A Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas Portuguesas

O papel do empresário e o desempenho das empresas

Um estudo exploratório

Fátima Jorge

Professora Auxiliar
Departamento de Gestão
Universidade de Évora

e-mail: mfj@uevora.pt

Fernando Miguel Seabra

Equiparado a Prof. Adjunto
Departamento de Economia e Gestão
Escola Superior de Ciências Empresariais
Instituto Politécnico de Setúbal

e-mail: fseabra@esce.ips.pt

Jorge Rodrigues

Prof. Adjunto
Departamento de Economia e Gestão
Escola Superior de Ciências Empresariais
Instituto Politécnico de Setúbal

e-mail: jjrodrigues@esce.ips.pt

Carlos Mata

Equiparado a Assistente
Departamento de Contabilidade e Finanças
Escola Superior de Ciências Empresariais
Instituto Politécnico de Setúbal

e-mail: cmata@esce.ips.pt

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa; Pyme's; Ética del Directivo

A Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas Portuguesas

O papel do empresário e o desempenho das empresas

Um estudo exploratório

Resumen

En Portugal la Responsabilidad Social de las Organizaciones tiene estado progresivamente a ocupar un lugar de destaque entre los temas organizacionales, sendo tema de debate tanto entre académicos como entre públicos empresariales.

Tiendo en consideración que en Portugal el entorno empresarial es mayoritariamente constituido por Pequeñas y Medianas Empresas, es muy relevante comprender la forma como estas empresas y los directivos entienden su compromiso para con todos los interesados en sus actividades.

En esta ponencia, considerando la aplicación de una encuesta a 17 Pequeñas y Medianas Empresas, se presenta un trabajo preliminar sobre las preocupaciones de las Pequeñas y Medianas Empresas portuguesas a nivel de la sustentabilidad empresarial.

Los resultados son acompañados de una reflexión sobre el ejercicio de la actividad profesional del empresario de las Pequeñas y Medianas Empresas.

Resumo

Em Portugal a Responsabilidade Social das Organizações tem vindo progressivamente a ocupar um lugar destacado entre as questões organizacionais, sendo tema de debate tanto a nível académico como em fóruns destinados a públicos empresariais.

Tendo em consideração que em Portugal o tecido empresarial é maioritariamente constituído por Pequenas e Médias Empresas, torna-se extremamente relevante compreender a forma como as empresas e responsáveis empresariais entendem e assumem o seu compromisso para com todos os interessados nas suas actividades.

Nesta comunicação, partindo de um trabalho de auscultação a 17 pequenas e médias empresas, apresenta-se um enquadramento preliminar das preocupações das Pequenas e Médias Empresas portuguesas no que respeita à tripa perspectiva da sustentabilidade. Os resultados obtidos serão enquadrados por uma reflexão sobre o exercício profissional do empresário da pequena e média empresa.

A Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas Portuguesas

O papel do empresário e o desempenho das empresas

Um estudo exploratório

1 – Introdução

As Pequenas e Médias Empresas (PME's) Portuguesas assumem um peso fundamental ao nível do tecido económico português. Quer ao nível do emprego criado, quer ao nível da riqueza gerada, a economia portuguesa apresenta-se fortemente condicionada pela *performance* das suas PME's [1].

A temática da Responsabilidade Social das Organizações (RSO) tem estado fortemente centralizada ao nível das grandes empresas. Efectivamente, é a grande empresa que detém recursos financeiros e muitas vezes motivos comerciais suficientemente fortes para no âmbito da defesa da sua imagem pública conduzir esforços rumo à integração mais ou menos voluntária da Responsabilidade Social e seus conceitos.

As Pequenas e Médias Empresas, muitas vezes integradas em cadeias de valor na qual não dominam a gestão, são frequentemente relegadas para um plano de competição pelo baixo custo, em que a protecção da marca ou a visibilidade pública não constituem preocupações prioritárias. O modelo de desenvolvimento empresarial da economia portuguesa foi fortemente marcado pela integração em cadeias de criação de valor geridas por terceiros, em que a pressão sobre os custos conduziu à degradação das condições de trabalho e à prática de salários pouco acima do limite de sobrevivência.

Este cenário de desenvolvimento coexiste no entanto com exemplos de algumas pequenas e médias empresas caracterizadas por actualização tecnológica e por formas de gestão modernas e eficientes, que pela sua sustentabilidade poderão fazer face ao fenómeno da globalização das economias.

Confrontadas com um contexto de forte competição internacional, as partes interessadas no desenvolvimento empresarial da economia portuguesa esperam das empresas, e muito em especial das PME`s, respostas para as suas necessidades. A expectativa reside em desempenhos económicos, ambientais e sociais, que possam traduzir uma situação empresarial suficientemente sólida por forma a ser geradora de valor para todas as partes interessadas, sem contrapartidas na destruição de valor ambiental ou social.

Tendo em consideração a importância das PME's na economia portuguesa, a presente comunicação resulta da tentativa de investigar a forma como estas empresas integram a problemática da Responsabilidade Social das Organizações (RSO) ao nível das suas operações e do seu quotidiano. A

integração em causa é fortemente influenciada pelo perfil ético dos empresários das pequenas e médias empresas tendo em consideração a tradicional concentração de poderes que os mesmos assumem.
No capítulo 2 deste trabalho abordar-se-á a dimensão ética do empresário da pequena e média empresa e seu papel na dinamização da Responsabilidade Social no tecido empresarial português. No 3º capítulo apresentar-se-á a metodologia do estudo desenvolvido. Os resultados do estudo serão apresentados no capítulo 4 - "A RSO na estratégia da empresa", capítulo 5 - "A implementação de boas práticas", capítulo 6 – "Relação entre o sector e a envolvente" e capítulo 7 – "A empresa face à sua responsabilidade social". As conclusões (preliminares) serão apresentadas no capítulo 8.

2 - Dimensão ética do empresário da pequena e média empresa

A investigação de âmbito internacional sobre a dimensão ética do empresário de pequenas e médias empresas começou a ser realizada há aproximadamente duas décadas, conforme referem (Wilson, 1980; Chrisman e Fry, 1982; Chrisman e Archer, 1984; Brown e King, 1982), autores citados por Solymossy e Masters (2002). Dees e Starr (1992), na sua revisão de literatura sobre PME´s, encontrou apenas "uma mão cheia" de artigos que referem as questões éticas no contexto da gestão das PME´s.
Uma investigação específica sobre Responsabilidade Social no âmbito de PME´s é importante por três motivos (Lepoutre e Heene, 2006). A primeira razão prende-se com o facto das PME´s constituírem 99% dos negócios da União Europeia (UE) e serem responsáveis por 66% do total do emprego e de metade do valor acrescentado produzido na UE (Observatory of European SME´s, 2003). O impacto das PME´s na sociedade está subestimado. O segundo argumento é que o processo de implementação da Responsabilidade Social nas grandes empresas não se pode reproduzir, exactamente, da mesma forma nas empresas de pequena e média dimensão. O terceiro motivo é que as grandes empresas estão a tornar-se, cada vez mais, "empreendedoras" considerando-se, por isso, que a investigação sobre a Responsabilidade Social em PME´s pode trazer novas perspectivas para a abordagem do tema em contextos de grandes empresas (Quinn, 1997).
Uma definição de Responsabilidade Social das PME´s é apresentada por (Lepoutre e Heene, 2006), baseada na publicação da Comissão Europeia "Responsible Entrepreneurship" de 2003, em que se define "empreeendedor responsável" como aquele que 1) trata os clientes, os fornecedores e os concorrentes com justiça e honestidade; 2) se preocupa com a saúde, segurança e o bem-estar dos trabalhadores e dos clientes; 3) motiva os seus trabalhadores através da formação e do desenvolvimento de competências; 4) actua como um "bom cidadão" na comunidade local; 5) respeita e preserva os recursos naturais e o ambiente.
Quinn (1997) argumentou que a abordagem ética em contexto de PME´s será cada vez mais relevante por duas razões: 1. Os negócios de pequena e média dimensão representam uma significativa

proporção dos negócios criados; 2. As grandes empresas estão a tornar-se cada vez mais empreendedoras na verdadeira essência do termo.

Green (1992) cit. por Solymossy e Masters (2002) enfatiza que a forma como é vivida a ética no âmbito do empreendedorismo é substancialmente diferente do que ocorre nas grandes empresas. O autor argumenta que as grandes empresas com a ênfase na especialização do trabalho, na centralização, na padronização dos processos, na elevada formalização e conformidade com a autoridade, oferecem poucas oportunidades para assumir as consequências das suas decisões. As PME´s, por contraste, exigem interacção contínua com os outros parceiros, as relações com e entre os grupos baseiam-se na confiança mútua, na interdependência, existindo dispersão de controlo e responsabilidade, utilizando-se na resolução de conflitos processos de assertividade. Vários autores (como por exemplo, Teal e Carrol, 1999; Longenecker et al., 1989; Vyakarnam et al., 1997) apresentaram evidências de que os empreendedores e os proprietários de pequenos negócios diferem de outros indivíduos na forma como encaram as questões morais, nos seus julgamentos morais e comportamentos, bem como nos níveis de desenvolvimento cognitivo moral.

No que concerne às características dos empresários Jones (1991) propôs um modelo que explica o comportamento moral tendo por base dimensões de intensidade moral. Segundo o autor, o indivíduo com uma elevada intensidade moral é uma pessoa que: 1) reconhece os aspectos morais; 2) utiliza o raciocínio moral sofisticado; 3) desenvolve a intenção de se comportar moralmente; 4) comporta-se eticamente.

Alguns estudos empíricos demonstram que, quer as empresas de grande dimensão quer as de pequena dimensão comportam-se de forma muito similar no que se refere à importância que atribuem aos aspectos de ética normativa, bem como aos princípios sociais e ambientais. Porém, as pequenas e as grandes empresas diferem no que respeita à forma como os princípios abstractos da ética são aplicados em situações concretas (Hornsby et al. 1994; Humphreys et al., 1993; Lahdesmaki, 2005; Longenecker et al., 1989).

Os proprietários de pequenas empresas são particularmente sensíveis aos seguintes aspectos: às actividades relacionadas com os seus *stakeholders* imediatos (trabalhadores, clientes, fornecedores), envolvendo lealdade nas suas relações com clientes e trabalhadores; à abertura, honestidade e justiça nas relações contratuais, nos acordos e nos pagamentos; ao estabelecimento dos preços entre concorrentes e, por fim, à origem dos recursos (Lepoutre e Heene, 2006).

Por outro lado, atendendo às características e estrutura das empresas de pequena e média dimensão e ao perfil dos proprietários das mesmas, verifica-se que as acções de Responsabilidade Social no domínio externo da empresa, por exemplo, acções relativas à comunidade e ambiente, são relativamente limitadas e fragmentadas, principalmente porque os responsáveis pelas PME's "nunca pensaram sobre esses aspectos" (Observatório das Pequenas e Médias Empresas, 2002).

Tem sido confirmado que as acções de responsabilidade social no contexto das pequenas e médias empresas têm um enfoque maior no que se refere aos *stakeholders* internos, isto é, enfatizam a dimensão interna da responsabilidade social, dando uma atenção mais reduzida aos *stakeholders* externos e aos aspectos ambientais, comparativamente com as grandes empresas (Lepoutre e Heene, 2006).

3 – Metodologia

Por forma a cumprir o objectivo proposto, procedeu-se ao contacto postal com várias PME's solicitando a resposta a um inquérito no qual se procurava aferir a forma como a temática da Responsabilidade Social das Empresas está a ser interpretada e posta em prática pelas principais pequenas e médias empresas portuguesas ou a operar em Portugal.

As empresas foram seleccionadas através da consulta a um directório das principais pequenas e médias empresas portuguesas.

Utilizou-se na estrutura do inquérito a base já testada aquando de um estudo realizado pelos autores junto de empresas portuguesas do sector farmacêutico, apresentado em 2005 à XIII Conferencia Anual EBEN España (Mata et al., 2005). O presente artigo seguirá estrutura idêntica à apresentada no citado trabalho.

O inquérito foi enviado às empresas durante o primeiro semestre de 2006 (contacto postal). Após o primeiro envio, foi retomado o contacto com as empresas não respondentes por via de e-mail, sendo por esta via novamente enviado o inquérito.

3.1. – Amplitude do estudo

Até Setembro de 2006, 17 empresas responderam ao inquérito, razão pela qual, e tendo em consideração o reduzido número de respostas obtidas, o presente trabalho de investigação deverá ser entendido como um estudo exploratório, cujas conclusões deverão ser validadas posteriormente face a uma maior amplitude de empresas alvo de estudo.

Das 17 empresas, 16 declararam-se classificadas como PME's. A única empresa que se declarou como não classificada como PME apresentava indicadores de facturação e de número de trabalhadores inferiores à média da amostra, razão pela qual e tendo ainda em consideração que constava do directório de selecção, a equipa de investigação decidiu inclui-la no grupo alvo de estudo.

Apesar da pequena amplitude da amostra de empresas estudadas, o presente estudo encontra justificação em dois factores:

- o facto de existirem poucos trabalhos publicados sobre Responsabilidade Social nas pequenas e médias empresas portuguesas;
- o facto de ser extremamente importante conhecer o nível de desenvolvimento da Responsabilidade Social no que respeita a este tipo de empresas.

Sendo claro que o universo das PME's é tradicionalmente difícil de investigar no que respeita à ciência económica – empresarial, tais dificuldades deverão ser ultrapassadas com investigação contínua, em que trabalhos posteriores validam ou alteram as conclusões dos estudos exploratórios.

3.2 – Caracterização da amostra

Os dados recolhidos reportam ao ano de 2005. Para as 17 empresas respondentes o nível médio de facturação naquele ano foi de 14.448.228,00 €.

Em média, as empresas respondentes empregavam 112 trabalhadores.

A actividade das empresas era maioritariamente industrial (76% das empresas) e comercial (53% das empresas). 24% das empresas desenvolvia actividade de armazenista e 18% desenvolvia actividade de Investigação e Desenvolvimento (I&D).

O mercado nacional era o destino de 75% da actividade das empresas enquanto ao mercado internacional estava destinado os restantes 25%.

A produção para terceiros assumia uma importância de 38% da actividade das empresas, enquanto a produção com marca própria representava 62% da actividade.

4 – A RSO na estratégia da empresa

De entre um conjunto de objectivos listados (quadro I), foi pedido que as empresas identificassem os três que considerassem como mais próximos das prioridades da empresa.

Quadro I – Prioridades da empresa

Qualidade/segurança dos produtos
Preservação do ambiente
Condições de trabalho
Resultados financeiros anuais obtidos
Desenvolvimento de novos produtos
Imagem da empresa na comunidade local

Poder-se-á constatar através da leitura do gráfico I, que a "Qualidade/Segurança dos Produtos", os "Resultados Financeiros Anuais Obtidos" e as "Condições de Trabalho", são os três objectivos mais importantes para o painel de empresas.

Gráfico I – Prioridades da empresa

Procurando compreender a forma como a RSO se encontra disseminada pela estrutura das empresas, questionou-se os inquiridos sobre quais as áreas ou departamentos que têm vindo a gerir aspectos relacionados com a RSO. Os resultados estão patentes no gráfico II.

Gráfico II – Âmbito Departamental da RSO

Constata-se que a RSO ainda é sobretudo uma questão gerida pela Administração das empresas. Uma forte disseminação acontece ao nível dos departamentos de Qualidade, Recursos Humanos e Ambiente. Não poderá deixar de se apontar que apenas cerca de 18% das empresas indicam o envolvimento do Departamento de Operações/Produção enquanto área departamental fundamental na operacionalização da RSO.

O facto dos diferentes departamentos apresentarem um envolvimento tão diferenciado no que respeita a questões de RSO poderá indiciar que estamos perante um estágio relativamente inicial no que concerne à integração da RSO na gestão e no quotidiano das empresas. De futuro será de esperar um maior envolvimento das áreas Marketing, Operações e Produção, bem como dos restantes departamentos.

5 – A implementação de "boas práticas"

Tendo em consideração o carácter tripartido da Sustentabilidade Empresarial, procurou-se compreender quais as questões consideradas como de maior relevância ou prioritárias pelas empresas no que respeita aos seguintes domínios:

- **Desempenho ambiental da empresa**;
- **Desempenho económico e financeiro da empresa**;
- **Desempenho social da empresa**.

Para cada um dos domínios solicitou-se às empresas que assinalassem as três questões de maior relevância ou prioritárias, de entre as listagens apresentadas.

5.1. Desempenho ambiental da empresa

No âmbito do desempenho ambiental da empresa e considerando a actividade da empresa, solicitou-se aos inquiridos que apontassem as três questões de maior relevância ou prioritárias, de entre as questões apresentadas no quadro II.

Quadro II – Desempenho ambiental da empresa

Emissão de cargas poluentes para a atmosfera
Emissão de cargas poluentes para meios aquáticos
Geração de resíduos industriais perigosos (RIP)
Geração de resíduos industriais banais (RIB)
Geração de resíduos sólidos urbanos (RSU)
Ruído
Perturbações provocadas na vizinhança por meios de transporte

Constata-se no gráfico III que as preocupações ambientais das empresas do painel em estudo cobrem as diferentes questões apresentadas no inquérito. A geração de resíduos industriais banais surge como o aspecto de maior relevância.

Gráfico III – Desempenho ambiental da empresa

5.2. Desempenho económico e financeiro da empresa

Solicitou-se aos inquiridos que considerando os objectivos da empresa assinalassem as três questões de maior relevância ou prioritárias, de entre as questões apresentadas no quadro III.

Quadro III – Desempenho Económico e Financeiro da Empresa

Volume de vendas anuais
Resultados líquidos anuais
Investimento em I&D
Investimento em activo corpóreo
Fidelização dos clientes (consumidores)
Fidelização dos clientes (empresas / instituições)
Satisfação dos fornecedores
Conhecimento dos prescritores dos produtos da empresa

Gráfico IV – Desempenho económico e financeiro da empresa

Ao nível em análise, como questões menos em evidência encontra-se o investimento em activo corpóreo, a satisfação dos fornecedores e a liquidez financeira. Como questões com pouca relevância ou menos prioritárias encontram-se ainda 2 questões: o conhecimento dos prescritores dos produtos da empresa e o investimento em investigação e desenvolvimento (I&D). A menor ênfase neste último indicador poderá revelar que as PME's portuguesas continuam a apostar no modelo de desenvolvimento assente em regimes de subcontratação. Os Resultados Líquidos Anuais e a Fidelização dos Clientes (empresas/instituições) são as questões prioritárias ou de maior relevância para as empresas.

5.3. Desempenho social da empresa

Solicitou-se aos inquiridos que considerando as práticas da empresa, assinalassem as três questões de maior relevância ou prioritárias, de entre as questões listadas no quadro IV.

Quadro IV – Desempenho social da empresa

Compatibilização entre vida profissional e familiar, dos trabalhadores
Desenvolvimento de planos de carreira
Desenvolvimento de planos de formação
Segurança e higiene no trabalho
Desenvolvimento de acções junto da comunidade local
Participação em acções de solidariedade junto de instituições de apoio a cidadãos desfavorecidos

Gráfico V – Desempenho social da empresa

Em termos sociais, o desenvolvimento de acções no âmbito da própria empresa assume primazia face o desenvolvimento de acções externas. Internamente, enquanto o desenvolvimento de planos de formação apresenta um índice de respostas muito elevado, já o desenvolvimento de planos de carreira apresenta um índice de respostas pouco expressivo.

6 - Relação entre o sector e a envolvente

Por forma a aferir o entendimento das empresas no que respeita à relação entre as empresas do sector e um vasto conjunto de "partes interessadas", solicitou-se aos inquiridos que classificassem numa escala de 1 a 5 a relação entre as empresas do sector e as entidades apresentadas no quadro V.
Num extremo, a classificação nível 1 significaria a necessidade de profundas alterações na relação entre sector e partes interessadas , enquanto noutro extremo, uma classificação nível 5 significaria que as relações dever-se-ão manter tal como se encontram.

Quadro V – Relação entre o sector e a envolvente

Fornecedores
Clientes (não Estado) – consumidores
Clientes (não Estado) - empresas / instituições
Clientes (sector público)
Prescritores
Empresas concorrentes
Sindicatos e comissões de trabalhadores
Associações de defesa do consumidor
Associações de defesa do ambiente
Instituições de apoio a cidadãos desfavorecidos
Comunicação social
Instituições de investigação e ensino superior
Instituições financeiras (bancos e companhias de seguros)
Entidade reguladora
Instituições internacionais ligadas ao sector de actividade

Gráfico VI – Relação entre o sector da empresa e a envolvente

As únicas entidades com as quais as empresas do sector estabelecem uma relação classificada pelos respondentes como inferior a nível 3, o que poderá indiciar a necessidade de se estabelecerem outras formas de relacionamento, são: Instituições de Investigação e Ensino Superior, Clientes (sector público) e Empresas concorrentes.

A fraca pontuação atribuída à relação estabelecida entre as empresas do sector e as Instituições de Investigação e Ensino Superior é um dado coerente com a importância atribuída à variável I&D, comentada no âmbito do desempenho económico e financeiro da empresa. Efectivamente a pouca relevância ou baixa prioridade atribuída à variável I&D distanciará as empresas do *stakeholder* Instituições de Investigação e Ensino Superior, prestadoras naturais de serviços no âmbito da implementação de políticas de I&D.

É significativo que exceptuando as relações anteriormente comentadas, a maior parte dos relacionamentos ter sido pontuado com classificação que se poderá considerar como gerador de satisfação para a empresa (nível 3). No entanto, a presente análise evidencia que o relacionamento

entre as empresas dos sectores da amostra e todos os grupos de stakeholders identificados poderá ainda evoluir para níveis geradores de maior satisfação.

7 – A empresa face à sua Responsabilidade Social

Por forma a aferir como as empresas entendiam o nível de integração da responsabilidade social na sua vida organizacional, solicitou-se que os respondentes se pronunciassem em relação a quatro aspectos:

- se o sector de actividade na qual a empresa está inserida cumpre o seu papel na sociedade;
- como se poderá classificar, de uma forma geral, o nível de intervenção da empresa no que concerne à Responsabilidade Social;
- como se poderá considerar a regularidade das acções da empresa em domínios de Responsabilidade Social;
- como se avalia a inserção da Responsabilidade Social na estratégia da empresa.

Os próximos quatro gráficos apresentam as respostas das empresas respondentes.

Gráfico VII – O papel do sector na sociedade

É maioritariamente reconhecido por parte das empresas respondentes que o sector empresarial no qual a empresa está inserida, cumpre o seu papel na sociedade. No entanto a grande maioria dos respondentes reconhece que algo mais haverá a fazer no sentido de um cumprimento integral.

Gráfico VIII – Intervenção da empresa ao nível da responsabilidade social

Gráfico IX –Regularidade das intervenção da empresa ao nível da responsabilidade social

No que respeita à própria empresa, os respondentes tendem a respostas de nível médio, que resultam no reconhecimento de um nível moderado no que respeita à intervenção da empresa ao nível da Responsabilidade Social (Gráfico VIII). A periodicidade das intervenções a este nível é maioritariamente considerada como regular (Gráfico IX). Não deixa de ser significativo o baixo nível de respostas declarando como muito forte e permanente a intervenção da empresa em matéria de Responsabilidade Social. Este facto é coerente com as respostas à questão que procura identificar o grau de integração da Responsabilidade Social na estratégia da empresa. Apenas 25% dos respondentes declararam reconhecer que as acções da empresa em domínios de Responsabilidade Social estão profundamente alicerçadas na estratégia da empresa (gráfico X).

Gráfico X –A responsabilidade social na estratégia da empresa

Existem vários estudos que confirmam que as limitações existentes ao nível dos recursos financeiros nas PME´s é um dos factores responsáveis pela insuficiente incorporação da Responsabilidade Social na estratégia deste tipo de empresas. Muitos empresários poderão desejar investir na formação dos colaboradores, no desenvolvimento local ou nas tecnologias ambientais, mas protelam este tipo de investimentos, privilegiando outros investimentos considerando que os seus impactos serão mais imediatos nas actividades estratégicas e operacionais da empresa (Lepoutre e Heene, 2006). É necessário que as PME´s percebam que a implementação de uma cultura de responsabilidade social não está necessariamente associada ao acréscimo de custos. As empresas que integram plenamente a responsabilidade social na estratégia da organização não a entendem como um "add-on" e, por isso, não entendem que a responsabilidade social implique custos adicionais, mas antes, vantagem competitiva no mercado (Vives at al., 2005; Christmann, 2000).

8 – Conclusões

Após a análise às respostas proporcionadas pelas empresas, poder-se-á concluir, com as devidas reservas face à amplitude da amostra, que a assimilação da Responsabilidade Social pelas PME's portuguesas é um processo em curso, cuja integração na estratégia da empresas não terá sido amplamente conseguida.

Em termos económicos, as empresas valorizam os indicadores financeiros como os resultados líquidos e o volume de vendas, ou indicadores directamente associados, como a fidelização de determinados clientes. Estará por reforçar as apostas em factores como a I&D ou a satisfação dos fornecedores (alargando a intervenção em domínios de responsabilidade social a montante da cadeia de valor). Em termos sociais as empresas centram-se em domínios instrumentais dos anteriormente mencionados factores financeiros. Justifica-se assim a atenção a planos de formação e à segurança e higiene no trabalho (criação de condições para alcançar objectivos financeiros). Estamos claramente perante uma perspectiva de ética utilitarista ou consequencialista que, aliás, é a perspectiva dominante no mundo dos negócios e da economia (Jorge, 2002).

A Responsabilidade Social terá uma maior expressão ao nível das Pequenas e Médias Empresas portuguesas quando as variáveis relacionadas com investimentos a longo prazo forem mais valorizadas pelas empresas, nomeadamente: I&D, Desenvolvimento de planos de carreiras para os trabalhadores ou desenvolvimento de acções junto da comunidade.

Por último deverá ser assinalado o sentido crítico das empresas no que respeita à integração da Responsabilidade Social no seu quotidiano, ao classificarem em termos médios, como moderado,

regular e apenas reflectido pontualmente na estratégia da empresa as questões subjacentes a esta temática.

A comunidade constituída por Pequenas e Médias Empresas é muito heterogénea e o comportamento dos seus principais actores, os empresários, é influenciado por um número diversificado de factores. Esta diversidade existe, também, no que se refere à investigação sobre responsabilidade social das PME's, conforme referem Lepoutre e Heene (2006).

A influência da dimensão das empresas na implementação de uma política de responsabilidade social, tem subjacente uma diversidade de resultados e opiniões. Um número significativo de relatórios sustenta que as PME's estão melhor posicionadas e apetrechadas para que os comportamentos de responsabilidade social se verifiquem comparativamente com as grandes empresas. As pequenas empresas são frequentemente apontadas pelos benefícios sociais que induzem através da sua actividade, no que se refere à criação de emprego e crescimento económico e na introdução de inovação (Comissão Europeia, 2003). Muitas pequenas empresas oferecem uma forte atractividade para clientes e trabalhadores da comunidade local. O capital "boa reputação" é apresentado como um factor muito importante para a competitividade destas empresas. Por estas razões sustenta-se que as PME's são tendencialmente socialmente responsáveis, mas não comunicam formalmente estes comportamentos (BITC, 2002; EMSF, 2004).

Outras investigações têm demonstrado que as PME's têm mais dificuldade que as grandes empresas em assumir comportamentos de responsabilidade social. Muitos empresários de PME's nunca pensaram sobre o tema da responsabilidade social das empresas ou acreditam que o impacto social e ambiental das suas empresas é negligenciável (Hitchens et al., 2005; Peters et al., 1999) . Muitos proprietários de PME's argumentam não possuírem tempo nem recursos para dedicar à responsabilidade social (Lepoutre e Heene, 2006).

Face a todas estas contradições e à necessidade de mais investigação no âmbito dos comportamentos éticos e de responsabilidade social em contexto de PME´s acreditamos que esta é uma área de investigação em que é possível dar contributos com impactos visíveis em termos empíricos e científicos.

Agradecimentos

Os autores agradecem ao Departamento de Economia e Gestão e ao Departamento de Contabilidade e Finanças da Escola Superior de Ciências Empresariais (ESCE). São também devidos os agradecimentos à ESCE e ao Instituto Politécnico de Setúbal.

Um agradecimento especial é devido às 17 empresas que colaboraram neste estudo.

Notas

[1] Segundo dados do Instituto Nacional de Estatísticas (INE) de 2003, 99,6% das sociedades existentes são PME, demonstrando a sua relevância no tecido empresarial português. São responsáveis por cerca de 2 milhões de empregos o que representa 75,6% do emprego criado pelas sociedades nacionais e cerca de 155 mil milhões de euros de facturação. Neste contexto, a importância na estrutura empresarial é comum em toda Europa (93% das empresas do Espaço Económico Europeu e na Suíça são microempresas, 6% são pequenas empresas, menos de 1% são empresas de média dimensão e apenas 0,2% são grandes empresas, num universo de aproximadamente 20 milhões de empresas no espaço da União Europeia (Observatório das PME Europeias, 2002).
Segundo dados do INE, as PME apresentam uma posição de destaque em todos os sectores de actividade nacional (turismo, comércio, construção, indústria extractiva e serviços).
Importa salientar que a importância das PME tem vindo a crescer, caso do triénio 2000/2003, que verificou um acréscimo no número de PME de 8,8%
Segundo dados do INE, relativos a 1998, existiam em Portugal cerca de 214.527 PME, classificadas de acordo com a "definição europeia", no final de 2003, estavam registadas 273 496 PME.

Referências

BITC (2002), *Engaging SMEs in Community and Social Issues*, Business Community, London.

Brown, D. J., King, J. B. (1982), "Small Business Ethics: Influences and Perceptions", *Journal of Small Business Management*, January, 11-18.

Christmann P. (2000), "Effects of "Best Pratices" of Environmental Management on Cost Advantage: The Role of Complementary Assets", *Academy of Management Journal*.

Chrisman, J.J., and Archer, R.W. (1984), "Small business social responsibility: Some perceptions and insights", *American Journal of Small Business*, 9 (2).

Chrisman, J.J., and Fry, F.L. (1982), "Public versus business expectations: Two views on social responsibility for small business", *Journal of Small Business Management*, 20 (1).

Dees, J. G., and Starr, J. A. (1992), "Entrepreneurship through an ethical lens: Dilemmas and issues for research and practice" in the *The State of the Art of Entrepreneurship*, eds. D.L. Sexton and J. D. Kasarda, Boston.

European Commission (2003), *Responsible Entrepreneurship. A Collection of Good Pratice Cases Among Small and Medium-sized Enerprises across Europe*, Office for the Official Publications of the European Communities, Luxembourg

EMSF (2004), Report of the round Table on " Fostering CSR among SMEs".

Fuller, Ted, Tian, Yumiao, (2006), "Social and Symbolic Capital and Responsible Entrepreneurship: An Empirical Investigation of SME Narratives", *Journal of Business Ethics*, 67: 287-304.

Green M. K., (1992), "Fairness in Hierarchical and Entrepreneurial Firms", *Journal of Business Ethics*, 11, 877-882.

Hannafey, Francis T.(2003), " Entrepreneurship and Ethics – A Literature Review" , *Journal of Business Ethics*, 46: 99-110.

Harting, Troy R., Harmeling, Susan S., Venkataraman, S.(2006), "Innovative Stakeholder Relations: When "Ethics Pay" (And When it Doesn't)", *Business Ethics Quarterly*, Volume 16, Issue1. ISSN 1052-150X, pp. 43-68.

Hitchens D., Thankappan S., Trainor M., Clausen J. and De Marchi B. (2005), "Environmental performance, competitiveness and management of Small businesses in Europe." Journal *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* (Journal of Economic & Social Geography).

Hornsby, J. S., Kuratko, D., Naffziger, D., LaFollette, W., & Hodgetts, R. (1994), "The Ethical Perceptions of Small Business Owners", *Journal of Small Business Management*. 32 (4), 9-16.

Humphreys, N.; Robin, D.; Reidenbach, E. and D. Moak, (1993), "The Ethical Decision MakingProcess of Small Business Owner/Managers and Their Customers", *Journal of SmallBusiness Management*, 31 (3), 9-22

Jones, T. M.(1991), "Ethical Decision Making in Organizations: An Issue Contingent Model", *Academy of Management Review*, 16, 336-395.

Jorge, Fátima (2002), *Impactos e Limites Éticos dos SI/TIC na Gestão de Recursos Humanos*, Universidade de Évora, Tese de Doutoramento.

Lahdesmaki, M., (2005), "When Ethics Matters – Interpreting the Ethical Discourse of Small Nature-Based Entrepreneurs", *Journal of Business Ethics*, 61: 55-68.

Lepoutre, Jan, Heene, Aimé, (2006), "Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: A Critical Review", *Journal of Business Ethics*, 67: 257-273.

Longnecker, J., McKinney, J., & Moore, C. (1989), "Ethics in small business", *Journal of Small Business Management*, 27(1), 27-31

Mata, Carlos; Seabra, Fernando; Rodrigues, Jorge (2005). “Responsabilidade Social das Organizações. O Sector Farmacêutico Português. A percepção das empresas, um estudo exploratório”. XIII Conferencia Anual Eben España. Eben España: Madrid.

Observatory of European SMEs (2002), *European SMEs and Social Environmental Responsibility*, Luxembourg.

Observatory of European SMEs (2003), *SMEs in Europe 2003*, Brussels

Peters J., Herd A., Gerrard and Horne C. (1999), “The climate and Culture of Environmental Compliance Within SMEs”, *Business Strategy and the Environment*.

Quinn J.J. (1997), “Personal Ethics and Business Ethics: The Ethical Attitudes of Owner/Managers of Small Business”, *Journal of Business Ethics*, 16, 119-127.

Solymossy, Emeric, Masters, John K. (2002), “Ethics Trough an Entrepreneurial Lens: Theory and Observation”, *Journal of Business Ethics*, 38: 227-241, 2002.

Teal, Elisabeth J., Carrol, Archie B.,(1999) “ Moral Reasoning Skills: Are Entrepreneurs Different?”, *Journal of Business Ethics*, 19: 229-240.

Vyakarnam S., Bailey A., Myers A. and Burnett D (1997), “Towards an Understanding of Ethical Behaviour in Small Firms”, *Journal of Business Ethics*, 16, 1625-1636.

Vandekerckhove, Wim, Dentchev, Nikolay A. (2005), “A Network Perspective on Stakeholder Management: Facilitating Entrepreneurs in the Discovery of Opportunities”, *Journal of Business Ethics*, 60: 221-232.

Vives A., Corral A. and Isusi I. (2005), *Responsabilidad Social de la Empresa em las PyMEs de Latinoamérica*, Interamerican Development Bank, Washington, DC.

Wilhelm, Paul G.(2002), “International Validation of the Corruption Perceptions Index: Implications for Business Ethics and Entrepreneurship Education”, *Journal of Business Ethics*, 35: 177-189.

Gráfico I – Prioridades da empresa

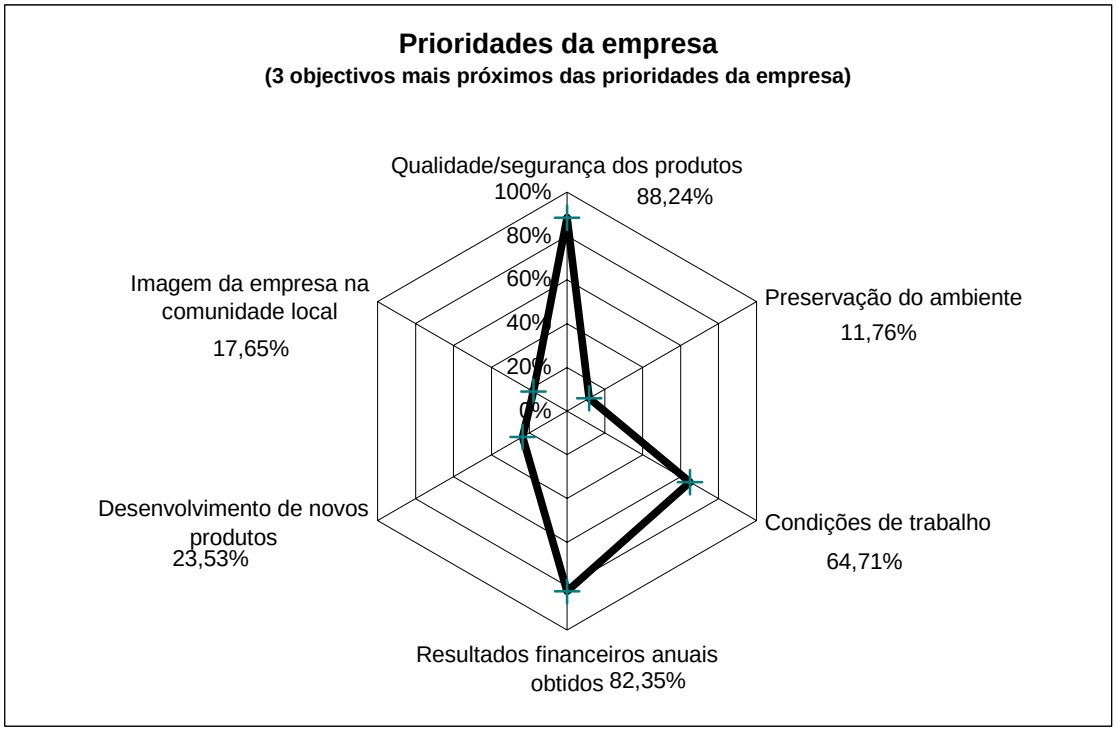


Gráfico II – Âmbito Departamental da RSE

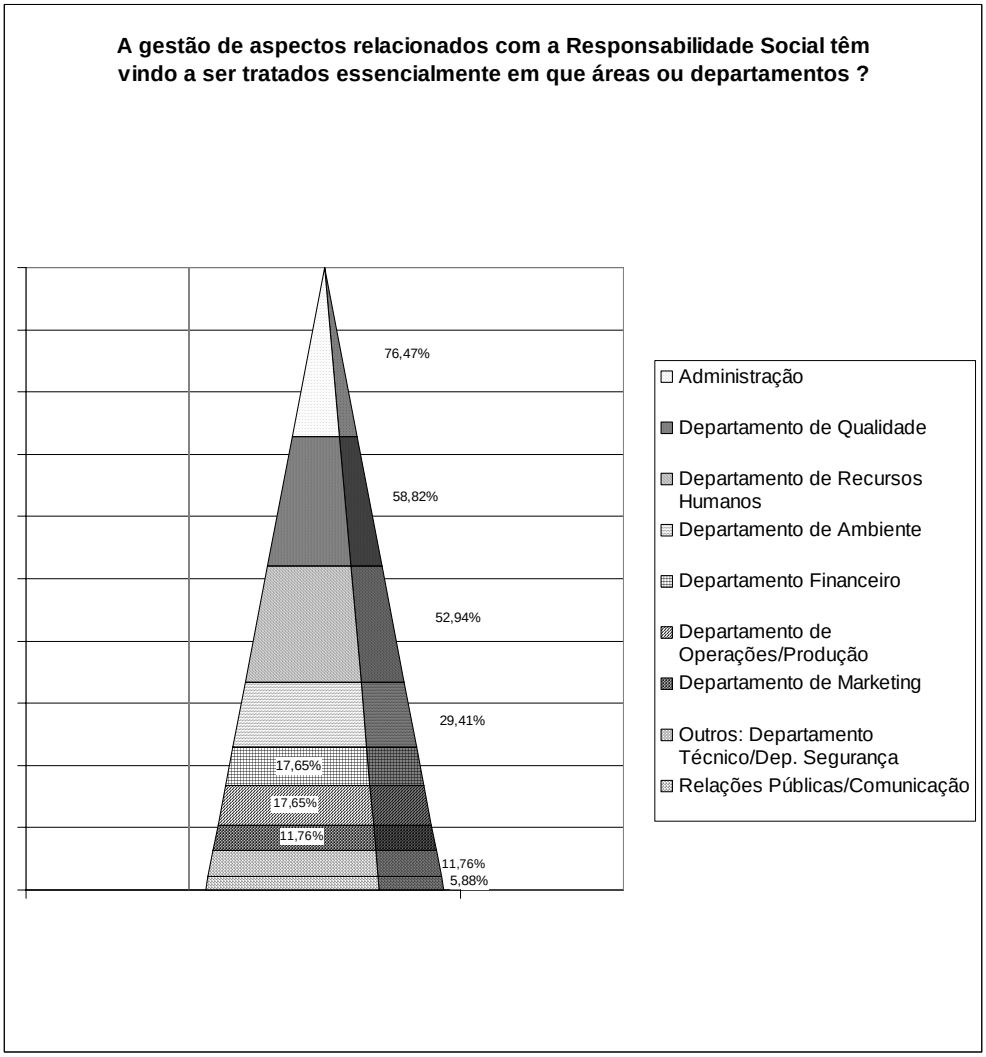


Gráfico III – Desempenho ambiental da empresa

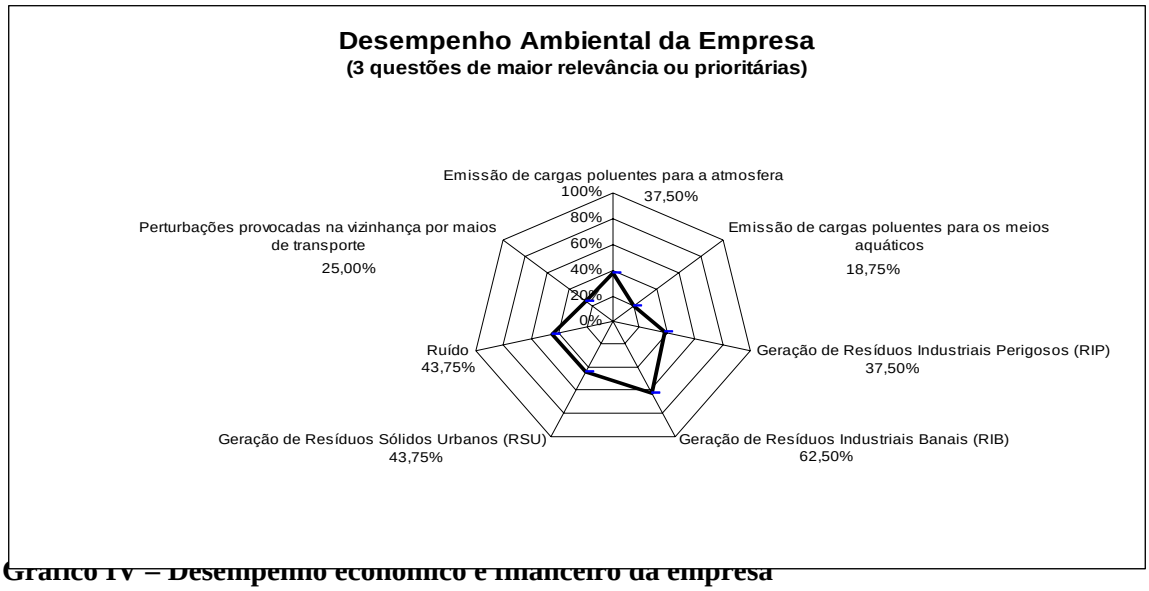


Gráfico IV – Desempenho económico e financeiro da empresa

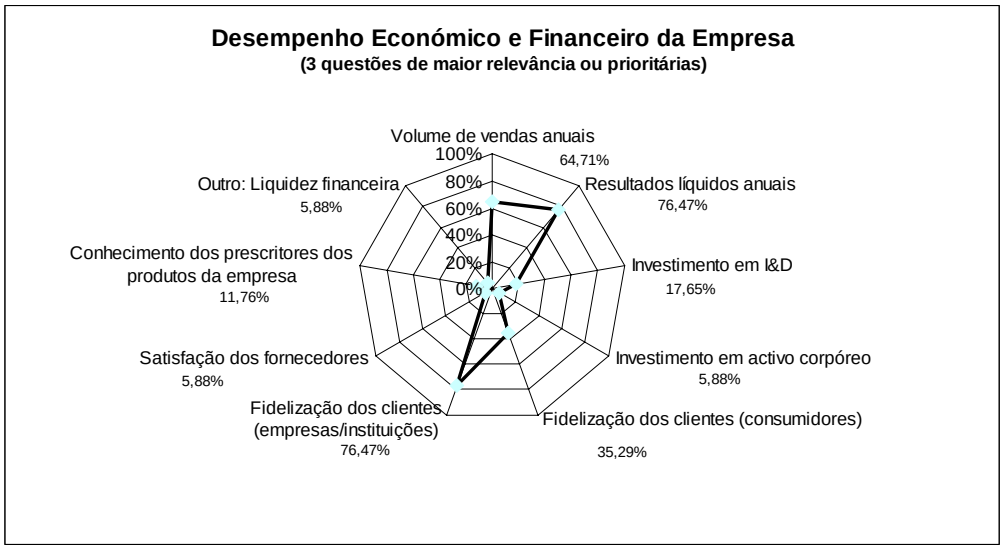


Gráfico V – Desempenho social da empresa

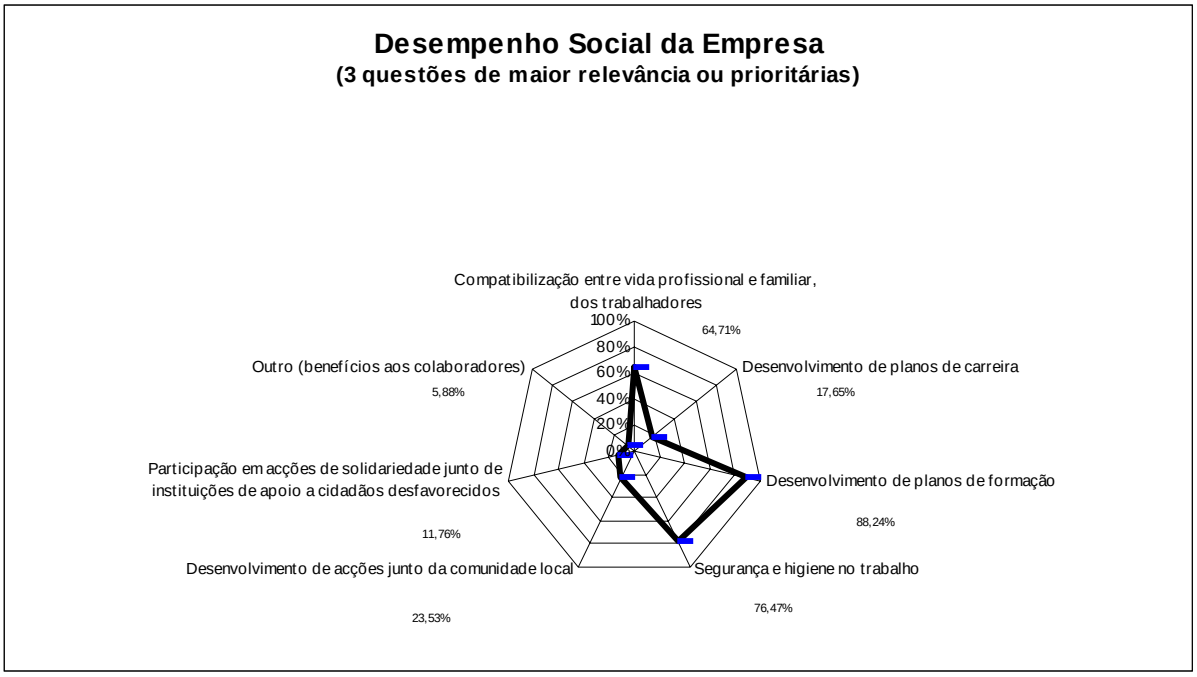


Gráfico VI – Relação entre o sector da empresa e a envolvente

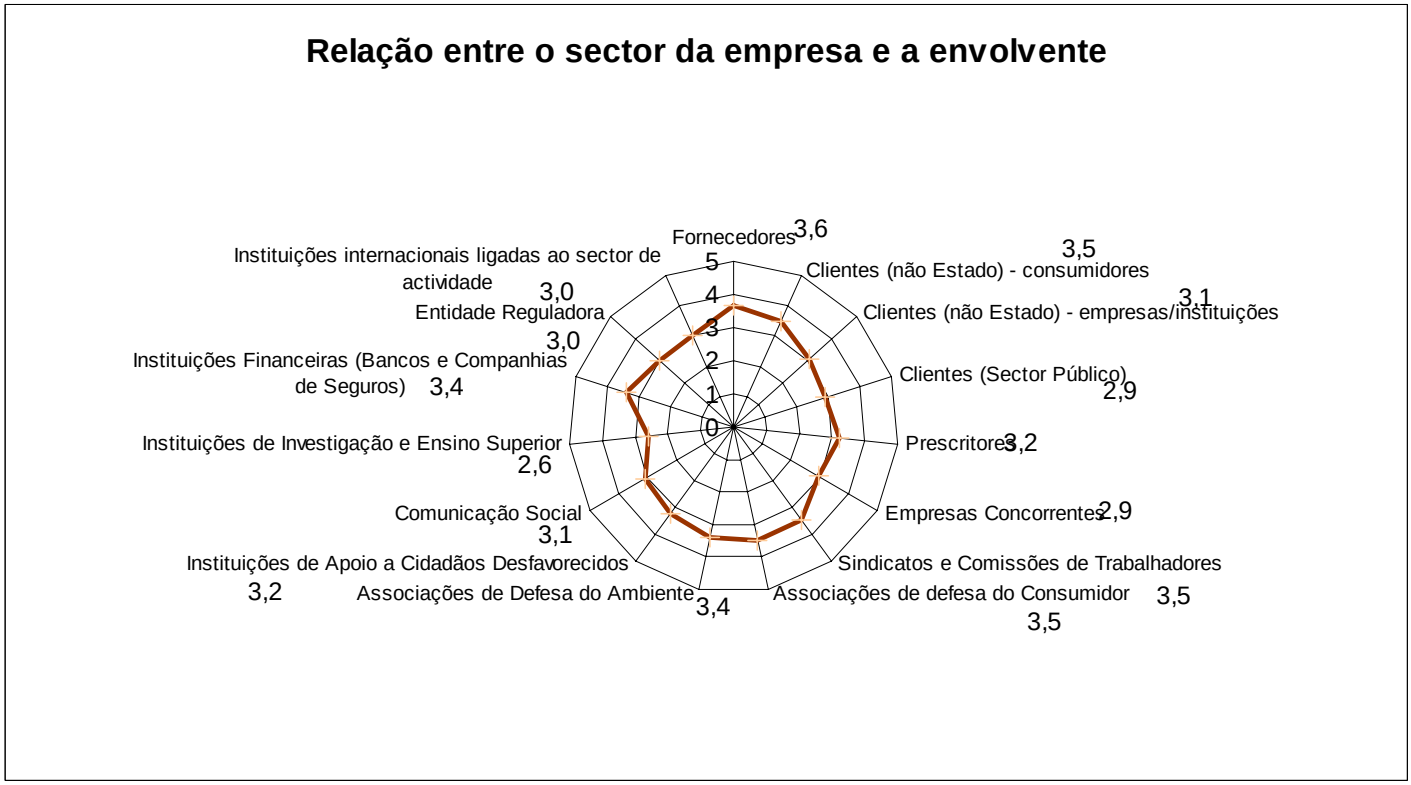


Gráfico VII – O papel do sector na sociedade

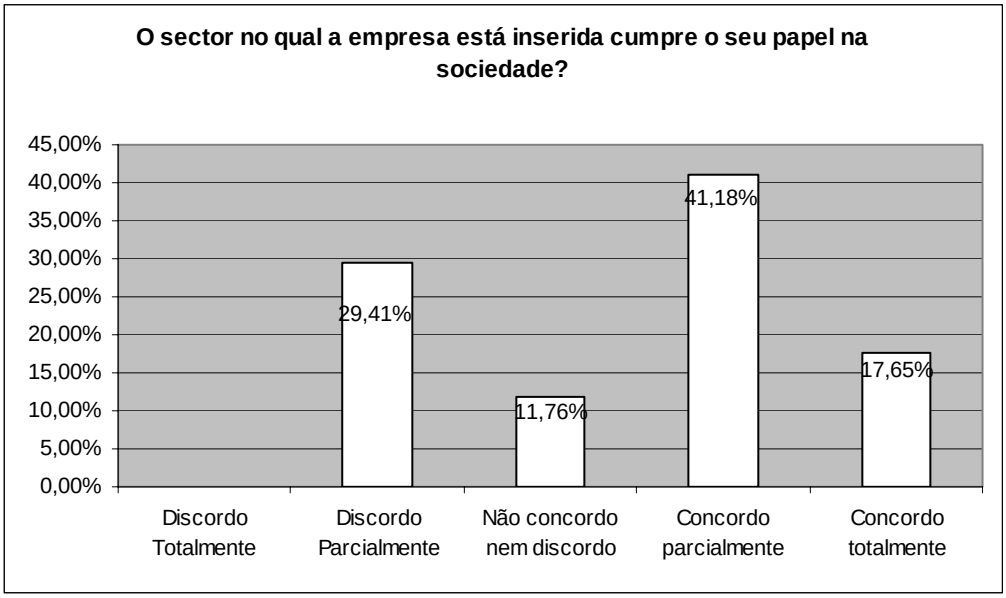


Gráfico VIII – Intervenção da empresa ao nível da responsabilidade social

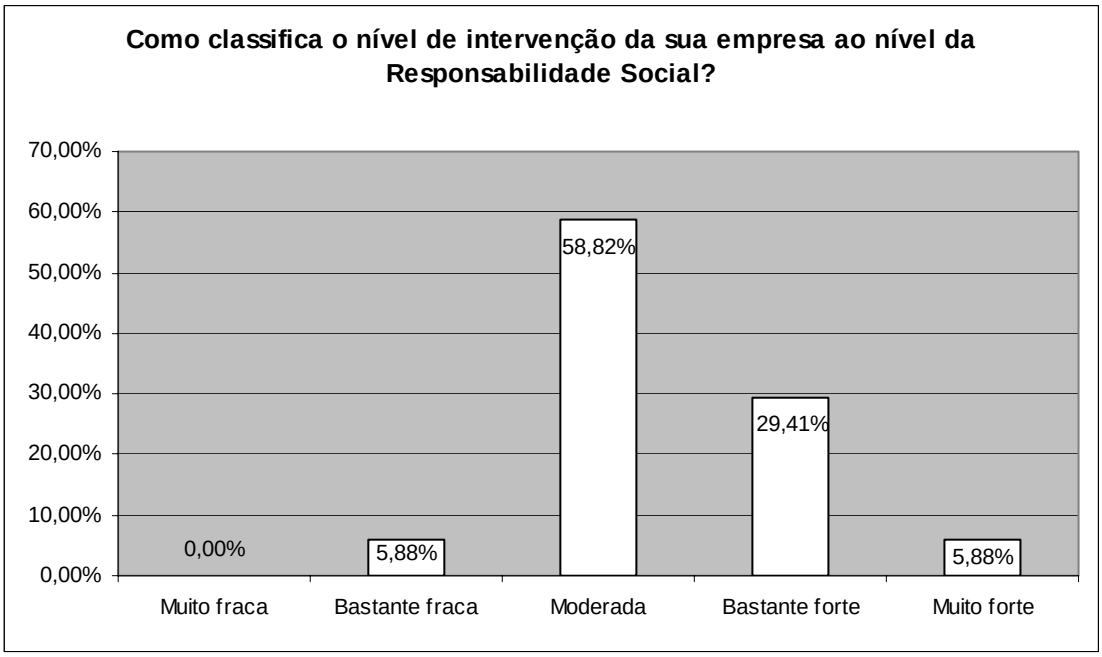


Gráfico IX –Regularidade das intervenção da empresa ao nível da responsabilidade social

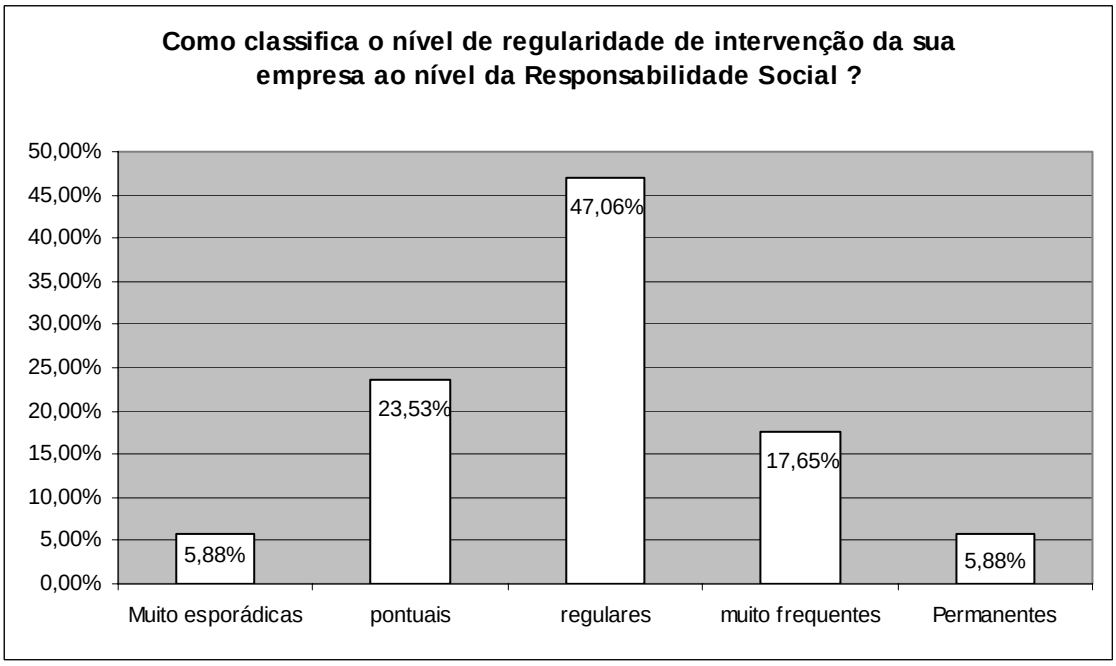
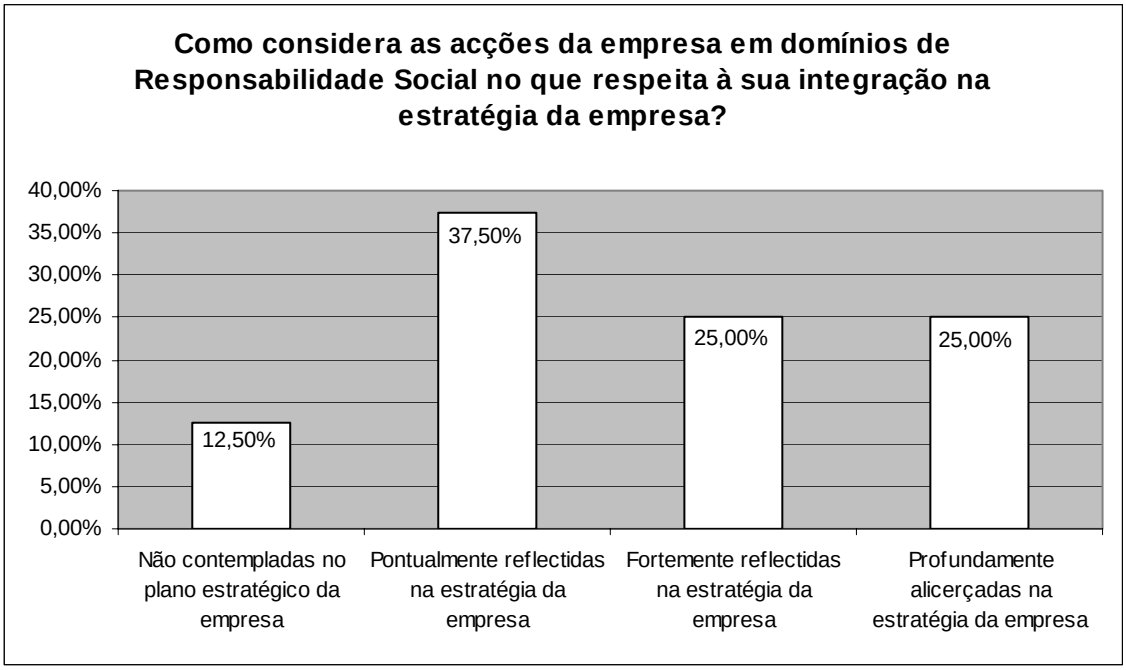


Gráfico X –A responsabilidade social na estratégia da empresa


Como considera as acções da empresa em domínios de Responsabilidade Social no que respeita à sua integração na estratégia da empresa?
40,00%
35,00%
30,00%
25,00%
20,00%
15,00%
10,00%
5,00%
0,00%
12,50%
37,50%
25,00%
25,00%
Não contempladas no plano estratégico da empresa
Pontualmente reflectidas na estratégia da empresa
Fortemente reflectidas na estratégia da empresa
Profundamente alicerçadas na estratégia da empresa