

UM ESTUDO SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS PORTUGUESAS. ALGUMAS COMPARAÇÕES COM ESPANHA*

José Manuel Moreira

Secção Autónoma de Ciências Sociais, Jurídicas e Políticas
Universidade de Aveiro, Portugal

Arménio Rego

Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial
Universidade de Aveiro, Portugal

Helena Gonçalves

Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Economia e Gestão

Resumo

Expõem-se os resultados de um estudo sobre responsabilidade social das empresas realizado com 123 dirigentes de organizações portuguesas, similar ao levado a cabo em Espanha pela Forética. De entre a profusão de aspectos abordados podem ilustrar-se: (a) a presença e a importância concedida aos códigos de conduta; (b) as relações das empresas com os clientes, os fornecedores, os colaboradores da organização, a envolvente social e ambiental, os investidores/accionistas, a concorrência e as entidades públicas; (c) o papel da União Europeia; (d) as razões pelas quais os dirigentes consideram que as empresas devem prosseguir responsabilidades sociais. São analisadas as respostas dos dirigentes portugueses e estabelecidos alguns cotejos com as respostas dos dirigentes espanhóis ao questionário referente a 2002.

Introdução

O principal objectivo deste texto é o de expor os resultados de um estudo, realizado com os dirigentes de 123 empresas portuguesas, sobre gestão ética e responsabilidade social das mesmas. A sua génese inspiradora é um trabalho similar realizado em Espanha, pela FORÉTICA (Foro para la Evaluación de la Gestión Ética; www.foretica.es), que resultou dos desafios à reflexão lançados pelo Livro Verde da Comissão Europeia intitulado “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”, datado de 18 de Julho de 2001.

Este trabalho de auscultação da situação das empresas portuguesas foi concretizado como fruto da cooperação de três entidades portuguesas preocupadas com esta temática: a *Associação Empresarial de Portugal*, a *Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa* (Porto) e a *Universidade de Aveiro*. A aplicação a Portugal do que havia sido feito

* Este texto é um extracto adaptado do seguinte livro: Rego, A., Moreira, J. M. & Sarrico, C. S. (2003). *Gestão ética e responsabilidade social das empresas - um estudo da situação portuguesa*. Lisboa: Principia.

em Espanha resulta do desejo de conferir à temática uma dimensão ibérica – aliás num quadro que se pretende venha a ter uma expressão europeia mais vasta. É nesta moldura que surgiu a IBERÉTICA – um fórum que se pretende venha a congregar entidades e esforços dos dois países ibéricos e o apoio da Comissão Europeia.

Amostra e procedimentos

O questionário que havia sido aplicado em Espanha, pela FORÉTICA (2002a, 2002b) foi traduzido para a língua portuguesa, mediante trabalho conjunto dos autores deste relatório. Os frutos deste trabalho foram então partilhados com um dos responsáveis espanhóis pela FORÉTICA (Dr. Germán Granda). Mediante um processo de intercâmbio iterativo, procedeu-se a diversas alterações, tendo como fito a consonância semântica luso-espanhola.

Remeteu-se um questionário, por via postal, para o dirigente máximo de 1500 empresas operando em Portugal. Facultou-se aos respondentes um sobrescrito de resposta sem franquia, para remeterem a resposta à Universidade de Aveiro. Participaram no estudo os dirigentes de 123 empresas. A repartição de acordo com a sua dimensão (quantidade de colaboradores) é a seguinte: 33% são dirigentes de empresas com 50 ou menos colaboradores, 48.7% referem-se a empresas com 50-250 colaboradores, e 18.3% provêm de empresas com mais de 250 pessoas. É, pois, notória a predominância de médias empresas, empregando entre 50 e 250 colaboradores. Usando outra categorização: 54% das empresas empregam menos de 100 trabalhadores.

18.3% dos dirigentes são do sexo feminino, divergindo substancialmente da amostra espanhola (33%). A repartição por escalões etários é a seguinte: (a) menos de 35 anos: 25.5%; (b) entre 35 e 45 anos: 36.8%; (c) entre 46 e 55 anos: 25.4%; (d) mais de 55 anos: 12.3% O grupo mais numeroso é, por conseguinte, aquele cujas idades medeiam entre 36 e 45 anos. As empresas participantes enquadram-se em sectores e áreas muito diversos, nomeadamente: construção civil, cerâmica e vidro, fabricação de mobiliário, produtos farmacêuticos, entidades financeiras, segurados, calçado, gás, electricidade, confecções, alimentação e bebidas, moldes, seguros, metalomecânica, serviços de marketing, transportes, serviços de consultoria, tintas, fabricação de produtos químicos, indústrias extractivas, indústria de couro, fabricação de produtos metálicos, comércio por grosso e a retalho, etc.

Atendendo aos endereços facultados pelos respondentes, são mais numerosas as empresas sedeadas nas zonas do Grande Porto e Grande Lisboa. Todavia, identificam-se empresas dispersas por várias zonas do país, designadamente: Aveiro, Anadia, Borba, Braga, Cantanhede, Coimbra, Espinho, Estarreja, Oliveira de Azeméis, S. João da Madeira.

No texto a seguir exposto, serão exibidos os resultados referentes às várias partes do questionário, em grande medida correspondentes aos vários *stakeholders* (partes interessadas, usando a terminologia do Livro Verde) de uma empresa, designadamente: clientes, fornecedores, concorrentes, entidades públicas, accionistas/proprietários, colaboradores, público em geral, entidades públicas. Esta estrutura é também similar à contemplada na Norma SGE 21 da FORÉTICA. Serão expostas algumas comparações entre, por exemplo, empresas de diferentes dimensões, dirigentes de cada sexo, empresas com e sem código de conduta. Embora vários testes estatísticos tenham sido executados, aqui serão apenas expostas as tendências com significância estatística ($p < 0.05$).

Gestão/direcção de topo

As respostas dos inquiridos às questões referentes aos códigos de conduta estão resumidas no quadro 1. Conciliando-a com outros dados pertinentes, eis uma visão sumariada:

- A percentagem de empresas com código de conduta cifra-se em 41.6%, ligeiramente superior à detectada em Espanha (40.6%).
- Os dirigentes de empresas sem código de conduta tendem a considerar que seria importante vir a tê-lo (71.6%) e que se sentiriam apoiados, pela sua organização, para esse efeito (69.8%). Este dado parece contrastar com o detectado em Espanha, onde “as empresas sem Código de Conduta não o consideram importante” (Forética, 2000a, p. 33).
- A grande maioria dos dirigentes (90.9%) considera importante divulgar o código de conduta no interior da organização, mas apenas 53.6% consideram importante publicá-lo no exterior.
- Apenas uma pequena minoria de empresas (10%) possui comité de ética, tendência muito similar à detectada em Espanha, onde apenas 14.2% o perfilham.
- De entre as 45 empresas que têm código de conduta, apenas 9 (20%) possuem comité de ética.
- Apenas 42.6% dos dirigentes de empresas sem comité de ética consideram importante vir a tê-lo, e apenas 52.4% alegam que se sentiriam apoiadas se desejassem estabelecê-lo.
- A percentagem de empresas com códigos de conduta é apenas ligeiramente superior (47% contra 43%) entre as empresas empregando mais de 100 colaboradores. Padrão semelhante se detecta quando se comparam as empresas com mais e com menos de 250 empregados (50% versus 41%).
- Nos restantes sete aspectos desta área de questões, também não foram encontradas diferenças significativas. Detecta-se, porém, uma tendência ligeiramente superior para que os dirigentes de empresas empregando mais de 250 pessoas aleguem que se sentiriam apoiados se desejassem instituir um código de conduta.

Quadro 1
Percentagem de respostas relacionadas com códigos de conduta

	Não	Sim	Não sabe/ Não se aplica	Total
A sua organização tem um código de conduta?	53.1	41.6	5.3	100%
No caso de não o ter, considera que seria importante vir a tê-lo?	9.9	71.6	18.5	100%
Se quisesse instituir um Código de Conduta, sentir-se-ia apoiado pela sua organização?	8.1	69.8	22.1	100%
Se vier a definir ou tiver já definido um Código de Conduta, parece-lhe importante transmiti-lo no seio da sua organização?	1.0	90.9	8.1	100%
E parece-lhe importante publicá-lo no exterior?	34.9	53.8	11.3	100%
A sua organização tem um Comité de Ética?	88.2	10.0	1.8	100%
No caso de não o ter, considera que seria importante para a sua organização criar um para resolver conflitos internos?	38.6	42.6	18.8	100%

Se desejasse estabelecer um Comité de Ética, sentir-se-ia apoiado pela sua organização?	11.4	52.4	36.2	100%
---	------	------	------	------

Relações com clientes

No quadro 2 estão expostas as pontuações médias atinentes à relação das empresas com os clientes. Considerando outros dados pertinentes, eis uma sùmula das matérias mais relevantes:

- Em termos globais, e considerando que a amplitude de cotações se situa entre 1 e 4, os dirigentes consideram que as suas organizações identificam claramente as necessidades dos clientes, oferecem produtos e serviços que satisfazem essas necessidades, expandem os seus compromissos para além do que está contratualmente estabelecido com o cliente.
- Não é tão positiva a menção à existência de uma política transparente de presentes/prendas, favores e cortesias.
- Nas organizações de maior dimensão (mais do que 100 empregados), é mais forte o sentimento de que a empresa identifica claramente as necessidades dos clientes (3.5 *versus* 3.2). Este cotejo não sofre alterações significativas quando se estabelece a fronteira nos 250, nos 500 ou nos 1000 colaboradores.
- Contrariamente ao que foi revelado na amostra espanhola, as empresas com código de conduta não denotam percepções mais positivas relativamente à existência de uma política de presentes/prendas.
- Frise-se que, em Espanha, 89% dos inquiridos alegam que as suas organizações expandem os seus compromissos para além do que está contratualmente estabelecido com o cliente. Este dado converge com o identificado no presente estudo, pois 89.6% dos inquiridos consideram que a afirmação se aplica “muito” ou “completamente” à sua organização.

Quadro 2
Pontuações médias relativas às relações com clientes

	Média	Desvio-padrão
A minha organização identifica claramente as necessidades dos nossos clientes.	3.3	0.6
A minha organização oferece produtos e serviços que satisfazem essas necessidades.	3.3	0.6
Perante problemas nas relações comerciais, a minha organização expande os seus compromissos para além do que está contratualmente estabelecido com o cliente (exemplo: reparação ou troca de produtos defeituosos, trâmites de reclamações, etc.).	3.4	0.7
A minha organização tem uma política transparente de presentes/prendas, favores e cortesias.	3.0	1.0

Relações com fornecedores

O quadro 3 contempla as pontuações médias respeitantes às relações das empresas com os seus fornecedores. Complementando esta informação com outros elementos relevantes, podem ser enunciadas as seguintes tendências:

- Em termos globais, e considerando que a amplitude de cotações se situa entre 1 e 4, os dirigentes consideram que as suas organizações fazem o possível por pagar em devido tempo aos fornecedores, velam para que a informação relativa aos fornecedores seja mantida na confidencialidade e tratam de evitar litígios desnecessários com os fornecedores.
- São menos positivas as pontuações relativas ao intercâmbio de informação constante com os fornecedores, assim como as referentes à consideração de práticas comerciais ou relativas ao meio ambiente na selecção dos fornecedores.
- São ainda menos favoráveis as respostas referentes aos mecanismos que assegurem que os fornecedores não usam mão de obra forçada nem exploração de mão-de-obra infantil, independentemente do país em que actuam.
- Nas organizações com códigos de conduta, é maior a ênfase em dois aspectos: (1) selecção dos fornecedores de acordo com práticas que ultrapassam o preço, a qualidade, as expectativas e a reputação (3.1 *versus* 2.8); (2) aplicação de mecanismos que permitam assegurar que os fornecedores não usam mão-de-obra forçada nem exploração de mão-de-obra infantil, independentemente do país em que actuam (2.9 *versus* 2.2).
- Nas organizações de maior dimensão (mais do que 100 empregados), parece haver maior preocupação para que a informação relativa aos fornecedores seja mantida sob o manto da confidencialidade (3.4 *versus* 3.2).
- Os dirigentes de empresas com dimensão superior a 1000 empregados alegam, porém, que as suas organizações são menos inclinadas a pagar em devido tempo aos fornecedores (3.0 *versus* 3.4) e menos evitadoras de conflitos desnecessários com os fornecedores (3.5 *versus* 3.1). Este cotejo é, todavia, estatisticamente frágil – já que apenas 7 organizações atingem aquela dimensão. Mas parece convergir com o colhido em Espanha.

Quadro 3
Pontuações médias relativas às relações com fornecedores

	Média	Desvio-padrão
Na selecção dos fornecedores, para além do preço, da qualidade, das expectativas e da reputação, na minha organização tomam-se em consideração outros factores como as práticas comerciais ou as relativas ao meio ambiente.	2.9	0.7
A minha organização aplica mecanismos para assegurar que os nossos fornecedores não usam mão de obra forçada nem exploração de mão-de-obra infantil, independentemente do país em que actuam.	2.5	1.1
A minha organização faz o possível por pagar em devido tempo aos fornecedores.	3.4	0.6
A minha organização vela para que a informação relativa aos nossos fornecedores seja mantida na confidencialidade.	3.3	0.6
A minha organização trata de evitar litígios desnecessários com os fornecedores.	3.4	0.6
Na minha organização existe um intercâmbio de informação constante com os fornecedores.	3.1	0.6

No cotejo entre os dados espanhóis e os aqui expostos, dois elementos adicionais merecem saliência:

- Entre os dirigentes espanhóis, 65.3% reportam que as suas organizações, na selecção de fornecedores, tomam em consideração práticas comerciais ou relativas ao meio ambiente na selecção dos fornecedores. Em Portugal, 71.1% dos inquiridos referem que a afirmação se aplica “muito” ou “muitíssimo” às suas organizações.
- Perante a pergunta sobre se as empresas empregam mecanismos para assegurar que os fornecedores não recorrem a mão de obra infantil e/ou forçada, em Espanha, 42.7% dos dirigentes registam que tal não acontece. Embora os dados não sejam completamente comparáveis (as escalas de respostas era distintas), registre-se que, em Portugal, 58.3% dos inquiridos consideram que a afirmação se aplica pouco ou nada às respectivas organizações.

Relações com as pessoas que integram a organização (e público em geral)

As pontuações médias emergentes das respostas dos dirigentes acerca das relações da empresa com os seus colaboradores e o público em geral estão exibidas no quadro 4. Eis, em súmula, a sua interpretação, quando combinada com alguns elementos adicionais:

- Globalmente, e no quadro de cotações situadas entre 1 e 4, os dirigentes consideram que as suas organizações realizam as operações com a máxima consideração pela segurança e higiene dos seus empregados, assim como do público em geral. Alegam, também, que as suas organizações têm uma política de contratação imparcial, transparente e baseada em critérios objectivos.
- Esta tendência favorável é menos vincada no que concerne à aplicação de critérios homogéneos em matéria de acesso à informação e de promoção profissional das pessoas. É ainda menos positiva no que respeita ao estabelecimento de vias de diálogo e informação para que as pessoas dirimam as suas queixas ou conflitos internos.
- A cotação mais baixa refere-se à existência de mecanismos para resolver internamente situações de assédio ou discriminação. As mulheres dirigentes são, aliás, ainda mais pessimistas do que os seus congéneres masculinos (1.9 *versus* 2.4).
- O grau em que a organização realiza operações com a máxima consideração pela protecção do público em geral é também considerado significativamente menos elevado entre as mulheres do que entre os homens (3.1 contra 3.4).
- Nas organizações com códigos de conduta, é maior a ênfase em três aspectos: (1) realização de operações tendo em atenção a segurança e higiene dos empregados (3.6 *versus* 3.3); (2) estabelecimento de vias de diálogo e informação para que as pessoas dirimam as suas queixas ou conflitos internos (3.2 *versus* 2.8); (3) desenvolvimento de mecanismos para resolver internamente situações de assédio ou discriminação (2.6 *versus* 2.1).

Alguns elementos de cotejo com os dados espanhóis merecem citação:

- Entre os dirigentes espanhóis, 87.8% afirmam que as respectivas organizações realizam as operações com a máxima consideração pela segurança e higiene dos seus empregados. Algo distintamente, 99% dos portugueses alegam que essa afirmação se aplica “muito” ou “completamente” às suas empresas.
- Entre a amostra espanhola, 80% dos dirigentes reporta haver nas suas empresas uma política de contratação imparcial, transparente e baseada em critérios objectivos. Entre os portugueses, 94.8% afirmam que a afirmação se aplica “muito” ou “completamente” às respectivas organizações.
- No seio da amostra espanhola, 56.6% dos respondentes afirma haver mecanismos para resolver internamente situações de assédio ou discriminação. Em Portugal, apenas 37.8% alegam que a afirmação se aplica “muito” ou “completamente” às suas empresas.

Quadro 4

Cotações médias relativas às relações com as pessoas que integram a organização (e público em geral)

	Média	Desvio-padrão
A minha organização realiza as suas operações com a máxima consideração pela segurança e higiene dos seus empregados.	3.4	0.5
A minha organização realiza as suas operações com a máxima consideração pela protecção do público em geral.	3.4	0.6
A minha organização tem uma política de contratação imparcial, transparente e baseada em critérios objectivos.	3.4	0.6
A minha organização aplica critérios homogéneos no que diz respeito ao acesso à informação e à promoção profissional das pessoas.	3.2	0.6
A minha organização estabeleceu vias de diálogo e informação para que as pessoas dirimam as suas queixas ou conflitos internos.	2.9	0.7
A minha organização desenvolveu mecanismos para resolver internamente situações de assédio ou discriminação.	2.3	1.0

Relações com a envolvente social e ambiental

O quadro 5 representa as respostas dos dirigentes às questões relativas à envolvente social das empresas (e.g., publicidade, ambiente, acções filantrópicas). Cruzando estes elementos com outros igualmente relevantes, algumas tendências podem ser detectadas:

- Cifra-se em apenas 14% (contra 31.8% em Espanha) a quantidade de empresas com código de ética em matéria de publicidade. Das 14 organizações com tal código, 13 têm código de conduta. Parece, por conseguinte, que as empresas com código de conduta são, também, as mais propensas ao desenvolvimento de um código de publicidade. Este dado é consonante com o colhido em Espanha, embora aí “apenas” 57.2% das empresas perfilhando código de conduta têm código de ética publicitário.

- Todavia, a grande maioria dos dirigentes de empresas que não possuem tal código (77.9%) alegam que a publicidade das suas organizações é ética (63.4% em Espanha).
- A percentagem de dirigentes que considera que a problemática relativa ao meio ambiente está integrada na tomada de decisões da sua organização atinge 82.5% (contra 57.8% em Espanha). Esta percentagem é superior entre os homens (87%), denotando as mulheres (62%) menos optimismo.
- Cifra-se em 77.2% (*versus* 57.8% em Espanha) a percentagem de dirigentes que considera que a sua organização adopta planos de prevenção de riscos para o meio ambiente aquando do projecto ou utilização das suas instalações.
- Quase 51% dos dirigentes (42.2% em Espanha) afirmam que a sua organização realiza acções de apoio financeiro ou de outro tipo (dias de voluntariado dos seus colaboradores, etc.) a organizações de beneficência ou filantrópicas ao serviço da sociedade.

Quadro 5 **Relações das empresas com a envolvente social**

	Não	Sim	Não sabe/ Não se aplica	Total
1. Na sua organização, existe um Código de Ética em matéria de publicidade?	67,5	14	18,5	100%
2. No caso de não existir, considera que a publicidade da sua organização é ética? (verdadeira, não sexista, etc.)	1.9	77.9	20.2	100%
3. Considera que a problemática relativa ao meio ambiente está integrada na tomada de decisões da sua organização?	9.6	82.5	7.9	100%
4. No projecto ou utilização das suas instalações, foram estabelecidos planos de prevenção de riscos para o meio ambiente?	11.4	77.2	11.4	100%
5. Existem planos de poupança, optimização e recuperação de recursos para as fábricas e centros de trabalho?	20.4	56.6	23.0	100%
6. A sua organização realiza acções de apoio financeiro ou de outro tipo (dias de voluntariado dos seus colaboradores, etc.) a organizações de beneficência ou filantrópicas ao serviço da sociedade?	42.1	50.9	7.0	100%

Relações com os investidores/accionistas

No quadro 6 são consagradas as pontuações médias respeitantes à relação das empresas com os investidores/accionistas. Quanto tomadas num quadro de elementos mais vasto, algumas tendências são identificadas:

- Globalmente, os dirigentes tendem a manifestar grande desconhecimento de situações que criaram conflitos de interesses, favorecendo interesses particulares em detrimento do interesse da organização (tendência igualmente verificada em Espanha).
- Os dirigentes de organizações com códigos de conduta alegam um desconhecimento ainda superior (1.3 *versus* 1.6).

- Em geral, os inquiridos denotam fraco sentido de que as suas organizações tenham desenvolvido mecanismos para evitar este tipo de situações (tendência também vigente em Espanha).
- Revelam moderada percepção de que a organização informa convenientemente os investidores/accionistas quando a gestão da mesma é submetida a auditorias de qualquer tipo ou a procedimentos judiciais.
- O mesmo ocorre no que concerne ao estabelecimento de um sistema de comunicação transparente com os investidores/accionistas.
- Os dirigentes de empresas de maior dimensão (mais do que 100 empregados) referem mais fortemente que as suas organizações: (a) desenvolvem mecanismos para evitar conflitos de interesses (2.7 versus 2.1); (b) informam convenientemente os investidores/accionistas quando a gestão da mesma é submetida a auditorias de qualquer tipo ou a procedimentos judiciais (3.3 versus 2.5); (c) têm estabelecido um sistema de comunicação transparente com os investidores/accionistas (3.6 versus 2.7). Esta tendência reitera-se quando se giza a fronteira nos 250, 500 ou 1000 colaboradores.

Quadro 6
Cotações médias relativas às relações com os investidores/accionistas

	Total	Menos de 100 empregados	Mais de 100 empregados
Na minha organização, tenho tido conhecimento de situações que criaram conflitos de interesses, favorecendo interesses particulares em detrimento do interesse da organização (Por exemplo: ter um interesse económico pessoal num cliente, distribuidor, concorrente ou fornecedor).	1.4 (0.6)	1.3 (0.5)	1.5 (0.6)
A minha organização desenvolveu mecanismos para evitar este tipo de situações.	2.3 (1.1)	2.1 (1.1)	2.7 (1.1)
A minha organização informa convenientemente os investidores/accionistas quando a gestão da mesma é submetida a auditorias de qualquer tipo ou a procedimentos judiciais.	2.9 (1.2)	2.5 (1.2)	3.3 (0.9)
A minha organização tem estabelecido um sistema de comunicação transparente com os investidores/accionistas.	3.1 (1.1)	2.7 (1.2)	3.6 (0.7)

Entre parêntesis: desvios-padrão

Relações com a concorrência

As relações da empresa com os seus concorrentes, tal como percepcionadas pelos inquiridos, estão representadas no quadro 7. Sumariamente, e tendo em atenção alguns elementos adicionais, pode referir-se o seguinte:

- Em termos globais, e considerando que a amplitude de cotações se espalha entre 1 e 4, pode afirmar-se que os dirigentes denotam fortes convicções de que as suas organizações são leais com a concorrência confiando basicamente na qualidade e demais qualidades (atributos) dos seus (respectivos) produtos/serviços.

- Mas são bastante menos favoráveis as percepções de que as suas organizações recebem idêntico tratamento da parte dos concorrentes.
- Este diferencial foi igualmente identificado em Espanha: 86% dos dirigentes espanhóis referiram que as suas empresas são leais com os concorrentes, mas apenas 41% assinalaram que receberam tratamento recíproco.
- Os inquiridos denotam fortes convicções de que as suas organizações evitam divulgar informação falsa ou tendenciosa contra os seus concorrentes.
- É bastante menos positiva a referência à participação da organização a associações e instituições de interesse público.

Quadro 7

Cotações médias relativas às relações com a concorrência

	Média	Desvio-padrão
1. A minha organização é leal com a concorrência confiando basicamente na qualidade e demais qualidades (atributos) dos seus (respectivos) produtos/serviços.	3.3	0.6
2. A minha organização recebe o mesmo tratamento da parte dos concorrentes.	2.4	0.7
3. A minha organização pertence a associações e instituições de interesse público.	2.6	1.2
4. A minha organização evita divulgar informação falsa ou tendenciosa contra os seus concorrentes.	3.6	0.8

Relações com as entidades públicas

O quadro 8 expõe, graficamente, as percepções dos dirigentes acerca da relação das empresas com as entidades públicas. Se atentarmos em elementos adicionais relevantes, eis os aspectos merecedores de maior ênfase:

- A grande maioria dos dirigentes (92.2%) alega que as suas organizações cumprem com todas as obrigações que as entidades públicas exigem (88.7% em Espanha).
- São quase 67% os inquiridos que consideram que a sua organização tem uma política transparente no que diz respeito aos convites dirigidos a funcionários dessas entidades para cerimónias, eventos, certames, etc. (56.8% em Espanha).
- As percepções acerca do comportamento das entidades públicas são todavia menos favoráveis. Desde logo, 67.5% dos inquiridos considera que as entidades públicas não fazem uma utilização adequada dos recursos públicos para que são destinados (subsídios, etc.). Esta percentagem é bastante superior à Espanhola (44.3%).
- Cifra-se em 57% a percentagem dos que consideram que as entidades públicas não agem de modo a que todas as organizações que actuam no mercado tenham as mesmas oportunidades/possibilidades de contratar com elas (52.8% em Espanha).

- Quase 23% de dirigentes consideram que as entidades públicas desenvolvem actividades de concorrência desleal com o sector em que a sua organização se insere (36.9% em Espanha).
- Algumas diferenças foram encontradas no que concerne à existência de uma política transparente de convites dirigidos a funcionários dessas entidades para cerimónias, eventos, certames. Assim, as mulheres são menos optimistas do que os homens: apenas 52% de dirigentes do sexo feminino alega que essa política existe, atingindo tal percentagem o valor de 69% entre os seus congéneres masculinos. Reitera-se, por conseguinte, o menor optimismo ético das mulheres.
- Um maior optimismo é igualmente encontrado entre as empresas de maior dimensão (mais do que 100 empregados), relativamente às de menor dimensão (77% versus 56%).

Quadro 8
Relações com as entidades públicas

	Não	Sim	Não sabe/ Não se aplica	Total
Tem a percepção de que a sua organização cumpre com todas as obrigações que as entidades públicas exigem?	7.0	92.2	0.8	100%
Considera que a sua organização tem uma política transparente no que diz respeito aos convites dirigidos a funcionários dessas entidades para cerimónias, eventos, certames, etc.?	1.8	66.7	31.5	100%
Crê que as entidades públicas fazem uma utilização adequada dos recursos públicos para que são destinados? (subsídios, etc.)	67.5	13.2	19.3	100%
Considera que as entidades públicas tendem a desenvolver actividades de concorrência desleal com o sector em que a sua organização se insere?	57.0	22.8	20.2	100%
Considera que as entidades públicas agem de modo a que todas as organizações que actuam no mercado tenham as mesmas oportunidades/possibilidades de contratar com elas?	65.8	17.5	16.7	100%

A fraca valoração da actuação ética das entidades públicas em geral antes evidenciada é renovada quando os inquiridos são convidados a cotá-la numa escala de 1 a 10. Na verdade, a grande maioria dos dirigentes (70%) atribui uma notação igual ou inferior a 5. Este dado reflecte-se na média global, que se situa em 4.8 (desvio-padrão: 1.9). Verifica-se, todavia, haver uma atitude diferente entre os dirigentes de maiores empresas relativamente aos das organizações mais pequenas. A título ilustrativo, a cotação atinge 5.6 entre as organizações com mais de 250 empregados, cifrando-se em 4.6 para as restantes. Genericamente, as opiniões dos dirigentes portugueses são similares às dos espanhóis, embora ligeiramente mais pessimistas/desfavoráveis.

Papel da União Europeia

Quando os dirigentes são confrontados com a questão de se saber quais as acções que a União Europeia poderia tomar, para fomentar o desenvolvimento da RSE a nível europeu e mundial, as respostas são as seguintes (*vide* quadro 9):

- As duas acções consideradas mais urgentes são: (1) o fomento de programas de formação e actualização/reciclagem, para garantir que os gestores tenham as competências necessárias para promover e desenvolver a responsabilidade social (35%); (2) a elaboração de um quadro europeu geral (e.g., uma norma de adesão voluntária) tendente a promover a transparência e as boas práticas em matéria de responsabilidade social (25%). Globalmente, estas duas percentagens coincidem com as espanholas (31.3% e 20.5%, respectivamente).
- As três acções consideradas mais importantes a médio prazo são: (1) a elaboração de um quadro europeu geral tendente a promover a transparência e as boas práticas em matéria de RSE (26%); (2) o fomento de programas de formação e actualização/reciclagem, para garantir que os gestores tenham as competências necessárias para promover e desenvolver a RSE (24%); (3) o fomento e apoio do intercâmbio de informação e o consenso sobre as boas práticas em matéria de avaliação e controlo da RSE (21%).
- A acção catalogada como possuidora de maior impacte na sociedade é o lançamento de campanhas de sensibilização e a organização de fóruns de debate (36%).
- Globalmente, as duas acções mais enfatizadas são: (1) o fomento de programas de formação e actualização para garantir que os gestores tenham as competências necessárias para promover e desenvolver a RSE (referida por 71% dos inquiridos); (2) a elaboração de um quadro europeu geral tendente a promover a transparência e as boas práticas em matéria de RSE (65%).

Quadro 9

Acções que, segundo os dirigentes, a UE pode tomar para fomentar a RSE a nível europeu e mundial

	Qual seria a mais urgente?	Qual seria a mais importante a médio prazo?	Qual teria mais impacte na sociedade?
Elaborar um quadro europeu geral (e.g., uma norma de adesão voluntária) tendente a promover a transparência e as boas práticas em matéria de responsabilidade social.	25	26	14
Fomentar e apoiar o intercâmbio de informação e o consenso sobre as boas práticas em matéria de avaliação e controlo da responsabilidade social das empresas.	11	21	5
Fomentar experiências piloto nas empresas.	12	12	17
Atribuir subsídios para a implementação de estratégias de responsabilidade social.	7	8	16
Lançar campanhas de sensibilização e organizando <i>forums</i> de debate.	11	9	36
Fomentar programas de formação e actualização/reciclagem, para garantir que os gestores tenham as competências necessárias para promover e desenvolver a responsabilidade social.	35	24	12
Total	100%	100%	100%

Razões para as empresas assumirem responsabilidade social

As respostas à questão sobre qual a razão principal que pode levar a organização a assumir responsabilidades sociais estão representadas no quadro 10. As principais linhas que dele se podem extrair são as seguintes:

- Globalmente, 56% dos inquiridos afirmam que “é isso que se deve fazer”, e 35% refere que ela “é uma boa estratégia”. O primeiro valor é muito semelhante ao encontrado em Espanha (58%), embora o mesmo não suceda a respeito do segundo (15%).
- As dirigentes enfatizam mais do que os seus congéneres masculinos a expressão “é isso que se deve fazer”, ocorrendo o oposto no que concerne a ser “uma boa estratégia”.
- Os dirigentes que melhor valoram a actuação ética das entidades públicas também referem mais frequentemente a primeira razão, e menos a segunda.
- Embora tal não conste do quadro, os dados também sugerem que os dirigentes com idade superior a 40 anos, relativamente aos mais novos, referem mais frequentemente a primeira razão (65% *versus* 49%).

Quadro 10

Razão principal que, no entender dos dirigentes, pode levar a organização a assumir responsabilidades sociais

	Sexo			Valoração da atitude ética das entidades públicas	
	Total	Homens	Mulheres	<5	>5
É isso que se deve fazer.	56.1	55	65	51	65
É comercialmente vantajoso.	5.6	5	5	6	3
É uma boa estratégia.	34.6	38	20	40	25
É rentável.	3.7	2	10	4	7
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Relatórios atinentes a critérios ambientais e sociais

Quando indagados sobre se consideram importante que as suas organizações apresentem nos seus relatórios anuais destinados aos accionistas, para além do balanço económico, resultados relativos a critérios ambientais e sociais, os dirigentes facultaram a seguintes respostas (*vide* quadro 11):

- A maior parte (65%) considera que esses relatórios são muito importantes.
- Cifra-se em 14% a percentagem de dirigentes que os toma como muitíssimo importantes – valor que ascende ao dobro entre os dirigentes de empresas que têm códigos de conduta.
- Essa percentagem é igualmente superior entre os dirigentes de empresas com mais de 100 empregados (22% *versus* 9% entre os dirigentes de organizações mais pequenas).

- Em termos globais, e considerando as somas das percentagens relacionadas com as duas posições superiores da escala de importância, estas tendências são semelhantes às detectadas em Espanha.

Quadro 11

Importância atribuída à divulgação de relatórios atinentes a critérios ambientais e sociais

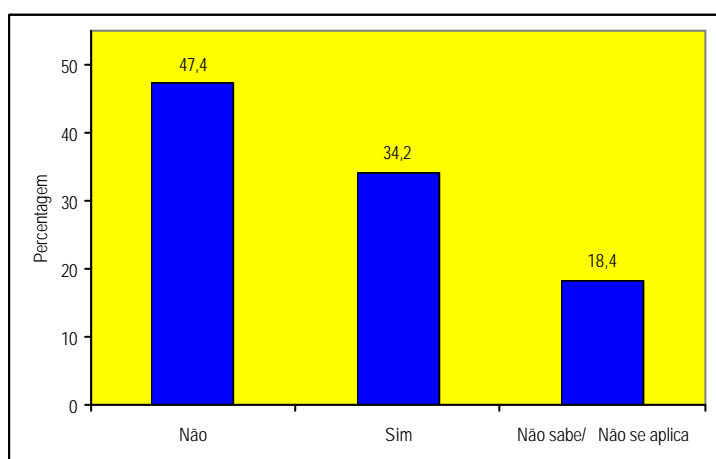
	Não considero nada importante	Considero pouco importante	Considero muito importante	Considero muitíssimo importante	Total
Total	4.4	16.7	64.9	14.0	100%
Organizações com códigos de conduta	4.0	13.0	55.0	28.0	100%
Organizações sem códigos de conduta	2.0	19.0	74.0	5.0	100%

Valorização excessiva, pelos accionistas, dos dividendos/lucros

No que concerne à percepção, pelos dirigentes, da importância que os accionistas conferem aos lucros, as respostas estão sumariadas na figura 1. Verifica-se que 34.2% dos inquiridos consideram que os accionistas valorizam excessivamente os lucros – percentagem bastante superior à detectada em Espanha (19%). Não foram detectadas diferenças significativas entre os dirigentes de diferentes sexos, entre os oriundos de empresas de diferentes dimensões, ou entre os que actuam em empresas com *versus* sem código de conduta.

Figura 1

Percepção, pelos dirigentes, de que os accionistas valorizam excessivamente os lucros



Agentes e interlocutores principais – encontros a vários níveis para definir as bases de obrigações das empresas

Os dirigentes foram convidados a responder a duas questões relacionadas com os agentes e interlocutores principais em matéria de definição das bases de obrigações das empresas:

- A que nível considera que deveriam realizar-se encontros entre empresas, associações, administrações públicas (entidades públicas), sindicatos e organizações não governamentais para definir as bases das obrigações das empresas em matéria de responsabilidade social?
- Esses encontros devem ser realizados nos planos sectorial ou multisectorial?

As respostas à primeira indagação estão expostas no quadro 12, e podem ser assim sumariadas:

- A maioria considera que os encontros devem realizar-se a nível nacional (38.7%) e internacional (31.5%).
- As dirigentes denotam maior preferência pelos encontros locais do que os seus congéneres masculinos (19% versus 2%), o inverso ocorrendo com os encontros regionais e nacionais (29% versus 42%).
- Os dirigentes com menos de 40 anos valorizam relativamente mais a vertente internacional, ao passo que os de idade superior conferem maior ênfase relativa aos encontros nacionais.

Quadro 12

Nível a que devem realizar-se os encontros entre as empresas e os seus interlocutores principais

	Total	Homens	Mulheres	Idade < 40 anos	Idade > 40 anos
Internacional	32	29	33	42	19
Nacional	39	42	29	29	46
Regional	24	27	19	21	31
Local	5.4	2	19	8	4
Total	100%	100%	100%	100%	100%

As respostas à segunda questão estão expostas no quadro 13, e podem ser assim sumariadas:

- Existe um grande equilíbrio entre as preferências por encontros sectoriais e multisectoriais.
- Os dirigentes do sexo feminino revelam, porém, uma preferência superior aos masculinos pelos encontros sectoriais.
- Os dirigentes que valoram melhor a actuação ética das entidades públicas denotam preferência superior pelos encontros multisectoriais. Idêntica preferência é manifestada pelos dirigentes de empresas com mais de 250 colaboradores.

Quadro 13

Preferências por encontros sectoriais ou multisectoriais

Sexo	Valoração da atitude ética das	Nº de colaboradores
------	--------------------------------	---------------------

	Total	Homens	Mulheres	entidades públicas		Menos de 250	Mais de 250
				<5	>5		
Sectorial	52	46	62	56	33	53	35
Multisectorial	48	54	38	44	67	47	65
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Avaliação da responsabilidade social e eficácia de diversas práticas de assunção da mesma

Da resposta à indagação sobre qual o método mais eficaz para avaliar a responsabilidade social das organizações podem ser extraídas as seguintes linhas fundamentais (quadro 14):

- Cifra-se em 43.4% a percentagem de dirigentes que prefere a adopção de uma norma ética do tipo ISO 9000 (certificação da qualidade). A maioria prefere, porém, normas mais flexíveis. Estas percentagens são bastante similares às colhidas em Espanha.
- Esta percentagem difere consoante a empresa tem ou não código de conduta, sendo mais elevada no primeiro caso.
- É também maior entre as empresas com mais de 100 colaboradores (tendência que reitera a verificada em Espanha).

Quadro 14
Opiniões dos dirigentes sobre a eficácia de dois métodos de avaliação da responsabilidade social

	Total	Sem código de conduta	Com código de conduta	Menos de 100 colaboradores	Mais de 100 colaboradores
Uma norma ética do tipo ISO 9000 (normas de certificação da qualidade).	43	39	51	38	48
Normas mais flexíveis no que respeita à sua aplicação no âmbito sectorial, geográfico, etc.	57	61	49	62	52
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Perante a opção pela principal prática que permite às empresas assumir e gerir a sua responsabilidade social, os dirigentes denotaram as seguintes tendências (quadro 15):

- Globalmente, os inquiridos tendem a optar pelos sistemas de gestão (32%) e pelos códigos de conduta ou declarações de valores (22%). Em Espanha, a preferência pelos sistemas de gestão é mais notória (43.4%), e a opção pelos códigos de conduta cifra-se em 29.3%.
- Os dirigentes de empresas ã seguidoras de um código de conduta denotam menos preferência por este método (15% *versus* 27%), havendo 46% que revelam inclinar-se para os sistemas de gestão.
- A preferência pelos sistemas de gestão abarca 50% dos dirigentes de empresas com mais de 250 colaboradores, e apenas 28% dos que dirigem empresas de menor dimensão.

Quadro 15

Principal prática que permite às empresas assumir e gerir a sua responsabilidade social

	Total	Sem código de conduta	Com código de conduta	Menos de 250 colaboradores	Menos de 250 colaboradores
Códigos de conduta e Credos ou Declarações de valores	22	27	15	23	20
Relatórios respeitantes à sustentabilidade	4	2	4	4	0
Comités de ética	4	4	2	5	0
Acções de solidariedade e contribuições para as Organizações não governamentais	8	11	6	11	0
Sistemas de gestão (por exemplo, ambientais ou de prevenção de riscos)	32	21	46	28	50
Procedimentos formais de natureza social e ecológica	10	14	7	8	15
Investimento socialmente responsável	20	21	20	22	15
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Algumas reflexões e conclusões

Os dados atrás expostos são abundantes, pelo que a sua consideração exaustiva poderia tornar penosa a interpretação. Proceder-se-á, então, a uma abordagem breve do que de mais significativo deles transparece. Eis, pois, alguns elementos de mais meritória citação:

- Cerca de 42% dos dirigentes afirma que as suas empresas perfilham um código de conduta. Esta percentagem, muito próxima da verificada em Espanha, afigura-se positivamente surpreendente – pelo menos se atendermos à reduzida expressão mediática da sua existência, e até à pequena ênfase que, em geral, as empresas devotam à sua divulgação externa. Todavia, não é possível saber se o dado percentual é representativo da situação portuguesa – pois é verosímil a hipótese de os dirigentes de empresas com códigos de conduta serem mais propensos e estarem mais sensibilizados para participar em estudos como este a que estamos a reportar-nos. Este risco foi explicitado do mesmo modo por Langlois e Schlegelmilch (1990), num estudo abarcando empresas da Europa e dos EUA.
- Merece citação o facto de, entre os dirigentes de empresas sem código de conduta, 72% considerarem importante virem a tê-lo. Esta relevância é superior à detectada em Espanha – facto cuja explicação pode dever-se a diferentes concepções sobre o significado e o papel de tais documentos.
- A menção anteriormente feita à pequena ênfase externa que, em geral, as empresas devotam à sua divulgação externa parece receber alguma confirmação

neste estudo. Com efeito, apenas metade dos inquiridos de empresas sem código de conduta considera relevante a sua divulgação no exterior. Esta tendência não deixa de merecer reflexão aprofundada, pois a RSE é, por natureza, extensiva a clientes, fornecedores, comunidade em geral, autoridades públicas e outros *stakeholders* externos. É possível que esta relativa desconsideração pela divulgação externa se deva a alguma ausência de sensibilização para a matéria – o que, só por si, parece justificar que se adoptem iniciativas de divulgação, de sensibilização e de promoção da RSE, quer ao nível académico, empresarial ou governamental, quer em termos locais, nacionais ou europeus.

- É extensa a percentagem de dirigentes que considera que as suas organizações identificam claramente as necessidades dos clientes e expandem os seus compromissos para além do está contratualmente estabelecido. Mas não é tão veemente o grau em que consideram haver um política transparente de presentes, favores e cortesias.
- Os inquiridos reportam que as suas empresas fazem o possível por pagar em devido tempo aos fornecedores, velam pela confidencialidade das informações a eles respeitantes, e tratam de evitar litígios desnecessários. É, porém, menos vincada a existência de mecanismos que assegurem que os fornecedores não usam mão-de-obra infantil e/ou forçada. Parece, por conseguinte, detectar-se a tendência para que as empresas entendam que esta é uma matéria que apenas ao fornecedor diz respeito. Assim sendo, parece incumprir-se um dos nove princípios enunciados pelo Pacto Global das Nações Unidas, bem como o ponto 9 da norma SA 8000 – evitar ser cúmplice com a violação de direitos humanos.
- Ainda a respeito da relação com os fornecedores, merecem sublinhado dois aspectos. Primeiro: as empresas com códigos de conduta denotam maiores considerações de responsabilidade social. Segundo: as empresas de maior dimensão são menos inclinadas a pagar em devido tempo aos fornecedores e menos evitadoras de litígios.
- Este maior pendor de responsabilidade social das empresas com códigos de conduta reitera-se noutras matérias – o que parece denotar que a existência desses documentos não é despicienda para o funcionamento das organizações e para o seu relacionamento com os diversos *stakeholders*.
- Globalmente, os dirigentes são bastante optimistas no que concerne à assunção de diversas responsabilidades sociais da empresa perante os empregados. Mas são menos peremptórios no que toca à aplicação de critérios homogêneos em matéria de acesso à informação e de promoção profissional das pessoas. São-no ainda menos no que concerne ao estabelecimento de vias de diálogo e informação tendentes a dirimir queixas e conflitos. E denotam uma especial menção desfavorável aos mecanismos de resolução de situações de assédio ou discriminação – matéria em que os espanhóis expressam percepção mais positiva.
- Nesta última matéria, os dirigentes do sexo feminino expressam uma opinião mais desfavorável do que os seus congêneres masculinos. Tal pendor mais pessimista é reiterado, como se verá mais adiantes, noutras matérias. Uma das explicações possíveis para este diferencial poderia situar-se na especificidade das empresas em que as mulheres abrangidas por este estudo exercem funções. Embora tal hipótese explicativa não mereça ser descartada *ab initio*, deve notar-se que este maior pessimismo feminino tem sido identificado noutros estudos, incluindo num efectuado pelos autores deste texto (Rego & Moreira, 2002).

- Globalmente, os dirigentes reportam que as organizações operam num quadro de preocupações com a protecção do público em geral – mas esta é uma das citadas matérias em que as dirigentes são menos optimistas do que os seus pares masculinos.
- É bastante reduzida a percentagem de empresas com código de ética no campo da publicidade. Ademais, entre as que o possuem, a grande maioria perfilha um código de conduta. Por conseguinte, o código de ética publicitária parece não existir fora do quadro mais vasto do código de conduta. Esta situação não impede, porém, que os dirigentes considerem que, em termos gerais, a publicidade das suas empresas é ética.
- É bastante elevada a percentagem de dirigentes que considera que as questões ambientais estão insertas nas decisões organizacionais – mas, entre as mulheres, este optimismo é menos evidente.
- Cerca de metade dos inquiridos expressa a ideia de que as suas organizações realizam acções de cidadania e filantrópicas beneficiadoras da sociedade em geral e de instituições sociais em particular.
- No que concerne às relações com os accionistas/proprietários e investidores, os dirigentes inquiridos (especialmente os que dirigem organizações com códigos de conduta) alegam, em termos gerais, desconhecer a existência de situações de conflitos de interesses que favoreçam interesses particulares em detrimento dos da organização. Mas é também ténue a percepção de que as organizações desenvolvem mecanismos para evitá-las. Globalmente, parece haver moderada tendência das empresas para informar estes *stakeholders* – embora, nessa matéria, a actuação das empresas de maior dimensão seja mais favorável/”responsável”. Esta diferença deve, no entanto, ser interpretada cautelosamente – pois é verosímil supor que os proprietários de pequenas e médias empresas tomem contacto espontâneo com tais informações pela via do exercício de funções de gerência/direcção.
- Quando indagados sobre se os accionistas valorizam excessivamente os dividendos/lucros, apenas 34% respondem afirmativamente – mas a tendência espanhola é claramente menos enfática (19%). Será este dado um sinal de que os proprietários espanhóis, relativamente aos portugueses, estão mais conscientes do crescimento a prazo e do desenvolvimento sustentável?
- Na relação das empresas com os seus concorrentes, a percepção parece ser a da não reciprocidade. Ou seja, os inquiridos consideram que as suas organizações são leais com a concorrência, mas que não recebem tratamento idêntico. Esta tendência pode, porventura, ser interpretada à luz do conceito de “ vaidade ética” (Tyson, 1992), cujo significado é o seguinte: os indivíduos tendem a ver-se a si próprios como agindo de modo mais ético do que os seus pares. Parece haver razões para presumir que esta crença encoraja a conduta não-ética e contribui para a degeneração da ética nos negócios. Embora o conceito tenha vindo a ser aplicado no plano individual, parece legítimo transpô-lo para o plano organizacional. Se a hipótese for correcta, então é de supor-se que esta “ vaidade ética organizacional” pode induzir comportamentos nos negócios menos socialmente responsáveis.
- A grande maioria dos dirigentes considera que cumpre as suas obrigações perante as entidades públicas. É também elevada a percentagem dos que considera haver nas organizações uma política transparente em matéria de

convites dirigidos a funcionários desses serviços. Mas é bastante menos numerosa a quantidade de inquiridos que alega haver comportamento ético da contraparte pública. Um indicador ilustrativo claro é facultado pela pontuação que os dirigentes atribuem à actuação ética dessas entidades. Na verdade, na escala de 1 a 10, a cotação média remonta apenas a 4.8, cifrando-se em 70% a quantidade de dirigentes que atribui uma pontuação igual ou inferior a 5. Importa acrescentar que as dirigentes reiteram aqui o pendor mais pessimista do que os seus pares masculinos. E os dirigentes espanhóis são menos pessimistas do que os portugueses.

- São também maioritários os dirigentes que consideram deveras importante que as empresas prestem informações de natureza social e ambiental – para além das contas económico-financeiras. A tendência é mais vincada nas empresas com códigos de conduta.
- Quando indagados sobre o método que consideram mais eficaz para a avaliação da RSE, os inquiridos inclinam-se menos para normas de certificação (similares à ISO 9000 para a qualidade) do que para normas mais flexíveis (64.6% contra 43.4%).
- Indagados sobre a principal prática que permite às empresas assumir e gerir a sua responsabilidade social, 32% dos inquiridos optam pelos sistemas de gestão (e.g., ambientais ou de prevenção de riscos), e 22% pelos códigos de conduta ou declarações de valores. A preferência pelos primeiros é, porém, mais notória entre os dirigentes de empresas com códigos de conduta e de maior dimensão. O dado referente às organizações com códigos compreende-se: sendo já possuidores dessa prática, é natural que desejem complementá-la com outra de teor distinto. Não deixa de ser curiosa a pequena quantidade de inquiridos que referem os relatórios de sustentabilidade – pois verifica-se que a grande maioria confere grande relevância à prestação de informações sociais e ambientais. Será esta discrepância fruto de algum desconhecimento acerca do significado de tais relatórios?
- Importa acrescentar que os dirigentes das empresas ambientalmente certificadas descrevem a suas organizações como mais socialmente responsáveis – facto aparentemente revelador de que as práticas de RSE são emolduradas por uma filosofia geral de actuação.
- No que concerne às acções que a União Europeia poderia tomar para promover a RSE, os dirigentes concederam especial ênfase a duas matérias: (1) o fomento de programas de formação e actualização/reciclagem, para garantir que os gestores tenham as competências necessárias para promover e desenvolver a RSE (referida por 71% dos inquiridos); (2) a elaboração de um quadro europeu geral tendente a promover a transparência e as boas práticas em matéria de responsabilidade social (65%). Este segundo elemento parece ser dissonante da tendência geral que a Comunicação da Comissão Europeia alega ter descortinado ao nível europeu (European Commission, 2002). O caso parece fazer jus à alegada tendência portuguesa para encontrar na regulamentação “externa” a resolução potencial dos problemas e a prossecução de algumas finalidades de âmbito social.
- A última menção recai sobre as razões aduzidas pelos dirigentes para a assunção de RSE. Globalmente, 56% dos inquiridos (58% em Espanha) justificam que “é isso que se deve fazer”. Esta percentagem é superior entre os dirigentes do sexo feminino e para os que melhor valoram a actuação ética das entidades públicas. A

percentagem dos que pugnam pelo argumento “é uma boa estratégia” cifra-se em 35%, claramente superior à identificada em Espanha (15%).

Olhares finais

Em Portugal, o tema da RSE também tem vindo a adquirir estatuto maior. É progressivamente mais numerosa a quantidade de empresas que perfilham códigos de conduta, que buscam certificação ambiental, que prosseguem objectivos sociais. As revistas de negócios têm dado conta e/ou estado na base de diversas iniciativas relevantes neste domínio, seja fazendo parceria mediática ao “*Great Place to Work Institute*” para a selecção das “melhores empresas para se trabalhar” (e.g., revista *Exame*, 18 Set. 2002), seja como divulgadoras de práticas de cidadania empresarial (e.g., revista *Executive Digest*, Junho de 2002; revista *Exame*, 30 de Abril de 2003). As iniciativas de voluntariado empresarial (e.g., projecto “Mão na Mão”) vão sendo progressivamente mais numerosas. O trabalho pioneiro consubstanciado nos I e II Congressos de Ética Empresarial (1996 e 2000), assim como nos debates sobre Cidadania Empresarial, traduziu-se em diversas obras já publicadas (Moreira, 1997, 2001a, 2001b). O livro “A contas com a ética empresarial” (Moreira, 1999) concedeu espaço notório a temas como a confiança, a responsabilidade social do empresário, a ética empresarial e responsabilidade social da empresa, os códigos de ética da empresa. A primeira pedra da disciplina de Ética Empresarial foi lançada com sucesso na Faculdade de Economia da Universidade do Porto por um dos co-autores deste texto (Moreira), e tem agora idêntica concretização na Universidade de Aveiro.

O estudo cujos resultados aqui são expostos denota que os dirigentes das empresas portuguesas estão sensibilizados para a matéria. As suas organizações incorporam nas decisões, nas estratégias e nas acções diversos critérios que ultrapassam os requisitos económicos. Consideram haver lugar para a assunção de responsabilidades sociais, seja porque “é isso que deve ser feito”, seja porque é estratégica e comercialmente vantajoso. Interpretam de modo sofrível a actuação das entidades públicas (incluindo os tribunais e o edifício fiscal). Revelam alguma vaidade ética – ao aduzirem que as suas próprias organizações são mais éticas do que os concorrentes. Sugerem haver necessidade de intervenções e de acções de fomento da RSE pelos órgãos comunitários. Desejam prosseguir objectivos de responsabilidade social – mas que, por vezes, não actuam nesse sentido por sentirem que daí podem advir perdas de competitividade perante empresas que não perfilham idêntica orientação.

Finalmente, cabe sublinhar que esta pesquisa é exploratória, contendo várias limitações que investigações posteriores poderão evitar. Por exemplo, a quantidade de participantes no estudo é relativamente modesta, o que suscita dúvidas quanto à sua representatividade da realidade portuguesa. Estas dificuldades são adensadas pelo método de recolha dos dados. Na verdade, importaria que um leque maior e mais diversificado de empresas fosse abrangido. Também não é líquido que os dirigentes representem a fonte mais apropriada para colher dados sobre as ocorrências e políticas nas/das empresas – pelo menos, em determinadas matérias aqui pesquisadas. Por exemplo, as práticas respeitantes à relação da empresa com os seus empregados poderiam ser melhor identificadas se fossem colhidos dados junto dos próprios empregados. Algo similar pode ser aduzido a respeito dos clientes e fornecedores.

Em qualquer caso, o estudo faculta pistas compreensivas acerca do modo como os dirigentes das empresas portuguesas encaram diversos aspectos da RSE. Fomenta a reflexão em torno dos desenvolvimentos que a matéria tem vindo a experimentar. Estabelece cotejos enriquecedores com a realidade espanhola tal como reflectida no estudo da FORÉTICA. E representa um ponto de partida para que novas investigações sejam realizadas.

Referências

- European Commission (2001). *Promoting an European Framework for corporate social responsibility*. European Commission.
- European Commission (2002). *Corporate social responsibility: A business contribution to sustainable development*. European Commission.
- Forética (2002a). *Responsabilidad Social Empresarial: Informe Forética 2002, Situación en España*. Madrid: Forética.
- Forética (2002b). *Sistema de la Gestión Ética y Socialmente Responsable*. Versión 15 de Julio de 2002. Madrid: Forética.
- Langlois, C. C. & Schlegelmilch, B. B. (1990). "Do corporate code of ethics reflect national character? Evidence from Europe and the United States", *Journal of International Business Studies*, Fourth Quarter, 519-539.
- Moreira, J. M. (1997). *Ética empresarial: Intervenções*. Porto: Vida Económica.
- Moreira, J. M. (1999). *A contas com a ética empresarial*. Lisboa: Principia.
- Moreira, J. M. (2001a) (Org.). *Ética empresarial: Intervenções*. Porto: Vida Económica.
- Moreira, J. M. (2001b) (Org.). *Cidadania empresarial*. Porto: Vida Económica.
- Rego, A. & Moreira, J. M. (2002). "O pessimismo ético dos jovens engenheiros", *Ingenium*, 69, 40-43.
- Rego, A., Moreira, J. M. & Sarrico, C. S. (2003). *Gestão ética e responsabilidade social das empresas: Um estudo da situação portuguesa (comparação com Espanha)*. Lisboa: Principia.
- Tyson, T. (1992). "Does believing that everyone else is less ethical have an impact on work behavior?", *Journal of Business Ethics*, 11, 707-717.