

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



RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES  
ESTUDO DE CASO: ASSEMBLEIA DE DEUS PENTECOSTAL-  
MINISTÉRIO INTERNACIONAL DA PAZ

---

Natália Vanesa Canda Rodrigues

Lisboa, junho de 2023



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

RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES  
ESTUDO DE CASO: ASSEMBLEIA DE DEUS PENTECOSTAL-  
MINISTÉRIO INTERNACIONAL DA PAZ

---

Natália Vanesa Canda Rodrigues

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade e Gestão das Instituições Financeiras realizada sob a orientação científica da Doutora Ana Maria da Silva Barbosa de Sotomayor, Professora Coordenadora da área de Gestão.

Constituição do Júri:

Presidente - Doutor Jorge José Martins Rodrigues

Arguente - Doutor Fernando Miguel Seabra

Vogal – Doutora Ana Maria da Silva Barbosa de Sotomayor

Lisboa, junho de 2023

## Epígrafe

*“Faça o bem sem ver a quem!”*  
***Ditado popular***

## **Agradecimentos**

Primeiramente quero agradecer a Deus por me ter guiado e iluminado durante todo o processo de elaboração desta dissertação. Pois, não foi fácil, mas graças a ele estou a concluir mais uma etapa da minha vida.

Agradeço à minha orientadora, professora Doutora Ana Maria da Silva Barbosa de Sotomayor pela sua paciência, compreensão e apoio durante todo este percurso. Importa salientar que sem o apoio da mesma não teria sido possível a realização desta investigação, pois graças à sua orientação foi possível ultrapassar os diversos obstáculos que surgiram durante a realização desta dissertação.

À minha família, em especial à minha mãe, Palmira Canda, ao meu pai, Miguel Rodrigues, e a minha querida irmã, Ionara Rodrigues. Gostaria também de agradecer à minha família na fé, os meus pastores, Pastor Bruno Boaz e Reverendo Lussueki Bruno, e os meus irmãos de igreja, pela colaboração na presente investigação.

Por fim, não menos importante, gostaria de agradecer aos meus amigos e todos aqueles que, a nível académico e/ou profissional, pelo apoio constante, encorajamento e incentivo durante todo o processo de elaboração desta investigação.

Este trabalho não seria possível sem o apoio e contribuição de todos mencionados acima e a todos aqueles que direta ou indiretamente tornaram este trabalho de investigação possível.

**Deus abençoe a todos!**

## Resumo

A presente dissertação de mestrado explora o conceito de responsabilidade social e a sua importância para as organizações. O objetivo deste estudo é analisar as práticas de responsabilidade social adotadas pelas organizações e a sua relação com a comunidade. A pesquisa foi conduzida através de uma revisão bibliográfica e de um estudo de caso com a Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz.

Os resultados demonstram que a organização estudada pratica ações de responsabilidade social em diferentes áreas, tais como desenvolvimento social e ambiental. Além disso, foi observado que as práticas de responsabilidade social podem ter um impacto positivo quanto à celeridade na resolução dos problemas da comunidade.

Este estudo contribui para a compreensão da importância da responsabilidade social para as organizações e pode servir como referência para outras organizações interessadas em implementar práticas socialmente responsáveis.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social, Ética, Organizações, *Stakeholders*.

## **Abstract**

This master's thesis explores the concept of social responsibility and its importance for organizations. The objective of this study is to analyze the social responsibility practices adopted by organizations and their relationship with the community. The research was conducted through a literature review and a case study with the Pentecostal Assembly of God – International Ministry of Peace.

The results show that the studied organization practices social responsibility in different areas, such as social development and environment. In addition, it was observed that social responsibility practices can have a positive impact on the speed of resolution of community problems.

This study contributes to the understanding of the importance of social responsibility for organizations and can serve as a reference for other organizations interested in implementing socially responsible practices.

**Keywords:** Social Responsibility, Ethics, Organizations, Stakeholders.

# Índice

Índice de Figuras .....	ix
Índice de Imagens .....	x
Índice de tabelas .....	xi
Índice de Gráficos.....	xii
Lista de Siglas.....	xiii
Capítulo I - Introdução .....	1
1.1. Relevância do tema .....	1
1.2. Objetivos da investigação .....	2
1.3. Metodologia utilizada.....	2
1.4. Questão de investigação .....	2
1.5. Estrutura da dissertação.....	2
Capítulo II - Revisão de literatura .....	4
2.1. Responsabilidade Social.....	4
2.2. Teorias de responsabilidade social .....	7
2.2.1. Teorias instrumentais .....	8
2.2.2. Teorias políticas.....	10
2.2.3. Teorias integrativas.....	11
2.2.4. Teorias éticas .....	12
2.3. Ética organizacional .....	13
2.4. Ética e responsabilidade social .....	14
2.5. Teoria dos <i>stakeholders</i> .....	15
2.6. Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade.....	16
Capítulo III - Metodologia de investigação .....	21
3.1. Questão de investigação .....	22
3.2. Procedimento de recolha de informação .....	23
3.3. Método: Estudo de caso.....	30
Capítulo IV – Estudo de Caso .....	32

4.1. Caracterização da Organização .....	32
Capítulo V – Análise e Discussão de Resultados.....	35
5.1. Entrevista .....	35
5.2. Resultado dos inquéritos .....	36
5.2.1 Caracterização da amostra.....	36
Capítulo VI- Conclusão.....	53
6.1. Conclusões gerais .....	53
6.2. Limitações do estudo.....	54
6.3. Sugestões para futuras investigações .....	54
Referências Bibliográficas .....	55
Apêndices .....	60
Apêndice 1 - Guião de Entrevista .....	61
Apêndice 2 - Questionário.....	62
Anexos.....	72
Anexo 1 - Seminário .....	73
Anexo 2 - Ações de responsabilidade social .....	76

## Índice de Figuras

Figura 2.1 - Pirâmide de Responsabilidade Social .....	6
Figura 2.2 - Objetivos de desenvolvimento sustentável .....	18
Figura 3. 1 - Tópicos ESG.....	27
Figura 3.2 - “Does working for a sustainable company make you happier?” .....	29
Figura 3.3 - Metodologia aplicada.....	31
Figura 4.1- Organograma Assembleia de Deus Pentecostal - Ministério Internacional da Paz .....	34

## **Índice de Imagens**

Imagem 3.1 - Flyer Natal Solidário .....	25
Imagem 3.2 - All stakeholders hold business accountable .....	28

## Índice de Tabelas

Tabela 1 - Distribuição dos inquiridos por faixa etária .....	37
Tabela 2 - Distribuição da amostra por área de formação .....	38
Tabela 3 - Práticas de responsabilidade social .....	41
Tabela 4 - Políticas de responsabilidade social .....	44
Tabela 5 - Políticas ambientais .....	45
Tabela 6 - Medidas de permanência dos membros a longo prazo .....	47

## Índice de Gráficos

Gráfico 3. 1 - Wealth inequality in the world.....	29
Gráfico 5.1 - Distribuição da amostra por género.....	37
Gráfico 5.2- Distribuição da amostra por habilitações literárias .....	38
Gráfico 5.3 - Posição hierárquica na organização .....	39
Gráfico 5.4 - Função na organização.....	40
Gráfico 5.5 - Conhecimento do conceito de responsabilidade social.....	40
Gráfico 5.6 - Prática de responsabilidade social.....	41
Gráfico 5.7 - Atenção da organização à responsabilidade social .....	42
Gráfico 5.8 - Responsabilidade na estratégia da organização .....	43
Gráfico 5.9 - Implementação de políticas de responsabilidade social.....	43
Gráfico 5.10 - Políticas ambientais.....	44
Gráfico 5.11 - Código de valores e regras de conduta.....	45
Gráfico 5.12 - Posições em que é divulgado o código de valores e regras de conduta .....	46
Gráfico 5.13 - Perceção de medidas de permanência dos membros .....	46
Gráfico 5.14 - Necessidade de implementação de mais medidas.....	48
Gráfico 5.15 - Modo de influência do meio externo .....	48
Gráfico 5.16 - Grupos com influência positiva, e positiva e negativa.....	49
Gráfico 5.17 - Grupos com influência negativa na organização .....	49
Gráfico 5.18 - Grupos em que a organização deve assumir responsabilidades específicas	50
Gráfico 5.19 - Forma de atuação da organização no âmbito da responsabilidade social ...	50
Gráfico 5.20 - Envolvimento dos membros nas ações de responsabilidade social .....	51
Gráfico 5.21 - Importância da responsabilidade social .....	51

## **Lista de Siglas**

ADP -Assembleia de Deus Pentecostal

APEE - Associação Portuguesa de Ética Empresarial

BCSD Portugal – *Business Council for Sustainable Development Portugal*

CSRD – *Corporate Sustainability Reporting Directive*

CTESP -Curso Técnico Especialização Superior

ESG – *Environmental, Social and Governance*

FATADP – Faculdade Teológica da Assembleia de Deus Pentecostal

IBA – Instituto Bíblico de Angola

MIP – Ministério Internacional da Paz

NFRD – Diretiva de Relatórios Não Financeiros

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONG – Organização Não Governamental

ONU - Organização das Nações Unidas

SGI – *Soka Gakkai International*

UE – União Europeia

# Capítulo I - Introdução

## 1.1. Relevância do tema

Vivemos num mundo com constantes mudanças de paradigma, exigindo às organizações uma nova forma de atuação. Cada vez mais importa observar o meio interno e externo de uma organização por forma a se responder corretamente às necessidades dos *stakeholders*. Para além da obtenção do lucro as organizações devem adotar novas formas de gestão onde as questões da responsabilidade social façam parte do seu *core business*.

Devido à globalização e aos avanços tecnológicos, a população mundial encontra-se cada vez mais informada e as organizações que não acompanham este progresso poderão deixar de existir. As organizações não devem ter somente objetivos de cariz financeiro; necessitam igualmente de ser entendidas como entidades socialmente responsáveis. A responsabilidade social é um tema que tem vindo a ser discutido por diversos autores, daí resultando várias definições para o conceito. A responsabilidade social organizacional refere-se à tomada de decisão voluntária por parte das organizações de integrar, por tempo prolongado, preocupações sociais e ecológicas nas suas atividades produtivas e comerciais, e nas suas relações com todos os parceiros, contribuindo para a melhoria da sociedade e para a qualidade ambiental (Guedes, Aleixo & Soares, 2007).

A presente dissertação pretende analisar qual o impacto sobre os membros resultante da assunção de medidas que se enquadram na temática da responsabilidade social, sendo feito uma aplicação a uma organização religiosa.

Neste contexto justifica-se a relevância do tema, uma vez que é importante saber de que forma a responsabilidade social está a ser aplicada e como é que é sentida por parte daqueles que acabam por ser um dos beneficiários da mesma.

Posto isto, entende-se que os resultados obtidos com esta investigação poderão auxiliar no desenvolvimento de novos estudos na área em questão ou áreas relacionadas, e poderão fornecer informações relevantes para as organizações e os seus decisores, a fim de que sejam implementadas medidas que sejam percecionadas pelos seus integrantes, como sendo socialmente responsáveis.

## **1.2. Objetivos da investigação**

A presente investigação pretende comprovar que se as organizações implementarem ações de responsabilidade social, haverá uma maior celeridade na resolução dos problemas presentes na sua comunidade.

Deste modo, os objetivos consistem também em obter conhecimento sobre a responsabilidade social e temáticas relacionadas, como a temática da ética, dando-se foco à importância do papel de uma organização comprometida com o meio envolvente interno e externo.

Outro objetivo desta investigação é dar um contributo para a comunidade científica, através dos dados que vão ser recolhidas com base em entrevistas e num inquérito por questionário, de modo a perceber de que forma os membros visualizam a responsabilidade social aplicada pela Assembleia de Deus Pentecostal- Ministério Internacional da Paz.

## **1.3. Metodologia utilizada**

A metodologia adotada ao longo deste estudo tem por base a consulta de teses de doutoramento, dissertações de mestrado, artigos científicos, livros e *sites* na *internet*.

Relativamente à parte empírica, será feita uma análise na Assembleia de Deus Pentecostal- Ministério Internacional da Paz, através de uma entrevista e da aplicação de um inquérito por questionário aos membros da organização, de modo a obter dados que respondam à questão de investigação.

## **1.4. Questão de investigação**

Face ao exposto anteriormente a presente investigação pretende estudar o impacto social das organizações, designadamente no que se refere à temática da responsabilidade social. Por forma a se chegar a uma conclusão relativamente ao tema, pretende-se dar resposta à seguinte questão de investigação:

Questão de investigação – As ações de responsabilidade social implementadas pelas organizações respondem com maior celeridade aos problemas presentes na comunidade?

## **1.5. Estrutura da dissertação**

A presente dissertação encontra-se dividida em seis capítulos.

O segundo capítulo aborda a revisão da literatura, onde os conceitos fundamentais para a realização da dissertação são contextualizados, tendo em conta os artigos disponíveis sobre o tema. Define-se o conceito de responsabilidade social e pontos relacionados a mesma como a ética e a teoria dos *stakeholders*.

No terceiro capítulo é explicada a metodologia utilizada para a realização do trabalho de investigação, designadamente a utilização de questionários (abordagem quantitativa) e realização de uma entrevista (abordagem qualitativa).

No quarto capítulo é apresentado a caracterização da organização.

No quinto capítulo são apresentados e discutidos os resultados obtidos na aplicação dos questionários e na entrevista realizada.

Por fim, no sexto capítulo são apresentados os principais contributos da investigação, as limitações da mesma, algumas sugestões para futuras investigações e a conclusão final do presente estudo.

## Capítulo II - Revisão de literatura

### 2.1. Responsabilidade Social

No início a responsabilidade social organizacional referia-se apenas à obtenção de lucros e a maximizá-los. Hoje, o conceito refere-se à união dos conceitos de ética, conduta organizacional e responsabilidade social. As organizações passaram a identificar o que os seus consumidores desejavam e, conseqüentemente, desenvolveram respostas para satisfazer as suas necessidades, através de produtos úteis, fazendo com que os seus clientes tenham mais interesse nos produtos/serviços que estas organizações ofereciam, contribuindo também para o desenvolvimento social e organizacional (Cardoso, 1999).

O conceito de responsabilidade social tem sofrido alterações e correções devido à globalização e à evolução histórica. Este foi marcado com a publicação da obra de Bowen (1953), considerado por muitos como o “pai” da responsabilidade social (Carroll, 1999). Bowen (1953) afirma que o empresário tem obrigação de tomar decisões e/ou seguir linhas de ação que são necessárias em termos de objetivos e valores da nossa sociedade. Ou seja, o ponto fulcral é satisfazer as necessidades reais da sociedade.

Para Guedes *et al.* (2007) a responsabilidade social das empresas refere-se à tomada de decisão voluntária por parte das mesmas, de integrar de forma prolongada preocupações sociais e ecológicas nas suas atividades produtivas e comerciais e nas suas relações com todos os parceiros, contribuindo para a melhoria da sociedade e para a qualidade ambiental. Ou seja, “a responsabilidade social das empresas assenta num compromisso voluntário das empresas com o desenvolvimento da sociedade e a preservação do ambiente” (Guedes *et al.*, 2007, p. 128).

As organizações veem a imprescindibilidade de mudar a sua imagem agregando a responsabilidade social aos seus variados setores, comercial, financeiro, entre outros. Assim, “além de participar de forma mais direta das ações comunitárias nos locais onde estão inseridas e reduzirem os danos ambientais resultantes de suas atividades, tornam-se parceiras e corresponsáveis pelo desenvolvimento social” (Honório, Ferreira & Santos, 2011, p. 5). Quando uma organização se assume como socialmente responsável está a comprometer-se voluntariamente a contribuir para o bem da sociedade, tanto ao nível ambiental e social, como a nível económico. Isto é, contribui para o desenvolvimento económico sustentável envolvendo a sociedade, colaboradores e as suas famílias e outros *stakeholders* nos

projetos. De acordo com Honório *et al.* (2011, p. 4) [o]utro fator que contribui para o sucesso de tal investimento é a inserção dos programas sociais na cultura e missão da organização, só que os colaboradores devem ter total conhecimento dessa cultura para que assim a valorize e a admire”. Assim sendo, a “realização desses projetos é importante, pois estabelecem normas e padrões adequados para tarefas empresariais socialmente responsáveis” (Honório *et al.*, 2011, p. 4). Adotar valores e trabalhar com transparência, valorizar os colaboradores, fazer mais pelo ambiente, proteger os clientes e consumidores, promover a comunidade e comprometimento a um bem comum são as diretrizes da responsabilidade social (Honório *et al.*, 2011).

A responsabilidade social, estudada desde os anos 50 do século passado, tem vindo a sofrer uma evolução significativa. A sua definição difere e tem causado discussão entre os diversos autores, ao longo dos anos. Como refere Arruda (2002, p. 5)

[a] expressão “responsabilidade social” suscita uma série de interpretações. Para alguns, representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, é um dever fiduciário, que impõe às empresas padrões mais altos de comportamento que os do cidadão médio. Há os que a traduzem, de acordo com o avanço das discussões, como prática social, papel social e função social. Outros a veem associada ao comportamento eticamente responsável ou à uma contribuição caridosa.

Segundo o Livro Verde da Comissão Europeia (2001) a responsabilidade social tem várias interpretações, sendo que todas se focam nos aspetos relativos ao ambiente, à sociedade e à economia. Clarifica-se que a responsabilidade social deve ser algo voluntário e abrangente para toda a organização. O envolvimento de todos hoje, fará com que o futuro seja melhor, com a existência de um ambiente limpo, uma sociedade justa e comprometida com a sua comunidade. Bezerra (2016) afirma que nos dias de hoje a responsabilidade social é um dos pilares fundamentais para a sustentabilidade futura. Atualmente procura-se envolver toda a comunidade nas ações de responsabilidade social para haver a criação de hábitos socialmente responsáveis em todos. Seabra e Rodrigues (2008) concluem que a responsabilidade social das empresas tem contribuído para a evolução do relacionamento destas com todos os seus *stakeholders* na busca do aumento de eficiência e competitividade.

A aplicabilidade da responsabilidade social das empresas deve, em termos gerais, provocar “o desenvolvimento comunitário, equilíbrio ambiental, tratamento justo aos funcionários,

comunicação transparente, retorno aos investidores, sinergia com parceiros e satisfação do consumidor” (Costa, 2007, p. 23).

Carroll (1991) apresenta o conceito de responsabilidade social sob a forma de uma pirâmide (Figura 2.1), de modo a caracterizar a temática por nível de importância. Para Carroll (1991) a responsabilidade social é formada por quatro componentes: filantrópica, ética, legal e econômica. Este autor afirma que uma empresa socialmente responsável deve ser lucrativa, obedecer à lei, ser ética e ter ações filantrópicas.



Figura 2.1 - Pirâmide de Responsabilidade Social

Fonte: Adaptado de Carroll (1991)

Face ao exposto, a responsabilidade social organizacional não é somente cumprir a lei; implica ir mais além. Como ilustrado na Figura 2.1 na base encontra-se a responsabilidade econômica, sendo que esta é a que sustenta as outras componentes/responsabilidades da pirâmide de Carroll. É da base que derivam as outras responsabilidades. Ou seja, se a base não for forte e sustentável, dificilmente as outras partes irão manter-se.

O segundo nível de responsabilidade da pirâmide é a legal, exigindo-se que as empresas funcionem em concordância com a lei em vigor no local onde se encontram. As atividades realizadas pela organização devem estar alinhadas com as obrigações legais.

A responsabilidade ética, terceiro nível da pirâmide de Carroll, obriga a organização a fazer o que é certo na sociedade em que está inserida, respeitando o próximo, agindo sempre com espírito de justiça. Ter uma atitude ética implica ser imparcial, distinguindo sempre o certo do errado e posicionar-se corretamente.

Ser um bom cidadão traduz-se na responsabilidade filantrópica, sendo que esta é voluntária. Surge da natureza de cada empresa a vontade de ajudar e doar sem que seja necessário algo em troca. Trabalhar para a melhoria da comunidade em que a empresa está inserida não deve ser algo implícito à atividade da empresa; daí esta dimensão estar no topo da pirâmide. O bem deve ser feito com cariz gratuito e sincero. Esta é a grande razão da existência do ser humano. Segundo a Bíblia Sagrada, no Novo Testamento, no livro de João 13 versículo 34, Jesus quando veio à Terra resumiu os 10 mandamentos em dois, sendo um deles “Amem-se uns aos outros. Como eu os amei, vocês devem amar-se uns aos outros” (Bíblia da Mulher, p. 1455). A razão da responsabilidade social é o amor, fazer pelos outros aquilo que também faríamos por nós, segundo este trecho bíblico.

A temática da responsabilidade social tem sido abordada por inúmeros investigadores em diversos tipos de obras científicas, como artigos, dissertações de mestrado, teses de doutoramento ou livros. Ela é constituída por modelos, teorias, dos quais derivam o conhecimento. Todos os conceitos publicados complementam-se e convergem na ideia de envolver-se com a sociedade, perceber quais são as suas necessidades e satisfazê-las, respeitando os limites estabelecidos pela comunidade. Face ao exposto, no ponto seguinte serão abordadas algumas teorias sobre este conceito.

## **2.2. Teorias de responsabilidade social**

Há uma diversidade de conceitos de responsabilidade social, conforme referido anteriormente. Os vários autores inovam e surgem novas teorias. Ao consultar a literatura sobre esta temática verifica-se que apesar das várias definições não se verifica consenso entre os investigadores. Segundo Garriga e Melé (2004) o conceito de responsabilidade social apresenta um leque de teorias e abordagens que podem ser classificadas em quatro grupos: teorias instrumentais, teorias políticas, teorias integrativas e teorias éticas.

### 2.2.1. Teorias instrumentais

Para Garriga e Melé (2004) as teorias instrumentais consideram que a organização é um instrumento de geração de riqueza, assumindo-se que esta é a sua única responsabilidade social. Sendo a primeira teoria a surgir é também a mais conservadora e indica que a responsabilidade organizacional tem como objetivo a obtenção do lucro por forma a tornar-se eficiente e, conseqüentemente, maximizar o valor para os acionistas. Esta teoria assenta na ideia de a organização funcionar somente para gerar lucro, ou seja, se a organização cumprir este objetivo é considerada socialmente responsável.

As teorias instrumentais defendem que as ações de responsabilidade social devem apenas ser realizadas se o objetivo for obter lucro. As práticas socialmente responsáveis são uma ferramenta de gestão estratégica. Segundo Magalhães (2009) esta teoria tem origem na visão neoclássica da economia. Milton Friedman e Levitt, economistas de referência nas Ciências Económicas, são os grandes defensores destas teorias. Friedman afirmou em várias das suas intervenções públicas que a maior responsabilidade social das organizações é gerar lucro. Para este economista o objetivo da empresa é dar retorno aos seus acionistas, sendo que os problemas sociais devem ser resolvidos pelos indivíduos que são atingidos por eles, bem como pelo governo.

Ainda de acordo com Magalhães, segundo Friedman apenas os indivíduos devem ter responsabilidade social (“*Only people can have responsibilities*”), ou seja, segundo este autor isto não é obrigação das organizações, pois se as empresas passarem a preocupar-se com os problemas da sociedade, haverá redução no retorno para os acionistas. Um menor retorno para os acionistas significa uma má gestão da empresa. Friedman acreditava na teoria da mão invisível de Adam Smith. Esta traduz que os indivíduos agem para o seu benefício contribuindo, inconscientemente, para o bem-estar da sociedade.

Levitt (1958), defensor da teoria instrumental, exprime a sua posição de forma resumida referindo que “(...) no sistema de livre-empresa, supõe-se que o bem-estar seja automático. E onde não o é, torna-se tarefa do governo (...)” (Levitt, 1958, p. 42).

A teoria instrumental pressupõe que há um instrumento que servirá para a obtenção de algo. No que concerne à responsabilidade social, esta é um instrumento que servirá para as empresas atingirem os seus objetivos económicos. Garriga e Malé (2004) subdividem a teoria em três subtipos: maximização de valor para os acionistas, estratégia de incremento da vantagem competitiva e marketing das causas.

- Maximização de valor para os acionistas

Conforme mencionado anteriormente, Milton Friedman é uma das maiores referências desta teoria. Uma vez que os acionistas investem o seu capital, na perspectiva de obterem retorno do mesmo com lucro, a empresa tem a obrigação de remunerar o risco deste capital. A maximização do valor para os acionistas é a principal responsabilidade da empresa.

Nesta visão a empresa apenas investe em atividades sociais, incluindo as de filantropia, se estas contribuírem para o aumento da sua riqueza (Friedman, 1970). Sendo o ponto fulcral desta abordagem orientar a empresa para alcançar os seus objetivos económicos, para Friedman (1970) todas as ações que a empresa praticar que contribuam para a maximização do valor para os acionistas são recomendáveis (Rego, Cunha, Costa, Gonçalves & Cardoso, 2006).

- Estratégia de incremento da vantagem competitiva

Esta estratégia é defendida por Porter e Kramer (2002), e centra-se em adquirir e reforçar a vantagem competitiva da empresa, sendo uma abordagem de longo-prazo. Porter e Kramer (2002) consideram que as empresas só devem apoiar atividades de responsabilidade social se estas contribuírem para aumentar as suas vantagens competitivas. Diferente da abordagem da maximização dos lucros para os acionistas, aqui o foco é a aquisição/reforço das vantagens competitivas. Como referem Pina e Cunha *et al.* (2007, p. 944) “[a] empresa deve investir em atividades sociais e filantrópicas que se aproximem da sua missão e permitam persegui-la. Este é um modo de aumentar o seu potencial de criação de riqueza”.

Porter e Kramer (2002), por serem críticos da teoria de Friedman, afirmam que as duas premissas que sustentam a ideia de Friedman estão erradas, nomeadamente quando o mesmo diz que os objetivos sociais e económicos são separados.

- *Marketing* das causas

Com base nesta perspectiva a empresa realiza/apoia atividades de *marketing* que contribuam para uma boa reputação e melhorem a sua imagem e, consequentemente, aumentem o seu valor para os clientes, por forma a que os mesmos tenham mais vontade de adquirir os seus produtos ou serviços.

Para Pringle e Thomson (2000) o *marketing* de causas veio substituir o termo *marketing* social, definindo-se como uma ferramenta estratégica de *marketing* que associa uma empresa a uma problemática de cariz social relevante, em benefício mútuo. Este conceito surge em

1981 quando a *American Express* decide associar a utilização de um cartão de crédito a contribuições para restaurar a Estátua da Liberdade (Rego *et al.*, 2006).

O objetivo desta abordagem é cativar os clientes atuais e potenciais a comprarem/usufruírem os serviços de uma dada empresa por esta estar associada a atividades ou campanhas solidárias. A aplicação deste modelo nas empresas serve para demonstrar aos *stakeholders* que estas agem eticamente.

### **2.2.2. Teorias políticas**

Ainda segundo Garriga e Melé (2004) Nestas teorias a responsabilidade social serve de veículo condutor entre as empresas e a sociedade que estas estão inseridas. Para Bowen (1953) a responsabilidade social que os empresários praticam deve ser orientada no sentido de alinhar os seus objetivos com os valores da sociedade.

As teorias políticas assentam nas ligações e interações entre as empresas e a sociedade, ou seja, importa perceber qual é o papel das empresas na sociedade e qual é o poder que estas possuem para utilizar na política (Leal, Caetano, Brandão, Duarte & Gouveia, 2011).

As grandes empresas de uma determinada sociedade influenciam os seus cidadãos, direta ou indiretamente. Por este facto as empresas devem agir responsavelmente, por forma a criarem valor e boa reputação perante aos seus *stakeholders*.

Assim, tal como ocorre nas teorias instrumentais, há várias abordagens para esta teoria, citando-se apenas duas que se consideram mais enfáticas: a abordagem do contrato social e a cidadania corporativa.

- Teoria do contrato social

Na perspetiva de Moir (2001) a sociedade deve ser vista como um grupo de contratos entre os seus elementos e ela mesma. Rego *et al.* (2006) afirmam que Donaldson é o principal defensor desta teoria, afirmando que “os consumidores e os clientes são recipientes especiais “das obrigações diretas“ das empresas” (Rego *et al.*, 2006, p. 147). Para estes autores, as empresas aumentam o nível de satisfação dos seus consumidores através da eficiência e estabilização dos seus *outputs* e canais de distribuição. Para Donaldson a relação empresa/sociedade deve ser contratual, sendo que este vínculo implicaria algumas obrigações da empresa com a sociedade.

- Cidadania corporativa

A cidadania corporativa está relacionada com a evolução da relação da empresa com os seus *stakeholders*, através de novas técnicas de gestão, sendo que deve haver uma relação de base fiduciária e benefício mútuo. Devido à evolução mundial e tecnológica ocorreram diversas melhorias na forma de atuar das empresas e, conseqüentemente, algumas empresas multinacionais ganharam mais poder económico e social.

Para Carrol (1999) esta abordagem é mais uma forma de dizer qual é o papel da empresa na sociedade, dependendo da perspectiva que é feita. As responsabilidades sociais das empresas na sociedade sobrepõem-se à cidadania corporativa. As empresas muitas vezes acabam por agir mais em conformidade com os cidadãos do que o governo, pelo que, por este facto, surge a cidadania corporativa. Esta perspectiva resulta no facto das empresas virem a substituir gradualmente o governo, sendo que este órgão é considerado o mais poderoso no que trata ao conceito de cidadania.

De acordo com Garriga e Melé (2004) o cuidado com a comunidade local tem-se expandido para o contexto mundial, devido aos protestos contra a globalização ocorridos a partir do final da década de 90 do século passado. Como consequência desta preocupação pela cidadania global surge uma declaração conjunta denominada de “Cidadania Corporativa Global – Desafio para a Liderança de Administradores e Quadros”, assinada por trinta e quatro das maiores empresas multinacionais do mundo, durante o *World Economic Fórum* de Nova Iorque, realizada em janeiro de 2002.

O conceito de cidadania esta diretamente ligado à responsabilidade social. Quando as organizações realizam ações que impactam positivamente no meio envolvente em que se encontram inseridas, acabam por ser também bons cidadãos de acordo com a pirâmide de Carroll (1991) apresentada no ponto 2.1.

Importa que as empresas respondam às problemáticas da sociedade onde estão inseridas. A aplicabilidade da responsabilidade social traduz-se na satisfação das necessidades do meio em que a empresa está inserida.

### **2.2.3. Teorias integrativas**

Segundo Garriga e Melé (2004) as teorias integrativas defendem que a existência e evolução da organização depende da sociedade em que estão inseridas, e a responsabilidade social permite que a empresa evolua. Estas teorias referem-se à forma como as empresas integram

as exigências sociais na sua política de gestão, facto este que determinará a sua existência. As organizações devem funcionar alinhando os seus objetivos com a satisfação das necessidades da sociedade.

Segundo Rego *et al.* (2006, p. 153)

[a]s teorias integrativas presumem que a existência, a continuidade e o crescimento das empresas dependem da sociedade – de onde resulta a necessidade de obterem a sua legitimidade e prestígio, integrando nas suas decisões/ações os valores e as exigências dessa sociedade. Por conseguinte, o que se requer às empresas é que prestem atenção às circunstâncias de tempo e de lugar em que se encontram, e se ajustem em conformidade.

Para Carrol (1999) a responsabilidade social centra-se em quatro aspetos principais, a saber: o económico, o legal, o ético e o filantrópico. As empresas têm como objetivo produzir bens e serviços para obter lucro, respeitando os tramites legais, assentando em comportamentos éticos e de forma voluntária, contribuindo para a sociedade em geral. Como refere Teixeira (2005, p. 71) “[a]s empresas, à semelhança dos cidadãos, devem envolver-se em problemas sociais que estão fora das suas áreas de negócio formais”.

As empresas, para além de terem em consideração o meio envolvente interno e orientarem-se para os interesses dos acionistas, devem também analisar o meio envolvente externo. Por forma a tornarem-se mais competitivas, as empresas devem responder as necessidades dos seus *stakeholders*. A responsabilidade social deve ser aplicada naqueles que poderão definir-nos como bons cidadãos de uma dada sociedade. Segundo Rodrigues (2012, p. 40), “as decisões estratégicas são diferentes das restantes decisões no seio da organização; determinam, de forma duradoura, a natureza da organização e das suas relações com o exterior.” Face ao exposto, a responsabilidade social é considerada uma decisão estratégica das organizações, pois “as ações de responsabilidade social são estratégias pensadas para orientar as ações das empresas em consonância com as necessidades sociais” (Teles, 2020, p. 27). As empresas socialmente responsáveis procuram agir respondendo apropriadamente às questões sociais.

#### **2.2.4. Teorias éticas**

Ainda segundo Garriga e Melé (2004) estas teorias baseiam-se nos princípios éticos. Assim, as empresas devem assumir as suas responsabilidades sociais tendo como obrigação fazer o

que é correto e praticar o bem para a sociedade. Segundo o livro de Provérbios 3:27 “não te furtas de fazer o bem a quem de direito estando na tua mão o poder de fazê-lo” (Bíblia da Mulher, 1993, p. 849).

As teorias éticas buscam procurar quais os princípios éticos que as empresas devem seguir. Segundo Ashley (2005) a responsabilidade social das organizações deve ir além da geração do lucro e da satisfação dos acionistas; importa considerar todos os *stakeholders*. Este pensamento, para além do aspeto económico, tem também valores éticos na sua base.

A ética tem vindo a ter um papel cada vez mais relevante no meio organizacional, fazendo com que haja uma maior eficácia nas relações humanas. Nesta teoria aplicam-se os direitos universais, tendo como base a Declaração Universal dos Direitos Humanos, assim como outras declarações internacionais que se referem aos recursos humanos, aos direitos laborais e à proteção do ambiente. A Organização das Nações Unidas (ONU), como forma de motivar as empresas a envolverem-se em práticas de responsabilidade social e sustentabilidade, lançou diretrizes globais. A ONU afirma que a sustentabilidade está ligada a quatro pilares (social, cultural, ambiental e económico), sendo que estes se encontram interligados.

As organizações como membros da sociedade devem contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. As teorias éticas baseiam-se no bem comum, e as empresas através do fornecimento de bens e serviços cooperam com a comunidade.

### **2.3. Ética organizacional**

A sociedade obriga que toda a gente tenha presente a ética nas suas características pessoais. O conceito de ética muitas vezes é confundido com o de moral, sendo que a moral está associada a princípios que faz o homem distinguir o certo do errado. No caso da ética abordam-se comportamentos. De acordo com Carreira, Anunciação e Gonçalves (2007, p. 254) “[a] ética está intimamente relacionada com as atitudes e comportamentos das pessoas, é universal, ou seja, pode ser aplicável a qualquer profissão”. Para Lama (2003) é possível distinguir um comportamento ético ou não, através do seu efeito produzido sobre uma experiência ou expectativa de felicidade dos outros. A ética organizacional é

um valor da organização que assegura sua sobrevivência, sua reputação e, conseqüentemente, seus bons resultados a ética social que se pratica internamente, recrutando e formando profissionais e executivos que compartilham desta filosofia, privilegiando a diversidade e o pluralismo,

relacionando-se de maneira democrática com os diversos públicos, adotando o consumo responsável, respeitando as diferenças, cultivando a liberdade de expressão e a lisura nas relações comerciais (Honório *et al.*, 2011, p. 2).

Para uma organização tornar-se ética é necessário ter persuasão, possuir competências para transformar as suas ações concretas e objetivas, evitar criar obstáculos e focar-se na sua visão, rejeitando influenciar-se por fatores externos (Honório *et al.*, 2011, p. 3).

Segundo Abreu (2010), algumas empresas elaboram um código de ética, designado também por código de conduta. Por norma, este é imposto “pelos gestores de topo, consistindo numa declaração escrita de valores, crenças e normas de comportamento ético da empresa e tem como finalidade a orientação dos colaboradores da organização no âmbito da execução das suas tarefas” (Abreu, 2010, p. 6). Tanto nas relações humanas como no exercício das funções organizacionais a ética deve estar sempre presente. A “ética cria as condições para que o diretor, os empregados e todos os que giram ao redor da empresa vejam satisfeitas as suas necessidades, cresçam como pessoas e como profissionais, e estejam em condições de ser cada vez mais úteis à empresa” (Guedes *et al.*, 2007, p. 134).

#### **2.4. Ética e responsabilidade social**

A ética está progressivamente mais presente no nosso quotidiano e à medida que vai ganhando importância, maior é a responsabilidade social das organizações. Deparamo-nos com várias situações a nível mundial como a fome, falta de habitação, dificuldade de acesso à educação e saúde e as organizações têm-se mostrado cada vez mais preocupadas com estes problemas, associando medidas ao seu modelo organizacional para a atenuação dos mesmos. Há uma adoção de valores morais e éticos para, não só contribuir para o bem-estar da sociedade, como também para transmitir uma boa imagem da organização ao exterior. Como referem Guedes *et al.* (2007, p. 127) “[a] responsabilidade social e ética das empresas implica que os profissionais (...) interiorizem as práticas de comportamento e conduta ética e reflitam sobre as regras”. As organizações sentem-se na obrigação de assumir responsabilidades pelos efeitos causados através do exercício das suas funções na sociedade. Deste modo, “[a] responsabilidade social é assim uma consequência ética que leva a organização a aceitar ser responsabilizada pelos seus impactes na sociedade e no ambiente” (APEE, 2013, p. 1).

Ética organizacional e responsabilidade social têm uma grande importância, tanto para as

organizações como para a sociedade, havendo uma maior necessidade de os colaboradores e chefias adotarem comportamentos éticos no exercício das suas funções. A ética é tida como a base para sustentabilidade, já que ajuda a guiar e orientar as ações organizacionais com responsabilidade social. A responsabilidade social das organizações implica que as mesmas e os seus colaboradores possuam comportamentos éticos. A junção destes dois conceitos, ética e responsabilidade social, não só valoriza a imagem da organização, como também aumenta o seu valor no mercado. As organizações associam valores e ética aos seus produtos/serviços para se diferenciarem dos produtores/serviços da concorrência. Quando há um valor associado a um produto, o consumidor, na maioria das vezes, está disposto a pagar um pouco mais pelo mesmo. Assim, “[é]tica e responsabilidade social são elementos essenciais na economia do futuro, porque a cadeia de valor tenderá para a dispersão geográfica e novos elementos de criação e manutenção da confiança são essenciais” (APEE, 2013, p. 1).

As organizações devem ter conhecimento do que se passa no mercado, acompanhar as constantes mudanças que este tem sofrido, por forma a alcançar os seus objetivos. Segundo Donnelen e Routledge (2019) os avanços económicos são influenciados pela tecnologia da informação e comunicação. Para Porter (2004) por consequência de novas necessidades, criam-se novos canais de distribuição, desenvolvem-se novas tecnologias, novos equipamentos e há sistemas de informação se tornam disponíveis. Sendo assim, as organizações devem funcionar para o seu meio interno e externo.

## **2.5. Teoria dos *stakeholders***

Segundo Rego *et al.* (2006) a teoria dos *stakeholders* é abrangente, tendo como principais mentores William Evan e R. Edward Freeman. Freeman (1984) desenvolveu um modelo para a operacionalização do conceito de desempenho empresarial (DSE). Para Freeman as empresas devem ser dependentes dos seus acionistas, trabalhadores, fornecedores e clientes, havendo uma relação entre eles.

De acordo com Rego *et al.* (2006) as empresas estão no meio de diversos grupos que interagem com ela, ou seja, os seus *stakeholders*. Por este facto, estas devem agir considerando-os a todos e não apenas os seus acionistas/proprietários ou também designados de *stockholders*. Face ao exposto, verifica-se que há uma confusão entre o termo *stakeholders* e *stockholder*. Segundo Freeman (1984) “*stakeholders* is an obvious literary device meant to call into question the emphasis on “*stockholders*” (Freeman, 1984, p. 234).

Ou seja, são conceitos distintos, mas relacionam-se: os *stakeholders* questionam e enfatizam os *stockholders*. No entanto, segundo Clarkson (1991) a metodologia de gestão dos *stakeholders* é evidenciada em diversos estudos. Estes estudos serviram para auxiliar e demonstrar o desempenho de cada *stakeholder*.

A teoria dos *stakeholders* considera que as organizações funcionam alinhando a sua forma de gestão à satisfação das necessidades dos grupos que as rodeiam. Para Carrol (1991) os *stakeholders* têm grande relevância por diversas razões que estão relacionadas entre si. Devido a influência que a empresa tem na comunidade onde está inserida, as suas ações podem beneficiar ou prejudicar os *stakeholders*, pois frequentemente estes determinaram o sucesso ou insucesso da empresa.

Rego *et al.* (2006) afirmam que os principais estudiosos desta teoria, Evan e Freeman, defendem que um dos motivos para as empresas assumirem a sua responsabilidade social para com os *stakeholders* é o facto de que todos os indivíduos devem ser respeitados e não devem ser apenas vistos como um meio para se atingir um objetivo/fim.

Nesta teoria afirma-se que uma empresa só é eticamente responsável quando para além de zelar pelos seus interesses, também considera e responde às necessidades sociais de todos os grupos que se relacionam com ela.

## **2.6. Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade**

O *Business Council for Sustainable Development* Portugal (BCSD Portugal) define a sustentabilidade como a capacidade de satisfazer as necessidades presentes sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras satisfazerem as suas necessidades. Como refere Nascimento (2012) o conceito de sustentabilidade é conhecido desde a década de 50 do século passado. Através da realização de testes nucleares conheceu-se realmente o impacto das chuvas radioativas e, conseqüentemente, começaram-se a realizar debates sobre a sustentabilidade, pois verificou-se que havia um risco ambiental não só a nível da comunidade, mas a nível mundial.

Matoso (2010) afirma que no ano de 1980 o tema foi abordado pela primeira vez no relatório *International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources*, surgindo o termo desenvolvimento sustentável. Segundo o BCSD Portugal a sustentabilidade está ligada à luta pela justiça social, ao conservacionismo, ao internacionalismo e a outros movimentos do passado.

Segundo a BCSD Portugal em 1983 as Nações Unidas convidaram Gro Harlem Brundtland, ex-primeira ministra norueguesa, para dirigir a nova Comissão Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento. Passados quatro anos, a comissão Brundtland publicou o seu relatório final denominado por “Nosso Futuro Comum”, cujo objetivo era alertar sobre as consequências ambientais negativas, o desenvolvimento económico, a globalização e apresentar soluções para os problemas decorrentes da industrialização e do crescimento populacional. Foi a partir desta data que se tomou consciência que os recursos não eram ilimitados e que existia a possibilidade de muitos se tornarem escassos.

O conceito de responsabilidade social está intimamente ligado ao desenvolvimento sustentável e à ética, e os três funcionam em simultâneo.

A ligação entre os conceitos anteriormente referidos é conhecida como a teoria do triângulo da sustentabilidade, ou também designada como o triplo “P” ou *Triple Bottom Line – People, Planet and Profit*, sendo que cada um destes vetores depende do outro e devem funcionar em simultâneo. Segundo Buarque (2008) o conceito de desenvolvimento sustentável não é apenas uma ideia brilhante da ONU; é uma forma que esta criou para reeducar e preparar a sociedade na resposta aos problemas do presente e do futuro.

A ONU, sendo uma das grandes impulsionadoras do conceito desenvolvimento sustentável, como forma de motivar as empresas à prática de responsabilidade social e sustentabilidade, lançou diretrizes globais. Afirma que a sustentabilidade está ligada a quatro pilares (social, cultural, ambiental e económico), sendo que estes encontram-se interligados. Numa tentativa de combater os problemas relacionados com estes quatro pilares a nível mundial em 2015 a ONU propôs aos seus países membros a criação da Agenda 2030 baseada em 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Figura 2.2).

Conforme ilustrado na Figura 2.2, o ODS 1 é erradicar a pobreza. Pretende-se que até 2030 todos os homens e mulheres, em especial os mais pobres e vulneráveis, tenham direitos iguais no acesso aos recursos económicos, bem como no acesso aos serviços básicos. O ODS 1 visa desenvolver produtos e serviços para beneficiar e melhorar a qualidade de vida dos grupos economicamente mais vulneráveis no mundo.

O ODS 2 é erradicar a fome, pelo que a sua intenção é auxiliar os produtores rurais de agricultura familiar, adotar formas de produzir alimentos com recurso a uma agricultura mais sustentável, diminuindo-se a utilização de agrotóxicos e agroquímicos, contribuindo para o equilíbrio do ecossistema e, conseqüentemente, acabar com a fome. Este ODS pretende

garantir a todas as pessoas o acesso a uma alimentação de qualidade, nutritiva e suficiente ao longo do ano.



Figura 2.2 - Objetivos de desenvolvimento sustentável

Fonte: ONU (2022)

O ODS 3 é saúde e bem-estar e pretende incentivar os países a reduzirem os riscos ligados à saúde. Até 2030 espera-se acabar com as epidemias de Sida, tuberculose, malária e doenças tropicais negligenciadas, ou seja, doenças transmitidas pela água e outras doenças transmissíveis. Para além destes, o ODS 3 ambiciona que as populações adotem hábitos de vida mais saudáveis por forma a aumentar a qualidade de vida mundial a longo prazo.

O ODS 4 é a educação de qualidade, sendo que a sua meta é a igualdade de acesso à educação para todos.

O ODS 5 é a igualdade de género, visando proporcionar direitos iguais para homens e mulheres.

O ODS 6 é água potável e saneamento, onde a intenção é alcançar o acesso universal e equitativo à água potável e segura para todos.

O ODS 7 refere-se às energias renováveis e acessível, e pretende assegurar o acesso universal à energia.

O ODS 8 é o trabalho digno e crescimento económico, tendo como finalidade promover políticas orientadas para o crescimento económico *per capita*.

O ODS 9 é a indústria, inovação e infraestruturas, sendo que o desenvolvimento das mesmas

sustenta a economia dos países.

O ODS 10 tem como finalidade reduzir as desigualdades, visando promover a inclusão social, e garantir a igualdade de oportunidades independentemente da idade, género, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição económica ou outra.

O ODS 11 intitulado cidades e comunidades sustentáveis, tem como meta garantir uma melhor mobilidade como, por exemplo, garantir acessos na maior parte dos locais para os indivíduos que estão em cadeiras de rodas.

O ODS 12 é promoção e consumos sustentáveis, tentando-se reduzir para metade o desperdício de alimentos *per capita* a nível mundial.

O ODS 13 é ação climática, que visa reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados com o clima e catástrofes naturais em todos os países.

O ODS 14 pretende proteger a vida marinha, perspetivando-se que os países adotem políticas para cuidar da qualidade da água, por forma a proteger a vida dos animais marinhos.

O ODS 15 está orientado para a proteção da vida terrestre, assim como o ODS 14 o ponto fulcral é a proteção à vida, sendo que neste ODS é a vida terrestre.

O ODS 16 é a paz, justiça e instituições eficazes, que busca identificar e combater todas as formas de violência, reduzindo-se as taxas de mortalidade relacionadas a ela, bem como reduzir a corrupção e o suborno em todas as suas formas, promover o Estado de Direito, ao nível nacional e internacional, e garantir a igualdade e acesso à justiça para todos.

Por último, o ODS 17 intitulado parcerias para a implementação dos objetivos, tem como intenção unir governos, empresas e a sociedade em geral para o alcance dos objetivos de desenvolvimento sustentável.

Os ODS estão relacionados com os quatro pilares referidos anteriormente. A dimensão social relaciona-se com as necessidades humanas, como a saúde (ODS 3), a educação (ODS 4), a justiça (ODS 16) e ações para melhorar a qualidade de vida (ODS 1, ODS 2, ODS 4 e ODS 8). No que concerne à dimensão ambiental esta foca-se em metas relacionadas com a preservação do meio ambiente (ODS 6, ODS 7, ODS 14 e ODS 15). A dimensão económica está direcionada para as ações que visam a produção e gestão de resíduos, consumo de energia. Aqui o foco é criar um impacto favorável na economia mundial.

Deste modo, as organizações que adotam alguns destes objetivos no seu *core business*, estão a praticar ações de responsabilidade social. A prática de responsabilidade social dentro das

organizações traz benefícios não só para o seu meio interno, como também para o seu meio externo.

Atualmente o desenvolvimento sustentável torna-se uma exigência no mundo. Cada vez mais se verificam crises económicas e, por forma a diminuir o seu impacto, importa que as organizações cumpram os desafios propostos na Figura 2.2.

O relacionamento das empresas com o mercado mudou, deixando de ser apenas oferta e procura e resposta às necessidades dos consumidores. Atualmente a sustentabilidade desempenha um fator chave nos novos modelos de gestão. As organizações que consideram o impacto de fatores como, por exemplo, os direitos humanos, a governação corporativa, a descarbonização, a ética global ou a diversidade, certamente obterão resultados positivos. O financiamento sustentável surge para financiar projetos socialmente responsáveis, baseando-se nos critérios ESG (*Environmental, Social and Governance*).

O financiamento sustentável visa o financiamento, tendo em conta os impactos ambientais, sociais e de governança (ESG). Segundo a Comissão Europeia, em 2015 foram celebrados vários acordos internacionais em resposta às consequências negativas ambientais que haviam sido previstas. Adotou-se a Agenda 2030 das Nações Unidas, os ODS's patentes na Figura 2.2 e o Acordo de Paris sobre o clima.

A Comissão Europeia, em setembro de 2020, apresentou o plano de metas climáticas para 2030, cujo principal objetivo foi incentivar a redução das emissões. A União Europeia (UE) já está a contribuir por forma a atrair os investimentos necessários com o Fundo Europeu para Investimentos Estratégicos, bem como a promoção de outras iniciativas. Para o efeito é necessário o apoio tanto do setor público como do setor privado. Ainda em 2020, com o surgimento da pandemia do Covid-19, a Comissão Europeia anunciou o lançamento da Estratégia Renovada da Europa para o Financiamento Sustentável, com o objetivo de fornecer instrumentos políticos de modo a conectar ainda mais o setor financeiro e os seus intervenientes para com a sustentabilidade e apoiar na recuperação do impacto negativo que a pandemia provocou.

### Capítulo III - Metodologia de investigação

No capítulo dois foi feita uma revisão da literatura de modo a perceber e enquadrar o problema de investigação. Deste modo, neste capítulo será explicado o modelo de investigação utilizado. De acordo com Carvalho (2009) o termo metodologia deriva da palavra método, que consiste na abordagem escolhida para atingir os objetivos de uma dada investigação, através de determinadas técnicas, que conferem funcionalidade ao método.

Para a realização desta investigação foi utilizada a metodologia quantitativa e qualitativa. Com base em Ruas (2017) a abordagem quantitativa tem como objetivo testar e confirmar hipóteses através da recolha, tratamento e análise de determinada informação quantificável através de inquéritos e estudos. Por outro lado, a abordagem qualitativa visa a compreensão de determinado problema de forma mais profunda e as suas respetivas causas, cujas metodologias de investigação podem ser estudos de caso, investigação de ação, etnografia e análise de conteúdo (Ruas, 2017).

Existem várias formas de pesquisa, que segundo Marconi e Lakatos (2006), as principais são as seguintes: observação, entrevistas e questionários. Nesta investigação será aplicado um inquérito por questionário por forma a verificar-se a vertente da responsabilidade social na ótica dos membros da Assembleia de Deus Pentecostal - Ministério Internacional da Paz. Pretende-se analisar se as ações de responsabilidade social auxiliam na resolução dos problemas presentes na sua comunidade, e a perceber de que forma os membros desta comunidade visualizam a responsabilidade social aplicada pela organização. Será igualmente aplicada a técnica da entrevista, tendo sido realizada uma entrevista ao Exmo. Sr. Reverendo Dr. Lusueki Mampila Bruno, fundador do Ministério Internacional da Paz.

Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 14), metodologia “é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade”. Traduz-se num conjunto de etapas e processos a serem ultrapassados, por forma a chegar a uma conclusão. A metodologia tem bastante relevância, pois permite compreender as particularidades de uma pesquisa científica (Prodanov & Freitas, 2013).

Para Peduzzi, Raicik e Anabel (2016), baseados em Lopes (1996), “a história da ciência - de longe o mais bem-sucedido conhecimento acessível aos humanos – ensina que o máximo que podemos esperar é um aperfeiçoamento sucessivo de nosso entendimento, um aprendizado

por meio de nossos erros, uma abordagem assintótica do Universo, mas com condição de que a certeza absoluta sempre nos escapará” (Lopes, 1996, citado por Peduzzi *et. al.*, 2016, p. 14). Para estes autores

a crença na existência de um método científico esta ligada a concepção de que a ciência é um corpo de conhecimento especial e diferenciado, superior, em relação a outras expressões do intelecto humano, como a pintura, a poesia, a música, a religião, a filosofia. Nessa perspectiva, o método seria a ‘pedra de toque’ da ciência, o diferencial que asseguraria não apenas a via segura para a produção do verdadeiro conhecimento científico, mas os fundamentos argumentativos necessários para justificar as descobertas feitas (Peduzzi *et. al.* 2016, p. 19).

O questionário utilizado na presente investigação foi baseado em Grazina (2010), que estruturou o seu questionário com base no Barómetro da Responsabilidade Social das Organizações e Qualidade<sup>1</sup>, e o guião de entrevista em Júnior (2019), ajustando-se ao estudo em causa. Devido ao tipo de organização selecionada para estudo, houve a necessidade de se alterar e acrescentar questões a ambos métodos de pesquisa. O questionário foi realizado com recurso ao *Google Forms* e a análise de dados será feita com recurso ao SPSS.

### **3.1. Questão de investigação**

Com base em Quivy & Campenhoudt (1998) um projeto começa com a criação de uma pergunta de partida. Após isto, decide-se o que se vai investigar, por forma a encontrarem-se respostas para a questão em causa. Face isto, nesta investigação pretende-se responder à seguinte questão de investigação:

Questão de investigação - As ações de responsabilidade social implementadas pelas organizações respondem com maior celeridade os problemas presentes na comunidade?

No que concerne à análise do estado da arte relativamente à temática da responsabilidade social constata-se que, apesar das organizações/empresas apostarem num conjunto de medidas éticas e socialmente responsáveis, ainda existem algumas problemáticas importantes no âmbito do conceito e alguns impedimentos ao nível da sua aplicabilidade na

---

<sup>1</sup> Conduzido pelos docentes do Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais, Seabra, F., Alves, A., Vieira, A., Jorge, F. e Rodrigues, J..

comunidade envolvente.

Como não há muitos estudos que considerem esta questão de partida considera-se que a investigação é exploratória, não sendo formuladas hipóteses para responder à questão de investigação.

### **3.2. Procedimento de recolha de informação**

O objetivo primordial de um trabalho de investigação é obter dados de informação relevantes sobre o tema, de modo a dar resposta à questão inicial e à problemática a ser investigada (Ruas, 2017). A recolha de dados foi efetuada, por um lado recorrendo a meios informáticos, através das respostas a um inquérito *online* (Apêndice 2) e, por outro lado, através de uma entrevista. De modo a observar o impacto da temática em estudo foi também importante participar em um seminário acerca da responsabilidade social e fazer parte de ações de responsabilidade social de organizações.

#### **a) Questionário**

No que se refere ao questionário, de acordo com Quivy e Compendout (1998) os dados quantitativos são dados numéricos, sendo que a apresentação de um mesmo dado sob diversas formas enriquece a qualidade das suas interpretações. Os métodos de análise estatística dos dados não servem apenas para dados documentais numéricos; são também utilizados para o estudo de documentos com forma textual. Neste sentido se adequa a todas investigações orientadas para o estudo das relações entre matérias que podem ser representadas por variáveis quantitativas. Logo, estes métodos enquadram-se em investigações conduzidas numa perspetiva de análise causal.

Para Cervo e Bervian (2002, p. 48) o questionário refere-se a “um meio de obter respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche”. Segundo Marconi e Lakatos (2006) um questionário permite alcançar um maior número de pessoas, assegurar a confidencialidade, e, graças à sistematização das perguntas, há uma maior facilidade de compreensão dos inquiridos e, conseqüentemente, a análise e comparação dos dados é mais acessível.

De acordo com Pradanov e Freitas (2013, p. 69) a metodologia quantitativa “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre

outras)”. Posto isto, para se desenvolver uma pesquisa científica é necessário primeiramente efetuar a formulação das hipóteses e categorizar a relação entre as variáveis. A utilização deste método considera o ambiente como fonte de recolha de dados e fornece informações numéricas. A análise de dados quantitativos indica os resultados em forma de amostra das variáveis utilizadas e espelha a relevância dessas amostras pela forma de percentagem.

Face ao exposto, na presente dissertação foi utilizada a metodologia quantitativa através da elaboração de um inquérito por questionário (Apêndice 2), utilizando como amostra os membros da Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério internacional da Paz, tendo-se obtido 58 respostas.

### **b) Entrevista**

A necessidade de conhecer mais sobre a temática conduz também à utilização da abordagem qualitativa através da realização de entrevistas. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 70), a metodologia qualitativa tem em conta a relação dinâmica entre o mundo atual e os seres humanos, ou seja, consiste em

um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenómenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Esta não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. Tal pesquisa é descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Quivy e Campenhdout, (1998, pp. 191-192) referem que “[a]o contrário do inquérito por questionário, os métodos de entrevista caracterizam-se por um contacto directo entre o investigador e os seus interlocutores”.

De acordo com Ruas (2017) a técnica de entrevista consiste na recolha de dados cujo objetivo é obter uma variedade de informações relativas à questão de investigação junto da amostra da população do estudo. Na presente dissertação esta técnica permitiu aprofundar o estudo, pois foi possível analisar a forma que o entrevistado visualiza a temática da responsabilidade social.

### c) Observação

Segundo Ruas (2017) a observação é um método com algumas limitações que pode ser utilizado como complementar de outras técnicas de recolha de dados. Nesta investigação a observação utilizou-se de modo participante, tendo ocorrido uma interação entre o observador (neste caso, o investigador) e o material em observação.

Entre 7 e 17 de dezembro de 2021 decorreu a campanha de doação de 5 kg de alimentos por pessoa, na cidade de Luanda (Angola), organizado pela Academia de Inteligência de Contabilidade e Gestão (AG), em colaboração com voluntários da Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz. Após o fim do prazo de entrega das doações, ocorreu no dia 21 de dezembro a entrega dos alimentos e brinquedos para as famílias mais carenciadas da comunidade.



Imagem 3.1 - Flyer Natal Solidário

Fonte: *Instagram* da Academia de Inteligência (2021)

Conforme ilustrado na Imagem 3.1 o Natal solidário para além da recolha de alimentos, contou com um *workshop* gratuito sobre processamento administrativo, por forma a auxiliar empresas, e clientes atuais e potenciais no exercício da sua atividade económica. A investigadora por ter feito parte da atividade captou fotografias que se encontram no Anexo 2.

#### d) Análise Contextual<sup>2</sup>

No passado dia 3 de novembro de 2022 ocorreu o seminário “Impacto da Responsabilidade Social na Sustentabilidade das Empresas”, no Auditório Alto dos Moinhos do Metropolitano de Lisboa, organizado pelo SGI Portugal e contou com a participação de vários oradores (Anexo 1).

O seminário teve a colaboração de Nuno Bettencour, *Assurance Leader* da Delloite, João Nuno Mendes, Secretário de Estado do Tesouro, José Pedro Salema, Presidente da EDIA, Miguel Pantena, representante da EDP, Luís Rachartre, *Sénior Advisor* da Greenlab, Maria João Coelho, do BCSD Portugal e Sofia Santos, *Sustainability Champion in Chief* na *Systemic*. No final ocorreu uma breve apresentação da Sra. Valeria Ronzitti, Secretária-Geral do *SGI Europe* e do Sr. Luís Natal Marques, Presidente do Conselho Diretivo do SGI Portugal.

O Sr. Secretário de Estado do Tesouro, João Mendes, falou sobre a Diretiva da União Europeia, sobre Sustentabilidade das Empresas “*Corporate Sustainability Reporting Directive*” (CSRD). Esta diretiva também chamada por Diretiva de Relatórios Não Financeiros (NFRD), institui regras sobre a divulgação de informações não financeiras e de diversidade pelas empresas cotadas em bolsa e pelas grandes empresas (com mais de 500 colaboradores), através da publicação de relatórios periódicos sobre os impactos sociais e ambientais das suas atividades. Esta diretiva obriga as empresas ao reporte das informações relacionadas com o tratamento dos trabalhadores e respeito pelos direitos humanos.

Nuno Bettencourt afirma que já existia a Diretiva da Informação Não Financeira. Contudo, notou-se que as empresas procuravam cumprir as normas da diretiva, mas cada uma fazia-o à sua maneira, o que originava informação inconsistente e incomparável. Logo, esta nova Diretiva CSRD visa substituir a Diretiva da Informação Não Financeira (NFRD) que já existe. Em termos de processo esta diretiva procura preencher os *gaps* da NFRD: heterogeneidade na sua aplicação em todos os Estados-Membros de modo a permitir a comparabilidade da *performance Enviromental, Social and Corporate* (ESG). As empresas terão de apresentar informação sobre o meio ambiente, social e *governance* (Figura 3.1).

Para cumprir todos estes requisitos (Figura 3.1) as organizações devem alinhar as várias áreas internas, desde a governança, estratégia, gestão de risco e análise de *performance*.

---

<sup>2</sup> Este capítulo é suportado pelas informações passadas pelos oradores e posteriormente foi enviado por email que se encontra em anexo.

Logo, a gestão de topo deve estar envolvida desde o início, por forma a monitorar e garantir o cumprimento dos objetivos traçados.



Figura 3.1 - Tópicos ESG

Fonte: Elaboração própria

A implementação de todos tópicos (*Environmental, Social, Governance*) é descrita como uma jornada com várias etapas de modo a integrar a cadeia de valor da organização no modelo de reporte e vice-versa. A fim de garantir que os *outputs* das interações com os *stakeholders* sejam garantidos, as organizações devem identificar a preocupação de todos *stakeholders* procurando aferir as suas expectativas e posteriormente analisar se a materialidade definida dá resposta às suas necessidades. A responsabilidade social estando intimamente relacionada com a ética e sustentabilidade assegura que os procedimentos implementados sejam possíveis de alcançar. Ainda neste seminário, Maria João da BSD Portugal com base no *Trust Barometer* da *Endelman*, comentou que as escolhas dos *stakeholders* são maioritariamente orientadas por crenças e valores (Imagem 3.2).

Com base na Imagem 3.2 no que concerne às escolhas dos *stakeholders*, nomeadamente para aquisição de um bem/serviço, local para trabalhar e onde investir, as mesmas são baseadas nas suas crenças e valores. Ou seja, atualmente uma percentagem acima de 50% de *stakeholders* considera relevante que as organizações de que fazem parte, sejam responsáveis pelo impacto social e ambiental positivo. A Imagem 3.2 mostra também que 88% dos investidores institucionais observam os temas ESG e as informações relacionadas a estes critérios com o mesmo nível de relevância dos critérios mais operacionais e financeiros.

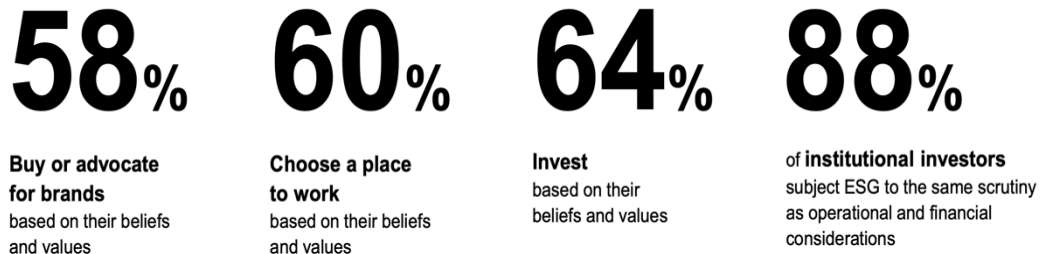
## ALL STAKEHOLDERS HOLD BUSINESS ACCOUNTABLE

Percent who agree

Global 27

Global 7

Source: 2021 Edelman Trust Barometer  
Special Report: Institutional Investors



2022 Edelman Trust Barometer. Belief-driven consumer, employee, and investor segments. General population, 27-mkt avg. Employee data is filtered to be among employees of an organization (Q43/1). Investor data is only among those who sell stocks, bonds, or mutual funds as a standalone or employer-sponsored investment (INVESTOR/1). See Technical Appendix for a full explanation of how belief-driven consumers, employees, and investors were measured.

2021 Edelman Trust Barometer Special Report: Institutional Investors. Q7. Please indicate the extent to which you agree or disagree with the following statements regarding shareholder activism. 4-point scale; top 2 box, agree. 7-mkt avg.

Edelman 26

### Imagem 3.2 - All stakeholders hold business accountable

Fonte: *Edelman Trust Barometer* (2022)

Maria João Coelho também se baseou na Figura 3.2 para fundamentar a sua participação. Conforme se pode observar esta pesquisa mostra que os trabalhadores que relatam que a sua empresa é ambiental e socialmente responsável afirmam, em média, ter melhor saúde mental. Também consideram importante fazer parte de uma organização social. Face isto, Maria João Coelho afirma, com base nesta pesquisa, que o comportamento de uma organização pode impactar significativamente na saúde mental e na produtividade dos trabalhadores. Isto é, melhorar o desempenho de uma organização no que concerne as métricas ambientais e sociais traz mais valor para os seus *stakeholders*.



Figura 3.3 - “Does working for a sustainable company make you happier?”

Fonte: *Corporate Knights* 2021

Com maior relevância para esta dissertação, a representante da BSD Portugal aborda também a temática das desigualdades sociais.

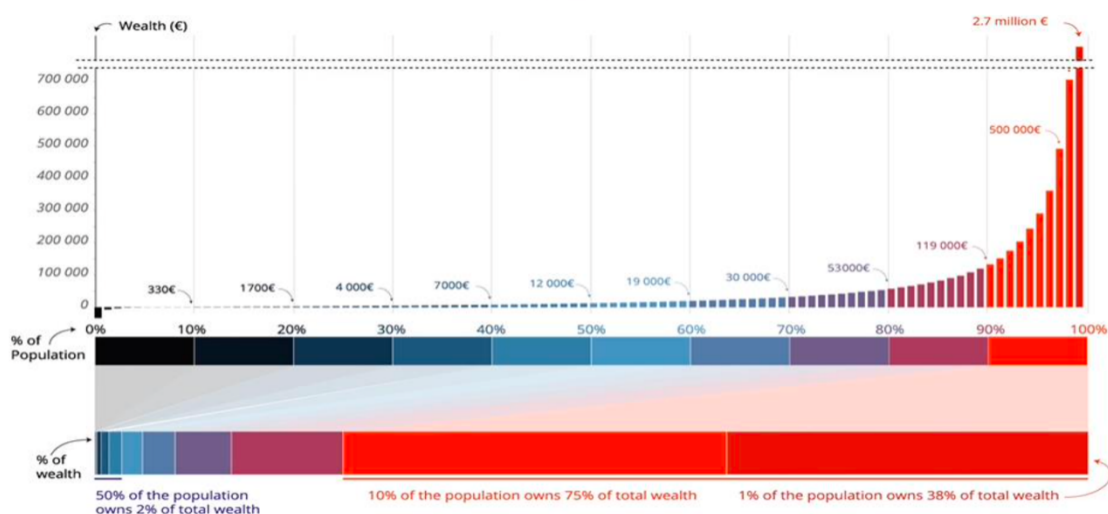


Gráfico 3. 1 – *Wealth inequality in the world*

Fonte: *World Inequality Report*, 2022

Com base no *World Inequality Report* de 2022, 10% da população mundial tem 75% da riqueza global (Gráfico 3.1). Ainda se verifica que cerca de 30% da população mundial não tem acesso a água potável. Deste modo, observa-se uma grande discrepância de realidades a nível mundial.

Por forma a reverter a situação representada no Gráfico 3.1, a oradora destaca ser importante que as organizações, a nível mundial, contribuam para o sucesso do Acordo de Paris sobre o clima e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 das Nações Unidas.

Para concluir, Luís Natal Marques, Presidente do Conselho Diretivo do SGI Portugal, comenta que as organizações têm um dever para com a sociedade, dever que se traduz não só para os *stakeholders* externos, mas para quem lá trabalha. Apesar de vivermos numa sociedade de direitos onde temos direitos e deveres, nota-se que muitas vezes nos esquecemos dos nossos deveres, sendo que a responsabilidade social e a sustentabilidade são um dever. Se na sociedade todos cumprirem os seus deveres, ninguém irá reclamar os seus direitos, porque estarão à partida garantidos. Ao longo dos anos verifica-se que alguns acordos internacionais que não foram cumpridos. Onde havia apenas o comprometimento dos governos, hoje com os ODS's apela-se a que toda a sociedade se responsabilize pela sustentabilidade do planeta.

### **3.3. Método: Estudo de caso**

De acordo com Yin (2001) os estudos de caso são indicados para responder às questões de como e porquê. Este método pode ser definido como uma técnica empírica que tem como objetivo investigar fenómenos no contexto da vida real, quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos. O autor afirma que existem 4 tipos de estudo de caso, sendo estes:

- Estudos de caso único holístico - envolve apenas uma unidade de análise e um caso de estudo;
- Estudo de caso único incorporado – envolve uma unidade de análise num estudo;
- Estudo de casos múltiplos holísticos – envolve uma unidade de análise e múltiplos casos de estudo;
- Estudo de casos múltiplos incorporados – envolve várias unidades de análise e múltiplos casos de estudo.

Os estudos de caso podem ser holísticos, envolvendo uma unidade de análise, ou incorporados, envolvendo várias unidades de análise. Dentro destes dois grupos pode-se falar de casos únicos ou múltiplos. Para além da unidade de análise e o número de casos, Ruas (2017) afirma que existem várias tipologias de investigação a ser utilizadas dependendo da natureza e objetivos do estudo. Falamos da tipologia de carácter exploratório quando existe pouca informação acerca da temática em estudo e se pretende criar dados para o esclarecimento e melhor compreensão dos fenómenos. Por outro lado, quando o objetivo é obter e descrever dados e informações de uma dada situação ou fenómeno, estamos a tratar da tipologia descritiva. Quando para além de descrever, também analisa as relações causa-efeito entre as variáveis dos problemas e fenómenos, denomina-se por tipologia analítica. Por fim, há a tipologia preditiva quando se pretende fazer uma previsão dos fenómenos em estudo.

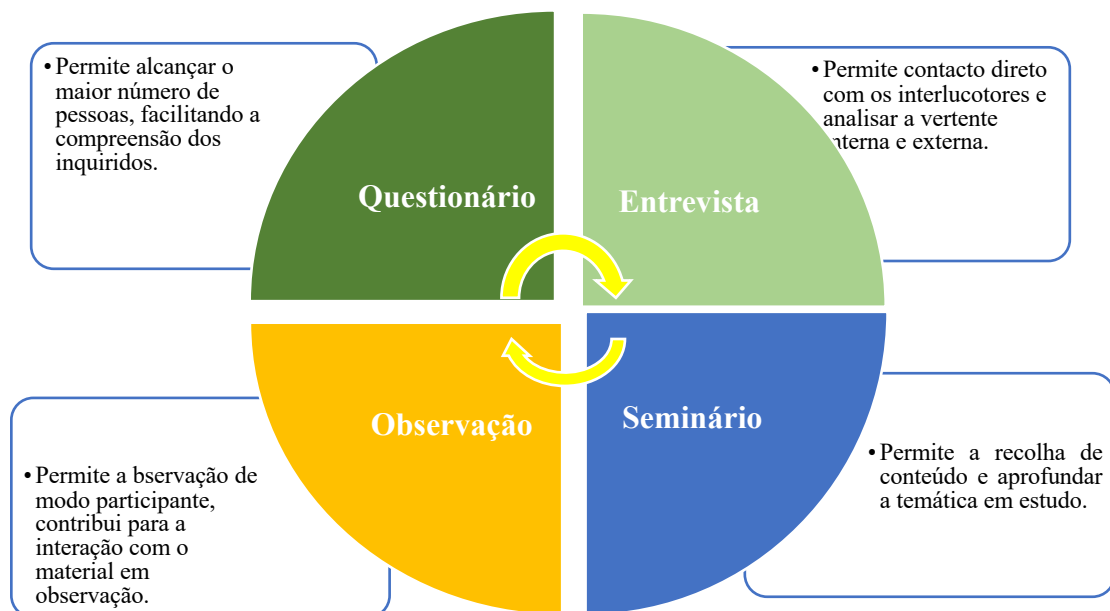


Figura 3.4 - Metodologia aplicada

Fonte: Elaboração própria

Nesta investigação aplica-se o estudo de caso único holístico, pelo facto de envolver apenas uma unidade de análise e um caso de estudo. A tipologia aplicada é a exploratória pelo facto de não existir literatura disponível acerca do fenómeno em estudo. O objetivo consiste em investigar a responsabilidade social na Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz, com base no critério de criação de valor através de soluções que permitem responder de forma mais célere aos problemas sociais (Figura 3.3).

## Capítulo IV – Estudo de Caso

### 4.1. Caracterização da Organização

A Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz (MIP), é uma associação religiosa fundada em Angola, em 29 de novembro de 2000, pelo Exmo. Dr. Reverendo Lusueki Mampila Bruno. O MIP é uma organização que, em conjunto com outras, formam a Assembleia de Deus Pentecostal (ADP). Atualmente o MIP conta com mais de 50 igrejas em Angola e tem-se expandido na Europa, sendo que Portugal, no ano de 2019, foi o primeiro país onde apareceram as primeiras igrejas e posteriormente surgiram outras igrejas em outros países da Europa como, por exemplo, França.

Uma vez que a organização religiosa se centra na prática e ensino do evangelho de Jesus Cristo, o foco primordial é o amor ao próximo. Para esta organização é importante ter uma boa reputação e ajudar aqueles que mais precisam como forma de demonstração de amor.

Atualmente existem várias organizações religiosas, sendo que em Angola predominam mais as organizações que pertencem à Assembleia de Deus Pentecostal. O facto de a Igreja Católica ser a organização religiosa mais conhecida a nível mundial e ser auxiliada maioritariamente pelo Estado, limita as igrejas do grupo Assembleia de Deus Pentecostal e, por consequência, estas são predominantemente financiadas por voluntários. Ambas são organizações sem fins lucrativos, mas em termos governamentais estão posicionadas de forma diferente.

O Ministério Internacional da Paz tem como missão<sup>3</sup>:

1. Alcançar tanto cidadãos angolanos quanto estrangeiros com a mensagem do evangelho;
2. Preparar os seus membros para a colheita mundial de almas para Cristo;
3. Divulgar, anunciar o evangelho de Jesus e estabelecer novas congregações em todo o território nacional e internacional;
4. Promover ações sociais para o desenvolvimento comunitário;
5. Promover a cooperação com outras igrejas e instituições que tenham a mesma finalidade.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.mip-ao.com/sobre>

A missão número 4 da organização “Promover ações sociais para o desenvolvimento comunitário” auxilia na obtenção da resposta à questão de investigação do presente estudo. Para cumprimento dessa missão o MIP organiza periodicamente ações de responsabilidade social com colaboração de voluntários, pessoas internas e externas à organização, donde os maiores benefícios são a satisfação, ajudar a diminuir os problemas sociais presentes na comunidade à sua volta, nomeadamente na área da educação, na área da saúde e as questões relacionadas com a redução da pobreza. O mais importante é ter impacto direto na vida das pessoas. Algumas das ações sociais implementadas pela organização são a distribuição de bens alimentares, visitas às cadeias, visitas aos hospitais, estando, a título exemplificativo, algumas fotografias no Anexo 2.

Apesar do MIP ser uma organização sem fins lucrativos, é composta por um corpo administrativo cuja função é gerir a mesma. Este corpo administrativo é composto por um Pastor Presidente, Vice-presidente, Pastor local, Administrador, Financeiro, Tesoureiro e Secretário-Geral. Para além destes, no que concerne a outras funções no âmbito de trabalhos locais, apresentam-se os Diáconos, que são chamados Ministros, e os vários departamentos, Departamento de Protocolo, Departamento Jovem, Departamento de Comunicação e Imagem, Departamento de Louvor, Departamento de Mulheres, Departamento de Crianças, Departamento dos Homens e Departamento de Interceção (Figura 4.1)

O Pastor Presidente tem como função liderar os restantes membros da organização, sendo o que toma as decisões finais. No que concerne a poder de decisão local, antes de chegar ao topo do organograma temos o Vice-presidente que desempenha um triplo papel, sendo este também pastor local e administrador. Para além destes, os ministros dão suporte ao pastor local, no que concerne às tomadas de decisão.

Abaixo dos ministros apresentam-se os restantes membros, como descrito na Figura 4.1, que também fazem parte do corpo administrativo, designadamente o Secretário-Geral, o Tesoureiro e o Financeiro. O Secretário-Geral tem como função elaborar todos os documentos da organização, elaborar os programas mensais e anuais, e auxiliar todos os membros da organização a nível informativo, sendo este que comunica os anúncios de carácter geral. O Tesoureiro e o Financeiro trabalham em conjunto no âmbito da componente financeira da organização, elaboram o controle financeiro como contagem/registo de entradas e saídas monetárias, ou seja, cuidam da saúde financeira da organização.

Por fim, temos os departamentos que funcionam cuidando de cada área específica,

contribuindo para a integração e adaptação de todas as pessoas presentes na organização. Por exemplo o departamento da juventude promove ações de integração de jovens na educação, por forma a diminuir o abandono escolar.

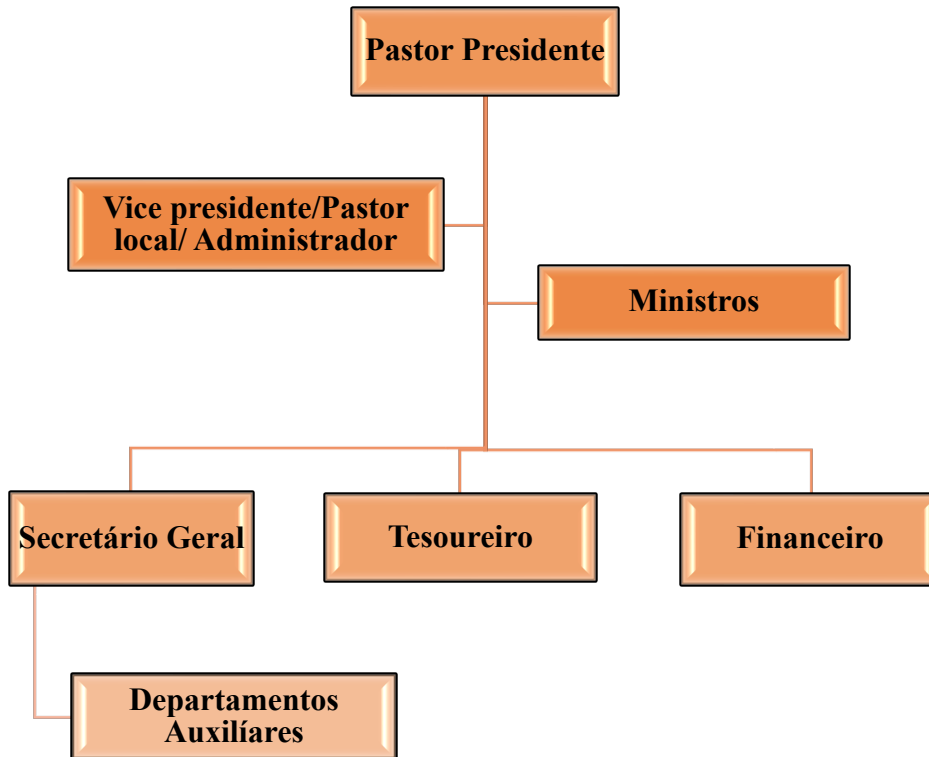


Figura 4.1- Organograma Assembleia de Deus Pentecostal - Ministério Internacional da Paz

Fonte: Elaboração própria

A ADP em Angola possui duas instituições de ensino, sendo estas o Instituto Bíblico de Angola (IBA) e a Faculdade Teológica da Assembleia de Deus Pentecostal (FATADP). Ambas as instituições se focam na capacitação dos jovens acreditando que através disto será mais fácil trabalhar na moralização da sociedade. O Reverendo Dr. Lussueki Mampila Bruno, fundador da organização em estudo, faz parte do corpo docente da FATADP e para além da função de docente, dedica-se ao ensino dentro do MIP, oferecendo formações aos seus membros.

## Capítulo V – Análise e Discussão de Resultados

Neste capítulo pretende-se analisar a entrevista realizada e os resultados obtidos através do inquérito por questionário aplicado aos membros da ADP-MIP. O objetivo do presente capítulo é apresentar e averiguar os resultados das metodologias aplicadas nesta investigação.

### 5.1. Entrevista

A entrevista integra-se na abordagem qualitativa nesta investigação. Foi realizada uma entrevista ao Reverendo Dr. Lussueki Mampila Bruno, fundador da organização em estudo (ADP – MIP), cujo guião se encontra no Apêndice 1.

O Reverendo Dr. Lussueki Mampila Bruno referiu que a responsabilidade social na vertente da sua organização baseia-se em uma carta que Jesus Cristo fez aos seus discípulos presente no livro de Mateus capítulo 14 versículo 16 que diz “Dai de vós de comer”. Isso mostrou que Jesus não estava somente preocupado com a vida interior das pessoas, as suas almas, como também com a sua vida física, porque neste capítulo relatam-se pessoas que já estavam há três dias sem comer, o que levou Jesus a fazer um milagre, multiplicação de pão e peixe, por forma a satisfazer as necessidades físicas destas pessoas. Deste modo, a igreja não deve somente pensar na salvação de almas, mas também aliviar as necessidades sociais das pessoas. O Reverendo também cita que no livro de Mateus, capítulo 25, versículos 35 ao 36 e 40 Jesus diz “Porque tive fome, e deste-me de comer; tive sede e deste-me de beber, era estrangeiro e hospedaste-me. Estava nu, e vestiste-me; adoeci, e visitastes-me; estive na prisão, e foste-me ver (...) Em verdade vos digo que quando fizestes a um destes meus pequeninos irmãos a mim o fizestes” (Mateus 25: 35-36 e 40). Ou seja, isto demonstra que a igreja está obrigada a responder às necessidades das pessoas. O entrevistado também cita que no livro de João, capítulo 12, versículo 8, Jesus diz que sempre teremos os pobres no nosso meio, pelo que o papel da organização é cuidar dos pobres. Para além das referências já citadas, está escrito no livro de Tiago 1, versículo 27, que a verdadeira religião está em visitar os órfãos e as viúvas nas suas tribulações, e guardar-se da corrupção do mundo. Isto quer dizer que é dever da igreja, fazer alguma coisa, olhar e satisfazer as necessidades da camada mais desfavorável da sociedade. Face isto com base nestes versículos bíblicos, o Reverendo afirma que a igreja deve ter ações concretas dentro da sociedade que respondam às necessidades das pessoas.

No que se refere às ações de responsabilidade social o Reverendo Bruno afirma com bastante propriedade que a ADP – MIP é uma organização socialmente responsável, pois a nível das mais de 50 igrejas que se encontram espalhadas pelo mundo pode-se encontrar escolas dentro das igrejas, onde as crianças estudam. A escola da ADP ministra ensino primário, básico e secundário.

Para além do apoio à educação, efetuam atividades de distribuição de roupa, de cestas básicas e visitas aos hospitais e prisões. No estatuto da ADP – MIP está prevista a prática de ações sociais e a nível interno há o departamento de ação social.

O objetivo primordial das ações de responsabilidade social é o combate à pobreza e à fome. Procura-se apoiar não apenas os membros internos, mas também a comunidade.

A maior limitação e dificuldade referida pelo Reverendo é a falta de apoio a nível do Estado, em termos de apoios, por forma a ADP – MIP poder fazer mais, sendo que os recursos que consegue obter para as ações são limitados. Por outras palavras, a igreja depende da boa vontade de quem apoia voluntariamente as atividades.

A pandemia do Covid-19 foi outro fator que contribuiu para o aumento das limitações nas ações de responsabilidade social da ADP – MIP. A proibição de circulação originou um aumento da pobreza e da fome.

Em suma, como sugestão de melhoria o Reverendo pensa que a igreja poderia criar ou envolver-se com ONG's por forma a facilitar o encaminhamento dos donativos em nome da igreja. Através da criação de parcerias poderá haver uma maior/melhor resposta no que concerne às problemáticas presentes na camada mais desfavorecida da sociedade.

## **5.2. Resultado dos inquéritos**

### **5.2.1 Caracterização da amostra**

A caracterização desta amostra corresponde à uma parte dos membros da ADP – MIP que responderam ao questionário. A organização teve conhecimento que se tratava de um questionário anónimo, sendo que todas as respostas são confidenciais e são utilizadas apenas para concretização da investigação. O questionário encontra-se no Apêndice 2.

O questionário foi enviado através da plataforma *WhatsApp* para o grupo de membros da organização. O grupo é composto por 93 participantes e obtiveram-se 58 respostas. Deste modo, a taxa de resposta foi de 62,4%, verificando-se que houve uma participação

considerável para obtenção dos resultados.

Na primeira parte do questionário pretende-se analisar as variáveis sociodemográficas que permitem caracterizar a amostra do presente estudo.

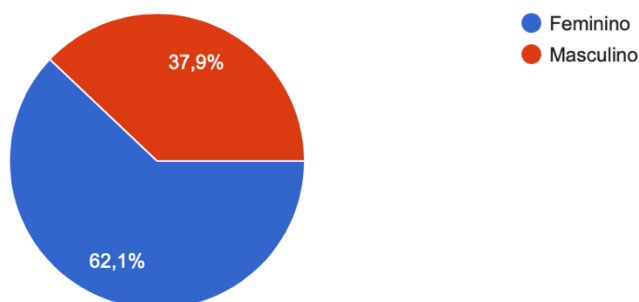


Gráfico 5.1 - Distribuição da amostra por género

Fonte: Elaboração própria

No que se refere à distribuição dos respondentes por género, 62,1% da amostra pertencem ao género feminino e 37,9% diz respeito ao género masculino (Gráfico 5.1).

Tabela 1 - Distribuição dos inquiridos por faixa etária

Idades	Inquiridos	%
14 - 21 anos	10	17%
22 - 27 anos	11	19%
28 - 33 anos	16	28%
34 - 40 anos	11	19%
43 - 61 anos	10	17%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria

Quanto à idade dos respondentes através da Tabela 1 verificamos que estão compreendidas entre os 14 e 61 anos, sendo que 36% tem idade menor ou igual a 27 anos e 64% tem idade maior ou igual a 28 anos.

No que concerne às habilitações académicas dos respondentes, podemos observar no Gráfico 5.2 uma grande dispersão de resultados. Quase metade da amostra (48,2%) possui habilitações de nível superior, sendo que 37,9% dos inquiridos têm licenciatura, 6,9% possui mestrado e 3,4% dos respondentes tem Doutoramento. Também 8,6% dos respondentes possui bacharelato e 5,2% tem uma pós-graduação. Por fim, 27,6% dos inquiridos possui o

ensino secundário, 3,4% tem 3º ciclo e 3,4% tem o 2º ciclo. Com o mesmo nível de representação na amostra (1,7%) temos os inquiridos com outras habilitações (CTeSP) e sem habilitações.



Gráfico 5.2 - Distribuição da amostra por habilitações literárias

Fonte: Elaboração própria

Em relação a área de formação dos inquiridos é possível verificar, pela observação dos dados da Tabela 2, que há uma grande variedade, destacando-se as áreas de Gestão/Administração e Informática com uma representação, respetivamente, de 22% e 19% da amostra.

Tabela 2 – Distribuição da amostra por área de formação

Área de Formação	Inquiridos	%
Direito	4	7%
Informática	11	19%
Gestão/Administração	13	22%
Economia	3	5%
Construção Civil	2	3%
Auditória	1	2%
Recursos Humanos	1	2%
Ciências Físicas e Biológicas	1	2%
Relações Internacionais	1	2%
Enfermagem	1	2%
Engenharia Elétrica	1	2%
Teologia	1	2%
Artes e Espetáculos	3	5%
Turismo	1	2%

Psicologia	1	2%
Contabilidade	4	7%
S/ Resposta	9	16%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria

Pelo facto de a pergunta não ter sido de carácter obrigatório, 16% da amostra não respondeu à questão. No entanto, observa-se que 7% dos respondentes têm formação na área de Direito e em Contabilidade, e 5% na área de Economia. Com uma representação inferior verifica-se que 3% dos inquiridos têm formação na área de Construção Civil e com 2% aparecem as áreas de Auditoria, Recursos Humanos, Ciências Físicas e Biológicas, Relações Internacionais, Enfermagem, Engenharia Elétrica, Teologia, Artes e Espetáculos, e Turismo.

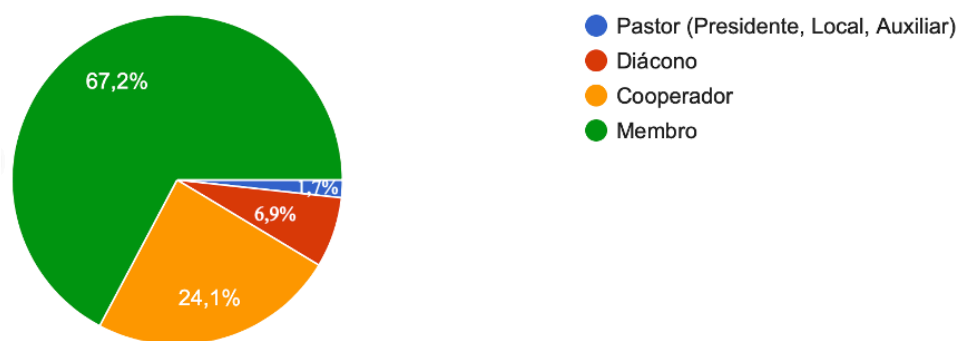


Gráfico 5.3 - Posição hierárquica na organização

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o Gráfico 5.3, 67,2% da amostra é representada por membros (indivíduos que não fazem parte de nenhum departamento), 24,1% por cooperadores (indivíduos que tem alguma função na organização que não seja diácono ou pastor), 6,9% por diáconos e 1,7% por pastores.

Relativamente à função desempenhada na organização, uma vez que a posição ocupada pode exigir mais do que uma função, esta questão teve como objetivo analisar qual é a função com mais participação dentro da organização. Deste modo, a partir dos dados do Gráfico 5.4 é possível observar que 22,4% da amostra é representada por indivíduos que têm a função nas áreas de Marketing/Comercial/Relações-Públicas/Comunicação, 17,2% por indivíduos que exercem funções no âmbito do Ambiente/Higiene e Segurança, 13,8% no âmbito de Gestão

de equipas, 12,1% no âmbito de Gestão Global, 11,1% no âmbito Financeiro/Contabilidade. e 12,1% exerce função em outros âmbitos como, por exemplo, no âmbito do louvor.

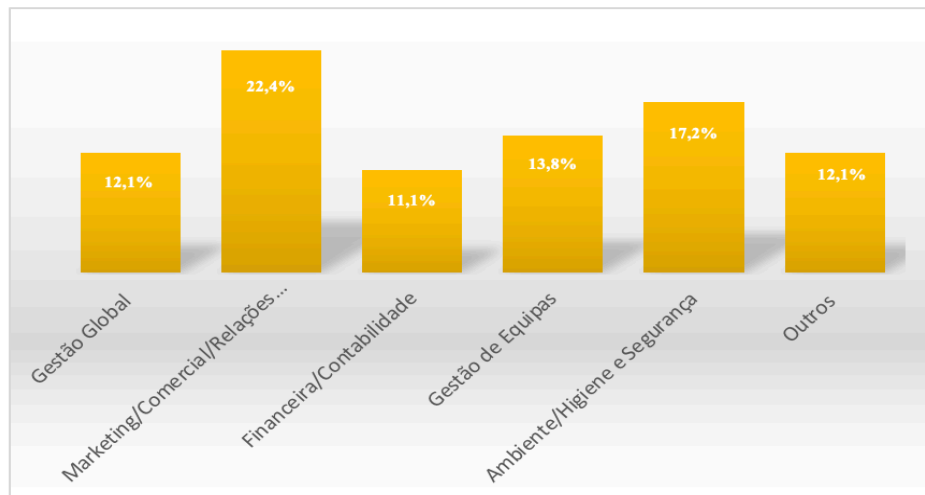


Gráfico 5.4 – Função na organização

Fonte: Elaboração própria

### 5.2.2 Análise dos resultados

Na segunda parte do inquérito procurou-se saber qual é a perceção dos inquiridos sobre a responsabilidade social e sobre a temática em estudo por forma a responder à pergunta de investigação.

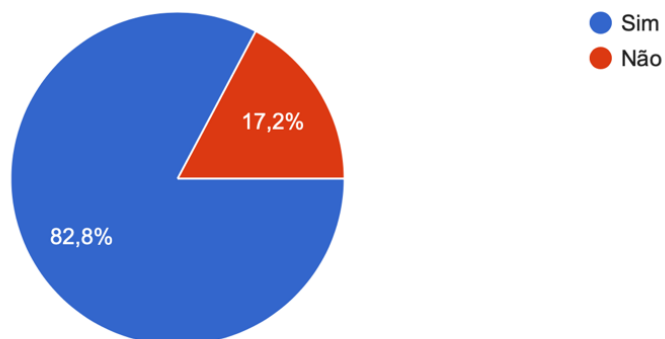


Gráfico 5.5 – Conhecimento do conceito de responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

Quanto ao conhecimento do conceito de responsabilidade social, 82,8% dos respondentes afirma saber o que é e 17,2% dos inquiridos afirma que desconhece o conceito.

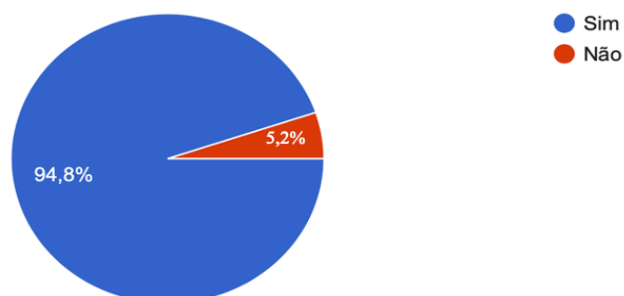


Gráfico 5.6 – Prática de responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

A partir do Gráfico 5.6 é possível observar que 94,8% dos respondentes considera que a organização pratica ações de responsabilidade social e 5,2% respondem que a organização não pratica ações de responsabilidade social. A parte da amostra que respondeu que a organização não pratica ações de responsabilidade social foi direcionada para a questão 12.

Tabela 3 - Práticas de responsabilidade social

Práticas de responsabilidade social	%
Foca no bem-estar emocional e social dos seus membros	70,90%
Promove a participação dos seus membros nas ações de responsabilidade social	58,20%
Contribuí para o desenvolvimento pessoal dos seus membros	60,00%
Elabora atividades comemorativas em dias temáticos (Aniversários, Natal, Dia da mulher)	56,40%
Ajuda pessoas em situação de carência social dentro da sua comunidade	67,30%
Elabora parcerias por forma a responder as necessidades da sua comunidade	30,90%
Promove o voluntariado coletivo/individual	38,20%
Promove ações de comunicação e sensibilização do impacto ambiental	34,50%
Outros	3,60%

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 3 estão evidenciadas algumas das práticas de responsabilidade social que os respondentes consideram que a organização implementa, sendo que a prática mais referenciada é o foco no bem-estar emocional e social dos seus membros e em seguida a ajuda às pessoas em situação de carência social dentro da comunidade. Posteriormente os respondentes também selecionam com cariz representativo que a organização contribui para o desenvolvimento pessoal dos seus membros, ajuda pessoas em situação de carência na comunidade, promove a participação dos seus membros nas ações de responsabilidade social elabora atividades comemorativas em dias temáticos e promove o voluntariado individual/coletivo. Alguns respondentes também selecionaram a opção “Outros”, comentando, por exemplo, que a organização deveria apoiar os estudantes nas despesas escolares.

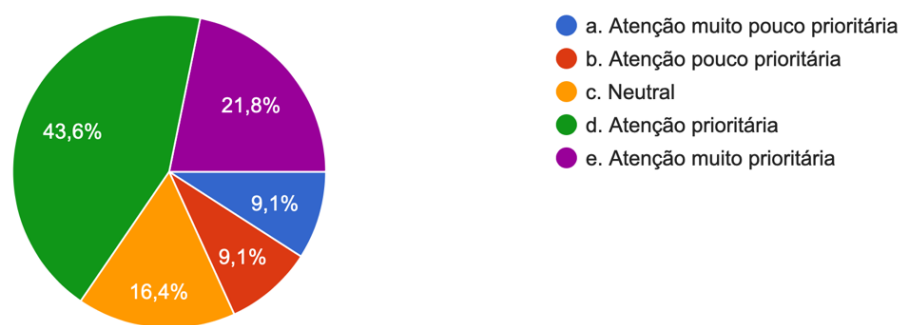


Gráfico 5.7 - Atenção da organização à responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

É possível verificar pela análise do Gráfico 5.7 que 43,6% dos respondentes considera que a organização tem uma atenção prioritária à responsabilidade social e 21,8% dos inquiridos considera que a organização tem uma atenção muito prioritária, o que significa que uma parte significativa dos respondentes (65,4%) tem uma opinião favorável sobre a forma como a organização encara as questões da responsabilidade social. Por outro lado, 9,1% dos inquiridos considera que a organização tem pouca e muito pouca atenção prioritária à responsabilidade social. Por fim, 16,4% dos inquiridos considera que a organização não dá nem muita nem pouca atenção às questões da responsabilidade social, ou seja, tem uma posição neutral.

De acordo com o Gráfico 5.8, 41,8% dos respondentes considera que as ações de responsabilidade social da organização estão fortemente refletidas no seu plano estratégico

e 16,4% considera que estão profundamente alicerçadas na estratégia da organização, o que significa que mais de metade da amostra (58,2%) entende que a preocupação com as questões da responsabilidade social é visível na forma como são formuladas as estratégias da organização. Por seu turno, 40% dos inquiridos considera que a responsabilidade social está pontualmente refletida na estratégia da organização, e somente 1,8% da amostra considera que os planos estratégicos da organização não refletem qualquer preocupação com as temáticas da responsabilidade social.



Gráfico 5.8 - Responsabilidade na estratégia da organização

Fonte: Elaboração própria

Relativamente às políticas de responsabilidade social 70,7% dos respondentes considera que estas são implementadas formalmente. Porém 25,9% não sabe e 3,4% considera que não. Sendo que os respondentes que não consideram e não sabem que as políticas de responsabilidade social não estão formalmente implementadas são diretamente encaminhados para a questão 14.

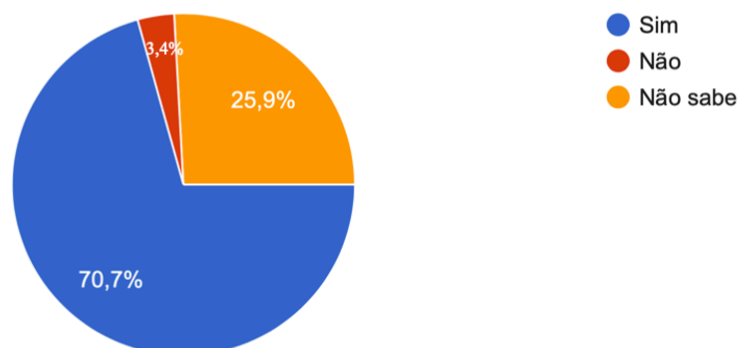


Gráfico 5.9 - Implementação de políticas de responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a Tabela 4, as políticas de responsabilidade social mais assinaladas pelos respondentes são a participação dos membros em estratégias/questões de desenvolvimento (61%), medidas adequadas à igualdade de género nas oportunidades dentro da organização (56,1%), medidas adequadas contra a discriminação (51,2%) e planos de saúde, segurança e apoio social (48,8%). Para além das evidenciadas, muitos respondentes selecionaram em simultâneo que a organização implementa a políticas de medidas adequadas à igualdade de género nas oportunidades de formação (43,9%) e medidas adequadas à igualdade de género na assunção de cargos de liderança (43,9%).

Tabela 4 - Políticas de responsabilidade social

Políticas de responsabilidade social	%
Medidas adequadas contra a discriminação	51,2%
Medidas adequadas à igualdade de género nas oportunidades dentro da organização	56,1%
Medidas adequadas à igualdade de género nas oportunidades de formação	43,9%
Medidas adequadas à igualdade de género na assunção de cargos de liderança	43,9%
Participação dos membros em estratégias/questões de desenvolvimento	61,0%
Planos de saúde, segurança e apoio social	48,8%
Outros	2,4%

Fonte: Elaboração própria

Através da observação do Gráfico 5.10 pode-se verificar que 72,4% dos inquiridos considera que a organização promove políticas ambientais. Os respondentes que entendem que a organização não tem promovido políticas ambientais (27,6%), são encaminhados para a questão 16.

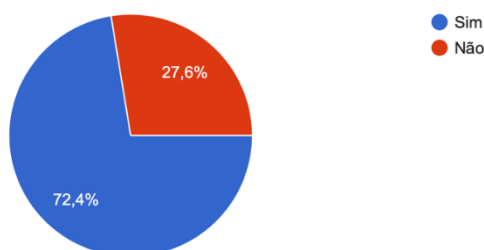


Gráfico 5.10 - Políticas ambientais

Fonte: Elaboração própria

De acordo com os dados da Tabela 5 as políticas ambientais mais selecionadas pelos respondentes foram a prevenção da poluição (61,9%) e a poupança de energia (55,4%). Para além destas, a opção outras políticas (2,4%) também foi selecionada e foi escrito que a organização também implementa políticas que promovem a limpeza do meio ambiente.

Tabela 5 - Políticas ambientais

Políticas ambientais	%
Poupança de energia	55,4%
Prevenção da poluição	61,9%
Minimização e reciclagem de resíduos	40,5%
Redução do impacto ambiental	47,6%
Outras	2,4%

Fonte: Elaboração própria

Quanto às questões da ética 74,1% da amostra responde que a organização dispõe de um código de valores e regras de conduta, 24,1% responde que não e 1,7% responde que não sabe, tendo estes que passar a questão 18 (Gráfico 5.11).

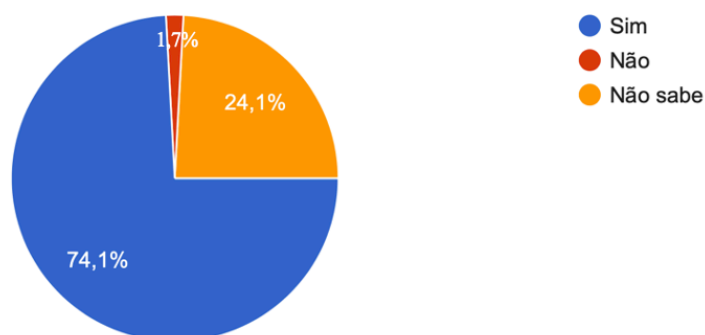


Gráfico 5.11 - Código de valores e regras de conduta

Fonte: Elaboração própria

Tendo em conta o Gráfico 5.12 os respondentes consideram, de forma geral, que o código de valores e regras de conduta é divulgado a toda organização, mas não da mesma forma. Com efeito, considerem que essa divulgação é mais significativa na função de “Pastores” (81,4%), seguida da função “Membros” (72,1%).

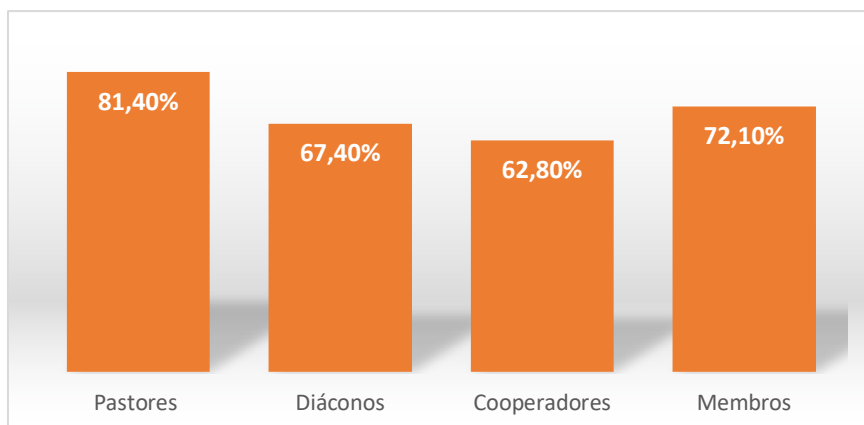


Gráfico 5.12- Posições em que é divulgado o código de valores e regras de conduta

Fonte: Elaboração própria

Na terceira parte do questionário procurou-se recolher a opinião dos inquiridos sobre a forma como é aplicada a responsabilidade social na organização e recolher sugestões de medidas nomeadamente no âmbito dos recursos humanos.

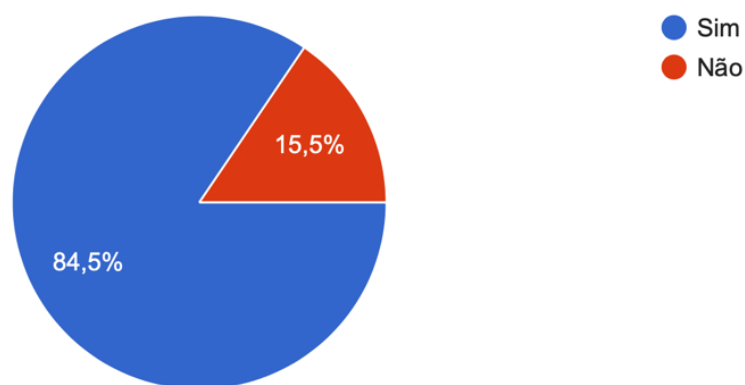


Gráfico 5.13 - Perceção de medidas de permanência dos membros

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito à implementação de medidas para fomentar a permanência dos membros a longo prazo, 84,5% dos respondentes considera que a organização implementa medidas desta natureza e 15,5% dos respondentes considera que a organização não procura implementar medidas que incentivem os membros a permanecerem no longo prazo (Gráfico 5.13). A parte da amostra que respondeu não, é automaticamente transferida para a questão 21, por forma a justificar a sua resposta.

Tabela 6– Medidas de permanência dos membros a longo prazo

<b>Medidas de permanência dos membros a longo prazo</b>	<b>%</b>	<b>Ordem de relevância</b>
Formação	87,8%	2
Bolsas de estudo	14,3%	3
Apoios à saúde	44,9%	1
Jardins de infância	14,3%	-
Creches	10,2%	-
Lares de 3ª idade	10,2%	-
Seguros especiais (vida, saúde, acidentes pessoais)	16,3%	4
Transportes	16,3%	-
Outras	10%	-

Fonte: Elaboração própria

Tendo em consideração a Tabela 6 pode-se observar que a formação é uma das medidas que, na opinião dos respondentes, mais influencia a permanência dos membros a longo prazo (87,8%). Outra medida que tem contribuído fortemente para a permanência a longo prazo dos membros são os apoios à saúde (44,9%). Com menor relevância para a sua permanência na organização os respondentes salientaram as medidas ligadas à concessão de seguros especiais, pagamento dos transportes, concessão de bolsas de estudo e apoio com o pagamento dos jardins de infância.

Relativamente aos respondentes que consideraram que a organização não implementa medidas para incentivar a permanência dos membros a longo prazo, foi elaborado uma questão aberta por forma a se perceber o motivo, sendo que as respostas mais usuais foram as seguintes:

- Não há acompanhamento;
- Não puxa pelos membros;
- Falta de empatia com o próximo.

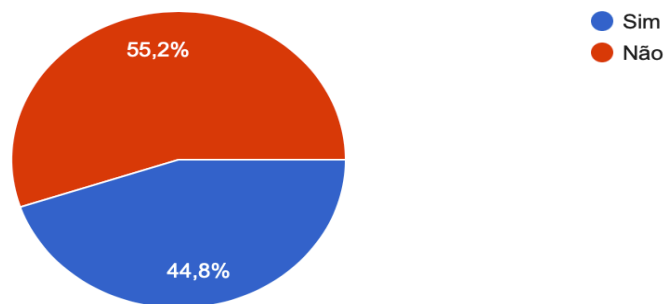


Gráfico 5.14– Necessidade de implementação de mais medidas

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito à necessidade de implementação de mais medidas de responsabilidade social, pode-se observar no Gráfico 5.14 que os respondentes se encontram praticamente divididos, pois 55,2% considera que não há necessidade de implementar mais medidas de responsabilidade social, ao passo que 44,8% tem opinião contrária. No entanto, importa salientar que a maioria considera que não há a necessidade de implementar mais medidas (55,2%).

Os respondentes que consideraram que eram necessárias mais medidas de responsabilidade social, foram convidados a dizer quais as medidas que entendiam mais importantes, tendo assinalado as seguintes:

- Ligarem mais;
- Apoio financeiro;
- Mentes mais abertas à receção de diferentes tipos de pessoas.

Na quarta parte do inquérito procurou-se saber a influência do meio externo nas ações tomadas pela organização.

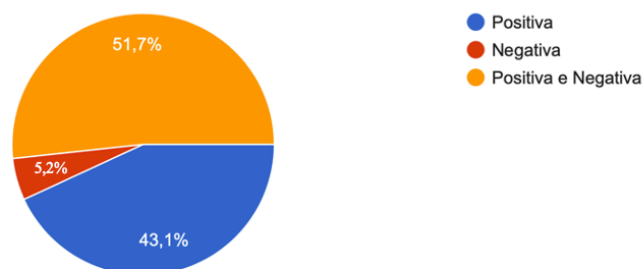


Gráfico 5.15 - Modo de influência do meio externo

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito ao modo como o meio externo influencia a organização, 51,7% dos participantes no presente estudo considera que existe ao mesmo tempo uma influência positiva e negativa (51,5%) e 43,1% é da opinião que o meio externo influencia positivamente a organização. Somente 5,2% dos inquiridos considera que o meio externo influencia negativamente a organização. Os respondentes que optaram pela alternativa “Positiva e negativa” e “Positiva” seguiram para a questão seguinte, ao passo que os que escolheram a opção “Negativa” foram encaminhados para a questão 25, por forma a indicarem quais são os grupos externos que mais influenciam, negativamente, a organização.

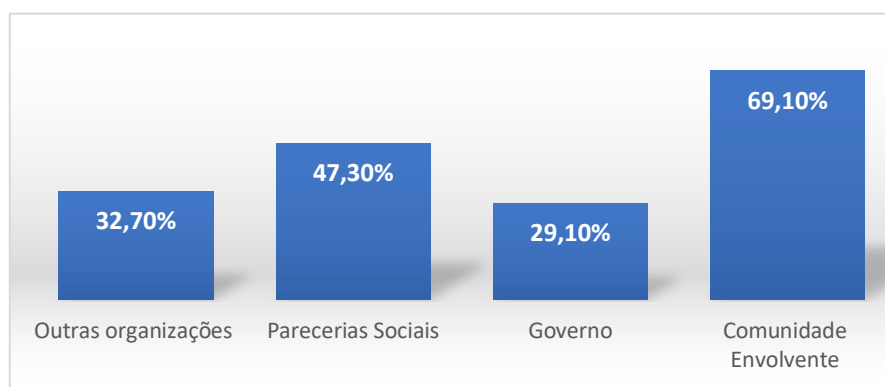


Gráfico 5.16 - Grupos com influência positiva, e positiva e negativa

Fonte: Elaboração própria

De acordo com Gráfico 5.16 pode-se observar que o grupo que os inquiridos consideraram que tinha mais influência na organização no que diz respeito à temática em estudo é a comunidade envolvente (69,1%), seguida pelas parcerias sociais (47,3%). Não foi dada grande relevância ao Governo (29,1%).

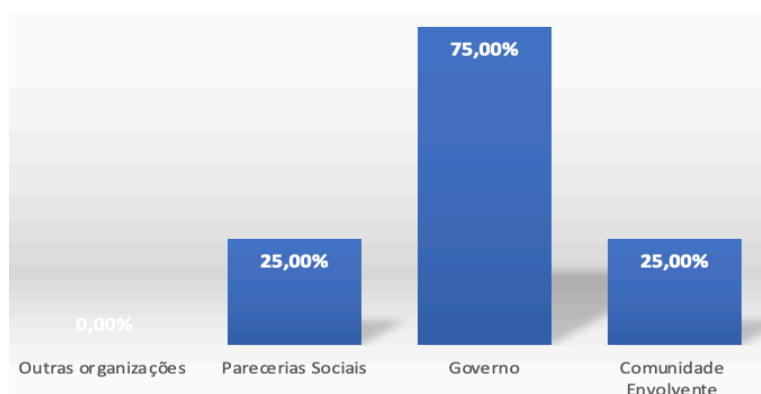


Gráfico 5.17 - Grupos com influência negativa na organização

Fonte: Elaboração própria

Quanto à influência negativa na organização (Gráfico 5.17) os respondentes consideraram que o Governo é o organismo que mais influencia negativamente a organização no que concerne à temática da responsabilidade social (75%), o que está em linha com os resultados patentes no Gráfico 5.16.

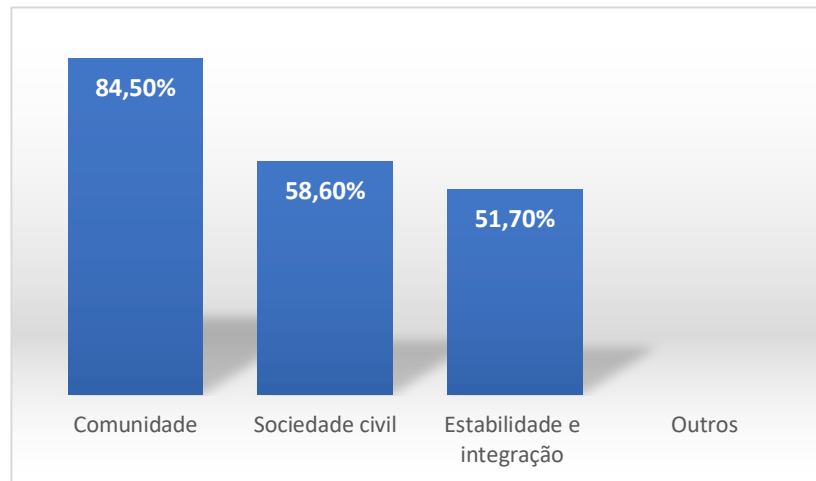


Gráfico 5.18 - Grupos em que a organização deve assumir responsabilidades específicas

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o Gráfico 5.18, a comunidade é o grupo que na opinião dos participantes no presente estudo a organização deve estabelecer maioritariamente responsabilidades específicas (84,5%). No que diz respeito a outras preocupações que os respondentes consideram importantes relativamente ao meio externo, estes indicam maioritariamente o combate a pobreza e a fome.

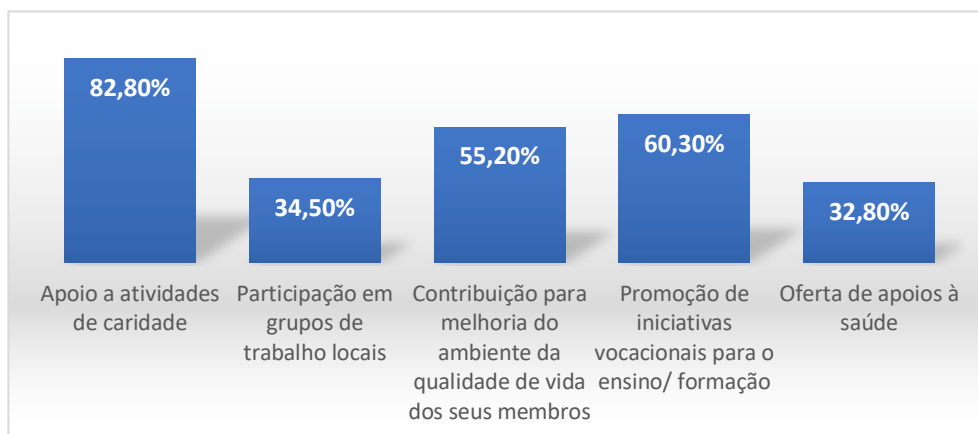


Gráfico 5.19 - Forma de atuação da organização no âmbito da responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

Quanto à forma de atuação da organização no âmbito da responsabilidade social, de acordo com o Gráfico 5.19, os respondentes destacam o apoio a atividades de caridade (82,8%), a promoção de iniciativas vocacionais para o ensino/formação (60,3%) e a contribuição para a melhoria do ambiente da qualidade de vida dos seus membros (55,2%).

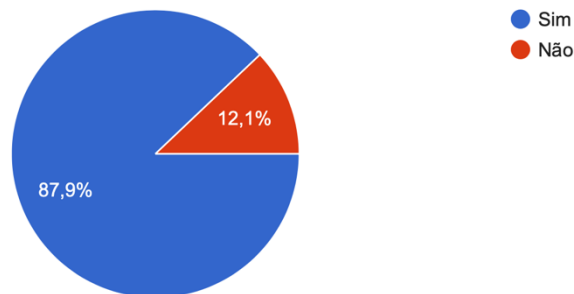


Gráfico 5.20 - Envolvimento dos membros nas ações de responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

De acordo com os resultados evidenciados no Gráfico 5.20 constata-se que 87,9% da amostra considera que a organização envolve os seus membros nas ações de responsabilidade social e somente uma percentagem muito baixa tem opinião contrária (12,1%).

Uma vez que a participação é voluntária os incentivos à participação nas atividades de responsabilidade social são maioritariamente através da divulgação dos membros que participam publicamente.

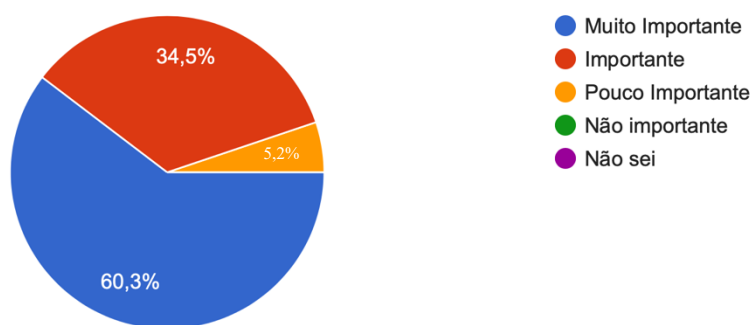


Gráfico 5.21 - Importância da responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito à importância da responsabilidade social, 60,3% dos respondentes é da opinião que é muito importante e 34,5% que é importante, o que significa que 94,8% dos

respondentes reconhecem a importância da organização assumir a sua responsabilidade social.

Por fim, na quinta parte do inquérito foi dada oportunidade aos inquiridos de expressarem sugestões de melhoria.

As principais sugestões de melhoria dadas pelos respondentes foram as seguintes, da mais referenciada para a menos referenciada:

- Estabelecer padrões para uma ética focada no bem-estar da comunidade;
- Promover ações criativas de compromisso social;
- Realizar programas de solidariedade

Em síntese, os resultados do questionário aplicados aos respondentes da ADP – MIP mostram que a grande maioria tem conhecimentos sobre o que é a responsabilidade e quais as práticas que a organização deve implementar para ser considerada socialmente responsável.

Para dar resposta à questão de investigação formulada (“As ações de responsabilidade social implementadas pelas organizações respondem com maior celeridade os problemas presentes na comunidade?”) os resultados do presente estudo permitem concluir que as ações levadas a cabo pela ADP – MIP são percecionadas como ações de responsabilidade e é reconhecida a sua importância na resolução de problemas da organização como um todo e dos seus recursos humanos.

Também foi considerado pelos respondentes que a intervenção da ADP – MIP permite resolver problemas da sociedade, designadamente ambientais, o que se torna uma mais-valia para a organização.

## Capítulo VI- Conclusão

### 6.1. Conclusões gerais

Com base nos resultados obtidos por meio da técnica de entrevista, inquérito por questionário, observação e análise contextual, conclui-se que a prática da responsabilidade social por parte das organizações contribui de forma significativa para a solução dos problemas da comunidade com maior celeridade. Isso porque, ao adotarem uma postura ética e sustentável, as organizações acabam por gerar impacto positivo ao seu redor, promovendo o desenvolvimento local e o bem-estar da população.

Nesse sentido, é importante destacar que a responsabilidade social não se trata apenas de uma questão moral, mas sim de um imperativo social. Ao investirem em ações sociais, as organizações acabam por impactar vidas.

Angola é um país que ainda apresenta elevadas problemáticas de cariz social, onde grande parte da população ainda vive em situação de extrema pobreza e fome. No decorrer da entrega dos bens alimentares à comunidade verificou-se que número de pessoas em situação de carência era superior aos donativos arrecadados.

No âmbito da organização estudada, com base nos inquéritos é possível concluir que a ADP – MIP é uma organização socialmente responsável e que tem contribuído para a resolução dos problemas da comunidade. Uma grande maioria dos inquiridos evidência que a mesma implementa medidas de apoios sociais e envolve ativamente os seus membros.

Após análise da entrevista realizada ao Reverendo Lussueki Bruno, fundador da organização, e das respostas ao inquérito aplicado, é possível perceber o quão importante é a implementação da responsabilidade social. A sua prática contribui para o sucesso da Agenda 2030 e dos objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU.

A responsabilidade social é um tema relevante não só para a instituição em estudo, mas para todas as organizações. Pois se grande parte dos problemas da comunidade estiverem solucionados, mais equilibrada ficará a sociedade em geral.

Diante disso, a conclusão a que se chega é que a prática da responsabilidade social é fundamental para o desenvolvimento sustentável da sociedade e para a construção de um futuro mais justo e equitativo. Cabe às organizações, portanto, assumirem um papel ativo

nesse processo, investindo em projetos sociais e adotando práticas sustentáveis, contribuindo assim para a construção de um mundo melhor para todos.

## **6.2. Limitações do estudo**

Uma das limitações do estudo reside no facto da amostra ser uma amostra por conveniência, pelo que não é possível fazer a generalização dos resultados obtidos.

É importante destacar que o maior desafio foi mensurar o impacto social, quais foram os benefícios em termos de indicadores na comunidade, uma vez que é relativamente fácil mensurar o impacto financeiro, mas em termos sociais é mais subjetivo.

Portanto, é fundamental reconhecer essas limitações como parte do processo de pesquisa e discuti-las de forma transparente e honesta nesta dissertação, a fim de garantir a validade e confiabilidade dos resultados obtidos.

## **6.3. Sugestões para futuras investigações**

Para investigações futuras seria interessante analisar a opinião de indivíduos externos à organização, por forma a haver um cruzamento e comparação dos dados. Importa salientar que muitas vezes quem está de fora tem outra perspetiva relativamente a um mesmo assunto.

Por outro lado, seria importante evidenciar quais os ODS's que contribuem para uma maior celeridade na resolução dos problemas da comunidade. Assim as organizações obrigatoriamente focavam-se naqueles que teriam de resolver prioritariamente.

Outra sugestão para futuras investigações é fazer a replicação deste estudo numa outra organização de cariz religioso e noutras organizações não religiosas para perceber se as perspetivas são diferentes e quais os aspetos relativos à responsabilidade social são mais valorizados.

## Referências Bibliográficas

- A Bíblia da Mulher: leitura, devocional, estudo. (2019). Almeida Revista e Atualizada (2ª ed.) Barueri. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil,
- Abreu, S. (2010). *A Responsabilidade Social e Ética nas Organizações* (Dissertação de mestrado). Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Lisboa, Portugal. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/2502>
- Arruda, M. C. (2002). *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva.
- Ashley, P. A. (2005). *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva.
- Associação Portuguesa de Ética Empresarial (2013). *ISO 26000: Da ética à Responsabilidade Social*. Cadernos de Economia.
- Bezerra, A. (2016). *Responsabilidade Social em Portugal na PME: Realidade ou Utopia?* (Dissertação de mestrado). Universidade do Minho, Escola de Economia e Gestão, Braga, Portugal.
- Bowen, H. (1953). *Social responsibility of the businessman*. New York: Harpe rand Row.
- Buarque, S. C. (2008). *Construindo o Desenvolvimento Local Sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Cardoso, L. (1999). *Gestão Estratégica das Organizações – Como Vencer os Desafios do Século XXI*. Edição da Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais da Universidade Católica. Lisboa: Editorial Verbo.
- Carreira, F., Anunciação, P. & Gonçalves, C. (2007). *A Importância da Ética no Contexto Profissional: Um Estudo de Caso*. Instituto Politécnico de Setúbal, Setúbal, Portugal. Disponível em: <https://dialnet.unioja.es>
- Carrol, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Carrol, A. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38 (3), 268-295.
- Carvalho, J. E. (2009). *Metodologia do Trabalho Científico*. Lisboa: Escola Editora.

Cervo, Amado & Bervian, Pedro. (2002). “Metodologia científica”. São Paulo: Prentice Hall, 5ª Edição.

Clarkson, M. (1991). A stakeholder Framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review (Briarcliff Manor)*, 20 (1), 92-117.

Coelho, C. (2020). *Diretrizes da sustentabilidade* [Web site]. Disponível em <https://bcsdportugal.org/diretrizes-da-sustentabilidade-sustainable-finance/> [Consultado em dezembro de 2022].

Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde – Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*. Bruxelas: COM.

Costa, E. H. (2007). *Fundamentos de Responsabilidade Social Empresarial*. Rio de Janeiro: Ed. Homem da Costa.

Donaldson, T., & Preston, L. E. (January 1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, 20(1).

Donnellan, J., & Rutledge, L. (2019). A Case for Resource-Based View and Competitive Advantage in Banking, Managerial and Decision Economics. *Wiley online library*, 60, 728-737. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/mde.3041>

Farah, O., Marconde, L., & Cavalcanti, M. (2018). *Empreendedorismo, Estratégia de Sobrevivência para Pequenas Empresas* (2ª ed.). São Paulo: Saraiva Educação.

Freeman, R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing.

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*, 13, 122-126.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71.

Grazina, C. (2010). *Ética e Responsabilidade Social das Organizações Perante os Técnicos Oficiais de Contas* (Dissertação de mestrado). Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Lisboa, Portugal.

Guedes, M., Aleixo, M. & Soares, M. (2007). *Ética: Ensino e Responsabilidade Social*. Instituto Politécnico de Setúbal, Setúbal, Portugal. Disponível em: <https://dialnet.uniroja.es>

Honório, C., Ferreira, M. & Santos, R (2011). *Ética e Responsabilidade Social* Disponível em: <https://www.academia.edu/33954557>

[http://www.apee.pt/portal/doc/atividade/srs2008/w\\_apeafop/SRS08\\_Barometro\\_de\\_RS\\_das\\_Organizacoes\\_e\\_Qualidade.pdf](http://www.apee.pt/portal/doc/atividade/srs2008/w_apeafop/SRS08_Barometro_de_RS_das_Organizacoes_e_Qualidade.pdf).

Seabra, F., Alves, A., Vieira, A., Jorge, F., & Rodrigues, J. (2009). *Barómetro de Responsabilidade social das Organizações e Qualidade - Inquérito à percepção dos profissionais de gestão sobre a responsabilidade social praticada em Portugal*. Cadernos Sociedade e Trabalho, n.º 11.

<https://bcsdportugal.org/sustentabilidade/> consultado em outubro de 2022

[https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/overview-sustainable-finance\\_en](https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/overview-sustainable-finance_en) consultado em dezembro de 2022

<https://wir2022.wid.world>

<https://www.corporateknights.com/health-and-lifestyle/does-working-for-a-sustainable-company-make-you-happier/>

<https://www.corporateknights.com/health-and-lifestyle/does-working-for-a-sustainable-company->

[https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2022-01/2022%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report\\_Final.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2022-01/2022%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_Final.pdf)

<https://www.fundoambiental.pt/listagem-noticias/financiamento-sustentavel-.aspx> consultado em dezembro de 2022

<https://www.instagram.com/agcontabilidadedegestao/>

<https://www.mip-ao.com/sobre>

Junior, P. (2019). *A Responsabilidade Social na Estratégia das Empresas: O Caso das Startups Sociais* (Dissertação de mestrado), Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Lisboa, Portugal.

Lakatos, E. & Marconi, M. (1995). *Metodologia Científica* (2ªed.). São Paulo: Atlas.

Lama, D. (2003). *Ética para o Novo Milénio*. Barcarena: Editora Presença.

Leal, A, S., Caetano, J., Brandão, N. G., Duarte, S. E., & Gouveia, T. R. (2011). *Responsabilidade social em Portugal*. Lisboa: Bnomics.

Levitt, T. (1958). The Dangers of Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 36, 41-50.

Lopes, M. M. (2015). *A Influência dos Stakeholders na Responsabilidade Social Empresarial Estratégica*. Lisboa.

Magalhães, C. (2009). *Responsabilidade Social e Regulada no Sector Metalomecânico Brasileiro e Português – Um Estudo Comparativo à Luz da Cultura* (Tese de Doutoramento). Universidade do Minho, Braga, Portugal.

Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2006). *Técnicas de pesquisa* (6ª. ed.). São Paulo, SP: Editora Atlas.

Matoso, R. (2010). *Cultura e Desenvolvimento Humano Sustentável*. [e-book]. Disponível em <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/8953> [Consultado em novembro de 2021].

Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance*, 1(2), 16-22.

Moretto, C. (2009). *Desenvolvimento socioeconômico e sustentabilidade: inter-relações, particularidades e instrumentos de avaliação*. Passo Fundo: Ed. UPF.

Nascimento, E. P. (2012). *Trajatória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico*. (Trabalho acadêmico). Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0103-40142012000100005> [Consultado em outubro de 2022].

São Paulo: Annablume, 2006.

Organização das Nações Unidas. Disponível em: <https://unric.org/pt/>

Peduzzi, Luiz & Raicik, Anabel C. (2016). “Sobre a natureza da ciência: asserções comentadas para uma articulação com a história da física”. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.

Pina e Cunha, M., Rego, A., Cunha, R. C., & Cabral-Cardoso, C. (2007). *Manual de comportamento organizacional e gestão*. Lisboa: Editora RH.

Porter, M. E. (2004). *Estratégia Competitiva: técnicas para a análise de indústrias e da concorrência* (2ª ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.

- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12), 56-68.
- Pringle, H., & Thompson, M. (2000). *Marketing social: marketing para causas sociais e construção de marcas*. São Paulo: Makron.
- Prodanov, Cleber & Freitas, Ernani. (2013). ‘‘Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho académico. Novo Hamburgo. Rio Grande do Sul. Brasil. 2ª Edição.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva- Publicações, Lda.
- Rego, A., Cunha, M., Cardoso, C., Gonçalves, H., Costa, N. (2006). *Gestão Ética e Socialmente Responsável*. Lisboa: Editora RH.
- Rodrigues, J. (2012). *Gestão Estratégica das Instituições Financeiras*. Lisboa: Escolar Editora.
- Ruas, J. (2017). *Como Fazer Proposta de Investigação, Monografias, Dissertações e Teses*. Maputo: Escola Editora.
- Seabra, F., Alves, A., Vieira, A., Jorge, F., & Rodrigues, J. (2009). *Barómetro de Responsabilidade Social das Organizações e Qualidade. Inquérito aos membros da ordem dos revisores oficiais de contas sobre a responsabilidade social e a qualidade praticada*, de AECA: [http://www.aeca.es/pub/on\\_line/comunicaciones\\_xvcongresoaecca/cd/142h.pdf](http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_xvcongresoaecca/cd/142h.pdf)
- Seabra, F., Rolo, A., & Vieira, A. (8-9 de Junho de 2007). *Barómetro de Responsabilidade Social das Organizações e Qualidade. XV Congreso Nacional de Ética de la Economía y de las Organizaciones - El Buen Gobierno de las Organizaciones*, 1-38. Barcelona, Espanha: IESE Business School.
- Seabra, M., & Rodrigues, J. (2008). *Responsabilidade Social das Organizações, Perspectivas de Investigação, Banca-Empresas Não Financeiras-Indicadores*. Mangualde: Edições Pedagogo.
- Teixeira, S. (2005). *Gestão das Organizações* (2ª ed.). Lisboa: McGraw Hill.
- Teles, H. (2020). *Serviço Social nas Empresas, Práticas de responsabilidade social*. Lisboa: Pactor.
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de Caso: Planeamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman.

# Apêndices

## Apêndice 1 - Guião de Entrevista

1. Como define a responsabilidade social e quais as suas considerações acerca da sua evolução?
2. Pensa que a Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz é uma organização socialmente responsável?
3. A Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz tem definida e implementada uma estratégia de Responsabilidade Social?
4. Que tipo de ações de responsabilidade social são levadas a cabo pela empresa (a nível interno e externo)? São comunicadas?
5. Que recursos (ativos, competências, instalações) a Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz utiliza para a implementação da estratégia de Responsabilidade Social?
6. Há internamente uma forma de mensurar o impacto da Responsabilidade Social junto dos seus *stakeholders*?
7. Considera que há envolvimento e contributo dos colaboradores nas ações de Responsabilidade Social?
8. Há algum tipo de incentivo para participação, ou a participação é voluntária, no sentido em que os trabalhadores não recebem nenhuma contrapartida pela mesma?
9. Qual é o problema social que a Organização pretende resolver e porquê?
10. Pensa que o Covid-19 provocou alguma mudança ou trouxe novos desafios para o modo de atuação da Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz no que concerne à Responsabilidade Social?
11. Apresente-me uma sugestão de melhoria/ inovação que a Assembleia de Deus Pentecostal – Ministério Internacional da Paz poderia implementar no âmbito da Responsabilidade Social?

## Apêndice 2 - Questionário

# Responsabilidade Social das Organizações - Estudo de Caso: Assembleia de Deus Pentecostal - Ministério Internacional da Paz

O presente questionário, enquadra-se num projeto de investigação do Mestrado em Contabilidade e Gestão das Instituições Financeiras, realizado no Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa.

O objetivo é analisar o impacto da Responsabilidade Social na Assembleia de Deus Pentecostal Ministério Internacional da Paz, que no questionário será designada por "Organização". Os dados obtidos, serão utilizados somente para fins da presente investigação.

O questionário é anónimo e reflete a sua opinião sincera, pelo que não deverá colocar a sua identificação em nenhuma das respostas. É composto por cinco partes, com informação de carácter geral, assim como, questões aplicadas em relação à perceção de Responsabilidade Social e questões relativas à sua opinião quanto à prática desta temática.

O tempo estimado para responder ao questionário, será aproximadamente 15 minutos. Sendo a sua participação essencial, pois só assim a nossa investigação será viável. Agradecemos desde já a sua colaboração!

### 1. Caracterização da Amostra

Descrição (opcional)

#### 1. Género \*

Feminino

Masculino

#### 2. Idade (anos) \*

Texto de resposta curta

3. Habilitações Académicas \*

- 1º Ciclo/antiga 4ª classe
- 2º Ciclo/5º ano do liceu
- 3º Ciclo/ 7º ano do liceu
- Ensino Secundário
- Bacharelato
- Licenciatura
- Pós- graduação
- Mestrado
- Doutoramento
- Sem Habilitações
- Outros...

4. Área de formação

Texto de resposta curta

5. Posição na Organização \*

- Pastor (Presidente, Local, Auxiliar)
- Diácono
- Cooperador
- Membro

6. Âmbito da função desempenhada na posição que ocupa na organização \*

- Gestão Global
- Marketing/Comercial/Relações Públicas/Comunicação
- Financeira/Contabilidade
- Gestão de Equipas
- Ambiente/Higiene e Segurança
- Outros...

Após a seção 1 Ir para a seção 2 (2. Responsabilidade Social da Organização) ▼

7. Sabe o que é Responsabilidade Social? \*

- Sim
- Não

8. Tendo em conta que a Responsabilidade Social é um compromisso voluntário das organizações, por forma a resolverem os problemas da sociedade a nível social e ambiental. Considera que a Organização, pratica Responsabilidade Social? \*

- Sim
- Não

9. Se sim, quais são as praticas de Responsabilidade Social que a Organização aplica? (Pode assinalar mais do que uma opção) \*

- Foca no bem estar emocional e social dos seus membros
- Promove a participação dos seus membros nas ações de Responsabilidade Social
- Contribuí para o desenvolvimento pessoal dos seus membros
- Elabora atividades comemorativas em dias temáticos ( Aniversários, Natal, Dia da mulher)
- Ajuda pessoas em situação de carência social dentro da sua comunidade
- Elabora parcerias por forma a responder as necessidades da sua comunidade
- Promove o voluntariado colectivo/ individual
- Promove ações de comunicação e sensibilização a diminuição do impacto ambiental
- Outros...

10. Como classifica o nível de atenção da Organização na Responsabilidade Social? \*

- a. Atenção muito pouco prioritária
- b. Atenção pouco prioritária
- c. Neutral
- d. Atenção prioritária
- e. Atenção muito prioritária

⋮

11. Considera que as ações da Organização ao nível da Responsabilidade Social estão: \*

- Não contempladas no plano estratégico da organização
- Pontualmente refletidas na estratégia da organização
- Fortemente refletidas na estratégia da organização
- Profundamente alicerçadas na estratégia da organização

Após a seção 3 Continuar para a próxima seção ▼

12. Tendo em conta que as políticas de Responsabilidade Social são ações que estão descritas na estratégia da organização, considera que a Organização tem implementado formalmente políticas de Responsabilidade Social? \*

- Sim
- Não
- Não sabe

Após a seção 4 Continuar para a próxima seção ▼

13. Se sim, quais são as políticas implementadas? \*

(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Medidas adequadas contra a discriminação
- Medidas adequadas à igualdade de género nas oportunidades dentro da organização
- Medidas adequadas à igualdade de género nas oportunidades de formação
- Medidas adequadas à igualdade de género na assunção de cargos de liderança
- Participação dos membros em estratégias/questões de desenvolvimento
- Planos de saúde, segurança e apoio social
- Outros...

Após a seção 5 Continuar para a próxima seção ▼

14. A Organização tem promovido uma política ambiental? \*

Sim

Não

Após a seção 6 Continuar para a próxima seção

15. Se sim, quais são as medidas implementadas? \*

(Pode assinalar mais do que uma opção)

Poupança de energia

Prevenção da poluição

Minimização e reciclagem de resíduos

Redução do impacto ambiental

Outros...

Após a seção 7 Continuar para a próxima seção

16. A Organização dispõe de um código de valores e regras de conduta? \*

Sim

Não

Não sabe

Após a seção 8 Continuar para a próxima seção

17. Se sim, a divulgação do código de valores e regras de conduta é efetuada perante os:

(Pode assinalar mais do que uma opção)

Pastores

Diáconos

Cooperadores

Membros

Após a seção 9 Continuar para a próxima seção

### 3. Responsabilidade Social em Recursos Humanos



Descrição (opcional)

18. A organização procura implementar medidas para fomentar a permanência dos membros \* a longo prazo?

- Sim
- Não

Após a seção 10 Continuar para a próxima seção

19. Se sim, quais as medidas implementadas? \*  
(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Formação
- Bolsas de Estudo
- Apoios à saúde
- Jardins de infância
- Creches
- Lares de 3º idade
- Seguros especiais (vida, saúde, acidentes pessoais)
- Transportes
- Outros...

20. Das medidas assinaladas na questão anterior, indique as medidas que no seu entender são as mais relevantes.

Texto de resposta longa

21. Se não, quais as razões, na sua ótica?

Texto de resposta curta

22. Gostaria que fosse implementada mais alguma medida? \*

Sim

Não

Após a seção 13 Continuar para a próxima seção

Seção 14 de 21

Título da seção (opcional)



Descrição (opcional)

23. Se sim, diga qual ou quais?

Texto de resposta longa

24. Qual das organizações descritas abaixo, considera que influência as ações da Organização de forma positiva?

(Pode assinalar mais do que uma opção)

Outras organizações

Parcerias Sociais

Governo

Comunidade envolvente

Outros...

25. Qual das organizações descritas abaixo, considera que influência as ações da Organização de forma negativa? \*

(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Outras organizações
- Parcerias Sociais
- Governo
- Comunidade Envolvente
- Outros...

...

26. Considera essencial, para a Organização assumir responsabilidades específicas na... \*

(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Comunidade
- Sociedade civil
- Estabilidade e integração social
- Outros...

27. Quais são as outras preocupações que considera importantes:

Texto de resposta curta

.....

28. De que forma a Organização tem vindo a atuar, ocasional ou frequentemente, no âmbito da Responsabilidade Social? \*

(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Apoio a atividades de caridade
- Participação em grupos de trabalho locais
- Contribuição para melhoria do ambiente da qualidade de vida dos seus membros
- Promoção de iniciativas vocacionais para o ensino/formação
- Oferta de apoios à saúde
- Outros...

29. Sente que a Organização envolve de forma ativa os seus membros nas ações de Responsabilidade Social? \*

- Sim
- Não

30. De que forma a Organização incentiva os membros a participar nas ações de Responsabilidade Social? \*

(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Através do sistema de recompensas
- Divulgação pública dos membros que participam nas ações de Responsabilidade Social
- Atribuição de prémios monetários
- Atribuição de menções honrosas
- Outros...

Após a seção 19 Continuar para a próxima seção ▼

31. Na sua opinião, qual é a importância que a Responsabilidade Social assume dentro da organização? \*

- Muito Importante
- Importante
- Pouco Importante
- Não importante
- Não sei

Após a seção 20 Continuar para a próxima seção ▼

### 5. Observações



Descrição (opcional)

32. Indique sugestões que podem melhorar as ações de Responsabilidade Social da Organização:



Texto de resposta longa

---

# **Anexos**

## Anexo 1 - Seminário



### Declaração de Presença

Para os devidos efeitos, o SGI Portugal declara que **Natália Vanessa Canda Rodrigues** participou no Seminário “*Impacto da Responsabilidade Social na Sustentabilidade das Empresas*”, realizado no dia 3 de novembro de 2022, entre as 9h30 e as 13h00, no Auditório do Metropolitano de Lisboa (Estação de Metro do Alto dos Moinhos).

Lisboa, 3 de novembro de 2022



Assinado por: Luís Filipe  
Natal Marques  
Identificação: B104875444  
Data: 2022-11-07 às 09:47:41

**Luís Natal Marques**  
Presidente do Conselho Diretivo do SIG Portugal

## SEMINÁRIO

### IMPACTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS

Lisboa, 3 de novembro de 2022

Auditório Alto dos Moinhos - Metropolitano de Lisboa



## PROGRAMA

9h30 - 9h45	<b>Sessão de Abertura</b> Vogal do Conselho de Administração do Metropolitano de Lisboa - Helena Campos Presidente do Conselho Diretivo do SGI Portugal - Luís Natal Marques
9h45 - 10h25	<b>Impacto da Nova Diretiva "Corporate Sustainability Reporting Directive" nas Organizações - Estado da Arte</b> Secretário de Estado do Tesouro - João Nuno Mendes Assurance Leader da Deloitte - Nuno Bettencourt
10h25 - 11h25	<b>Taxonomia Verde - Desafios e Oportunidades</b> Sénior Advisor da Greenlab - Luís Rochartre Presidente da EDIA - José Pedro Salema edp - Generation Platform Director H2 & Innovation - Miguel Patena
----- Intervalo	
11h40 - 12h20	<b>A Importância da Gestão Sustentável para aceder a Financiamento</b> Head of Sustainability Knowledge no BCSD Portugal - Maria João Coelho Sustainability Champion in Chief na Systemic - Sofia Santos
12h20 - 12h45	<b>Sessão de Encerramento</b> Secretária Geral do SGI Europe - Valeria Ronzitti Presidente do Conselho Diretivo do SGI Portugal - Luís Natal Marques

#### PROMOTOR:



#### ORGANIZAÇÃO:



mail.google.com

Gmail

Compor

Caixa de entrada 2 984

Com estrela

Suspensão

Importante

Enviado

Rascunhos 63

Categorias

Social 909

Atualizações 2 786

Fóruns

Promoções 25 755

Mais

Marcadores +

sgj

Apresentações dos vários oradores : Seminário "Impacto da Responsabilidade Social na Sustentabilidade das Empresas" / 3 de novembro de 2022 / Auditório Alto dos Moinhos do Metropolitan de Lisboa

geral@sgjportugal.pt terça, 15/11/2022, 11:06

Exmo. (a) Senhor (a) Consulte em <https://sgjportugal.pt/sgj-portugal-avalia-o-impacto-da-responsabilidade-social-na-sustentabilidade-das-empresas/> para visualiz

2

Natalia Rodrigues sábado, 21/01, 18:32

Boa tarde, Será que é possível enviar-me as apresentações pelo we transfer?

geral@sgjportugal.pt segunda, 23/01, 09:03

para mim

Bom dia, Senhora Dra. Natália Rodrigues

Informo que as apresentações foram hoje enviadas pelo we transfer.

Responder Encaminhar

## Anexo 2 - Ações de responsabilidade social



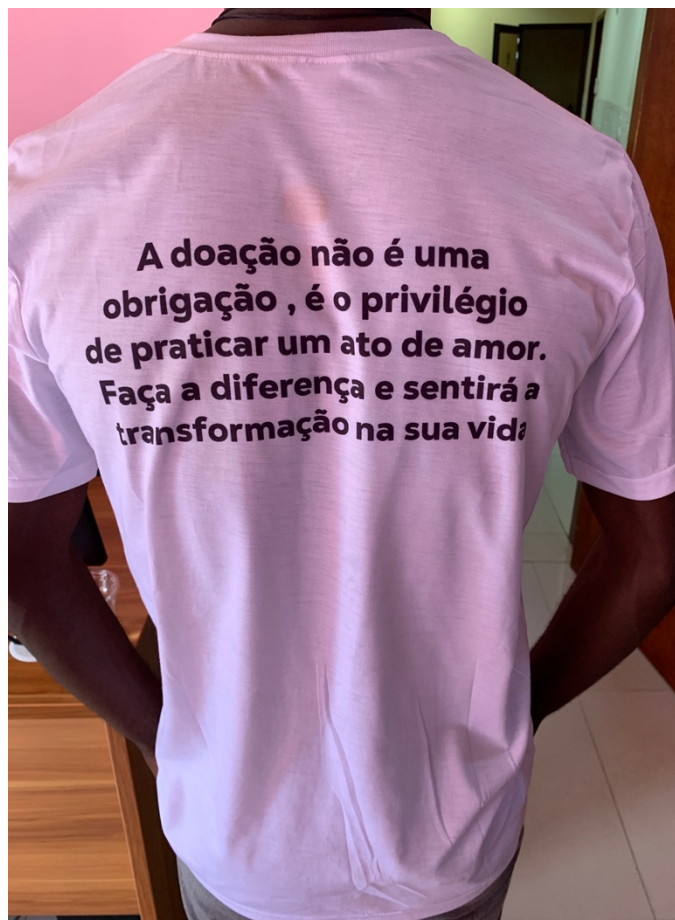
Fonte: Facebook do Ministério Internacional da Paz



Fonte: Facebook Ministério Internacional da Paz



Fonte: Facebook Ministério Internacional da Paz



Fonte: Instagram agcontabilidadedegestao