

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO NORTE DE PORTUGAL.**

**Ana Monte**

Instituto Politécnico de Bragança (IPB), Portugal

**Herminio Batista**

Instituto Politécnico de Bragança (IPB), Portugal

**ÁREA TEMÁTICA:** Responsabilidade Social Corporativa

**Palavras-chave:** *Responsabilidade Social; Pequenas e Médias Empresas; Práticas de RSE; norte de Portugal; desenvolvimento sustentável*

# RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO NORTE DE PORTUGAL.

## Resumo:

Este trabalho tem como objetivo primordial verificar se as micro e pequenas empresas do norte de Portugal, e em particular nos distritos de Bragança e Vila Real, adotam práticas de responsabilidade social (PRS) e, secundariamente, se os pequenos empresários estão cientes e integram nas suas estratégias as PRS. A amostra, por conveniência, é constituída por 188 pequenas e microempresas localizadas nos distritos de Bragança e Vila Real, sendo 85 do distrito de Bragança e 103 do distrito de Vila Real. O período de recolha de dados ocorreu entre Julho e Setembro de 2014. Os resultados alcançados indicam que os empresários transmontanos (dos distritos de Bragança e Vila Real) embora não tenham ainda atingido um patamar elevado de adoção de PRS, tudo indica que, pelo menos em certas áreas, já estarão consciencializados e adotam algumas dessas práticas, nomeadamente nas relações com clientes, fornecedores, recursos humanos, formação, com a comunidade local e em práticas ambientais.

**Palavras-chave:** *Responsabilidade Social; Pequenas e Médias Empresas; Práticas de RSE; norte de Portugal; desenvolvimento sustentável*

## INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social (RS) é um tema que, embora não tão recente, ainda não consolidou uma definição de aceitação universal. Pode-se dizer que a definição da RS ainda está em construção (Maia, 2007). Este continua a ser um tema atual, particularmente, depois de a própria União Europeia o ter assumido como prioridade numa estratégia de desenvolvimento sustentável em que as empresas, os cidadãos e os organismos públicos se devem pautar por princípios éticos e de RS contribuindo para uma economia mais sustentável. Assim, percebendo esta perspetiva de RS e as consequências que advêm dela, a RS pode começar a ser vista por parte das empresas como uma estratégia tanto para manter como aumentar a sua rentabilidade, pois este é um argumento que toca especialmente na consciência do consumidor, que certamente procurará empresas que os seus produtos conseguirão satisfazê-los e ao mesmo tempo que envolvam práticas de responsabilidade social (PRS). Assim é de fácil perceção que a RS denota uma imagem importante perante os consumidores e sociedade. Uma empresa conseguindo ser socialmente responsável pode alcançar então essa tal vantagem competitiva já referida.

Durante algum tempo, confundiu-se RS com ações de filantropia e muitas vezes desligadas do objeto de negócio da empresa. Estas ações podem fazer parte da RS de uma empresa mas, por si só, não a tornam socialmente responsável, a juntar a este aspeto persiste ainda uma ideia de que nos negócios bem-sucedidos a mentalidade do comerciante terá que deixar de lado meros moralismos importando-se só consigo próprio a fim de se tornar mais forte. Contudo esta ideia começa a desaparecer não deixando de ser feito um esforço enorme para que uma cultura de ética e RS se enraíze no mundo dos negócios.

Posto isto, e verificando que a RS é um tema cada vez mais abordado e com prospeção elevada, a motivação principal referente a este trabalho prende-se com o fato de as Pequenas Médias Empresas (PME) em Portugal constituírem maior percentagem do tecido empresarial Português, tal como na Europa, e que encaram a RSE como um desafio, pelo que se optou por estudar as PRS no seio destas empresas. A própria União Europeia tem vindo a enfatizar a importância que as PME podem exercer ao nível da RS. Além disso, alguns dos estudos realizados apontam para um aumento das PRS nestas empresas. Este trabalho tem, pois, como objetivo principal averiguar se as PME do norte de Portugal, e em particular nos distritos de Bragança e Vila Real, adotam PRS e, secundariamente, se os pequenos empresários estão cientes e integram nas suas estratégias as PRS. Em face deste objetivo geral patenteou-se duas hipóteses de investigação, tendo por mentor os trabalhos já apresentados por Santos, Santos, Pereira e Silva (2006), Afonso (2012) e, especialmente, Correia (2013) bem como as seguintes perguntas de investigação: (i) os empresários preocupam-se em adotar PRS? e (ii) quais as principais PRS das PME na vertente económica, social e ambiental?

Para responder a estas questões foi aplicado um inquérito por questionário a uma amostra por conveniência de 188 empresas classificadas de pequenas e microempresas localizadas nos distritos de Bragança e Vila Real, sendo 85 empresas do distrito de Bragança e 103 do distrito de Vila Real. O período de recolha de dados ocorreu entre Julho de 2014 até início de Setembro de 2014. No tratamento dos dados procedeu-se à análise estatística univariada descritiva construindo tabelas de frequência e cálculo de medidas de tendência central e de dispersão. Para os testes das hipóteses formuladas, dado que a maior parte das variáveis são nominais, realizou-se cruzamento de variáveis com recurso a tabelas de contingência (*crosstabs*) e aplicou-se testes de Qui-quadrado e medida de associação V de Cramer.

O presente trabalho está estruturado em cinco seções, incluindo esta breve introdução e a conclusão e sugestões para investigação futura. Na seção que se segue faz-se uma sucinta revisão de literatura, procurando-se definir o conceito de RSE, as suas dimensões e os estudos já realizados a nível internacional e em Portugal, sobretudo no universo das PME. Segue-se a seção da metodologia (intitulada desenho do estudo empírico) onde se procede

à apresentação dos objetivos, hipóteses de investigação, a população e amostra bem como se descreve o instrumento de recolha de dados e as técnicas e métodos de análise dos mesmos. Na seção 3 apresenta-se e analisa-se os resultados obtidos, iniciando-se com a caracterização da amostra, seguida da análise descritiva univariada e termina com a análise inferencial para o teste das hipóteses formuladas. Por fim, conclui-se, destacando as principais conclusões obtidas da análise dos resultados e apresentando algumas das limitações encontradas bem como algumas sugestões para trabalhos futuros.

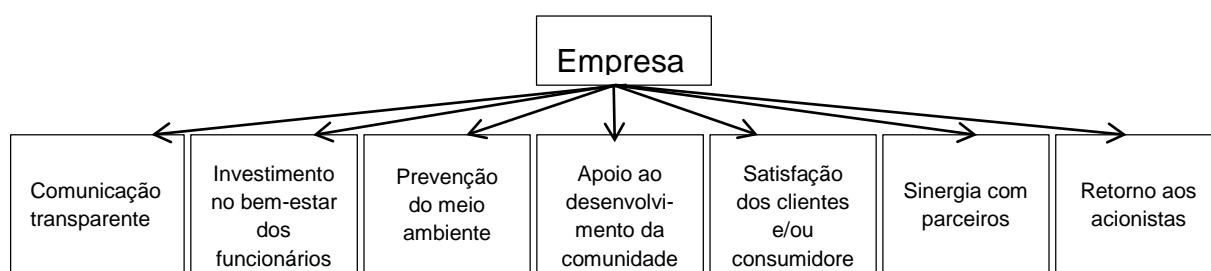
## **1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

### **1.1. A Responsabilidade Social e suas dimensões**

Segundo o livro verde da Comissão das Comunidades Europeias (COM, 2001), as empresas constituem uma importante componente da sociedade, pois geram crescimento económico e riqueza, criam e mantêm postos de trabalho, tornando-se necessário demonstrar-lhes que existem vantagens em termos de rentabilidade, decorrentes da RS. Esta define a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) como “integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas operações quotidianas das organizações e na interação com todas as partes interessadas. Trata-se de um modo de contribuir para a sociedade de forma positiva e de gerir os impactos sociais e ambientais da organização como forma de assegurar e aumentar competitividade” (COM, 2001, p. 7). Por seu turno, o World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), define a RSE como “o compromisso adotado pelas empresas em contribuir para o desenvolvimento económico sustentável, enquanto promovem a qualidade de vida dos trabalhadores e das suas famílias, das comunidades locais e da sociedade em geral”(WBCSD, 2001, p.3), ou seja, o compromisso das empresas na promoção do bem-estar das sociedades nas quais atuam diretamente (WBCSD, 2001).

Carroll (1999) refere que, apesar de alguns contributos terem sido lançados antes dos anos 50, a era moderna da RSE começou em 1953, com a publicação do livro “*Social responsibilities of the businessman*”, de Howard Bowen (o “pai” da RSE). Nas décadas seguintes multiplicaram-se as definições e as abordagens da RSE (Carroll, 1979; Davis, 1973; Drucker, 1984). A crescente globalização das economias através da ação das grandes multinacionais, condicionada pelas preferências e “valores” do mercado, veio acelerar todo o processo associado à definição do conceito de RSE. Desde então, têm-se realizado diversos estudos e investigação acerca dos efeitos das políticas de responsabilidade social praticadas pelas empresas, todavia, por falta de resultados consistentes e conclusivos, prosseguem as investigações a nível académico sobre esta temática dada a sua complexidade (Izquierdo, 2004).

A RSE surge como uma ferramenta ao serviço das empresas para darem a sua contribuição naquilo que deve ser uma relação de equilíbrio entre crescimento económico e desenvolvimento sustentado (Dias, 2009). Schvarstein (2003) considera que existem dois tipos de RSE: a “exigida” e a interna. De acordo com o autor, o facto de as organizações cumprirem com o que é imposto legalmente será classificado como RSE “exigida”, pois as organizações têm obrigação de respeitar as leis, isto faz com que a empresa seja responsável socialmente mas a motivação é imposta externamente. Define RSE interna quando a empresa desenvolve determinada ação social e/ou ambiental por acreditar que isso é o que tem que ser feito por ser o correto (Schvarstein, 2003). Neto e Froes (1999) distinguem entre RSE interna e externa. Para estes, existe uma responsabilidade social interna, que aborda as questões que tratam de relações com os funcionários e seus dependentes, visando “motivá-los para um desempenho ótimo, criar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para o seu bem-estar” (Neto & Froes, 1999, p. 85). Já a responsabilidade externa está relacionada com a comunidade onde a empresa se encontra inserida. Ainda de acordo com estes autores, existem sete condições que fazem com que o processo de gestão empresarial contribua para o fortalecimento social da empresa (ver Figura 1). A relação que as organizações criam com a comunidade bem como os projetos para com esta ou as ações existentes para com o público interno são elementos fundamentais e estratégicos para a prática de responsabilidade social, contudo o grande desafio é incorporar critérios de responsabilidade social na gestão estratégica do negócio e traduzir as políticas de inclusão social em metas que possam ser incorporadas na avaliação de desempenho passando assim a ser uma nova forma de gerir os negócios.



**Figura 1:** Vetores da Responsabilidade Social de uma Empresa.

Fonte: Adaptado de Neto & Froes (1999)

De acordo com o Livro Verde da Comissão Europeia (COM, 2001), a RSE também é analisada através de duas grandes dimensões: interna e externa. Em consonância com Neto e Froes (1999), o Livro Verde declara igualmente que a dimensão interna envolve essencialmente os

trabalhadores e questões relacionadas com o investimento em capital humano, saúde, segurança e gestão da mudança; incorpora ainda práticas ambientais e a gestão de recursos naturais (COM, 2001). Segundo o Livro Verde, “estes aspetos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada” (COM, 2001, p. 8). No que diz respeito à dimensão externa, esta pode ser definida como a responsabilidade que ultrapassa a área da empresa e compreende a comunidade local, os parceiros comerciais, os fornecedores, os clientes, as autoridades públicas e as organizações não-governamentais (ONG).

De salientar ainda que a dimensão interna da RSE é constituída por outras quatro dimensões, de acordo com o referido no Livro Verde da Comissão Europeia, nomeadamente: a gestão dos recursos humanos, a saúde e segurança no trabalho, a adaptação à mudança, e a gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais (COM, 2001). Com referência à gestão dos recursos humanos, o Livro Verde (COM, 2001) sublinha que a manutenção de trabalhadores qualificados numa empresa é uma grande luta difícil para as empresas, para combater essa situação sugere medidas que as empresas podem adotar para atrair trabalhadores qualificados como, por exemplo, a participação dos trabalhadores em processos decisórios, ações formativas, aprendizagem contínua e conciliação da vida profissional com as responsabilidades familiares, regimes de participação nos lucros e no capital das empresas, igualdade em termos de remuneração e de perspetivas de carreira para as mulheres. As práticas de recrutamento também são referidas no documento como uma forma de redução das taxas de desemprego, porque facilitam a contratação de trabalhadores mais idosos, mulheres, trabalhadores de longa duração e pessoas provenientes de minorias étnicas. O processo de reestruturação deve ter em consideração os direitos dos trabalhadores e equilibrar os interesses de todas as partes interessadas e afetadas.

Por seu lado, a dimensão externa, tal como a dimensão interna, é constituída por quatro grupos: comunidades locais; parceiros comerciais, fornecedores e consumidores; direitos humanos; e preocupações ambientais globais (COM, 2001). As comunidades locais e as empresas têm uma relação de proximidade muito importante. As empresas contribuem com emprego, remunerações, benefícios e impostos, mas, por outro lado, também dependem da estabilidade, salubridade e da prosperidade da comunidade em que estão inseridas. Assim, quanto maior for o envolvimento das empresas com a comunidade local maior será a produtividade e a competitividade da empresa (COM, 2001). Ainda de acordo com o Livro Verde, a relação da empresa com os parceiros comerciais e fornecedores pode resultar como uma vantagem para empresa, pois pode reduzir a complexidade e os custos das suas operações (COM, 2001). No que diz respeito aos consumidores, as empresas devem procurar responder às necessidades dos seus clientes de forma ética, eficiente e ecológica.

O Livro Verde refere-se aos direitos humanos como uma questão complexa devido aos dilemas políticos, jurídicos e morais que coloca (COM, 2001). A distinção entre as áreas de responsabilidade das empresas e dos governos pode confundir-se em situações como o funcionamento de uma empresa num país onde não sejam respeitados os direitos humanos. A pressão efetuada por ONG, consumidores e comunidades pode levar as empresas a recorrer a códigos de conduta que incluem as condições de trabalho, direitos humanos e normas ambientais. Os códigos de conduta servem, assim, para a empresa melhorar a sua imagem e reduzir os riscos de reações negativas por parte dos consumidores, mas não substituem as disposições legais e normas vinculativas a nível nacional, da União Europeia (UE) e internacional.

## **1.2. As Pequenas e Médias Empresas e a Responsabilidade Social**

O crescente aumento da complexidade dos negócios, o avanço de novas tecnologias, o incremento da produtividade levou a um aumento significativo da competitividade entre as empresas e, desta forma, elas tendem a investir mais em processos de gestão de forma a obter diferenciais competitivos. (Ashley, 2002) afirma que, por outro lado, “estes factos levam a que uma empresa repense nas suas políticas e atue em consonância com o desenvolvimento económico, social e ambiental” (p. 3). As empresas veem na responsabilidade social uma estratégia a mais para manter ou aumentar a sua rentabilidade e maximizar o seu desenvolvimento, verificando-se uma maior conscientização do consumidor, o qual procura por produtos e práticas que geram melhoria para o meio ambiente e a comunidade (Ashley, 2002).

Aliado a isto, o “crescimento económico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas e, portanto deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas que passem por soluções ambientalmente sustentáveis, socialmente corretas e economicamente viáveis” (Lewis, 2003, p. 356). Ultrapassando a ideia que prevalecia, que todas as PRS só geravam despesas e custos para as empresas, e só se aplica em função das imposições legais, a Comissão das Comunidades Europeias vem afirmar que a responsabilidade social nas empresas pode gerar bons resultados, vantagens, lucros e crescimento das próprias empresas e da economia em geral (COM, 2001).

Porter e Kramer (2002) defendem que a empresa pode utilizar iniciativas sociais para melhorar o seu contexto competitivo. Do seu ponto de vista, a consequência de iniciativas sociais e filantrópicas focadas no contexto em que a empresa atua, permite adquirir e melhorar as suas potencialidades, e assim, cooperar com a sociedade de forma mais coerente e efetiva (Porter & Kramer, 2002). Ainda segundo os mesmos autores, as ações realizadas pelas empresas

devem estar diretamente ligadas à sua missão, pois desta forma permitem aumentar o seu potencial de criação de riqueza. Estes defendem ainda que as abordagens sobre a responsabilidade social por vezes veem afastadas das estratégias da empresa que acabam por esconder as várias oportunidades que uma empresa pode ter em apoiar a sociedade, é ainda referido que se a empresa revisse os seus objetivos ao nível da responsabilidade social aperceber-se-ia que esta responsabilidade social lhe traria benefícios, oportunidade e sobretudo uma vantagem competitiva e não uma despesa para a empresa (Porter & Kramer, 2002).

Incluir a RSE na estratégia da empresa poderá resolver as tensões entre os objetivos sociais e a rentabilidade das empresas, uma vez que tanto acionistas como a sociedade perseguem estes dois desempenhos (social e financeiro) e os resultados deverão ser positivos (Husted Corregan & Salazar Cantú, 2005; Husted & Allen, 2007). Assim, as empresas, em geral, adotarão práticas e estratégias que incorporem preocupações sociais e ambientais (RSE e sustentabilidade) se tiverem a perceção de que essas atitudes lhes trarão benefícios económico-financeiros diretos e indiretos. Diversos têm sido os estudos sobre a relação entre RSE e o desempenho económico-financeiro das empresas, e sobretudo no universo das grandes empresas (nacionais e multinacionais). Porém, a RSE também pode ser implementada em pequenas e médias empresas (PME), dado que estas, como qualquer organização, estão em constante interação com o meio envolvente, influenciando e sendo influenciadas pelo mesmo. Numa economia em constante mudança fatores como a evolução rápida do mercado, as expectativas dos clientes, os parceiros de negócios e as alterações constantes da sociedade tornam a temática da RSE uma prioridade para uma empresa forte e competitiva. No entanto, não existe uma fórmula para implementar a RSE nestas empresas. Segundo Silva e Santos (2010), “embora seja uma questão observada em um grande número de empresas, poucos estudos têm sido efetuados sobre esse tipo de prática em pequenas e médias empresas” (p. 191). Na UE tem sido fortemente defendida a importância de práticas de RSE nas PME europeias. Contudo, dada a atualidade desta temática é necessário aprofundar mais o conhecimento sobre a cultura corporativa nas PME.

Em Portugal já existem alguns estudos (v.g. Afonso, 2012; Afonso, Fernandes, & Monte, 2012; Branco & Rodrigues, 2008; Catraio, 2013; Craig, 2006; Dias, 2009; Fonseca, 2014; Matias, 2014; Mendes, 2009; Santos, 2011, entre outros) sobre a adoção da RSE e a sua integração na estratégia das empresas mas neste trabalho destacar-se-á especialmente os trabalhos de Santos, Santos, Pereira e Silva (2006) e Correia (2013) dado que se concentram no estudo das PME portuguesas. Santos et al. (2006) procederam ao diagnóstico de PRS nas PME em Portugal Continental, através da aplicação de um inquérito por questionário, tendo constado que as principais práticas desenvolvidas pelas empresas inquiridas foram: a) em relação aos clientes são a adequação do produto/serviço às necessidades dos clientes (75%) e o sistema



de tratamento de reclamações (62%); b) em relação aos fornecedores e parceiros comerciais são a garantia do pagamento no prazo acordado (68%); c) em relação às temáticas de saúde, segurança e higiene no trabalho são a prática de medicina no trabalho (93%) e condições de iluminação, ventilação, temperatura e ruído (68%); e d) em relação à gestão da mudança são a reorganização de processos de trabalho envolvendo a participação de trabalhadores (58%) e a participação, consulta e informação sobre o processo de mudança (38%). Estes autores ainda constaram que os principais benefícios da implementação de PRS, na opinião dos inquiridos são a reputação junto de clientes/consumidores (78%), a motivação dos trabalhadores (75%) e o aumento da qualidade (73%).

Correia (2013) estudou uma amostra de microempresas do distrito de Lisboa com vista a interpretar e compreender o significado das práticas de RSE nestas empresas bem como a importância e os benefícios que a RSE tem nas suas estratégias económicas, sociais e ambientais, tendo constatado que as práticas de RS desenvolvidas pelas empresas estão pontualmente refletidas na estratégica das empresas, podendo ser caracterizadas como práticas ocasionais e não estruturadas. Outra conclusão deste trabalho foi que na opinião das empresas inquiridas os benefícios resultantes das PRS estão relacionados com a redução de custos e o aumento de vendas.

## **2. DESENHO DO ESTUDO EMPÍRICO**

### **2.1. Objetivos e Hipóteses de Investigação**

O presente trabalho tem como objetivo de verificar se as PME do norte de Portugal, nomeadamente as micro e pequenas empresas dos distritos de Bragança e Vila Real, adotam PRS, se a sua adoção depende das suas características e, secundariamente, se os pequenos empresários estão cientes e integram nas suas estratégias as PRS.

Tendo em conta os objetivos fixados e a revisão de literatura efetuada, estabeleceram-se as seguintes hipóteses de investigação:

Hipótese de investigação 1 (HI1) – “*Os pequenos empresários adotam PRS*”. Os trabalhos de Correia (2013) e Santos et al. (2006) sobre Portugal, indiciam que os pequenos e médios empresários, embora por vezes de forma ocasional e descontinuada, adotam algumas práticas de responsabilidade social, nas suas diferentes dimensões mas com mais incidência na dimensão social (quer interna, quer externa) e ambiental (aqui com preocupações com a reciclagem e não utilização de produtos tóxicos). Neste trabalho procurar-se-á identificar as PRS adotadas na amostra de microempresas da região Norte de Portugal.

Hipótese de Investigação 2 (HI2): “A adoção da RSE é indiferente às características das empresas, nomeadamente área geográfica de localização, volume de negócios ou mercado em que atua.” Pretende-se ainda testar se as características “socioeconómicas e demográficas” das empresas influenciam a adoção ou não de PRS, nomeadamente se haverá diferenças estatisticamente significativas no comportamento e atitude face à responsabilidade social em função de fatores como a “idade”, a localização geográfica ou o mercado alvo.

## **2.2 – População e amostra**

O presente estudo terá como objeto as Pequenas e Médias Empresas (PME) que representam 99,9% do tecido empresarial português das quais 96% são microempresas (com menos de 10 trabalhadores, volume de negócios inferior a 50 milhões de Euros e um ativo total inferior a 43 milhões de Euros), sendo que a região norte de Portugal tem 32,7% das empresas em 2012 (INE, 2014). Em termos de número de pessoas ao serviço, em 2012, as PME empregaram 78,1% do total das empresas ao serviço, sendo que as microempresas representam 44,8% do total. Por região NUT II, a região norte é a segunda que tem maior percentagem de pessoas ao serviço (33,1%, contra os 35,3% na região de Lisboa), de acordo com (INE, 2014). A região Norte de Portugal é constituída por 8 regiões (NUT III): Ave, Cavado, Douro, Entre Douro e Vouga, Grande Porto, Minho-Lima, Tâmega, Alto Trás-os-Montes que correspondem a agrupamentos de municípios (INE, 2014) e utilizando uma divisão administrativa mais antiga mas ainda por vezes utilizada – os Distritos, a que estavam associados os antigos governos civis, será de considerar cinco distritos, a saber: Braga, Bragança, Porto, Viana do Castelo e Vila Real.

Para a persecução dos objetivos delineados no ponto anterior selecionou-se deste modo uma amostra por conveniência de micro e pequenas empresas (até 50 trabalhadores) sediadas nos distritos de Bragança e Vila Real, por uma questão de escassez de tempo e relativa “facilidade” na obtenção das respostas (uma vez que o instrumento de recolha de dados selecionado foi o inquérito por questionário, que se descreve no próximo ponto). Estes dois distritos tinham registado, em 2012, 29915 empresas não financeiras, sendo que 12733 empresas (42,46% das empresas nos dois distritos) estão sediadas no distrito de Bragança e 17182 empresas (57,44%) sediadas em Vila Real, as quais empregavam 66319 colaboradores (25,34% dos quais no distrito de Bragança) (Pordata, 2014). Estes dois distritos ainda se caracterizam por possuírem um elevado número relativo de PME e em particular de microempresas, sendo que, em 2012, 98,3% das empresas sediadas em Bragança possuíam menos de 10 trabalhadores e em Vila Real 97,37%. Constata-se assim que nestes dois distritos à semelhança do que se passa na NUT III (Região Norte de Portugal) e no restante

território nacional, as microempresas são as que predominam e por isso será justificado o seu estudo, em particular na temática da responsabilidade social pelos motivos já referidos.

### **2.3 – Descrição do Instrumento de Recolha de Dados**

O instrumento para recolha de dados utilizado foi o inquérito por questionário, aplicado às empresas localizadas nos distritos de Bragança e Vila Real. Este foi construído com base na literatura consultada sobre as PRS a nível económico, social e ambiental das PME. A estrutura do Inquérito foi elaborada tendo como base o questionário realizado por Santos et al. (2006) e Correia (2013), a quem se solicitou autorização para a utilização do mesmo para fins de investigação, tendo-se no entanto efetuado algumas alterações e adaptações à realidade do tecido empresarial inquirido. Antes da sua aplicação ainda houve o cuidado de se efetuar um pré-teste, para verificar o tempo que o inquirido levava a fazer o inquérito e as reações às questões apresentadas e à linguagem utilizada.

O inquérito é constituído por duas partes. A primeira parte, que se estende da questão um até à cinco, destina-se a caracterizar as empresas inquiridas, e por consequência a amostra, em termos de localização geográfica (onde está sediada), o seu ano de criação (indiretamente identifica-se a idade), número de colaboradores ao serviço (uma das vertentes da dimensão), o seu volume de negócios e, por fim, sobre o mercado alvo de atuação em termos geográficos (local, regional, nacional ou internacional. A segunda parte, um pouco mais extensa, procura caracterizar as PRS adotadas pela empresa. Assim esta segunda parte inicia com uma questão que procura identificar se a empresa inquirida se encontra certificada, designadamente com certificados relativos à qualidade, RSE e sustentabilidade ambiental. A seguinte surge com o interesse de perceber se na opinião do empresário as práticas de RSE encontram-se refletidas na estratégia da empresa. Esta questão ajudará ainda a entender se o empresário pratica atos de responsabilidade Social inconscientemente ou conscientemente. Na questão oito propõe-se identificar os objetivos prioritário da empresa e se estes declaradamente visam a adoção de PRS.

Em seguida tem-se um grupo de perguntas que formam um conjunto cujo objetivo é o de compreender o nível de adoção de PRS nas suas diferentes dimensões (económica, social e ambiental, interna e externa). Assim, as questões 9, 10,11,12 e 15 prendem-se com a dimensão externa mais concretamente com as práticas desenvolvidas com os seus clientes, fornecedores, produtos e serviços (dimensão económica) e por fim com a gestão de recursos humanos (dimensão social interna). As questões 13, 14 e 16, integradas na dimensão Interna, procuram identificar as práticas desenvolvidas pela empresa no que diz respeito a formação desenvolvida, a informação e diálogo e práticas ambientais. Segue-se a questão 17 que

procura identificar a área que o empresário dá mais ênfase no que concerne às PRS. Estas questões foram delineadas como questões de resposta múltipla, onde o respondente poderia selecionar mais do que uma opção.

A questão 18 pretende compreender com quem a empresa mais se relaciona na sua atividade económica tentando assim testar a coerência das respostas à questão anterior. De referir que no item comunidade local se pretende averiguar da cooperação da empresa com associações recreativas, culturais e desportivas, Organizações Não Governamentais sem Fins Lucrativos, conhecidas por ONG e Instituições Particulares de solidariedade social (IPSS). A resposta a esta questão é do tipo Likert, com as alternativas de quantidade: Bastante, Muito, Razoavelmente, Pouco ou Nada. A questão 19 que tem como objetivo perceber as motivações e o nível motivacional do empresário para implementação de PRS, usando-se a escala de Likert motivacional (Muito desmotivado, Desmotivado, Pouco desmotivado, Motivado e Muito Motivado). Consequentemente na questão 20 indaga-se o nível de intervenção da empresa quanto à responsabilidade social, apresentando-se uma escala de 5 pontos de Likert: Muito Fraco, Fraco, Moderado, Forte e Muito Forte. Na seguinte visa descortinar a opinião do empresário quanto aos benefícios decorrentes da adoção de prática de responsabilidade social no desempenho financeiro e organizacional da empresa que administra, e caso a resposta seja positiva solicita-se a identificação desses benefícios, numa escala de concordância (com as alternativas de resposta Discordo totalmente, Discordo, Não concordo nem discordo, Concordo e Concordo totalmente).

De modo a fazer chegar o inquérito às empresas e com pouco tempo para que se pudesse fazer de forma diferente, este foi entregue diretamente nas empresas em suporte papel e em algumas delas via correio eletrónico. Em alguns casos foi contactada a empresa por via telefónica. Foram distribuídos 150 inquéritos por distrito. Este foi um processo que demorou sensivelmente dois meses tendo-se iniciado em Julho de 2014.

## **2.4 - Técnicas de tratamentos de dados**

No tratamento dos dados recolhidos recorreu-se ao SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 20.0 para Microsoft Windows. Em termos de técnicas de análise, na primeira fase, com o objetivo de descrever e caracterizar a amostra em estudo, foi realizada uma análise descritiva dos dados em função da natureza das variáveis em estudo. Calcularam-se as seguintes medidas: frequências absolutas, frequências relativas, estatísticas descritivas de tendência central (média, mediana e moda), de dispersão (desvio padrão). As medidas estatísticas utilizadas foram as mais usuais na análise descritiva de amostras. Para o teste das hipóteses acima referidas, utilizou-se a análise *crosstabs* (análise de frequências cruzadas) de variáveis, o teste do Qui-quadrado ( $\chi^2$ ) e o teste de associação V de Cramer,

uma vez que a maioria das variáveis em análise é nominal ou tratadas como tal (Laureano, 2011; Marôco, 2011). Nos testes de hipóteses usou-se o nível de significância de 5%, pelo que sempre que o valor de prova obtido for inferior a 5%, as diferenças observadas são consideradas estatisticamente significativas (Pestana & Gageiro, 2014).

### **3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS EMPÍRICOS**

#### **3.1 - Caracterização da amostra**

Foram distribuídos 300 inquéritos a micro e pequenas empresas localizadas na região norte de Portugal, mais especificamente nos distritos de Bragança e Vila Real, tendo-se obtido 188 inquéritos válidos distribuídos por 85 empresas (45,2% da amostra total) de Bragança e 103 (54,8%) de Vila Real. Em termos de idade, a partir do seu ano de constituição, observa-se que as empresas distribuem-se entre os anos de 1910 (a empresa mais antiga da amostra e que se localiza em Vila Real) e 2013, sendo o ano de 2001 e o ano de 2005 o que apresenta maior número de empresas (21 e 18 empresas, respetivamente) e que mais de 50% das empresas da amostra foi criada entre 1997 e 2009. No distrito de Bragança a maioria das empresas (mais de 50%) distribuem-se pelos anos de 1994 a 2006, sendo que a o maior número de empresas desta subamostra foi constituída no ano de 2001 (com 10 empresas). Relativamente ao distrito de Vila Real, as empresas distribuem-se maioritariamente entre 1997 e 2009, sendo que 2005 foi o ano com maior n.º de empresas (12 empresas). De notar que neste distrito há um número relativamente elevado de empresas com menos de dois anos de idade (constituídas entre 2012 e 2013), totalizando 11 empresas (4 e 7, respetivamente).

Tomando em consideração a distribuição das empresas de acordo com a dimensão, usando o indicador do número de colaboradores, o n.º mínimo de trabalhadores reportado é um e máximo 52 (para a amostra total), sendo que 21 empresas (11,2% da amostra total) têm 7 trabalhadores seguindo-se 18 empresas com 12 trabalhadores (9,6% do total da amostra). Quando agrupados por escalões, 49,5% das empresas da amostra têm menos de 10 trabalhadores e 41,5% entre 11 e 20 colaboradores. A subamostra do distrito de Bragança apresenta maior dispersão da distribuição pois o intervalo de variação está compreendido entre um e 52 trabalhadores (sendo que apresenta empresas com 40, 43, 47 e 52 trabalhadores), enquanto no distrito de Vila Real as empresas que constituem esta subamostra apresentam no máximo 28 trabalhadores. Em Bragança, 55,3% das empresas têm 10 ou menos trabalhadores (sendo que há onze empresas que têm 7 trabalhadores). Em Vila Real, 44,7% das empresas têm no máximo 10 trabalhadores, sendo que há 10 empresas com 7 trabalhadores e onze empresas com 12 trabalhadores (número mais elevado). O n.º médio de trabalhadores é 11,89 (desvio padrão: DP= 7,9), mediana 11 e moda 7 (n.º de

colaboradores mais frequente), para o total da amostra; sendo que em Bragança o nº médio é 12,35 (DP=10,067), com moda 7, enquanto em Vila Real a média é 11,5 (DP=5,539) e moda 12. Os intervalos interquartis refletem a variabilidade na amostra, uma vez que 50% das empresas tem entre 7 e 14 colaboradores (no total), sendo que em Bragança esse intervalo é menor (entre 7 e 13 trabalhadores) e em Vila Real maior (entre 7 e 15 trabalhadores). Em ambos os distritos 25% das empresas tem no máximo 7 trabalhadores.

Considerando a distribuição das empresas por volume de negócio e localização, observa-se que 78.8% das empresas localizadas em Bragança apresentam um volume de negócios máximo de 2 milhões de Euros, 8.6% apresentam um volume de negócios compreendido entre dois milhões de euros e os dez milhões de euros, por fim 8% apresentam um volume de negócios superior a 10 milhões. Já no distrito de Vila Real, 87.3% possuem um volume de negócios inferior a 2 milhões, 7.8% das empresas apresentam entre dois e dez milhões de euros e 4.9% superior a 10 milhões. Em suma verifica-se que 83.4% das empresas inquiridas apresentam um volume de negócios inferior a dois milhões, 8.6% compreendido entre dois e dez milhões e por último 8% da amostra apresenta um volume de negócios superior a dez milhões mas inferior a 50 milhões de euros.

Em relação aos mercados onde as empresas inquiridas atuam 70.2% das empresas da amostra estão focalizadas no mercado local, 18.6% no mercado regional, 8.5% no nacional e apenas 2.7% destas está vocacionada para o mercado internacional. Constata-se que as empresas do distrito de Bragança estão mais voltadas para a internacionalização, ainda que a taxas relativamente baixas (3.5% do total das empresas do distrito, contra 1.9% em Vila Real), enquanto as de Vila Real estão mais direcionadas para o mercado local (70.9% *versus* 69.4% em Bragança).

### **3.2 - Análise descritiva univariada das práticas de Responsabilidade Social Empresarial entre as microempresas dos distritos de Bragança e Vila Real**

Neste ponto procede-se à análise das respostas na segunda parte do inquérito por questionário mas, dada a sua extensão, será aqui apenas apresentada a análise descritiva das questões mais relevantes para os objetivos definidos para este trabalho.

Das empresas inquiridas apenas 46 das empresas se encontram certificadas com algum Sistema de Gestão de RS, sendo que 19 (22,4%) estão localizadas no distrito de Bragança e 27 (26,2%) em Vila Real. Em ambos os distritos a percentagem de empresas certificadas é inferior a 30%, o que representa um nível de certificação inferior, em qualquer destes ao que Correia (2013) apurou na sua amostra de 54 empresas do distrito de Lisboa, na qual 44% afirmaram possuir certificação.

No que diz respeito às práticas desenvolvidas pelas empresas, 55.3% das empresas da amostra total afirmaram que as PRS estão “pontualmente refletidas na estratégia da empresa”, 28.2% “regularmente refletida na estratégia”, 9.6% “Extremamente refletidas na estratégia da empresa” e 6.9% das empresas na amostra total responderam “não se aplica (NA)”, o que indicia que estas empresas conscientemente não aplicam nem consideram qualquer PRS na sua estratégia. Analisando por distrito, pode-se verificar que 81.2% das empresas em Bragança e 85.4% em Vila Real responderam que pontualmente ou regularmente refletem as PRS na estratégia da empresa. De referir ainda que no distrito de Bragança a percentagem de empresas que afirmaram “extremamente refletidas na sua estratégia” é mais elevada do que no distrito de Vila Real (12.9% *versus* 7.8%) e que as que responderam “NA” é menor em Bragança que em Vila Real (5.9% *versus* 6.8%). Estes indicadores são demonstrativos que a adoção das PRS já começa estar na mente dos empresários e, pelo menos pontualmente refletidas na sua estratégia. Comparativamente com os resultados de Correia (2013), a qual obteve maior % de respostas “NA”, pode-se dizer que os empresários transmontanos (dos distritos de Bragança e Vila Real) parecem estar “mais conscientes” da responsabilidade social das empresas e parecem demonstrar maior preocupação estratégica com a responsabilidade social.

A *Tabela 1* resume as PRS adotadas pelas empresas da amostra, nas suas diferentes dimensões (económica, social e ambiental, interna e externa), mais concretamente com os seus clientes, fornecedores, produtos e serviços, a gestão de recursos humanos, a formação desenvolvida, a informação e diálogo e práticas ambientais. Como estas são questões de resposta múltipla, foram tratadas como variável nominal dicotómica<sup>1</sup> pelo que em cada opção de resposta a frequência absoluta poderá ser superior ao número de casos.

*Tabela 1:* Práticas de Responsabilidade Social mais frequentes por dimensão, no total e por distrito.

	Amostra Total (n=188)			Bragança (n=85)			Vila Real (n=103)		
	n	%	% Casos	n	%	% Casos	n	%	% Casos
<b>PRS relacionadas com os clientes</b>									
Adaptação às necessidades futuras dos clientes	149	41%	80%	72	44%	85%	77	38%	76%
Assistência pós-venda	94	26%	50%	35	22%	41%	59	29%	58%
<b>PRS relacionadas com fornecedores</b>									
Formação obtida por fornecedores	51	21%	30%	26	25%	35%	25	19%	26%
Pagamento no prazo acordado	131	55%	77%	66	63%	88%	65	49%	68%
<b>PRS relacionadas com Produtos e Serviços</b>									
Aspetos de segurança, fiabilidade e serviço na utilização do produto	153	42%	83%	67	42%	81%	86	43%	85%

<sup>1</sup> Atribuindo-se o valor 1 se a opção fosse assinalada e 2 se não fosse assinalada.

Informações éticas, sociais e ecológicas	71	20%	39%	30	19%	36%	41	20%	41%
<b>PRS relacionadas com a Gestão de Recursos Humanos</b>									
Igualdade de oportunidades entre homens e mulheres	161	46%	86%	72	46%	85%	89	45%	87%
Plano de carreiras	59	17%	32%	17	11%	20%	42	21%	41%
<b>PRS relacionadas com Informação, comunicação e diálogo</b>									
Reuniões internas nos variados departamentos/ setores	107	42%	68%	46	39%	63%	61	44%	72%
Participação dos trabalhadores nas decisões que lhe digam respeito	84	33%	52%	43	36%	59%	41	30%	48%
<b>PRS relacionadas com formação</b>									
Análise de necessidades de formação	92	23%	49%	42	23%	49%	50	23%	49%
Requalificação de trabalhadores	55	14%	29%	25	13%	29%	30	14%	29%
<b>PRS relacionadas com a Comunidade Local</b>									
Cedência de espaços e equipamentos	68	17%	37%	29	15%	35%	39	19%	39%
Uso de produtos e serviços de empresas locais	63	16%	34%	26	13%	31%	37	18%	37%
Patrocínio de Eventos desportivos	80	20%	44%	46	23%	55%	34	16%	34%
Oferta de estágios e bolsas de estudo	77	19%	42%	29	15%	35%	48	23%	49%
<b>PRS relacionadas com a Comunidade Local</b>									
Reciclagem	167	45%	90%	74	43%	87%	93	46%	93%
Minimização e reciclagem de resíduos	46	12%	25%	20	12%	24%	26	13%	26%
Uso de produtos de limpeza não tóxicos	85	23%	46%	41	24%	48%	44	22%	44%

Estes resultados apresentados na *Tabela 1* corroboram os obtidos por Correia (2013), quanto às PRS mais frequentes nas dimensões relacionadas com clientes, fornecedores, gestão de recursos humanos, com informação, comunicação e diálogo e com ambiente. Já no que concerne às PRS mais frequentes relacionadas com Produtos e serviços, formação, e comunidade local, os resultados do presente estudo não são coincidentes com os de Correia (2013). Esta autora obteve elevada percentagem de resposta “NA” (79.6%) quanto às PRS relacionadas com os produtos e serviços, o que não se verificou no presente estudo, que não registou essa opção nesta dimensão. Também quanto às PRS relacionadas com formação no presente trabalho, embora se tenha alcançado uma percentagem relativa elevada (quando comparada com outras dimensões da amostra) de respostas “NA”, com 21.4% dos casos, esta é menor quando comparada com os alcançados nesta dimensão por Correia (2013), no qual 45% das empresas identificaram que nenhuma das práticas são aplicadas. Na dimensão das PRS relacionada com a comunidade local, o presente trabalho não reporta qualquer resposta “NA”, contrariamente aos reportados por Correia (2013), a qual identifica que 59.3% das empresas inquiridas não tem qualquer tipo de prática de ligação com a comunidade em que se insere.

Quando questionados sobre as áreas de RS que consideram mais importantes para as empresas (ver *Tabela 2*), “Cumprir a legislação ambiental e social” foi a prática que as



empresas evidenciam mais adotar com 43.4% respostas das empresas (91.8% dos casos), seguida de “Melhorar o desempenho ambiental” com 42.9% dos casos e “Relacionar com a comunidade onde a empresa se insere” com 42.4%. Por distrito não se observam diferenças que pareçam significativas face à análise já efetuada. Em comparação com Correia (2013), constata-se que nesse estudo 40.7% das empresas inquiridas não se identificaram com nenhuma área, o que não se verificou neste estudo, indiciando que as empresas transmontanas, apesar de tudo, estarão mais propensas a implementar algumas PRS e ambientais.

**Tabela 2:** Áreas de Responsabilidade Social mais importantes para as PME.

	Amostra Total (n=188)			Bragança (n=85)			Vila Real (n=103)		
	n	%	% Casos	n	%	% Casos	n	%	% Casos
Cumprir a legislação ambiental social	169	43,4	91,8	74	44,3	88,1	95	42,8	95,0
Melhorar o desempenho ambiental	79	20,3	42,9	31	18,6	36,9	48	21,6	48,0
Relacionar com a comunidade onde a empresa se insere	78	20,1	42,4	29	17,4	34,5	49	22,1	49,0
Seguir comportamentos voluntários, que vão além do cumprimento da legislação	48	12,3	26,1	23	13,8	27,4	25	11,3	25,0
Não se Aplica	0	0	0	0		0	0	0	
Outro	15	3,9	8,2	10	6	11,9	5	2,3	5,0
Total	389	100		167	199		222	100	

Seguem-se as motivações para desenvolver práticas de responsabilidade social por parte das PME. Tomando em consideração os resultados expressos na Tabela 22, para a amostra total verifica-se que o motivo com maior média, indicando maior motivação foi melhorar a imagem (media= 4.01; DP= 1.005), em que 36% e 38% das respostas, respetivamente, indicaram estar motivados ou muito motivados, seguindo-se os “princípios éticos e cívicos”, com média de 3.98 (DP= 0.657), sendo que 76.3% das empresas afirmaram-se “motivados”. Outra das motivações apontadas com média superior a 3,5 foi “Aumentar a satisfação dos trabalhadores” (média=3.95; DP=0.653). Os fatores que menos motivam as empresas, segundo o que se pode analisar da Tabela 3, foram a utilização de incentivos públicos (média= 2.49; DP=1.106) e melhorar relações com os parceiros de negócio (média= 3.41; DP=0.838), embora este último em média tenda para a motivação positiva. Comparando com os resultados de Correia (2013), embora esta tenha usado uma escala de 3 níveis e neste estudo utilizou-se uma escala de 5 níveis, confirma-se que a utilização de incentivos públicos é o menos motivador, já melhorar a imagem institucional e os princípios éticos são dos mais motivadores.

**Tabela 3:** Motivações a desenvolver PRS na empresa, para a amostra total

		1	2	3	4	5	Missing	Média	DP
Princípios éticos e cívicos	n	3	4	12	142	25			
	% Esperada	1,6	2,2	6,5	76,3	13,4	2	3,98	0,657
Aumentar satisfação dos trabalhadores	n	4	2	14	144	21			
	% Esperada	2,2	1,1	7,6	77,8	11,4	3	3,95	0,653
Pressão das Organizações locais	n	3	12	48	119	3			
	% Esperada	1,6	6,5	25,9	64,3	1,6	3	3,58	0,711
Pressão dos clientes, concorrentes	n	2	17	69	88	8			
	% Esperada	1,1	9,2	37,5	47,8	4,3	4	3,45	0,767
Melhorar relações com os parceiros de negócio	n	2	19	82	64	17			
	% Esperada	1,1	10,3	44,6	34,8	9,2	4	3,41	0,838
Melhorar imagem institucional	n	2	17	29	66	70			
	% Esperada	1,1	9,2	15,8	35,9	38	4	4,01	1,005
Utilizar incentivos públicos	n	32	79	30	36	7			
	% Esperada	17,4	42,9	16,3	19,6	3,7	4	2,49	1,106

Nota: 1- Muito desmotivado; 2- Desmotivado; 3- pouco motivado; 4- Motivado; 5- Muito Motivado; N – Frequência Absoluta

Por fim em relação ao nível de intervenção da organização em termos da responsabilidade social, como se reporta na *Tabela 4*, 110 empresas (cerca de 59% das empresas da amostra) classificaram a sua intervenção como “moderado”, sendo a média de 3.07 (DP=0.752). De referir que mais de 83% das empresas da amostra afirmaram que a sua intervenção é moderada a muito forte. Bragança apresenta um indicador mais elevado que Vila Real, indiciando que as empresas deste distrito estão conscientemente mais interventivas que as de Vila Real. Comparando estes resultados aos obtidos por Correia (2013) pode-se afirmar que os resultados estão em concordância.

**Tabela 4:** Nível de Intervenção da PME ao nível da RSE, no total e por distrito

		1	2	3	4	5	Missing	Média	Desvio Padrão
Amostra Total	n	6	24	110	41	4	3	3,07	0,752
	% Validada	3,2	12,8	58,5	21,8	2,1			
Bragança	n	3	11	48	19	3	3	3,1	0,81
	% Validada	3,6	13,1	57,1	22,6	3,6			
Vila Real	n	3	13	62	22	1		3,05	0,712
	% Validada	3	12,9	61,4	21,8	1			

Nota: 1- Muito Fraco; 2- fraco; 3- Moderado; 4- Forte; 5- Muito Forte

### 3.3 – Análise bivariada e testes de hipóteses

Apos a análise descritiva dos resultados vai-se agora proceder a análise bivariada e aos testes de hipóteses. A primeira hipótese de investigação (H11) delineada visa identificar se os

empresários dos distritos de Bragança e Vila Real adotam PRS. Atendendo que as questões do inquérito sobre a adoção de PRS eram de resposta múltipla e tratadas como variáveis nominais dicotómicas, para testar a hipótese acima referida analisa-se as frequências para cada um desses itens verificando-se que em cada um dos conjuntos de práticas por dimensão de responsabilidade social, em geral pelo menos uma das práticas foi identificada com frequência superior a 40% dos casos. Acresce ainda que em relação a questão “nível de intervenção da PME ao nível da responsabilidade social”, conforme se observou na *Tabela 4* da secção anterior a média de resposta foi moderada (média 3.07; DP=0.752). Estes indicam assim que os empresários de Bragança e Vila Real ainda que moderadamente adotam algumas práticas de responsabilidade social validando na nossa opinião a primeira hipótese de investigação.

A hipótese de investigação dois (HI2) “A adoção da RSE é indiferente às características das empresas, nomeadamente área geográfica de localização, volume de negócios ou mercado em que atua.” foi dividida em sub-hipóteses, em que HI2.1 define-se pelo teste da relação entre a adoção de PRS e localização das empresas; HI2.2 relaciona as PRS com o volume de negócios; e HI 2.3 relaciona as PRS com os mercados em que atua. Elaborou-se tabelas de contingência (Tabelas *crosstabs*) fazendo o cruzamento das variáveis relacionadas com as diferentes PRS com cada variável relacionada com as características das empresas e calculou-se o teste do Qui-quadrado e simultaneamente o coeficiente de associação V de Cramer que é um coeficiente não paramétrico apropriado para medir a intensidade de associação entre duas variáveis nominais (Marôco, 2011) como é o caso. Dada a extensão das tabelas produzidas, estas não se apresentam, procedendo-se apenas ao reporte dos resultados mais significativos.

Para a dimensão clientes a variável “disponibilidade da empresa para auditorias de qualidade/responsabilidade social” é a que apresenta maior grau de associação (V de Cramer = 0.183) estatisticamente significativo para um nível de significância de 5% e que rejeita a hipótese nula de indiferença em função da área geográfica de localização da empresa ( $\chi^2=6.264$ ;  $p\text{-value}=0.017$ ). Para o conjunto de práticas relacionadas com fornecedores a variável “processo de seleção de fornecedores consideram-se aspetos de preservação ambiental com um grau de associação de V de Cramer = 0.235, estatisticamente significativo e rejeita a hipótese nula com  $\chi^2=10.350$ ;  $p\text{-value}=0.002$ . As práticas relacionadas com produtos e serviços têm todas grau de associação inferior a 0.01 e não rejeitam a hipótese nula em todas as situações. Em relação a gestão de recursos humanos o grau de associação varia entre 0.024 e 0.223 sendo que este último se relaciona com “planos de carreiras” estatisticamente significativo rejeitando-se a hipótese nula ( $\chi^2=9.335$ ;  $p\text{-value}=0.003$ ). No que concerne as práticas relacionadas com Informação comunicação e diálogo também se

observa graus de associação muito baixos embora positivos e todas as variáveis não rejeitam a hipótese nula, o mesmo se observa quanto às práticas relacionadas com a formação. Nas práticas relacionadas com a comunidade local o coeficiente V de Cramer varia entre 0.026 e 0.212, sendo que apenas as variáveis “patrocínios de eventos desportivos”, “partilha de recurso humanos” e “participação em programas locais de educação formação e emprego” rejeitam a hipótese nula para um nível de significância de 5%. Para finalizar, analisando as PRS ambientais, observa-se que o grau de associação das práticas e a localização está compreendida entre 0.015 e 0.157, sendo este último associado à variável “poupança de energia” que rejeita a hipótese para um nível de significância de 5% ( $\chi^2=4.653$ ; *p-value*=0.034).

Em relação à HI2.2 verifica-se que a associação entre as variáveis relativas às PRS e o volume de negócios nas suas diversas dimensões é relativamente baixa variando entre 0.074 e 0.353. Pelo teste do Qui-quadrado às variáveis “pagamento no prazo acordado”, “aspetos de segurança fiabilidade e serviço na utilização do produto”, “informações éticas sociais e ecológicas” “disponibilidade da empresa para auditorias de qualidade /responsabilidade social”, “igualdade de oportunidades entre homens e mulheres”, “atribuição de objetivos e responsabilidades em função do cargo”, “sistemas de avaliação de desempenho assente em critérios objetivos”, “plano de carreiras”, “painéis de informação”, “análise de necessidades de formação”, “avaliação de formação”, “atividades de instrução e desenvolvimento de planos de formação/atualização de conhecimentos”, “doação de produtos e serviços”, “parcerias com outras organizações”, “patrocínios de eventos desportivos”, “ofertas de estagio e bolsas de estudo”, “programas locais de educação, formação e emprego”, “reciclagem e por fim “prevenção da poluição atmosférica”, rejeitam a hipótese nula para um nível de significância de 5%.

Para finalizar analisando os resultados para validar a HI2.3 constata-se que a associação entre as PRS e os mercados em que atua varia entre 0.020 e 0.364, este último estatisticamente significativo e associado à variável atividades de instrução rejeitando a hipótese nula para um nível de significância de 5%.

## **CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA FUTURA INVESTIGAÇÃO**

Os resultados alcançados no presente trabalho indiciam que os empresários transmontanos (dos distritos de Bragança e Vila Real) embora não tenham ainda atingido um patamar elevado de adoção de práticas de adoção de responsabilidade social, pelas respostas obtidas parece que pelo menos em certas áreas já estarão consciencializados e adotam, consciente e inconsciente, algumas dessas práticas, nomeadamente nas relações com clientes,

fornecedores, recursos humanos, formação, com a comunidade local e em práticas ambientais. Saliente-se ainda que há uma tendência para a intervenção das PME ao nível da responsabilidade social moderada a forte e a reflexão dessas práticas na estratégia na empresa ainda que pontualmente mas com tendência para a regularidade.

Quanto as motivações para a implementação para a prática de responsabilidade social as mais referidas foram melhorar a imagem institucional, os princípios éticos e cívicos e aumentar a satisfação dos trabalhadores. A motivação com menor percentagem de resposta são incentivos públicos. Esta última observação leva-nos a refletir e a concluir que a RSE não advém por imposição legal mas por carácter voluntário e mudança de mentalidade por parte dos empresários.

Após concluído este processo e refletindo sobre os resultados alcançados e as dificuldades encontradas na sua implementação sugere-se que se reveja a construção de algumas questões nomeadamente as que procuram identificar as PRS adotadas pelas empresas convertendo estas não em respostas múltiplas mas usando escalas de frequência para desse modo e acrescentando para as mesmas variáveis questões relacionadas com o grau de utilidade atribuído a essas se puder melhor identificar quais as práticas consciente e inconsciente adotadas e se há coerência entre a opinião e a prática efetiva. Uma outra sugestão será aplicar o inquérito preferencialmente revisto, a uma amostra mais representativa e diversificada por setores de atividade que permita testar se existe diferenças entre estes setores para além dos mercados onde atuam e da sua dimensão. Sugere-se ainda analisar a opinião dos empresários quanto aos benefícios que estas práticas possam trazer para a empresa e se estas estão relacionadas com o desempenho financeiro de suas empresas.

Em suma, a conjuntura económico financeira e o desenvolvimento da sociedade em consequência da globalização tem colocado em relevo as questões económicas, sociais e ambientais e o papel que cada individuo e cada empresa deve desempenhar neste processo. A responsabilidade social empresarial embora frequentemente conotada como algo que só as grandes empresas “deverão” suportar, mas é um fato que essa responsabilidade passa por todos incluindo as pequenas e micro empresas. A adoção das PRS nem sempre implicam o dispêndio efetivo de recursos financeiros, simplesmente exigem mudanças de atitude e de operar que tenham em consideração o bem-estar social e ambiental e por consequência a própria sustentabilidade económica. Espera-se assim o presente trabalho contribua para o conhecimento da realidade nacional em particular as micro e pequenas empresas da região norte de Portugal, numa região económica e demograficamente desfavorecida, mas ainda assim com potencial.

## Referências bibliográficas

- Afonso, S. C. P. (2012). *Práticas de responsabilidade social nas organizações o caminho para o desenvolvimento sustentável*. Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Tecnologia e Gestão. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10198/8232>
- Afonso, S., Fernandes, P., & Monte, A. P. (2012). An empirical analysis of the dimensions of corporate social responsibility in Portugal. *Revista Mexicana de Economía Y Finanzas Nueva Época REMWF (The Mexican Journal of Economics and Finance)*, 7(2), 175–183.
- Ashley, P. A. (2002). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2008). Social responsibility disclosure: A study of proxies for the public visibility of Portuguese banks. *The British Accounting Review*, 40(2), 161–181. <http://doi.org/10.1016/j.bar.2008.02.004>
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <http://doi.org/10.5465/AMR.1979.4498296>
- Catraio, L. M. da S. (2013). A responsabilidade social corporativa numa empresa internacional: estudo de caso Autoneum Portugal, Lda. Escola Superior de Ciências Empresariais. Retrieved from <http://comum.rcaap.pt/handle/123456789/4000>
- COM. (2001). Green Paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. In O. for O. P. of the E. C. European (Ed.), *European Commission* (p. 32). European Commission.
- Correia, A. S. R. (2013). *A responsabilidade Social e as PME: As Práticas de RSE das Microempresas*. Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa. Retrieved from <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/3492/1/Disserta%20Ana%20Sofia%20Correia.pdf>
- Craig, R. J. (2006). Manuel Emílio Mota de Almeida Castelo Branco Essays on Corporate Social Responsibility and Disclosure.
- Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312–322. <http://doi.org/10.2307/255331>
- Dias, M. M. M. (2009). *Práticas de responsabilidade social em PME's do sector automóvel no Parque Industrial de Vendas Novas*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10400.5/1294>
- Drucker, P. (1984). Converting social problems into business opportunities: The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*.
- Fonseca, M. C. R. (2014). *Responsabilidade Social nas Empresas Portuguesas*. Instituto Superior de Gestão. Retrieved from [http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/9437/1/Ma Ceu Fonseca - tese.pdf](http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/9437/1/Ma%20Ce%20Fonseca%20tese.pdf)
- Husted Corregan, B. W., & Salazar Cantú, J. de J. (2005). Un estudio exploratorio sobre la estrategia social de empresas grandes ubicadas en México. *Contaduría Y Administración*, (215).
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2007). Strategic Corporate Social Responsibility and Value Creation among Large Firms. *Long Range Planning*, 40(6), 594–610. <http://doi.org/10.1016/j.lrp.2007.07.001>
- INE, I. P. (2014). *Empresas em Portugal 2012*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística I.P.
- Izquierdo, Á. J. M. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa Y Competitividad: Una Vision Desde La*

Empresa. *R.V.E.H*, 12, 9–49.

- José, N. da F. C. (2013, September 1). A relação entre responsabilidade social e a implicação dos colaboradores: o papel mediador da justiça organizacional. Retrieved from <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/7121>
- Laureano, R. M. S. (2011). *Testes de Hipóteses com o SPSS – O meu manual de consulta rápida*. (1.ª Edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Lewis, S. (2003). Reputation and corporate responsibility. *Journal of Communication Management*, 7(4), 356–366. <http://doi.org/10.1108/13632540310807494>
- Maia, P. L. (2007). *Introdução à Ética e Responsabilidade Social: administração e ciências contábeis*. São Paulo: Liv. Ed. Universitária de Direito.
- Marôco, J. (2011). *Análise estatística com o SPSS Statistics*. Lisboa: ReportNumber.
- Matias, J. P. S. (2014). *Responsabilidade social nas PMEs : potencial estratégico da responsabilidade social nas PMEs portuguesas*. Universidade de Coimbra. Retrieved from [https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/27248/1/DM\\_Joao\\_Matias.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/27248/1/DM_Joao_Matias.pdf)
- Mendes, R. J. M. (2009). *Responsabilidade social : da literatura à prática*. Universidade de Aveiro. Retrieved from <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1702/1/2010000052.pdf>
- Neto, F. P. D. M., & Froes, C. . (1999). *Responsabilidade social e cidadania empresarial: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2014). *Análise de dados para Ciências Sociais* (6.ª Edição). Edições Sílabo, Lda.
- Pordata. (2014). <http://www.pordata.pt>. Retrieved December 13, 2014, from <http://www.pordata.pt>
- Porter, M., & Kramer, M. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*. Retrieved from [http://www.expert2business.com/itson/Porter\\_HBR\\_Corporate\\_philanthropy.pdf](http://www.expert2business.com/itson/Porter_HBR_Corporate_philanthropy.pdf)
- Santos, M. J. (2011). CSR and SMEs in Portugal: the Strategy of Obligation. In L. Spence & M. Painter-Morland (Eds.), *Ethics in Small and Medium Sized Enterprises* (pp. 173–192). Springer. [http://doi.org/10.1007/978-90-481-9331-8\\_10](http://doi.org/10.1007/978-90-481-9331-8_10)
- Santos, M. J., Santos, A. M., Pereira, E., & Silva, J. (2006). *Responsabilidade social nas PME – Casos em Portugal* (1a ed.). Lisboa: RH Editora.
- Schvarstein, L. (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones: Desarrollando las Competências Necessarias para el Ejercicio Efectivo de la Responsabilidad Social*. Buenos Aires: Editora Paidós. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Silva, R. R., & Santos, M. J. N. (2010). A importância da responsabilidade social corporativa para a potenciação do capital social em pequenas e médias empresas. *Ciências Da Administração*, 12(27), 190–207.
- WBCSD. (2001). *CSR: Meeting Changing Expectations. World Business Council for Sustainable Development – Corporate Social Responsibility* (Vol. 1). Retrieved from <http://www.wbcd.org/pages/edocument/edocumentdetails.aspx?id=82&nosearchcontextkey=true>