** e **rejeitar** as sub-hipóteses **H1.2 e H2.2**, ou seja, o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade, baseados no referencial da GRI, está positivamente relacionado com a Rendibilidade, a Dimensão e o Setor das Entidades, **validando-se** assim a primeira hipótese (**H1**); e ainda o nível de divulgação de informação sobre RSE na *Presença online* está positivamente relacionado com a Rendibilidade, a Dimensão e o Setor das Entidades, **validando-se** assim a segunda hipótese em estudo (**H2**).

Da análise bivariada e em resposta à Hipótese H3: *Existe uma relação positiva entre o nível de divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e o nível de divulgação de informação sobre RSE online*, pode concluir-se que existe uma relação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE nos Relatórios de Sustentabilidade e na *Presença Online*. Ou seja, existe uma relação positiva estatisticamente significativa entre a divulgação nos Relatórios de Sustentabilidade, de acordo com a estrutura de divulgação de informação da GRI (2006) e a divulgação *online*.

Da análise multivariada, apenas se obteve uma componente principal em ambos os anos em análise (2012 e 2013), não se conseguindo concluir a existência de agrupamentos de

aspectos em componentes principais que justifiquem a divulgação de informação sobre RSE efetuada, não se procedendo assim à análise de dimensões.

5.2. Limitações ao Estudo e Perspetivas Futuras

Uma das limitações ao presente estudo é o facto de se recorrer à Análise de Conteúdo, pois esta introduz sempre alguma subjetividade na análise da divulgação de informação, no caso em concreto poderá manifestar-se na escolha das palavras-chave que serviram de base na pesquisa de alguns Relatórios de Sustentabilidade (que não foram elaborados de acordo com a estrutura do modelo GRI).

Outra limitação do estudo é o facto deste só se referir aos anos de 2012 e 2013, o que por vezes ainda não é suficiente para tirar conclusões sobre os determinantes da divulgação de informação sobre RSE.

Os resultados obtidos no presente estudo poderão contribuir para que futuramente sejam efetuados estudos similares, envolvendo um maior número de Empresas; além de poder ser considerada uma série temporal mais alargada à efetivação desse estudo assim como ao apuramento dos determinantes (fatores) de divulgação de informação sobre RSE. Este facto poderia tornar possível a verificação da evolução da divulgação de informação por parte das Empresas cotadas no PSI Geral.

Seria igualmente relevante efetuar-se uma análise comparativa com outros países com o objetivo de verificar a adoção da estrutura da GRI e o seu contributo para a divulgação de informação sobre RSE assim como avaliar e analisar a Presença *online* dessas Empresas estrangeiras.

Poder-se-ia ampliar a População do estudo, isto é, alargar a População de Empresas às grandes Empresas que não se encontram cotadas, verificando desta forma as possíveis alterações que tal situação poderá introduzir nos resultados agora obtidos, como complemento do presente estudo.

Seria igualmente interessante, futuramente, efetuar-se um estudo idêntico a este a fim de se comparar os resultados obtidos, tentando perceber-se se houve um aumento no nível de divulgação de informação sobre RSE quer a nível dos Relatórios de Sustentabilidade, quer a nível da Presença *Online*.

Referências Bibliográficas

- ABBOTT, W.F.; MONSEN, R.J. – On the measurement of corporate social responsibility: self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of Management Journal*. 22:3 (1979) 501-515. [Consult. 23 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/255740?uid=3738880&uid=380223661&uid=380223671&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=3&uid=380223661&uid=60&sid=21104205400517>>
- ABRAHAMSON, E. – Management Fashion. *Academy of Management Review*. 21:1 (1996) 254-285. [Consult. 06 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=0ef42782-146a-436f-aa8f-1a110ac42afd%40sessionmgr110&vid=1&hid=127&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3QtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=9602161572>>
- ABREU, Sónia – *A Responsabilidade Social e Ética nas Organizações: Estudo de Caso na Indústria Farmacêutica*. Lisboa: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa do Instituto Politécnico de Lisboa. 2010. Dissertação de mestrado.
- ACQUIER, A.; GOND, J.-P. – Aux sources de la responsabilité sociale de l'entreprise: à la (re)découverte d'un ouvrage fondateur, Social Responsibilities of the Businessman d'Howard. *Finance Contrôle Stratégie*. 10:2 (2007) 5-35. [Consult. 06 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://leg2.u-bourgogne.fr/rev/102035.pdf>>
- AECA – Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas – *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. Documento nº 1. Documentos AECA serie Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid, 2004. [Consult. 05 Mai. 2014]. Disponível em URL: <www3.uji.es/~munoz/AECA.DOC>
- AMARAL, Ana – *A influência da Responsabilidade Social Empresarial na escolha do banco*. Setúbal: Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal. 2012. Tese de mestrado.
- AMORIM, Vera – *Estudo da Divulgação de Informação Acerca da Responsabilidade Social Empresarial*. Minho: Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho. 2010. Tese de mestrado.
- ANDRIOFF, J.; MCINTOSH, M. – *Perspectives on corporate citizenship*. London: Greenleaf Publishing, 2001. 13-24. [Consult. 29 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.greenleaf-publishing.com/content/pdfs/pccintro.pdf>>
- ANTAL, A.B.; DIERKIES, M.; MACMILLAN, K.; MARZ, L. – Corporate social reporting revisited. *Journal of General Management*. 28 (2002) 22-42. [Consult. 25 Mar. 2014]. Disponível em URL: <[http://www2000.wzb.eu/alt/inno/pdf/corporate_social_reporting_revisited_\(fsii02-105\).pdf](http://www2000.wzb.eu/alt/inno/pdf/corporate_social_reporting_revisited_(fsii02-105).pdf)>
- ARCHEL DOMENCH, Pablo – La Divulgación de la Información Social y Medioambiental de la Gran Empresa Española en el Período 1994-1998: Situación Actual y Perspectivas. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. ISSN 0210-2412. XXXII: 117 (2003) 571-601.

- ARROW, K. J. – Limited Knowledge and Economic Analysis'. *American Economic Review*. 64:1 (1974) 1-10. [Consult. 07 Mai. 2014]. Disponível em: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=31f64155-6852-4c87-8ea6-ee5423cec3ec%40sessionmgr110&vid=7&hid=127>>
- BARNETT, M. L. – Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*. 32:3 (2007) 794-816. [Consult. 07 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=31f64155-6852-4c87-8ea6-ee5423cec3ec%40sessionmgr110&vid=8&hid=127>>
- BARROS, Teresa – *A Divulgação de Informação Sobre Responsabilidade Social nas Páginas Web das Empresas Portuguesas: uma Análise Exploratória*. Porto: Faculdade de Economia da Universidade do Porto. 2008. Tese de mestrado.
- BASU, K.; PALAZZO, G. – Corporate Social Responsibility: a Process Model of Sensemaking. *Academy of Management Review*. 33:1 (2008) 122-136. [Consult. 07 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=31f64155-6852-4c87-8ea6-ee5423cec3ec%40sessionmgr110&hid=127>>
- BELKAOUI, A.; KARPIK, P. 1989. Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 2:1 (1989) 36-51. [Consult. 19 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.deepdyve.com/lp/emerald/determinants-of-the-corporate-decision-to-disclose-social-information-y0ByTCcbIw?key=emerald>>
- BOWEN, H. – *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa City: University of Iowa Press, 1953. ISBN 978-1-60938-206-3.
- BRAMMER, S.; PAVELIN, S. – Building a good reputation. *European Management Journal*. 22:6 (2004) 704-713. [Consult. 14 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2004.09.033>>
- BRAMMER, S.; PAVELIN, S. – Factors Influencing the Quality of Corporate Environmental Disclosure. *Business Strategy and the Environment*. 17:2 (2008) 120-136. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bse.506/pdf>>
- BRANCO, M.; RODRIGUES, L. – Factors Influencing, Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*. 83:4 (2008a) 685-701. [Consult. 23 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-007-9658-z#page-2>>
- BRANCO, M.; RODRIGUES, L. – Issues in Corporate Social and Environmental Reporting Research: An Overview. *Issues in Social and Environmental Accounting*. 1:1 (2007) 72-90. [Consult. 01 Jun. 2014]. Disponível em URL: <https://www.academia.edu/2335600/Issues_in_corporate_social_and_environmental_reporting_research_an_overview>
- BRANCO, M.; RODRIGUES, L. – Social responsibility disclosure: A study of proxies for the public visibility of Portuguese banks. *The British Accounting Review*. 40: 2 (2008b) 161-181. [Consult. 19 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0890838908000255>>

- CAMPBELL, J. L. – Institutional Analysis and the Paradox of Corporate Social Responsibility. *American Behavioral Scientist*. 49:7 (2006) 925-938. [Consult. 07 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://abs.sagepub.com/content/49/7/925.full.pdf+html>>
- CARROLL, A. B. – A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. In: *The Oxford Handbook of CSR*. Oxford: Oxford University Press, 2008. pp. 19-46. [Consult. 06 Mai. 2014]. Disponível em URL: <https://www.academia.edu/860777/A_history_of_corporate_social_responsibility_concepts_and_practices>
- CARROLL, A. B. – A Three Dimensional Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. 4:4 (1979) 497-505. [Consult. 10 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=b02d55fc-aff9-4d13-ad8e-70e50fd002bc%40sessionmgr4005&vid=6&hid=4214>>
- CARROLL, A. B. – Corporate Social Responsibility: Evolution of A Definitional Construct. *Business and Society*. 38:3 (1999) 268-295. [Consult. 10 Mai. 2014]. Disponível em URL: <https://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitional_Construct>
- CARVALHO, Fernando – *A Divulgação Voluntária de Informação: A influência da adoção da estrutura da Global Reporting Initiative nas Empresas da Euronext de Lisboa*. Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa. 2008. Dissertação de mestrado.
- CARVALHO, Fernando – *Normalização da Informação Contabilística Voluntária: Análise da Divulgação Sobre a Responsabilidade Social em Portugal nos Anos de 2006 a 2008*. Badajoz: Universidad de Extremadura. 2010. Tesina.
- CARVALHO, Fernando; TEIXEIRA QUIRÓS, Joaquín; ALMEIDA, Maria do Céu – O Relato sobre Responsabilidade Social em Portugal nos Anos 2006 a 2008. In *XIII Accounting and Auditing Congress «A Change In Management - ACIM 2011»*. Porto, 2011.
- CLARK, J. M. – The Changing Basis of Economic Responsibility. *Journal of Political Economy*. 24:3 (1916) 209-229. [Consult. 08 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.jstor.org/stable/1819437>>
- CLARKSON, M. B. – A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. 20:1 (1995) 92-117. [Consult. 16 Abr. 2014] Disponível em URL: <<http://www.jstor.org/stable/258888>>
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIA – Comunicação relativa à Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das Empresas para o desenvolvimento sustentável (COM(2002) 347 final – Não publicada no Jornal Oficial). (2002). [Consult. 20 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?sessionId=wz85Tn4hfSJS74GjQmwh34RFGJV8YKGH2ls81GzT7Sjm8KypMBpb!-1639638205?uri=CELEX:52002DC0347>>
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS – Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu, de 21 de Dezembro de 1994, relativa às

Prioridades da União Europeia na Cimeira Mundial para o Desenvolvimento Social de Copenhaga (COM(1994) 669 final - Não publicada no Jornal Oficial). (1995). [Consult. 20 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:51994DC0669&from=PT>>

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS – Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité Económico e Social Europeu: *Implementação da Parceria para o Crescimento e o Emprego: Tornar a Europa um Pólo de Excelência em Termos de Responsabilidade Social das Empresas* (COM(2006) 136 final - Não publicada no Jornal Oficial). Bruxelas, 2006a. [Consult. 24 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/c00019_pt.htm>

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS – Lançamento da *Aliança Europeia para a Responsabilidade Social das Empresas (Press Release)* (IP/06/358). Bruxelas, 2006b. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <europa.eu/rapid/press-release_IP-06-358_pt.pdf>

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS – Livro Verde “Promover um quadro europeu para a Responsabilidade Social das Empresas”. Bruxelas, 2001.

COMISSÃO EUROPEIA – *Cidades de Amanhã: Desafios, visões e perspectivas*. Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia, 2011a. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/citiesoftomorrow/citiesoftomorrow_final_pt.pdf>

COMISSÃO EUROPEIA – Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões relativa à Responsabilidade Social das Empresas: uma nova estratégia da UE para o período de 2011-2014 (COM(2011) 681 final). Bruxelas, 2011b. [Consult. 24 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://www.gep.msess.gov.pt/seminarios/RSED_2012/estrategia_UE_%20RSE.pdf>

COMISSÃO EUROPEIA – Comunicado de Imprensa sobre a *Cimeira da União Europeia e da Comunidade de Estados da América Latina e das Caraíbas (CELAC): Criar alianças para o investimento e o desenvolvimento sustentável*. Bruxelas, 2013. [Consult. 24 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-23_pt.htm>

CONCEIÇÃO, Sérgio; DOURADO, Gilson; SILVA, Simone – Global Reporting Initiative (GRI): Um Estudo Exploratório da Prática de Evidenciação em Sustentabilidade Empresarial na América Latina. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*. 2:3 (2012) 17-38. [Consult. 31 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.revistas.uneb.br/index.php/financ/article/view/68/169>>

CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA – A parceria estratégica África – União Europeia. (2014). [Consult. 28 Out. 2014]. Disponível em URL: <https://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.consilium.europa.eu%2Fpt%2Fdocuments-publications%2Fpublications%2F2014%2Fpdf%2Fqc0214974ptn_pdf%2F&ei=iAbdVODrE8b1ULChpgG&usg=AFQjCNG92jepoot0GYJfAJR-aTjI0Ym9ew&bvm=bv.85970519,d.d24&cad=rja>

- CONSELHO DE MINISTROS – *Carta de Leipzig sobre as Cidades Europeias Sustentáveis*, aprovada no Conselho informal dos Ministros responsáveis pelo Desenvolvimento Urbano e Coesão Territorial, em 24/25 de maio (CdR 163/2007 EN-EP/hlm). Leipzig, 2007. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://politicadecidades.dgotdu.pt/docs_ref/Documents/Coopera%C3%A7%C3%A3o%20Internacional/Carta%20de%20Leipzig.pdf>
- CROUCH, C. – Modelling the Firm in its Market and Organizational Environment: Methodologies for Studying Corporate Social Responsibility. *Organization Studies*. 27:10 (2006) 1533-1551. [Consult. 11 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/18034/Crouch_Organization_Studies_2006.pdf>
- DAHLSRUD, A. – How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 15:1 (2008) 1-13. [Consult. 30 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/pdf>>
- DAVIS, K. – Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?. *California Management Review*. 2:3 (1960) 70-77. [Consult. 16 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=23&sid=31f64155-6852-4c87-8ea6-ee5423cec3ec%40sessionmgr110&hid=127>>
- de BAKKER, F.; GROENEWEGEN, P.; den HOND, F. – A Research Note on the Use of Bibliometrics to Review the Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance Literature. *Business and Society*. 45:1 (2006) 7-19. [Consult. 09 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://dare2.uvu.vu.nl/bitstream/handle/1871/34298/197052.pdf?sequence=1>>
- DEEGAN, C. – The legitimising effect of social and environmental disclosures: A theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 15:3 (2002) 282-311. [Consult. 28 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/introduction-the-legitimising-effect-of-social-and-environmental-KxQcTR0Q0n/18>>
- den HOND, F.; de BAKKER, F.; NEERGAARD, P. – (2007). *Managing Corporate Responsibility in action: Talking, doing and measuring*. Aldershot: Ashgate Publishing, 2007. [Consult. 06 Mai. 2014]. Disponível em URL: <https://www.ashgate.com/pdf/SamplePages/Managing_Corporate_Social_Responsibility_in_Action_Intro.pdf>
- DEPOERS, F. – A cost-benefit study of voluntary disclosure: some empirical evidence from French listed companies. *The European Accounting Review*. 9:2 (2000) 245-263. [Consult. 21 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09638180050129891>>
- DIAS, Ana Isabel – *A Divulgação Ambiental e a sua relação com a Rendibilidade das Empresas Cotadas na Euronext Lisboa no ano de 2006*. Évora: Departamento de Gestão de Empresas da Universidade de Évora. 2009. Dissertação de mestrado.
- 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, T.; PRESTON, L. – The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implication. *Academy of Management Review*. 20:1 (1995) 65-91. [Consult. 17 Mai. 2014] Disponível em URL: <<http://www.jstor.org/stable/258887>>
- DONHAM, W. – The Social Significance of Business. *Harvard Business Review*. July (1927) 406-419. [Consult. 14 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=31f64155-6852-4c87-8ea6-ee5423cec3ec%40sessionmgr110&vid=26&hid=127>>
- ECONOMIST – The Good Company. Survey on Corporate Social Responsibility. January, 20th. (2005) 1-4. [Consult. 15 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://www.odg.cat/documents/enprofunditat/Transnacionals_espanyoles/surveycsr_theeconomist.pdf>
- EPSTEIN, E. – The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*. 29:3 (1987) 99-114. [Consult. 11 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=31f64155-6852-4c87-8ea6-ee5423cec3ec%40sessionmgr110&vid=29&hid=127>>
- FAISAL, Faisal; TOWER, Greg; RUSMIN, Rusmin – Legitimising Corporate Sustainability Reporting Throughout the World. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*. 6: 2 (2012) 19-34. [Consult. 18 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1335&context=aabfj>>
- FARACHE, F.; PERKS, K.; BERRY, A. – Corporate Social Responsibility Communication: How Corporations in the Oil Industry Publicise Their Actions in the UK and Brazil. *International Journal of Business Research*. 7:2 (2007a) 25-34. [Consult. 04 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.freepatentsonline.com/article/International-Journal-Business-Research/178900193.html>>
- FARACHE, Francisca; WANDERLEY, Lilian; PERKS, Keith; FILHO, José – Responsabilidade Social das Empresas na *web*: estratégias de divulgação adotadas por Empresas no Brasil e na França. *GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*. ISSN 1679-1827. 5:3 (2007b) 1-20. [Consult. 18 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/viewFile/55/47>>
- FARINHA, Sandra – *Responsabilidade social das empresas (RSE): realidade ou utopia?*. Lisboa: ISCTE. 2009. Tese de mestrado.
- FEITOSA, Maria José; SOUZA, Natália; GÓMEZ, Carla – Princípios da Responsabilidade Social Empresarial nas Relações “Empresa-Stakeholders” como Fonte de Vantagem Competitiva. *REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*. ISSN: 2237-3667. 4:1 (2014) 42-61. [Consult. 20 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://150.165.111.246/revistaadmin/index.php/uacc/article/view/137/pdf>>
- FELISBERTO, Luís – *Comunicação da Responsabilidade Social nos Websites das Empresas do Sector Eléctrico: Estudo Comparativo Entre a Europa e Estados Unidos da América*. Porto: Faculdade de Economia da Universidade do Porto. 2010. Tese de mestrado.

- FERNANDES, Nuno – *A Responsabilidade Social das Empresas – A dimensão interna: uma ferramenta para a criação de Valor*. Lisboa: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa do Instituto Politécnico de Lisboa. 2010. Dissertação de mestrado.
- FERRAZ, Francisco; RAFAEL, Célia – A Comunicação Online da Responsabilidade Social nas Empresas de Animação Turística em Portugal. In *ICTR – Conferência Internacional de Animação Turística International Conference on Tourism Recreation*. Peniche, 2012a. [Consult. 17 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://hdl.handle.net/10400.8/685>>
- FERRAZ, Francisco; RAFAEL, Célia – Estudo de Alguns Indicadores de Comunicação da Responsabilidade Social nos Websites dos Principais Grupos Hoteleiros a Operar em Portugal. In *V GECAMB 2012 – Conferência CSEAR (Centre for Social and Environmental Accounting Research)*. Coimbra, 2012b. [Consult. 17 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://hdl.handle.net/10400.8/682>>
- FERREIRA, Carlos – *Os Gases de Efeito de Estufa e a Problemática da Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas Portuguesas: o caso das cimenteiras*. Lisboa: Instituto Superior de Administração e Contabilidade de Lisboa do Instituto Politécnico de Lisboa. 2010. Dissertação de mestrado.
- FILHO, J. M.; WANDERLEY, L. S. – Divulgação da Responsabilidade Social Empresarial: como os *websites* empresariais vêm sendo utilizados por Empresas de energia e varejo. *Cadernos EBAPE.BR*. 5:2 (2007) 1-13. [Consult. 04 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/viewFile/5023/3757>>
- FILHO, J. M.; WANDERLEY, L. S.; SILVA, F. A. – Comunicação da Responsabilidade Social nos *websites* corporativos de distribuidoras de energia: um estudo comparado Brasil e França. *FACES Journal: Revista de Administração*. 7: 4 (2008) 107-119. [Consult. 04 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.fumec.br/revistas/facep/article/view/134/131>>
- 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.
- FREDERICK, W. – From CSR1 To CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. *Business and Society*. 33:2 (1978/1994) 150-165. [Consult. 10 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.williamcfrederick.com/articles%20archive/FromCSRtoCSR.pdf>>
- FREDERICK, W. – Toward CSR-3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs. *California Management Review*. 28:2 (1986) 126-142. [Consult. 10 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=31f64155-6852-4c87-8ea6-ee5423cec3ec%40sessionmgr110&vid=32&hid=127>>
- FREEMAN, R. E. – The Stakeholder Approach. In *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. ISBN 978-0-521-15174-0. pp. 44-48. [Consult. 05 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://books.google.pt/books?id=NpmA_qEiOpkC&printsec=frontcover&dq=Stakeholder+Approach+to+Strategic+Management&hl=pt-PT&sa=X&ei=ACuwU4b1D->

[qL7Abm7oH4BA&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q=Stakeholder%20Approach%20to%20Strategic%20Management&f=false](http://www.scribd.com/doc/29513449/Strategic-Management)>

- FREEMAN, R. E.; MCVEA, J. – Theoretical Foundations. In *Handbook of Strategic Management*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006. ISBN 978-0-631-21861-6. pp. 204-222. [Consult. 05 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://pt.scribd.com/doc/29513449/Strategic-Management>>
- FRIEDMAN, M. – The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. September, 13th. (1970) [Consult. 27 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://highereduc.com/sites/dl/free/0073524697/910345/Appendices.pdf>>
- GALLEGO, Isabel – The Use of Economic, Social and Environmental Indicators as a Measure of Sustainable Development in Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 13:2 (2006) 78-97. [Consult. 21 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.94/pdf>>
- GARCÍA-AYUSO, M.; LARRINAGA, C. – Environmental disclosure in Spain: Corporate characteristics and media exposure. *Spanish Journal of Finance and Accounting*. 32:115 (2003) 184-214. [Consult. 05 Jul. 2014]. Disponível em URL: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1313750>
- GARRIGA, E.; MELÉ, D. – Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*. 53:1 (2004) 51-71. [Consult. 24 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/899/art%253A10.1023%252FB%253ABUSI.0000039399.90587.34.pdf?auth66=1399076107_9880e28a9d86bd17413de55efa1fa386&ext=.pdf>
- GILL, D.; DICKINSON, S.; SCHARL, A. – Communicating sustainability: A web content analysis of North American, Asian and European firms. *Journal of Communication Management*. 12:3 (2008) 243-262. [Consult. 24 Mar. 2014]. Disponível em URL: <10.1108/13632540810899425>
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2000): Diretrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade Sustainability Reporting Guidelines.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2002): Diretrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade Sustainability Reporting Guidelines.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2006): Diretrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade, Sustainability Reporting Guidelines.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2013): Diretrizes para a Elaboração do Relatório de Sustentabilidade, Sustainability Reporting Guidelines.
- GOH, P.; LIM, K. – Disclosing intellectual capital in company annual reports: Evidence from Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*. 5:3 (2004) 500-510. [Consult. 07 Mar. 2014]. Disponível em URL: <10.1108/14691930410550426>
- GOMES, Ricardo – *Comunicação de Informação sobre Responsabilidade Social nos websites das Empresas portuguesas produtoras de vinho: uma análise exploratória*. Porto: Faculdade de Economia da Universidade do Porto. 2012. Dissertação de mestrado.

- GOMEZ, Lina; CHALMETA, Ricardo – The Importance of Corporate Social Responsibility Communication in the Age of Social Media. In *16th International Public Relations Research Conference «Exploring the Strategic Use of New Media's Impact on Change Management and Risk in Theory and Practice»*. Florida, 2013. [Consult. 03 Jun. 2014]. Disponível em URL: <[https://www.academia.edu/3665432/The Importance of Corporate Social Responsibility Communication in the Age of Social Media](https://www.academia.edu/3665432/The_Importance_of_Corporate_Social_Responsibility_Communication_in_the_Age_of_Social_Media)>
- GOND, Jean-Pascal; MATTEN, D. – Rethinking The Business-Society Interface: Beyond the Functionalist Trap. *Nottingham: ICCSR Research Paper Series*. 47 (2007) 1-48. [Consult. 20 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.329.7775&rep=rep1&type=pdf>>
- GOND, Jean-Pascal; MOON, Jeremy – Corporate Social Responsibility in Retrospect and Prospect: Exploring the Life-Cycle of an Essentially Contested Concept. *International Centre for Corporate Social Responsibility, Research Paper Series, Nottingham University Business School*. ISSN 1479-5124. 59 (2011) 1-12. [Consult. 28 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/research.php?action=single&id=78>>
- GRAY, R.; KOUHY, R.; LAVERS, S. – Corporate social and environmental reporting a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 8:2 (1995a) 47-77. [Consult. 03 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/corporate-social-and-environmental-reporting-a-review-of-the-B44r7nJ0f5?articleList=%2Fsearch%3Fquery%3DCorporate%2Bsocial%2Band%2Benvironmental%2Breporting%2Ba%2Breview%2Bof%2Bthe%2Bliterature%2Band%2Ba%2Blongitudinal%2Bstudy%2Bof%2BUK%2Bdisclosure>>
- GRAY, R.; KOUHY, R.; LAVERS, S. – Methodological theme constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 8:2 (1995b) 78-101. [Consult. 23 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/constructing-a-research-database-of-social-and-environmental-reporting-7FZFUQj6AB/2>>
- GUTHRIE, J.; PETTY, R.; YONGVANICH, K.; RICCERI, F. – Using Content Analysis as a Research Method to Inquire into Intellectual Capital Reporting. *Journal of Intellectual Capital*. 5: 2 (2004) 282-293. [Consult. 09 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/using-content-analysis-as-a-research-method-to-inquire-into-sxCIXkR0pH/2>>
- HACKSTON, D.; MILNE, M. – Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. 9:1 (1996) 77-108. [Consul. 21 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/some-determinants-of-social-and-environmental-disclosures-in-new-HHOEe1oZAF>>
- HANIFFA, R.; COOKE, T. – The impact of culture and governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*. 24: 5 (2005) 391-430. [Consult. 21 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278425405000347>>

- HART, Stuart; AHUJA, Gautam – Does It Pay To Be Green? An Empirical Examination Of The Relationship Between Emission Reduction And Firm Performance. *Business Stratem and the Environment*. 5:1 (1996) 30-37. [Consul. 21 Jun. 2014]. Disponível em URL: <[http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/\(SICI\)1099-0836\(199603\)5:1%3C30::AID-BSE38%3E3.0.CO;2-Q/pdf](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/(SICI)1099-0836(199603)5:1%3C30::AID-BSE38%3E3.0.CO;2-Q/pdf)>
- HEDBERG, Carl-Johan; VON MALMBORG, Fredrik – The Global Reporting Initiative And Corporate Sustainability Reporting In Swedish Companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 10 (2003) 153-164. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.38/pdf>>
- HIBBITT, C. J. – External Environmental Disclosure and Reporting by Large European Companies – An Economic, Social and Political Analysis of Managerial Behaviour. Netherlands: Vrije Universiteit Amsterdam, 2004. ISBN 90 5170 775 4. [Consul. 17 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.rozenbergps.com/files/hibbit.pdf>>
- HOLME, R.; WATTS, P. – Corporate Social Responsibility: making good business sense. *World Business Council for Sustainable Development* (2000) [Consult. 14 Mai 2014]. Disponível em URL: <<http://www.wbcsd.org/web/publications/csr2000.pdf>>
- HOOGHMSTRA, R. – Corporate Communication and Impression Management: New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*. 27 (2000) 55-68. [Consul. 18 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/49/art%253A10.1023%252FA%253A1006400707757.pdf?auth66=1403185263_fd74f78e0588696ffaa4d0dfb52f7246&ext=.pdf>
- INSTITUTO ETHOS – *Como as Empresas podem implementar programas de voluntariado*. São Paulo: 2001. [Consult. 20 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.uniethos.org.br/Uniethos/Documents/MnVoluntariado.pdf>>
- INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION – *ISO:26000 Social Responsibility*. ISO, 2010. [Consult. 24 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>>
- KPMG – *Diretrizes G4 da GRI: Quais os seus efeitos nos relatórios corporativos de sustentabilidade?* KPMG Advisory – Consultores de Gestão, Brasil: 2013. [Consult. 27 Mar. 2014]. Disponível em URL: <https://www.kpmg.com/BR/PT/Estudos_Analises/artigosepublicacoes/Documents/Diretriz_s_g4_GRI.pdf>
- KPMG – *Estudo da KPMG sobre a Publicação de Relatórios de Sustentabilidade em Portugal*. KPMG Advisory – Consultores de Gestão, Portugal: 2006.
- KREITLON, Maria Priscilla – A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial. In *XXVIII ENANPAD*. Curitiba, 2004. [Consult. 28 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://api.ning.com/files/YHO8fUkbCCzYbU3zBY88e3gMQ2XZRz4j02TCslxEw*I2Xwx_i9hciEOYuf70VLGxPOeGvKlmv1ls-LEqMjyVxyG96BSvMLMTF/Kreitlon_AticanasRelaesentreEmpresaseSociedadeFundamentosTericosdaResponsabilidadeSocialEmpresarial.pdf>
- LEANDRO, Alexandra; REBELO, Teresa – A Responsabilidade Social das Empresas: incursão ao conceito e suas relações com a cultura organizacional. *Exedra: Revista Científica - Comunicação nas Organizações*. ISSN 1646-9526. 1 (2011) 11-40.

- [Consult. 28 Abr. 2014]. Disponível em URL: <https://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3684511.pdf&ei=5RdhU4KOJ8ii0QWH_4BY&usg=AFQjCNF1dS2XSZHBzB5OqxOncK7a9X5-A&sig2=osOdjY7sXAR_3cUXmZ5O_w&bvm=bv.65636070,d.Yms&cad=rja>
- LEGENDTRE, Stéphane; CODERRE, François – Determinants of GRI G3 Application Levels: The Case of the Fortune Global 500. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 20:3 (2013) 182-192. [Consult. 30 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/enhanced/doi/10.1002/csr.1285>>
- LIU, X; ANBUMOZHI, V. – Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies. *Journal of Cleaner Production*. 17:6 (2009) 593-600. [Consult. 01 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0959652608002527/1-s2.0-S0959652608002527-main.pdf?_tid=9035654c-ff1c-11e3-af9c-00000aacb35e&acdnat=1403998569_3df39397f0da46d1f0d0414ee3c90d2a>
- LOCKETT, A.; MOON, J.; VISSER, W. – Corporate Social Responsibility in Management Research: Focus, Nature, Salience and Sources of Influence. *Journal of Management Studies*. 43:1 (2006) 115-136. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6486.2006.00585.x/pdf>>
- MAIGNAN, I. – Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison. *Journal of Business Ethics*. 30:1 (2001) 57-72. [Consult. 23 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/561/art%253A10.1023%252FA%253A1006433928640.pdf?auth66=1399327722_db5a6100b33c6bb9744a888c627a7f77&ext=.pdf>
- MAIGNAN, I.; FERRELL, O. – Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of The United States And France. *Journal of Business Ethics*. 23: 3 (2000) 283-297. [Consult. 23 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/116/art%253A10.1023%252FA%253A1006262325211.pdf?auth66=1399327808_18348f91ca92ade72d087d97bf0eb7fa&ext=.pdf>
- MARGOLIS, J.; WALSH, J. – Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business. *Administrative Science Quarterly*. 48: 2 (2003) 268-305. [Consult. 23 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=a81a37b7-19f7-4e31-8747-b32712c0980f%40sessionmgr4003&vid=2&hid=4204>>
- MARKHAM, J. W. – *A Financial History of the United States. Vol. I. From Christopher Columbus to the Robber Barons (1492-1900)*. Armonk NY: M.E. Sharpe, 2002. [Consult. 06 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://vnn1.online.fr/Cafeteria/Financial_Accounting_Banking/A%20Financial%20History%20of%20the%20United%20States.%202002.%203%20vols/Vol.1_1492-1900_-_From_Columbus_to_the_Robber_Barrons.pdf>
- MAROCO, João – *Análise Estatística – Com Utilização do SPSS*. 3.^a ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2007. ISBN 978-972-618-452-2.
- MARQUES, M.; TEIXEIRA, C. – A Responsabilidade Social das Empresas e o Desempenho Organizacional. *Revista de Estudos Politécnicos*. 6:10 (2008) 149-164.

- [Consult. 23 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n10/n10a09>>
- MATEUS, J. – O governo electrónico, a sua aposta em Portugal e a importância das Tecnologias de Comunicação para a sua estratégia. *Revista de Estudos Politécnicos*, 6:9 (2008) 23-48. [Consult. 25 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n9/n9a02>>
- MATOS, Maria; GÓIS, Cristina – Características do Conselho de Administração e Divulgação de Responsabilidade Social Corporativa: Estudo às Cotadas na Bolsa de Valores de Lisboa. In *XIV Congresso Internacional de Contabilidade e Auditoria «A Contabilidade Pública como fator de transparência»*. Lisboa, 2013. [Consult. 25 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.otoc.pt/news/PENCUSTOS/pdf/032.pdf>>
- MATTEN, D.; CRANE, A. – Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization. *Academy of Management Review*. 30: 1 (2005) 166-179. [Consult. 27 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=3a21fbe1-a361-43c3-86c2-9fd9e880c5cf%40sessionmgr4003&vid=2&hid=4204>>
- MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. – Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*. 26:1 (2001) 117-127. [Consult. 19 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.jstor.org/stable/pdfplus/259398.pdf?&acceptTC=true&jpdConfirm=true>>
- MEEK, Gary K.; ROBERTS, Clare B.; GRAY, Sidney J. – Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and Continental Europe. *Journal of International Business Studies Third Quarter*. 26:3 (1995) 555-572. [Consult. 06 Jul. 2014]. Disponível em URL: <https://www.academia.edu/6372880/Factors_Influencing_Voluntary_Annual_Report_Disclosures_By_U.S._U.K._and_Continental_European_Multinational_Corporations>
- MILLER, P.; O'LEARY, T. – Hierarchies and American Ideals, 1900-1940. *Academy of Management Review*. 14:2 (1989) 250-265. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=334dbbb1-79f0-4b41-9cab-1b81b41b402a%40sessionmgr110&vid=2&hid=124>>
- MONEVA, J. M.; LLENA, F. – Análisis de la información sobre Responsabilidad Social en las Empresas Industriales que cotizan en Bolsa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. XXV: 87 (1996) 361-402. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://aeca.es/pub/refc/articulos.php?id=0351>>
- MONEVA, J. M.; LLENA, F. – Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain. *The European Accounting Review*. 9:1 (2000) 7-29. [Consult. 20 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://www.researchgate.net/publication/24080356_Environmental_disclosures_in_the_annual_reports_of_large_companies_in_Spain/file/79e41507e8213e0dfd.pdf>
- 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. [Consult. 27 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.aeca.es/xiii-congreso-aeca/cd/143h.pdf>>

- MONTEIRO, Bruno – *A Divulgação de Informação sobre Responsabilidade Social nas páginas web das Empresas europeias do sector ferroviário: uma análise exploratória*. Porto: Faculdade de Economia da Universidade do Porto. 2010. Tese de mestrado.
- MONTEIRO, Sónia – Factores explicativos do grau de divulgação ambiental em grandes empresas a operar em Portugal: análise univariada In *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Espanha: Universidad de La Rioja, 2007. ISBN 84-690-3573-8. pp. 1006-1023. [Consult. 21 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=2233287>>
- MOON, J.; CRANE, A.; MATTEN, D. – Can Corporations be Citizens? Corporate Citizenship as a Metaphor for Business Participation in Society. *Business Ethics Quarterly*. 15:3 (2005) 427-451. [Consult. 18 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=53d2f54a-d0a6-4ffe-ac4d-95e715d5b956%40sessionmgr4003&vid=2&hid=4204>>
- MORHARDT, J.; BAIRD, Sarah; FREEMAN, Kelly – Scoring Corporate Environmental And Sustainability Reports Using Gri 2000, Iso 14031 And Other Criteria. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 9:4 (2002) 215-233.[Consult. 21 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.26/pdf>>
- MORSING, M. – Corporate Social Responsibility as Strategic Auto-Communication: On the Role of External Stakeholders for Member Identification. *Business Ethics: A European Review*. 15:2 (2006) 171-182. Consult. 25 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8608.2006.00440.x/pdf>>
- MORTAL, A. B.; MORTAL, A. M. – Uma visão actual da Responsabilidade Social das Empresas. In *IX Congresso Internacional de Custos*. Florianópolis, 2005. [Consult. 08 Mai. 2014]. Disponível em URL:<http://www.intercostos.org/documentos/custos_22.pdf>
- MOTA, G.; DINIS, A. – Responsabilidade Social das Empresas: Novo Modelo de Gestão para o Desenvolvimento Sustentável. (2005) [Consult. 20 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/221/1/artigo16.pdf>>
- MOURA, R.; COELHO, V.; MOURA, K.; RAPOSO, R.; BRITES, R.; CARDIM, J.; SILVA, A. – *Responsabilidade Social das Empresas: emprego e formação profissional*. Lisboa: MundiServiços, 2004.
- NIKOLAEVA, Ralitzia; BICHO, Marta – The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 39:1 (2011) 136-157. [Consult. 18 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://link.springer.com/article/10.1007/s11747-010-0214-5>>
- O'DONOVAN, G. – Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 15: 3 (2002) 344-371. [Consult. 18 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1454351>>
- PARLAMENTO EUROPEU – *Expectativas elevadas para a Cimeira de Bali sobre Alterações Climáticas*. (2007) 1-2. [Consult. 21 Abr. 2014]. Disponível em URL:

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+IM-PRESS+20071130STO14189+0+DOC+PDF+V0//PT&language=PT>

- PASQUERO, J. – La Responsabilité Sociale de l'Entreprise comme Objet des Sciences de Gestion. Le Concept et sa Portée, in Turcotte, M.F., Salmon, A., eds., Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise. *Québec: PUQ* (2005). 112-143. [Consult. 19 Abr. 2014]. Disponível em URL: http://www.meshs.fr/documents/pdf/seminaires/2009/AR_Pasquero_2005-RSE2_concept.pdf
- PEREIRA, Alexandre – *SPSS Guia Prático de Utilização: Análise de dados para ciências sociais e psicologia*. 5.^a ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2004. ISBN: 972-618-342-1.
- PEREIRA, Leomena Cristina – *A Presença Online dos Empreendimentos Turísticos: Estudo de Caso dos Hotéis da Madeira e Porto Santo*. Algarve: Faculdade de Economia da Universidade do Algarve. 2011. Dissertação de mestrado.
- PETTY, R.; CUGANESAN, S. – Voluntary Disclosure of Intellectual Capital by Hong Kong Companies: Examining Size, Industry and Growth Effects Over Time. *Australian Accounting Review*. 15:2 (2005) 40-50. [Consul. 18 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1835-2561.2005.tb00291.x/pdf>
- PINHEIRO, Pedro; CARVALHO, Fernando; DIAS, Ana; CANILHO, Marta – A Divulgação Ambiental de Acordo com a Estrutura da Global Reporting Initiative nas Empresas cotadas no PSI20 e no IBEX35 nos períodos 2010 e 2011. In *XIV Congresso Internacional de Contabilidade e Auditoria «A Contabilidade Pública como fator de transparência»*. Lisboa, 2013. [Consult. 25 Mar. 2014]. Disponível em URL: <http://www.otoc.pt/news/comcontabaudit/pdf/52.pdf>
- PORTER, M.; KRAMER, M. – Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. 84:12 (2006) 78-92. [Consult. 12 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://efnorthamerica.com/documents/events/ccc2008/Mark-Kramer-Keynote/Strategy-Society.PDF>
- PRADO-LORENZO, J.M.; GARCIA-SANCHEZ, I.M.; GALLEGO-ALVAREZ, I. – Características del consejo de administración e información en materia de Responsabilidad Social Corporativa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. 38: 141 (2009) 107-135. [Consult. 06 Jul. 2014]. Disponível em URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zTeosw9jPdAJ:www.aeca.es/pub/refc/acceso.php%3Fid%3D1089+&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt>
- RAMACHANDRAN, V. – Strategic Corporate Social Responsibility: A 'Dynamic Capabilities' Perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 18:5 (2011) 285-293. [Consult. 11 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.251/pdf>
- REIS, E. – *Estatística Descritiva*. 7.^a ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2009. ISBN 978-972-618-476-8.
- REIS, E. – *Estatística Multivariada Aplicada*. 2.^a ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2001. ISBN 972-618-247-6.

- REIS, E.; MELO, P.; ANDRADE, R.; CALAPEZ, T. – *Estatística Aplicada – Volume 2.4*.^a ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2006. ISBN 972-618-256-5.
- RESOLUÇÃO 66/288 – O FUTURO QUE QUEREMOS. 2012. Assembleia Geral da ONU. [Consult. 22 Mai. 2014] Disponível em URL: <http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/66/288&Lang=S>
- REVERTE, C. – Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms. *Journal of Business Ethics*. 88:2 (2009) 351-366. [Consult. 05 Jul. 2014]. Disponível em URL: <http://download.springer.com/static/pdf/344/art%253A10.1007%252Fs10551-008-9968-9.pdf?auth66=1404863577_f13bb4ddc0aad14c37914a00d6ae5f40&ext=.pdf>
- ROBERTS, R. W. – Determinants of corporate social responsibility disclosure: na application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society*. 17:6. (1992) 595-612. [Consult. 11 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://repository.binus.ac.id/2009-1/content/F0122/F012243637.pdf>>
- ROSA, Margarida – *Divulgação de Indicadores Sociais: outra dimensão para Informações Contabilísticas*. Lisboa: Instituto Superior de Administração e Contabilidade de Lisboa do Instituto Politécnico de Lisboa. 2012. Dissertação de mestrado.
- SEARCY, Cory; BUSLOVICH, Ruvena – Corporate Perspectives on the Development and Use Of Sustainability Reports. *Journal of Business Ethics*. 121:2 (2014) 149-169. [Consult. 29 Mai. 2014]. Disponível em URL: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-013-1701-7/fulltext.html>>
- SILVA, Andreia – *Divulgação online da Religião Católica Estudo de caso: análise do website da Diocese do Porto*. Porto: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto do Instituto Politécnico do Porto. 2013. Dissertação de mestrado.
- SIMNETT, R.; VANSTRAELEN, A.; CHUA, W. – Assurance on sustainability reports: An international comparison. *The Accounting Review*. 84:3 (2009) 937-967. [Consult. 21 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1025467>
- SLACK, R.; SHRIVES, P. – Social disclosure and legitimacy in Premier League football clubs: the first ten years. *Journal of Applied Accounting Research*. 9:1 (2008) 17-28. [Consul. 17 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://nrl.northumbria.ac.uk/864/>>
- SUCHMAN, M. – Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches, *Academy of Management Journal*. 20:3 (1995) 571-610. [Consul. 17 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/258788?uid=365238911&uid=3738880&uid=380223661&uid=2134&uid=380223671&uid=2&uid=70&uid=3&uid=67&uid=380223661&uid=365238861&uid=62&uid=60&sid=21103869857051>>
- SUTANTOPUTRA, A. – Social disclosure rating system for assessing firms' CSR reports. *Corporate Communications: An International Journal*. 14:1 (2009) 34-48. [Consult. 25 Mar. 2014]. Disponível em URL: <[10.1108/13563280910931063](http://dx.doi.org/10.1108/13563280910931063)>
- TAGESSON, Torbjörn; BLANK, Veronica; BROBERG, Pernilla; COLLIN, Sven-Olof – What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A Study of Social and Environmental Reporting in Swedish

Listed Corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 16:6 (2009) 352-364. [Consult. 22 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.194/pdf>>

TANGLEY, Laura – Bird Habitats Threatened by Oil Spill: The American Bird Conservancy releases list of top 10 sites at most immediate risk from Deepwater Horizon Oil Spill. *National Wildlife*. (2010). [Consult. 23 Mai. 2014]. Disponível em URL:<<http://www.nwf.org/News-and-Magazines/National-Wildlife/Birds/Archives/2010/Oil-Spill-Birds.aspx>>

TESTERA FUERTES, A.; CABEZA GARCÍA, L. – Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas. *Intangible Capital*. 9:1 (2013) 225-261. [Consult. 19 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://dx.doi.org/10.3926/ic.311>>

TILLING, M. – Refinements to legitimacy theory in social and environmental accounting. *Commerce Research Paper Series*. ISSN: 1441-3906. 4:6 (2004) [Consul. 17 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.flinders.edu.au/sabs/business-files/research/papers/2004/04-6.pdf>>

ULLMANN, A. E. – Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure and economic performance of U.S. firms. *Academy of Management Review*. 10:3 (1985) 540-557. [Consult. 01 Jul. 2014]. Disponível em URL:<<http://www.jstor.org/discover/10.2307/258135?uid=3738880&uid=380223661&uid=2134&uid=380223671&uid=2&uid=70&uid=3&uid=380223661&uid=60&sid=21104238125307>>

UNERMAN, J. – Methodological issues – reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. 13:5 (2000) 667-681. [Consult. 10 Mar. 2014]. Disponível em URL: <[10.1108/09513570010353756](http://dx.doi.org/10.1108/09513570010353756)>

UNITED NATIONS FRAMEWORK CONVENTION ON CLIMATE CHANGE – *Report of the Conference of the Parties on its fifteenth session, held in Copenhagen from 7 to 19 December 2009*. United Nations Office at Geneva, 2010. [Consult. 24 Abr. 2014]. Disponível em URL: <http://unfccc.int/meetings/copenhagen_dec_2009/meeting/6295/php/view/reports.php>

UNITED NATIONS FRAMEWORK CONVENTION ON CLIMATE CHANGE – Report of the Conference of the Parties on its thirteenth session, held in Bali from 3 to 15 December 2007. Addendum Part Two: Action taken by the Conference of the Parties at its thirteenth session: Decisions adopted by the Conference of the Parties (FCCC/CP/2007/6/Add.1*) United Nations Office at Geneva, 2008a. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://unfccc.int/resource/docs/2007/cop13/eng/06a01.pdf>>

UNITED NATIONS FRAMEWORK CONVENTION ON CLIMATE CHANGE – Report of the Conference of the Parties serving as the meeting of the Parties to the Kyoto Protocol on its third session, held in Bali from 3 to 15 December 2007. Addendum Part Two: Action taken by the Conference of the Parties serving as the meeting of the Parties to the Kyoto Protocol at its third session: Decisions adopted by the Conference of the Parties serving as the meeting of the Parties to the Kyoto Protocol

- (FCCC/KP/CMP/2007/9/Add.1) United Nations Office at Geneva, 2008b. [Consult. 22 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://unfccc.int/resource/docs/2007/cmp3/eng/09a01.pdf>>
- VILAR, Vítor – *Divulgação de Responsabilidade Social na Internet: Estudo Descritivo das Páginas de Internet dos Maiores Bancos Mundiais*. Lisboa: Departamento de Ciências Sociais e de Gestão da Universidade Aberta. 2012. Tese de mestrado.
- VOTAW, D. – Genius Becomes Rare: A Comment on the Doctrine of Social Responsibility Pt. I. *California Management Review*. 15:2 (1972) 25-31. [Consult. 17 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=32230f91-9322-4350-92da-728cb46b20e2%40sessionmgr114&vid=1&hid=121>>
- WALLER, D.; LANIS, R. – Corporate Social Responsibility Disclosure: An Exploratory Study of the Top 10 Media Organisations. Sidney: University of Technology, 2007. 2847-2854. [Consult. 22 Mar. 2014]. Disponível em URL: <<http://hdl.handle.net/10453/2186>>
- WALSH, J. P.; WEBER, K.; MARGOLIS, J. – Social Issues and Management: Our Lost Case Found. *Journal of Management*. 29:6 (2003) 859-882. [Consult. 18 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://icos.groups.si.umich.edu/JOMwalsh5-7-03.pdf>>
- WANDERLEY, L. S.; FARACHE, F.; FILHO, J.S. – How do Large European Companies Operating in New Member States Communicate their CSR Actions and Reports through their Corporate Websites?. *CSR – Corporate Social Responsibility and Sustainable Management*. (2008a) 1-15. [Consult. 04 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://feemdeveloper.net/attach/CSR2008-042.pdf>>
- WANDERLEY, L. S.; LUCIAN, R., FARACHE, F.; FILHO, J. M. – CSR Information Disclosure on the Web: A Context-Based Approach Analysing the Influence of Country of Origin and Industry Sector. *Journal of Business Ethics*. 82:2 (2008b) 369-378. [Consult. 04 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-008-9892-z#page-1>>
- WANG, Jianling; SONG, Lin; YAO, Shujie – The Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence From China. *The Journal of Applied Business Research*. 29: 6 (2013) 1833-1848. [Consul. 15 Jun. 2014]. Disponível em URL: <<http://journals.cluteonline.com/index.php/JABR/article/view/8220/8258>>
- WATSON, A.; SHRIVES, P.; MARSTON, C. – Voluntary Disclosure of Accounting Ratios in UK. *The British Accounting Review*. 34:4 (2002) 289-313. [Consul. 18 Jun. 2014]. Disponível em URL: <http://ac.els-cdn.com/S0890838902902131/1-s2.0-S0890838902902131-main.pdf?_tid=2912dc20-f619-11e3-b282-00000aacb35f&acdnat=1403007547_65df5923a5860c91b5ec25b2ea8cf91f>
- WOOD, D.J. – Corporate Social Performance Revisited, *Academy of Management Review*. 16:4 (1991) 691-718. [Consult. 18 Abr. 2014]. Disponível em URL: <<http://www.jstor.org/stable/pdfplus/258977.pdf?&acceptTC=true&jpdConfirm=true>>
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT – Chapter 2: Towards Sustainable Development In *Our Common Future*. (1987) 36-51. [Consult. 21 Mai. 2014]. Disponível em URL: <http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future-Brundtland_Report_1987.pdf>

Sítios consultados

http://europa.eu/about-eu/eu-history/1990-1999/1997/index_pt.htm

<http://www.apambiente.pt/index.php?ref=17&subref=157>

<http://sustainabledevelopment.un.org/rio20.html>

<http://www.unric.org/html/portuguese/joanesburgo/CIMEIRA - 16.pdf>

<http://www.european-council.europa.eu/eu-africa-summit-2014?lang=pt>

<http://www.pcinvestidor.com/Mercados.aspx?Cod=PTING1000005&Plaza=25&Cotizacion=Psi%20Geral>

<http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/Gestao/ResponsabilidadeSocial/>

Apêndices

Apêndice A – Conceitos e Definições Ilustrativos de RSE

Quadro 2.A Conceitos e Definições Ilustrativos de RSE.

Autor(es)	Ano	Construção Proposta	Definição fornecida	Foco/Perspetiva
Bowen	1953	Responsabilidade Social do Empresário	Obrigações dos empresários em adotar orientações, tomar decisões ou seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os objetivos e os valores da Sociedade.	Empresários; Normativa; Institucional.
Davis	1960	Responsabilidade Social das Empresas	Decisões e medidas tomadas pelos empresários, pelo menos parcialmente, por razões para além de interesses empresariais económicos ou técnicos diretos.	Empresários; Normativa; Além das expectativas.
McGuire	1963	Responsabilidade Social das Empresas	Supõe-se que a Empresa não tem apenas obrigações económicas e legais, mas também certas responsabilidades para com a Sociedade que se estendem além dessas obrigações.	Empresa; Normativa; Além das expectativas.
Walton	1967	Responsabilidade Social das Empresas	Este novo conceito reconhece a intimidade das relações entre a Empresa e a Sociedade e entende que os gestores de topo devem ter em conta tanto estas relações como as relações entre a Empresa e os grupos com os quais se relaciona (para atingirem os seus respetivos objetivos).	Gestores de Topo; Normativa; Institucional.
Friedman	1970	Responsabilidade Social Empresarial	Há apenas uma única RS das Empresas – usar os seus recursos e envolver-se em atividades que visem aumentar os seus lucros, permanecendo «dentro das regras do jogo», isto é, numa concorrência aberta e livre, sem enganar ou fraude.	Normativa; Crítica; Focada no Lucro.
Eells e Walton	1974	Responsabilidade Social das Empresas	No seu sentido mais amplo, a RSE representa uma preocupação com as necessidades e objetivos da Sociedade, que vai além do meramente económico. Uma vez que o modelo de sistema empresarial atual só pode sobreviver numa Sociedade que funcione eficazmente, o «movimento de RSE» representa uma enorme preocupação com o papel da Empresa em apoiar e melhorar o bem-estar social.	Normativa; Institucional; Ecológica; Focada no Bem-estar.
Frederick	1978/1994	Capacidade de Resposta Social das Empresas	Refere-se à capacidade de uma Empresa dar resposta às pressões sociais.	Empresa; Institucional.
Carroll	1979	Responsabilidade Social das Empresas	Engloba as expectativas económicas, legais, éticas e discricionárias que a Sociedade tem das Empresas, num determinado momento.	Empresa; Integrativa.
Frederick	1986	Transparência Social Empresarial	Incorpora a noção de correção moral nas ações tomadas e nas orientações/políticas formuladas. O «valor geral referente» é de que o «corpo» é por vezes indistinto ou pouco claro, mas contém profundas convicções morais constituem a cultura de ética.	Empresa; Normativa.
Epstein	1987	Responsabilidade Social das Empresas	É relacionada principalmente à obtenção de resultados a partir de decisões organizacionais sobre questões ou problemas que (por algum padrão normativo) têm efeitos benéficos, mas exatamente adversos nos <i>stakeholders</i> . A correção normativa dos resultados da ação empresarial tem sido o principal foco da RSE.	Empresas; Integrativa; Normativa.
Wood	1991	Desempenho Social Empresarial	Configuração de princípios de RS de uma Empresa, de processos de capacidade de resposta social e de políticas/orientações, programas e resultados observáveis que se referem às relações sociais da Empresa.	Empresa; Integrativa.
Carroll	1999	Desempenho Social Empresarial	Para que os gestores se empenhassem na RSE eles precisavam de ter: (a) uma definição básica de RSE; (b) uma compreensão/enumeração das questões/problemas para os quais existiu uma RS (ou, em termos modernos, os <i>stakeholders</i> para com quem a Empresa tinha uma responsabilidade, relacionamento ou dependência); e (c) a especificação da filosofia da capacidade de resposta às questões.	Gerentes; Integrativa.


















Autor(es)	Ano	Construção Proposta	Definição fornecida	Foco/ Perspetiva
Maignan e Ferrell	2000	Cidadania Empresarial	Grau de cumprimento das responsabilidades económicas, legais, éticas e discricionárias por parte das Empresas, que lhes são impostas pelos seus <i>stakeholders</i> .	Empresa; <i>Stakeholders</i> ; Integrativa.
McWilliams e Siegel	2001	Responsabilidade Social das Empresas	Ações que aparentam promover algum bem comum, além do interesse da Empresa e do que é exigido por lei.	Empresa; Bem comum; Além dos requisitos.
Matten e Crane	2005	Cidadania Empresarial	Descreve o papel da Empresa na administração dos direitos de cidadania dos indivíduos.	Empresa; Política; Institucional.
Campbell	2006	Responsabilidade Social das Empresas	Considera-se que as Empresas agem de forma socialmente responsável, se fizerem duas coisas. Primeiro, elas não devem fazer nada que possa prejudicar os seus <i>stakeholders</i> , conscientemente. Em segundo lugar, se elas prejudicarem os <i>stakeholders</i> , então devem corrigir a situação sempre que seja descoberta e chegue ao seu conhecimento.	Empresa; <i>Stakeholders</i> ; Institucional; Minimalista.
Crouch	2006	Responsabilidade Social das Empresas	É vista como o comportamento das Empresas que voluntariamente tem em consideração as externalidades produzidas pelo seu comportamento no mercado, sendo as mesmas definidas como os resultados de operações de mercado que não são incorporados em tais transações. Assim, a RSE é essencialmente o reconhecimento da externalidade empresarial.	Empresa; Transacional; Foco na Externalidade.
Basu e Palazzo	2008	Responsabilidade Social das Empresas	Define-se como o processo pelo qual os gestores de uma Organização pensam e discutem sobre as relações com os <i>stakeholders</i> , bem como o seu papel em relação ao bem comum, juntamente com a sua disposição comportamental em relação à realização e concretização destes papéis e relacionamentos.	<i>Stakeholders</i> ; Bem Comum; Integrativa.

Fonte: Adaptado de Gond e Moon (2011).

Apêndice B – População do Estudo

A tabela infra enumera as Empresas do PSI Geral da *Euronext* Lisboa nos anos de 2012 e 2013, correspondendo estas à População do Estudo.

Empresas pertencentes ao PSI Geral [2012-2013]				
N.º Sequencial	Logótipo	ISIN	Firma	Pertence ao PSI20 neste período?
1		PTALT0AE0002	Altri SGPS S.A.	Sim.
2		PTBPI0AM0004	Banco BPI	Sim.
3		ES0113790531	Banco Popular	Não.
4		ES0113900J37	Banco Santander	Não.
5		PTBCP0AM0007	BCP	Sim.
6		PTBES0AM0007	BES	Sim.
7		PTBRI0AM0000	Brisa	Não.
8		PTCPR0AM0003	Cimpor	Não.
9		PTCFN0AE0003	Cofina	Não.
10		PTCOM0AE0007	Compta	Não.
11		PTCOR0AE0006	Corticeira Amorim	Não.
12		ES0127797019	EDP Renováveis	Sim.
13		PTEDP0AM0009	EDP-Energias	Sim.
14		LU0011904405	Espírito Santo Financial	Não.
15		LU0202957089	Espírito Santo Financial Nom	Não.
16		PTESO0AE0000	Estoril-Sol SGPS SA	Não.
17		PTFRV0AE0004	F. Ramada, Aços e Indústrias	Não.
18		PTFCP0AM0008	Futebol Clube do Porto	Não.
19		PTGAL0AM0009	Galp Energia	Sim.
20		PTPAD0AM0007	Glintt-Global Intelligent Technologies	Não.
21		PTIBS0AM0008	Ibersol Reg	Não.
22		PTGPA0AP0007	Imobiliária Construtora Grão-Pará	Não.
23		PTIPR0AM0000	Impresa SGPS	Não.
24		PTINA0AP0008	Inapa	Não.

25		PTJMT0AE0001	Jerónimo Martins	Sim.
26		PTLIG0AE0002	Lisgráfica Impressão e Artes Gráficas	Não.
27		PTMFR0AM0003	Martifer	Não.
28		PTGMC0AM0003	Media Capital	Não.
29		PTMEN0AE0005	Mota-Engil	Sim.
30		PTNBA0AM0006	Novabase	Não.
31		PTORE0AM0002	Orey Antunes R	Não.
32		PTPTI0AM0006	Portucel	Sim.
33		PTPTC0AM0009	Portugal Telecom SGPS	Sim.
34		PTRED0AP0010	Reditus	Não.
35		PTREL0AM0008	REN	Sim.
36		PTSAG0AE0004	SAG Gestão	Não.
37		PTSEM0AM0004	Semapa	Sim.
38		PTSCO0AE0004	Soares da Costa	Não.
39		PTSON0AM0001	Sonae	Sim.
40		PTSNP0AE0008	Sonae Capital	Não.
41		PTS3P0AM0017	Sonae Indústria	Sim.
42		PTSNC0AM0006	Sonaecom	Sim.
43		PTSLB0AM0010	Sport Lisboa e Benfica	Não.
44		PTSCP0AM0001	Sporting Clube de Portugal	Não.
45		PTSMLOAM0009	Sumol+Compal	Não.
46		PTTD10AM0000	Teixeira Duarte	Não.
47		PTSCT0AP0018	Toyota Caetano Portugal	Não.
48		PTVAA0AE0001	VAA-Vista Alegre	Não.
49		PTVAA9AE0002	VAA-Vista Alegre Atlantis - Fusão	Não.
50		PTZON0AM0006	Zon Optimus	Sim.
51		PTBAF0AM0002	BANIF	Não.

Apêndice C – Variáveis Dependentes (Indicadores de Desempenho)

Quadro 3.C1 Indicadores do Desempenho Económico da GRI (2006).

Desempenho económico	Aspeto	Indicador	Descrição
	ADE1 – Desempenho Económico	EC 1	Valor económico gerado e distribuído.
		EC 2	Investimentos por alterações do clima.
		EC 3	Obrigações com planos de pensões.
		EC 4	Apoio financeiro recebido.
	ADE2 – Presença no Mercado	EC 5	Rácios de salários.
		EC 6	Fornecedores locais.
		EC 7	Contratação.
	ADE3 – Impactos Económicos Indiretos	EC 8	Infraestruturas.
		EC 9	Impactos económicos indiretos.

Fonte: Adaptado de GRI (2006).

Quadro 3.C2 Indicadores do Desempenho Ambiental da GRI (2006).

Desempenho ambiental	Aspeto	Indicador	Descrição
	ADA1 – Materiais	EN 1	Materiais usados.
		EN 2	% Materiais usados provenientes de reciclagem.
	ADA2 – Energia	EN 3	Consumo direto de energia.
		EN 4	Consumo indireto de energia.
		EN 5	Poupança de energia.
		EN 6	Iniciativas às reduções no consumo de energia.
		EN 7	Iniciativas para reduzir o consumo indireto de energia.
	ADA3 – Água	EN 8	Consumo de Água.
		EN 9	Recursos Hídricos.
		EN 10	% Água reciclada e reutilizada.
	ADA4 – Biodiversidade	EN 11	Zonas protegidas.
		EN 12	Descrição dos impactos.
		EN 13	Habitats protegidos.
		EN 14	Gestão de impactos.
		EN 15	Espécies em risco de extinção.
	ADA5 – Resíduos	EN 16	Gases com efeito de estufa.
		EN 17	Outras emissões indiretas.
		EN 18	Iniciativas à redução das emissões de gases.
		EN 19	Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono.
		EN 20	Nox, Sox, e outras emissões.
		EN 21	Descarga total.
		EN 22	Resíduos.
		EN 23	Derrames.
		EN 24	Resíduos transportados.
		EN 25	Descargas de águas.
	ADA6 – Produto e Serviços	EN 26	Impactos ambientais.
		EN 27	Embalagens.
	ADA7 – Diversos	EN 28	Coimas e sanções.
		EN 29	Impactos ambientais dos transportes.
EN 30		Proteção ambiental.	

Fonte: Adaptado de GRI (2006).

Quadro 3.C3 Indicadores do Desempenho Social da GRI (2006).

		Aspeto	Indicador	Descrição
		Desempenho social	ADS1 – Práticas laborais e trabalho condigno	Emprego
LA 2	Total de trabalhadores.			
LA 3	Benefícios aos trabalhadores a tempo integral.			
Relações laborais	LA 4			Acordos de contratação coletiva.
	LA 5			Prazos em relação a mudanças operacionais.
Saúde e Segurança no Trabalho	LA 6			Comissões de segurança e saúde.
	LA 7			Taxa de lesões e doenças profissionais.
	LA 8			Programas de educação, formação e aconselhamento para garantir assistência aos trabalhadores.
	LA 9			Acordos com sindicatos.
Formação e Educação	LA 10			Horas de formação.
	LA 11			Gestão de competências e aprendizagem contínua.
	LA 12			Análises de desempenho.
Diversidade e Igualdade de Oportunidades	LA 13			Composição dos órgãos sociais.
	LA 14			Salário base entre homens e mulheres.
ADS2 – Direitos Humanos	Práticas de Investimento e de Processos de Compra	HR 1	Contratos de investimento com cláusulas de direitos humanos.	
		HR 2	Fornecedores e Empresas contratadas submetidas a avaliações relativas a direitos humanos.	
		HR 3	Horas de formação.	
	Não Discriminação	HR 4	Casos de discriminação.	
	Liberd. Associação e Negoc. Coletiva	HR 5	Liberdade de Associação.	
	Trabalho Infantil	HR 6	Trabalho infantil.	
	Trabalho Forçado ou Escravo	HR 7	Trabalho forçado ou escravo.	
	Práticas de Segurança	HR 8	Pessoal de Segurança submetido a formação.	
	Direitos Indígenas	HR 9	Incidentes que envolvam a violação dos Povos Indígenas.	
ADS3 – Sociedade	Comunidade	SO 1	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações na comunidade.	
		SO 2	Riscos à corrupção nas unidades de negócio.	
	Corrupção	SO 3	Formação e práticas anticorrupção.	
		SO 4	Casos de corrupção e medidas tomadas.	
	Políticas Públicas	SO 5	Posição e participação quanto às políticas públicas.	
		SO 6	Contribuições financeiras a partidos políticos.	
	Concorrência Desleal	SO 7	Ações judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio.	
	Conformidade	SO 8	Coimas e Sanções.	
ADS4 – Responsabilidade pelo Produto	Saúde e Segurança do Cliente	PR 1	Ciclos de vida dos produtos e impactos de saúde e segurança.	
		PR 2	Incidentes de não conformidade.	
	Rotulagem de Produtos e Serviços	PR 3	Informação sobre os produtos e serviços exigida por regulamentos.	
		PR 4	Incidentes de não conformidade relativo à informação e rotulagem.	
		PR 5	Satisfação do cliente incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação.	
	Comunicações de Marketing	PR 6	Programas de observância das leis.	
		PR 7	Incidentes de não conformidade com comunicações e marketing.	
	Diversos	PR 8	Reclamações relativas à violação da privacidade dos clientes.	
		PR 9	Coimas por incumprimento de leis e regulamentos relativos ao fornecimento e utilização de produtos e serviços.	

Fonte: Adaptado de GRI (2006).

Apêndice D – Definição de Palavras-chave

Teve-se em conta o facto de os Relatórios de Sustentabilidade em análise terem (ou não) sido escritos de acordo com o Novo Acordo Ortográfico, adaptando-se, por vezes as Palavras-chaves, isto é, pesquisar por exemplo “direto” e “directo”.

Desempenho	Aspeto	Indicador	Palavras-chave
Económico	Económico	EC 1	Receitas; Custos operacionais; Remuneração de empregados; Doações; Lucros acumulados; Pagamentos ao Governo; Pagamento de dividendos.
		EC 2	Mudança climática; Alteração climática; Risco; Gestão de risco; do clima.
		EC 3	Fundo de pagamento de Pensões; Plano de Pensões; Pensões.
		EC 4	Benefícios fiscais; Créditos fiscais; Subsídios.
	Mercado	EC 5	Salário mínimo; Ordenado mínimo; Remuneração mínima.
		EC 6	Fornecedores.
		EC 7	Contrato; Membros do Conselho de Administração; Comunidade local.
	Indiretos	EC 8	Infraestruturas.
		EC 9	Impactos económicos indiretos.
Ambiental	Materiais	EN 1	Materiais usados.
		EN 2	% Materiais usados; Reciclagem.
	Energia	EN 3	Consumo direto de energia; kWh; GWh; GJ.
		EN 4	Consumo indireto de energia.
		EN 5	Poupança de energia.
		EN 6	Redução do consumo de energia; Diminuição do consumo de energia; Consumo de energia.
		EN 7	Redução do consumo indireto de energia; Diminuição do consumo indireto de energia.
	Água	EN 8	Consumo de Água; m3.
		EN 9	Recursos Hídricos.
		EN 10	% Água reciclada; Água reutilizada.
	Biodiversidade	EN 11	Zonas protegidas.
		EN 12	Descrição dos impactos na biodiversidade; Descrição dos impactos; Biodiversidade.
		EN 13	Habitats protegidos.
		EN 14	Gestão de impactos na biodiversidade; Gestão de impactos; Biodiversidade.
		EN 15	Espécies em risco de extinção.

Desempenho	Aspeto	Indicador	Palavras-chave
Ambiental	Resíduos	EN 16	Gases com efeito de estufa; GEE; Dióxido de carbono; CO2; Gás metano; CH4; Óxido nitroso; N2O.
		EN 17	Outras emissões indiretas.
		EN 18	Redução da emissão de gases; Diminuição da emissão de gases.
		EN 19	Camada de ozono.
		EN 20	Nox; Sox.
		EN 21	Descarga total; água.
		EN 22	Resíduos.
		EN 23	Derrames.
		EN 24	Resíduos transportados.
		EN 25	Descargas de águas.
	Produtos e Serviços	EN 26	Impactos ambientais; Impactos no ambiente.
		EN 27	Embalagens.
	Diversos	EN 28	Coimas; Sanções.
		EN 29	Impactos ambientais dos transportes.
EN 30		Proteção ambiental; Proteção do ambiente.	
Social	Emprego	LA 1	Total Mão-de-obra; Mão-de-obra; Mão de obra.
		LA 2	Total trabalhadores; Colaboradores; Funcionários; Empregados.
		LA 3	Benefícios; Trabalhadores; Colaboradores; Tempo inteiro; Tempo integral.
	Relações laborais	LA 4	Acordos de contratação coletiva; Contrato Coletivo.
		LA 5	Mudanças operacionais; Mudanças nas operações.
	Saúde e Segurança no Trabalho	LA 6	Comissões de segurança e saúde.
		LA 7	Taxa de doenças profissionais; Doenças profissionais; Taxa de lesões; Lesões.
		LA 8	Programa de educação; Educação; Formação; Aconselhamento; Doenças graves.
		LA 9	Acordos com sindicatos; Sindicais.
	Formação e Educação	LA 10	Horas de formação; De formação.
		LA 11	Gestão de competências; Aprendizagem contínua.
		LA 12	Análises de Desempenho.
	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	LA 13	Composição dos órgãos sociais.
		LA 14	Salário base; Vencimento base; Ordenado base; Homens; Masculino; Mulheres; Feminino.

Desempenho	Aspeto	Indicador	Palavras-chave	
Social	Direitos Humanos	Práticas de Investimento e de Processos de Compra	HR 1	Contratos de investimento com cláusulas de Direitos Humanos.
			HR 2	Avaliação relacionada com Direitos Humanos; Avaliação relativa a Direitos Humanos.
			HR 3	Horas de formação; Direitos Humanos.
		Não Discriminação	HR 4	Casos de discriminação; Discriminação.
		Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	HR 5	Liberdade de Associação; Liberdade Associativa.
		Trabalho Infantil	HR 6	Trabalho Infantil.
		Trabalho Forçado ou Escravo	HR 7	Trabalho Forçado ou Escravo.
		Práticas de Segurança	HR 8	Pessoal de Segurança submetido a formação.
		Direitos Indígenas	HR 9	Povos Indígenas.
	Sociedade	Comunidade	SO 1	Impactos das operações na Comunidade/ Sociedade.
		Corrupção	SO 2	Riscos de corrupção.
			SO 3	Anticorrupção.
			SO 4	Corrupção.
		Políticas Públicas	SO 5	Políticas públicas.
			SO 6	Contribuições para partidos políticos; Partidos políticos.
		Concorrência Desleal	SO 7	Ações judiciais; Concorrência desleal; Antitrust; Práticas de Monopólio.
		Conformidade	SO 8	Coimas; Sanções; Não conformidade.

Desempenho	Aspeto	Indicador	Palavras-chave
Social	Saúde e Segurança do Cliente	PR 1	Ciclos de vida dos produtos; Impactos na saúde e segurança.
		PR 2	Incidentes de não conformidade.
	Rotulagem de Produtos e Serviços	PR 3	Informação sobre os produtos e serviços exigida por regulamentos.
		PR 4	Incidentes de não conformidade relativo à informação e rotulagem.
		PR 5	Satisfação do cliente; Satisfação de clientes; Índice de satisfação; Índice Nacional de Satisfação do Cliente; ECSI.
	Comunicações de Marketing	PR 6	Programas de observância das leis.
		PR 7	Incidentes de não conformidade com comunicações e marketing.
	Diversos	PR 8	Violação da privacidade; Perda de dados de cliente; Viola a privacidade.
		PR 9	Coimas.

Apêndice E – Amostra em Estudo

Codificar-se-á com valor **1** as Empresas «**Poluentes**» e com o valor **2** as Empresas «**Pouco Poluentes**», consoante a Tipologia do Setor, isto é, a Sensibilidade Ambiental do Setor de Atividade.

Empresas por Setor				
N.º Sequencial	ISIN	Firma	Tipologia do Setor	Setor de Atividade
1	PTALT0AE0002	Altri SGPS S.A.	1	1 Indústria
8	PTCPR0AM0003	Cimpor	1	1 Indústria
11	PTCOR0AE0006	Corticeira Amorim	1	1 Indústria
17	PTFRV0AE0004	F. Ramada, Aços e Indústrias	1	1 Indústria
24	PTINA0AP0008	Inapa	1	1 Indústria
26	PTLIG0AE0002	Lisgráfica Impressão e Artes Gráficas	1	1 Indústria
32	PTPTI0AM0006	Portucel	1	1 Indústria
37	PTSEM0AM0004	Semapa	1	1 Indústria
41	PTS3P0AM0017	Sonae Indústria	1	1 Indústria
45	PTSML0AM0009	Sumol+Compal	1	1 Indústria
27	PTMFR0AM0003	Martifer	1	2 Construção
29	PTMEN0AE0005	Mota-Engil	1	2 Construção
38	PTSCO0AE0004	Soares da Costa	1	2 Construção
46	PTTD10AM0000	Teixeira Duarte	1	2 Construção
48	PTVAA0AE0001	VAA-Vista Alegre	1	2 Construção
13	PTEDP0AM0009	EDP-Energias*	1	4 Serviços
19	PTGAL0AM0009	Galp Energia*	1	4 Serviços
33	PTPTC0AM0009	Portugal Telecom SGPS*	1	4 Serviços
25	PTJMT0AE0001	Jerónimo Martins	2	3 Comércio
36	PTSAG0AE0004	SAG Gestão	2	3 Comércio
47	PTSCT0AP0018	Toyota Caetano Portugal	2	3 Comércio
7	PTBRI0AM0000	Brisa	2	4 Serviços

9	PTCFN0AE0003	Cofina	2	4	Serviços
16	PTESO0AE0000	Estoril-Sol SGPS SA	2	4	Serviços
21	PTIBS0AM0008	Ibersol Reg	2	4	Serviços
22	PTGPA0AP0007	Imobiliária Construtora Grão-Pará	2	4	Serviços
23	PTIPR0AM0000	Impresa SGPS	2	4	Serviços
28	PTGMC0AM0003	Media Capital	2	4	Serviços
35	PTREL0AM0008	REN	2	4	Serviços
39	PTSON0AM0001	Sonae	2	4	Serviços
50	PTZON0AM0006	Zon Optimus	2	4	Serviços
10	PTCOM0AE0007	Compta	2	5	Novas Tecnologias
20	PTPAD0AM0007	Glantt-Global Intelligent Technologies	2	5	Novas Tecnologias
30	PTNBA0AM0006	Novabase	2	5	Novas Tecnologias
34	PTRED0AP0010	Reditus	2	5	Novas Tecnologias
2	PTBPI0AM0004	Banco BPI	2	6	Financeiro
3	ES0113790531	Banco Popular	2	6	Financeiro
4	ES0113900J37	Banco Santander	2	6	Financeiro
5	PTBCP0AM0007	BCP	2	6	Financeiro
14	LU0011904405	Espírito Santo Financial	2	6	Financeiro
31	PTORE0AM0002	Orey Antunes R	2	6	Financeiro
40	PTSNP0AE0008	Sonae Capital	2	6	Financeiro
51	PTBAF0AM0002	BANIF	2	6	Financeiro

Apêndice F – Análise Univariada: Divulgação dos Indicadores de Desempenho Social

Tabela 4.F8 Divulgação dos Indicadores de Desempenho Social.

Indicador	Descrição	Divulgação 2012	Divulgação 2013	Média Divulgação	Δ 2012-2013
Práticas laborais e trabalho condigno					
LA 1	Mão-de-obra total e por tipo de emprego.	44%	40%	42%	-9%
LA 2	Total de trabalhadores.	67%	65%	66%	-3%
LA 3	Benefícios aos trabalhadores em tempo integral.	23%	21%	22%	-9%
LA 4	Acordos de contratação coletiva.	33%	23%	28%	-30%
LA 5	Prazos em relação a mudanças operacionais.	30%	23%	27%	-23%
LA 6	Comissões de segurança e saúde.	21%	23%	22%	10%
LA 7	Taxa de lesões e doenças profissionais.	40%	37%	38%	-8%
LA 8	Programas de educação, formação e aconselhamento para garantir assistência aos trabalhadores.	30%	28%	29%	-7%
LA 9	Acordos com sindicatos.	26%	26%	26%	0%
LA 10	Horas de formação.	53%	44%	49%	-17%
LA 11	Gestão de competências e aprendizagem contínua.	42%	37%	40%	-12%
LA 12	Análises de desempenho.	35%	35%	35%	0%
LA 13	Composição dos órgãos sociais.	30%	30%	30%	0%
LA 14	Salário base entre homens e mulheres.	30%	23%	27%	-23%
Direitos Humanos					
HR 1	Contratos de investimento com cláusulas de direitos humanos.	30%	23%	27%	-23%
HR 2	Fornecedores e Empresas contratadas submetidas a avaliações relativas a direitos humanos.	33%	26%	29%	-21%
HR 3	Horas de formação.	23%	21%	22%	-9%
HR 4	Casos de discriminação.	37%	28%	33%	-24%
HR 5	Liberdade de Associação.	33%	26%	29%	-21%
HR 6	Trabalho infantil.	35%	26%	30%	-26%
HR 7	Trabalho forçado ou escravo.	33%	26%	29%	-21%
HR 8	Pessoal de Segurança submetido a formação.	19%	19%	19%	0%
HR 9	Incidentes que envolvam a violação dos Povos Indígenas.	26%	21%	23%	-19%
Sociedade					
SO 1	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações na comunidade.	56%	56%	56%	0%
SO 2	Riscos à corrupção nas unidades de negócio.	28%	26%	27%	-7%
SO 3	Formação e práticas anticorrupção.	28%	26%	27%	-7%
SO 4	Casos de corrupção e medidas tomadas.	30%	26%	28%	-13%
SO 5	Posição e participação quanto às políticas públicas.	30%	23%	27%	-23%
SO 6	Contribuições financeiras a partidos políticos.	19%	19%	19%	0%
SO 7	Ações judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio.	23%	21%	22%	-9%
SO 8	Coimas e Sanções.	33%	28%	30%	-15%

Responsabilidade pelo Produto					
PR 1	Ciclos de vida dos produtos e impactos de saúde e segurança.	30%	26%	28%	-13%
PR 2	Incidentes de não conformidade.	21%	21%	21%	0%
PR 3	Informação sobre os produtos e serviços exigida por regulamentos.	35%	26%	30%	-26%
PR 4	Incidentes de não conformidade relativo à informação e rotulagem.	21%	21%	21%	0%
PR 5	Satisfação do cliente incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação.	35%	30%	33%	-14%
PR 6	Programas de observância das leis.	42%	33%	37%	-21%
PR 7	Incidentes de não conformidade com comunicações e marketing.	19%	16%	17%	-16%
PR 8	Reclamações relativas à violação da privacidade dos clientes.	21%	19%	20%	-10%
PR 9	Coimas por incumprimento de leis e regulamentos relativos ao fornecimento e utilização de produtos e serviços.	33%	30%	31%	-9%

Apêndice G – Tabela de *Kaiser Meyer Olkin* (KMO)

Estatística de *Kaiser Meyer Olkin* (KMO)

Valor de KMO	Análise de Componentes Principais
] 0,90 – 1,00]	Excelente
] 0,80 – 0,90]	Boa
] 0,70 – 0,80]	Média
] 0,60 – 0,70]	Razoável
] 0,50 – 0,60]	Má mas ainda aceitável
≤ 0,50	Inaceitável

Fonte: Adaptado de Maroco (2007) e Pereira (2004).