

RIVOLTY MAQUEMBA

**INOVAÇÃO, DESEMPENHO E RESPONSABILIDADE
SOCIAL EMPRESARIAL**

Orientadora: Professora Doutora Luísa Margarida Cagica Carvalho

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Escola de Ciências Económicas e das Organizações

Lisboa

2019

RIVOLTY MAQUEMBA

**INOVAÇÃO, DESEMPENHO E RESPONSABILIDADE
SOCIAL EMPRESARIAL**

Tese defendida em provas públicas para obtenção do Grau de Mestre em Contabilidade e Fiscalidade conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias no dia 19/09/2019, perante o júri, nomeado pelo Despacho Nomeação n.º: 210/2019, de 23 de Agosto, com seguinte composição:

Presidente: Professor Doutor Eduardo Moraes Sarmento

Arguente: Professora Doutora Boguslaw Sardinha

Orientadora: Professora Doutora Luísa Margarida Cagica Carvalho

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Escola de Ciências Económicas e das Organizações

Lisboa

2019

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço à Deus pela proteção, saúde e força para alcançar os meus objetivos.

Agradeço à minha Orientadora, Professora Doutora Luísa Carvalho, que me auxiliou da melhor forma possível na elaboração do presente trabalho.

Um especial agradecimento aos meus pais, Isaac Alfredo e Júlia Alfredo, que acreditam sempre em mim e me dão todo apoio nas decisões de vida que eu venho tomando, são a força e o maior motivo pela qual eu continuo a lutar pelos meus sonhos. Agradeço-lhes ainda a sabedoria e criatividade que herdei deles.

Agradeço aos meus irmãos, Uriel e Cleya, que de certa forma constituem também uma das razões pela qual procuro crescer e aperfeiçoar o que há de bom em mim, pois todos concordamos que a melhor forma de agradecer aos nossos pais pelo que têm feito por nós é deixando-os orgulhosos dos homens em que nos tornámos, ou no que nos estamos tornando.

Por fim mas não menos importante, agradeço a todos meus amigos e professores que contribuíram de forma direta ou indireta para a conclusão deste Mestrado.

Resumo

O presente trabalho aborda a questão da Inovação, Desempenho e Responsabilidade Social Empresarial (RSE) em Benguela-Angola. Neste estudo foi aplicado um questionário semiestruturado a um conjunto de 51 empresas da província de Benguela para conhecer qual o contexto de adoção do conceito de RSE pelas empresas.

A investigação é de carácter exploratório com a aplicação de metodologias do tipo qualitativo e quantitativo, assente na recolha e análise bibliográfica e documental, em associação com um estudo de campo com empresas da província de Benguela-Angola.

Através da pesquisa realizada, é possível sugerir que é cada vez maior o impacto da inovação para as empresas, independentemente da dimensão do negócio. É um processo que agrega vantagem competitiva, uma vez que apenas a inovação torna possível concorrer com outras empresas. A inovação pode ser social ou tecnológica, as quais, do ponto de vista de vários autores, diferem quanto ao valor, estratégia, *locus*, processo e difusão.

A incorporação de boas práticas de responsabilidade social nas organizações cria oportunidades e previne riscos, o que assume um impacto positivo no vasto número de indicadores que avaliam o sucesso organizacional.

As preocupações de natureza social remontam a algumas décadas, sendo que as empresas optam por este tipo de ações porque a existência de um relacionamento de confiança e de respeito entre os *stakeholders* traz benefícios que podem ser de médio ou longo prazo. A importância da responsabilidade social empresarial ultrapassa o âmbito da geração de lucros e da lei, melhorando a reputação e promovendo uma imagem positiva da empresa.

Palavras-chave: Inovação, Desempenho, RSE, Benguela-Angola.

Abstract

The purpose of this research is the issue of Innovation, Performance and Corporate Social Responsibility (CSR) in Benguela-Angola. In this study was applied a semi-structured questionnaire to a group of 51 companies from the province of Benguela to understand the context of CSR concept admission by companies.

The research is based on a qualitative and quantitative methodology based on bibliographical and documentary collection and analysis in association with a field study with companies in the province of Benguela-Angola.

Through the research it is possible to affirm that the impact of innovation for companies is increasing, regardless of the size of the business. It is a process that adds competitive advantage, since only innovation makes it possible to compete with other companies. Innovation can be social or technological, which from the point of view of the various authors, differ in value, strategy, locus, process and diffusion.

The incorporation of good practices of social responsibility in organizations creates opportunities and prevents risks, which has a positive impact on the vast number of indicators that evaluate organizational success.

Concerns of a social nature go back a few decades, being that the companies opt for this type of actions because the existence of a relationship of trust and respect among stakeholders brings benefits that can be medium or long term. The importance of corporate social responsibility goes beyond the ambit of profit generation and the law, improving reputation and promoting a positive image of the company.

Keywords: Innovation, Performance, CSR, Benguela-Angola.

Índice

Introdução	12
1. Enquadramento Teórico e Contextualização	14
1.1. Revisão Bibliográfica	14
1.1.1. Inovação	14
1.1.1.1. Enquadramento	14
1.1.1.2. Inovação Social	15
1.1.1.3. Diferenças entre Inovação Tecnológica e Inovação Social	17
1.1.2. A Responsabilidade Social das Empresas (RSE)	18
1.1.2.1. Enquadramento Histórico	18
1.1.2.2. Conceito de Responsabilidade Social Empresarial	20
1.1.2.3. As Dimensões da Responsabilidade Social Empresarial	23
1.1.2.3.1. Dimensão Interna	24
1.1.2.3.2. Dimensão Externa	26
1.1.2.4. Responsabilidade Social Empresarial e Desempenho da Empresa	29
1.1.2.4.1. Estudos relacionados com a RSE e o Desempenho da Empresa	29
1.1.2.5. Relação entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro	31
1.1.2.5.1. Relação Positiva entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro	31
1.1.2.5.2. Relação Negativa entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro	32
1.1.2.5.3. Inexistência de qualquer relação entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro	33
1.1.2.2. Indicadores de RSE	33
1.1.2.3. Indicadores de orientação das empresas para a RSE	35
1.2. Contextualização da República de Angola	37
1.2.1. Caracterização socioeconómica de Angola	37
1.2.2. Caracterização socioeconómica da Província de Benguela	39
2. Estudo exploratório	41
2.1. Metodologia	41

2.1.1. Natureza do Estudo	41
2.1.2. Questão de Investigação	41
2.1.3. Objetivos de Investigação	42
2.1.4. População e Amostra da Pesquisa	42
2.1.4.1. Caracterização da Amostra	43
2.1.5. Instrumento de Recolha e Técnica de Análise de Dados	44
2.2. Apresentação de Resultados	49
2.2.1. Sector de Atividade Empresarial	49
2.2.2. Dimensão por Número de Colaboradores	50
2.2.3. Cargo Ocupado pelos Respondentes	51
2.2.4. Informação sobre RSE	52
2.2.5. Difusão sobre a RSE	52
2.2.6. Âmbito Social da RSE	53
2.2.7. Âmbito Económico da RSE	54
2.2.8. Âmbito Ambiental da RSE	55
2.2.9. Grau de Inovação	55
2.2.10. Desempenho das Empresas	56
2.2.11. Sucesso Competitivo	57
2.3. Testes Das Hipóteses	57
Conclusão	61
Referências Bibliográficas	63

Índice de Figuras

Figura 1: Pirâmide de RSE	22
Figura 2. Pilares da dimensão interna da RSE	26
Figura 3. Pilares da dimensão externa da RSE	29
Figura 4. Divisão administrativa da República de Angola	38
Figura 5. Divisão administrativa de Benguela	40
Figura 6. Apresentação da validação do resultado das hipóteses em estudo	58

Índice de Quadros

Quadro 1. Definição de inovação social segundo diferentes autores.	15
Quadro 2. Aspetos que diferenciam a inovação tecnológica e inovação social.	18
Quadro 3. Contributos para a proposta de indicadores de RSE.	34
Quadro 4. Indicadores de RSE.	36
Quadro 5. Ficha Técnica do Estudo.	43
Quadro 6. Codificação das Questões.	44
Quadro 7. Número de empresas por sector de atividade	49
Quadro 8. Dimensão das Empresas	50
Quadro 9. Cargo Ocupado pelos Respondentes	51
Quadro 10. Validação de Hipóteses	58

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Percentagem de empresas por sector de atividade	49
Gráfico 2. Percentagem de Colaboradores na Empresa	50
Gráfico 3: Cargo dos respondentes	51
Gráfico 4. Informação sobre RSE em Benguela	52
Gráfico 5. Difusão de RSE em Benguela	53
Gráfico 6. Âmbito Social da RSE	54
Gráfico 7. Âmbito Económico da RSE	54
Gráfico 8. Âmbito Ambiental de RSE	55
Gráfico 9. Grau de Inovação das Empresas de Benguela	56
Gráfico 10. Desempenho das Empresas de Benguela	56
Gráfico 11. Sucesso Competitivo	57

Apêndices

Apêndice 1 – Teste de Hipóteses

Apêndice 2 – Resultado Estatístico

Apêndice 3 – Empresas Entrevistadas

Apêndice 4 – Questionário sobre RSE das empresas

Introdução

O desenvolvimento económico e o avanço tecnológico de um país encontram-se relacionados com as empresas, que possuem capacidade criadora e geram inúmeros recursos. Todavia, as empresas devem atuar no mercado com foco na qualidade das relações e na geração de valor para toda a sociedade, exercendo as suas atividades com vista à responsabilidade social, a qual se refere, entre mais, à postura legal da empresa, à prática filantrópica exercida e ao apoio dado à comunidade.

As mudanças constantes que foram ocorrendo nos últimos tempos ao nível do desenvolvimento económico e do avanço tecnológico à escala global, levaram a sociedade a questionar a forma de atuação das empresas, sendo que estas, ao se depararem com a tensão social sobre aspetos ligados à sustentabilidade, à proteção ambiental, à desigualdade social, entre outros, viram-se obrigadas a conduzirem os seus negócios não apenas para obtenção de lucros mas também para a preservação e garantia do bem-estar social das comunidades.

Apesar das mudanças mais marcadas nos últimos anos, as preocupações de natureza social são uma realidade há já algumas décadas. Refletindo a visão global do contexto económico, social e ético, condicionadas pelas preferências e valores do mercado, essas preocupações vieram acelerar o processo associado à definição do conceito de RSE. Assim, a RSE pode ser entendida como a forma como as empresas integram as preocupações económicas, sociais e ambientais nos seus valores, cultura e missão para o estabelecimento de boas práticas que visam criar riqueza e melhorar o bem-estar da sociedade.

O presente trabalho de pesquisa pretende refletir sobre algumas questões associadas à inovação, desempenho e responsabilidade social empresarial das empresas sediadas na província de Benguela-Angola. A motivação para este estudo, além de uma natureza pessoal, justifica-se pela escassez de estudos académicos com recolha de dados primários em África, particularmente em Angola e respetiva província de Benguela.

Para o efeito, formulou-se a seguinte pergunta de investigação:

– Qual o contexto de adoção do conceito de RSE pelas empresas sediadas na província de Benguela-Angola?

Esta questão de partida remete-nos para a definição do objetivo geral da presente investigação, o qual é formulado da seguinte forma:

– Compreender de que forma está a ser adotado o conceito de RSE nas empresas sediadas na província de Benguela-Angola.

Neste sentido, postulam-se os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os fatores que contribuem para a melhoria social, económica e ambiental das empresas da província de Benguela-Angola.
- Analisar de que forma as empresas percecionam a relação da RSE com o desempenho das empresas de Benguela-Angola.
- Compreender a importância dada a Inovação pelas empresas de Benguela-Angola.

O presente trabalho de pesquisa, após a presente introdução, encontra-se estruturado em dois capítulos, subdivididos em diversos temas respetivamente. No primeiro capítulo, o subcapítulo inicial retrata os fundamentos teóricos dos vários autores que abordam as questões de inovação, desempenho e RSE, enquanto o segundo subcapítulo apresenta uma breve caracterização socioeconómica de Angola e uma contextualização da província de Benguela, sublinhando os seus aspetos socioeconómicos mais relevantes.

Por sua vez, o segundo capítulo inicia-se com a exposição da metodologia utilizada no estudo exploratório, descrevendo as etapas de evolução do trabalho de pesquisa, nomeadamente o *design* do estudo, a caracterização da amostra, os instrumentos e técnicas de recolha de dados e os procedimentos para análise e tratamento dos dados. Na sua parte final são analisados e apresentados os resultados do trabalho de pesquisa.

Em último lugar, apresentam-se as conclusões da investigação, respetivas limitações e futuras recomendações, finalizando com as referências bibliográficas.

1. Enquadramento Teórico e Contextualização

1.1. Revisão Bibliográfica

1.1.1. Inovação

1.1.1.1. Enquadramento

Tradicionalmente a inovação tem sido relacionada com o ganho económico e a geração do lucro. Os estudos sobre o tema em geral partem das conceções schumpeterianas de que novas combinações permitem a obtenção de lucros extraordinários.

No seu clássico, *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (Teoria do Desenvolvimento Económico), lançado em 1912, Joseph A. Schumpeter determinava que o desenvolvimento é definido por essas novas combinações, englobando cinco situações (Schumpeter, 1997, p. 76):

- “– Introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de um bem;
- Introdução de um novo método de produção no ramo específico da indústria de transformação;
- Abertura de um novo mercado em que a empresa ainda não tenha entrado;
- Conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de um bem semi-manufaturado;
- Estabelecimento de uma posição de monopólio.”

A inovação viria a ser entendida a partir de então como a forma inédita de fazer estas combinações gerando resultado económico.

Rogers e Shoemaker (1971) argumentam que uma inovação pode ser uma nova ideia, uma nova prática ou também um novo material a ser utilizado num determinado processo. Partilhando a mesma aceção, Zaltman, Duncan e Holbek (1973) referem-se à inovação como uma ideia ou prática nova adotada num processo.

Em suma, a inovação pode ser entendida como o esforço que se utiliza para criar uma mudança orientada para o potencial económico ou social de uma empresa, como processo de transformação de oportunidades em ideias e sua consequente prática da forma mais ampla possível. Todavia, existem dois tipos de inovação que podem contribuir para o bem-estar da população:

- Inovação tecnológica;
- Inovação social.

De acordo com Pol e Ville (2009), a inovação tecnológica visa o lucro e a inovação social procura dar solução aos problemas sociais.

Para Bignetti (2011), a inovação social surge “como umas das formas para encontrar alternativas viáveis para o futuro da sociedade humana”, já Murray, Mulgan e Caulier-Grace (2009) referem que ela visa reduzir os problemas decorrentes das desigualdades sociais, as questões de sustentabilidade, mudanças climáticas, grandes endemias, entre outros. Conforme Bignetti (2011), são agentes da inovação social os movimentos sociais, empreendedores sociais e outros.

As inovações ditas tecnológicas, envolvendo fundamentalmente as duas primeiras situações preconizadas por Schumpeter – a introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de um bem e a introdução de um novo método de produção no ramo específico da indústria de transformação –, mereceram especial atenção nos últimos quarenta anos por parte dos estudos académicos. Atualmente observa-se uma ampliação do conceito de inovação, ultrapassando a inovação tecnológica de processo e de produto, tornando-a mais abrangente e sistémica.

1.1.1.2. Inovação Social

Desde as primeiras definições estabelecidas em 1970 pelos pioneiros nos estudos da inovação social, como James B. Taylor e Dennis Gabor (Cloutier, 2003), a inovação social tem passado por várias formulações. Todavia, a procura de uma definição genérica de inovação social – e particularmente do seu objeto de estudo – entre os diferentes autores e instituições, resulta num aglomerado de conceitos que induz o pesquisador a desfolhar por caminhos sinuosos. No quadro 1 são apresentadas as perspetivas dos diferentes autores que abordam o conceito de inovação social.

Quadro 1. Definição de inovação social segundo diferentes autores.

Autor	Conceito
Taylor (1970)	Forma aperfeiçoada de ação, novas formas de fazer as coisas, novas invenções sociais.
Cloutier (2003)	Uma resposta nova definida na ação e com efeito duradouro para situação considerada insatisfatória, que busca o bem-estar dos indivíduos/ comunidades.

Branco e Rodrigues (2006)	Mudança na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre as pessoas decorrentes das abordagens práticas e intervenções.
Mulgan, Tucker, Rushanara e Sanders (2007)	Atividades e serviços inovadores que são motivados pelo objetivo de satisfazer uma necessidade social e que são predominantemente desenvolvidos e difundidos através de organizações cujos propósitos primários são sociais.
Moulaert, Martinelli, González & Swyngedow (2007)	Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano focado na satisfação das necessidades humanas através da inovação nas relações no seio da comunidade.
Phills, Deiglmeier e Miller (2008)	O propósito de procurar uma nova solução para o problema social que é mais efetiva, eficiente, sustentável para a qual o valor criado atinge principalmente a sociedade como um todo e não indivíduos em particular.
Murray e colaboradores (2009)	Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem as necessidades sociais e criam novas relações sociais.
Pol e Ville (2009)	Nova ideia que tem o potencial de melhorar a qualidade ou a quantidade de vida.
Bignetti (2011)	Resultado do conhecimento aplicado a necessidade social através da participação e cooperação de todos envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para os grupos sociais ou para a sociedade em geral.

A variedade das noções que se estabelecem sobre a inovação social relaciona-se com o facto de estas demonstrarem que a inovação social procura beneficiar os seres humanos antes de tudo, diferentemente das noções económicas tradicionais sobre inovação, voltadas fundamentalmente para os benefícios financeiros.

Na perspetiva dos diferentes autores, a inovação social pode partir de uma nova ideia (Pol & Ville, 2009) ou ser resultado do conhecimento aplicado (Bignetti, 2011). É também definida como uma nova solução para um problema social que é mais efetiva e sustentável, para a qual o valor criado atinge principalmente a sociedade como um todo (Phills et al., 2008).

De acordo com os diferentes autores, a inovação social visa melhorar a qualidade ou a quantidade de vida dos indivíduos (Pol & Ville, 2009), satisfazer as necessidades sociais e

aumentar a capacidade social (Murray, 2009) e procura o bem-estar dos indivíduos/comunidade (Cloutier, 2003), criando valor que atinge a sociedade como um todo (Phills et al., 2008).

1.1.1.3. Diferenças entre Inovação Tecnológica e Inovação Social

Tendo em conta a abrangência do conceito de inovação, torna-se necessário realçar que esta pode disseminar benefícios para a sociedade, se atendermos ao facto de que a inovação tecnológica se traduz nos resultados económicos e a inovação social visa equacionar os problemas sociais.

Segundo Bignetti (2011), destacam-se cinco aspetos que diferenciam a inovação tecnológica e inovação social:

- Valor de apropriação;
- Estratégia organizacional;
- *Locus* (local de ocorrência) da inovação;
- Processo de inovação;
- Difusão da inovação.

Em primeiro lugar, a questão do valor aparece como essencial nesta distinção. Enquanto a inovação tecnológica trata da apropriação de valor, a inovação social refere-se à criação de valor (Mizik & Jacobson, 2003; Santos, 2009). A inovação tecnológica cria valor para os *stakeholders*, foca-se no lucro e no autointeresse dos atores económicos, por sua vez, a inovação social centra-se nos interesses dos grupos sociais e da comunidade. A inovação social apresenta-se, assim, como uma resposta nova a uma situação social julgada como insatisfatória e visa o bem-estar dos indivíduos e da comunidade (Cloutier, 2003; Bignetti, 2011).

A segunda diferença encontra-se relacionada com a estratégia. Enquanto a inovação tecnológica procura obter ou manter vantagens competitivas face à concorrência, a inovação social tem como foco a cooperação para resolver questões sociais que possam representar mudanças nas relações e nas condições sociais (Santos, 2009).

Uma terceira dimensão diferenciadora refere-se ao *locus* da inovação. A inovação tecnológica é centrada na empresa (Chesbrough, Vanhaverbeke & West, 2006) e a inovação social é voltada para as ações comunitárias, começando frequentemente com esforços pequenos e locais (Goldsmith, George & Burke, 2010).

A quarta diferença está relacionada com o processo de inovação. A inovação tecnológica é tratada como um processo que se desenvolve através de ferramentas de gestão específicas, sendo gerida de dentro para fora (Cooper, Edgett & Kleinschmidt, 2002), enquanto o processo de inovação social se desenvolve pela participação dos beneficiários e dos atores da comunidade. Deste modo, a inovação social permite a formação de novas relações sociais e conduz a novas estruturas sociais, sendo um processo gerido de fora para dentro (Bignetti, 2011).

Finalmente, a quinta diferença diz respeito à difusão do conhecimento gerado pela inovação. A inovação tecnológica é protegida por mecanismos de proteção intelectual, visando a sua exploração económica, o que representa um fator essencial à competitividade perante a concorrência. Já as inovações sociais seguem mecanismos de difusão que favorecem a expansão dos resultados a outras comunidades (Bignetti, 2011).

Como se observa nas argumentações acima expostas, a inovação social distingue-se da inovação tecnológica principalmente em função da sua finalidade, da estratégia, do *locus*, do processo de desenvolvimento e da difusão do conhecimento.

Quadro 2. Aspetos que diferenciam a inovação tecnológica e inovação social.

Aspetos	Inovação Tecnológica	Inovação social
Valor de apropriação	Apropriação de valor	Criação de valor
Estratégia organizacional	Vantagens competitivas	Resolver questões sociais
<i>Locus</i> (local de ocorrência) da inovação	Centrada na empresa	Voltada para ações comunitárias
Processo de inovação	Gerida de dentro para fora	Gerido de fora para dentro
Difusão da inovação	Proteção intelectual	Difusão a outras comunidades

Fonte: Adaptado de Bignetti (2011).

1.1.2. A Responsabilidade Social das Empresas (RSE)

1.1.2.1. Enquadramento Histórico

Como já mencionado, as preocupações sobre aspetos sociais são uma realidade há já algumas décadas. As primeiras reflexões sobre Responsabilidade Social surgiram na década de 50, época em que o termo foi discutido pelo seu precursor Howard Bowen que, em 1953, lançou

o livro *Social Responsibility of the Businessman*. Na sua obra, o autor questiona quais as responsabilidades com a sociedade que se espera de um ‘homem de negócios’ e defende a ideia de que as empresas devem compreender melhor o impacto social, os desempenhos sociais e éticos incorporados na gestão dos negócios (Bertoncello & Junior, 2007). Corrêa, Neto, Spers e Giuliani (2010) realçam que nesse livro Bowen afirma que as empresas devem observar a linha de atuação que seja desejável no que se refere aos objetivos e valores da sociedade na qual estão inseridas.

No início da década de 60, a expressão RSE foi popularizada nos Estados Unidos por motivos de transformações sociais, que priorizaram os problemas socioeconómicos da época (Oliveira, 2008). Na mesma perspetiva, Pées (2006) refere que os acontecimentos relacionados com a guerra do Vietname, no início da década de 60, e outros fatores decorrentes também à escala mundial, tais como a luta pela igualdade de direitos entre homens e mulheres, raças, assim como a luta por novos valores e atitudes, vieram gerar novas práticas no relacionamento das empresas com a sociedade e o meio ambiente. Foi neste contexto que se passou a divulgar informação acerca das práticas das empresas no domínio ambiental e social.

Nos anos 70, a RSE surge em grande escala decorrente de vários estudos na área, liderados pelos teóricos Davis (1973), Preston e Post (1975) e Carroll (1979).

Nos anos 80, pesquisas sobre RSE incluíram temas complementares como ética empresarial, desempenho social empresarial, políticas públicas e Teoria dos *Stakeholders*.

O foco de interesse deslocou-se da definição para a operacionalização, as pesquisas voltaram-se para medir e direcionar a RSE associada ao desempenho financeiro (Carroll, 1999). Deste modo, a Responsabilidade Social das Empresas passou a fazer parte do debate público associado a problemas sociais como a pobreza, desemprego, distribuição de rendimento, crescimento económico, entre mais.

Um significado mais amplo de RSE surgiu em 1979 quando Carrol (1999) propôs um modelo que engloba quatro tipos de expectativas – Responsabilidade Económica, Responsabilidade Legal, Responsabilidade Ética e Responsabilidade Discrecionária – que refletem a visão de Responsabilidade Social das Empresas e esclarece os componentes de RSE junto da sociedade, os quais ultrapassam a geração de lucros e a lei.

Ainda assim, mesmo com a evolução dos estudos sobre RSE e com as diferentes definições desenvolvidas ao longo dos anos, no âmbito empresarial e académico, o termo RSE encontra-se relacionado com ideias distintas quanto à sua definição e quanto àquilo que de facto constitui uma postura responsável das empresas.

Em suma, 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.

1.1.2.2. Conceito de Responsabilidade Social Empresarial

O conceito de RSE encontra-se relacionado com a ética e a transparência na gestão dos negócios e deve refletir-se nas decisões quotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios.

Segundo Ashley (2002), a Responsabilidade Social Empresarial pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que lhe afetem positivamente de modo amplo, ou a alguma comunidade de modo específico, agindo de forma pró-ativa e coerentemente no que diz respeito ao seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com esta. Para Ashley (2002), a conceção de RSC encontra-se pautada no desenvolvimento de ações empresariais que contribuam para garantir a melhoria da qualidade de vida da comunidade, exigindo que a empresa tenha competência técnica para equilibrar as vertentes de cunho económico, social e ambiental de forma ética e comprometida com o futuro da humanidade.

Prates (2004) descreve a RSE como um valor organizacional em evolução que, nos últimos anos, tem sido cada vez mais associado ao relacionamento responsável da empresa com seus stakeholders.

Já segundo Neves e Dias (2012), a Responsabilidade Social da Empresa não se limita à sua atividade ou atuação dentro da mesma, mas implica também as relações com todos os seus interlocutores, como a comunidade, acionistas, fornecedores, consumidores, autoridades públicas e Organizações Não Governamentais (ONG's).

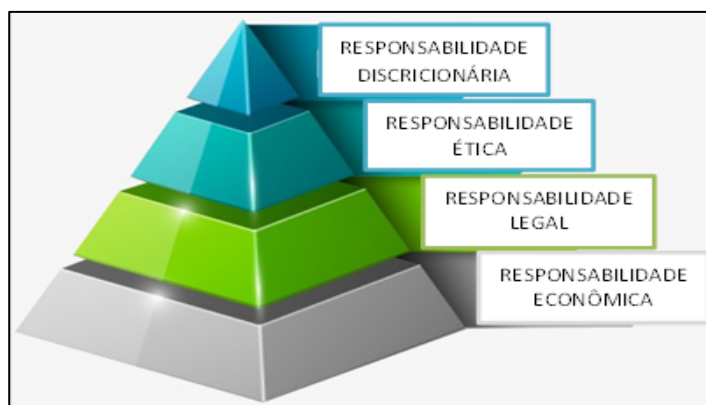
De acordo com Costa (2007), o comprometimento e o compromisso de uma empresa com a sociedade, a partir de suas ações, é a definição de Responsabilidade Social Empresarial. A RSE relaciona-se com a execução de ações de cunho social, através da adoção de práticas responsáveis na empresa, o que envolve fornecedores, clientes, funcionários, e assim promove uma melhoria contínua na qualidade de vida de toda a sociedade. Desta forma, diz respeito à maneira como as empresas realizam os seus negócios, os critérios que utilizam para a tomada de decisões, os valores que definem as suas prioridades e os relacionamentos com todos os públicos com os quais interagem.

O conceito mais desenvolvido e aceite de RSE é o das quatro categorias de Carroll (1979). O modelo de Carroll inclui responsabilidades económicas, legais, éticas e discricionárias (filantrópicas):

- Responsabilidade Económica: as empresas têm uma responsabilidade de natureza económica, nomeadamente a produção e a venda de bens e serviços para obtenção de lucro. Neste âmbito, o que a sociedade espera é que os negócios realizem lucros.
- Responsabilidade Legal: a sociedade espera que as empresas realizem a sua missão económica dentro dos requisitos estabelecidos pelo sistema legal. Obedecer à lei é uma das condições para a existência de negócios. Espera-se que os negócios ofereçam produtos que possuam padrões de segurança e obedeçam às regulamentações ambientais estabelecidas pelo Governo.
- Responsabilidade Ética: a sociedade espera que as empresas tenham um comportamento ético em relação aos negócios e espera que as empresas atuem para além dos requisitos legais.
- Responsabilidades discricionárias: são aquelas que as empresas têm a liberdade de assumir ou não, visto que não existe imposição legal ou ética, além de não haver regras nesse sentido. Logo, são deixadas para o julgamento e escolha dos gestores e das empresas impulsionadas pela sociedade.

Para que a RSE seja aceite como legítima deve atender a todo o espectro de obrigações que o negócio tem para com a sociedade, incluindo o mais fundamental, que é o económico. Assim, Carroll (1991) apresenta essas dimensões de responsabilidades da empresa no formato de uma pirâmide, em que as responsabilidades económicas são consideradas a base sobre a qual todas as outras responsabilidades se alicerçam e sem a qual não podem ser alcançadas.

Figura 1: Pirâmide de RSE



Fonte: Adaptado de Carroll (1991).

As responsabilidades discricionárias ou filantrópicas encontram-se no cimo da pirâmide, no entanto, as empresas deverão cumprir as quatro perspetivas de responsabilidade social em simultâneo.

Carroll (1991) defende que a sociedade espera que as organizações gerem lucros com as suas atividades mas que obedeçam às leis e assumam atitudes éticas com os seus direitos e deveres, e por fim, executem ações voluntárias e pratiquem ações sociais de filantropia. Neste contexto, o modelo apresentado por Carroll (1991) permite a identificação e avaliação da resposta estratégica da empresa quanto à compatibilidade e coerência entre as metas económicas e sociais.

A conceção atual sobre a RSE implica que as empresas integrem voluntariamente as preocupações económicas, sociais e ambientais nas suas operações e interações com as suas partes interessadas.

O Livro Verde (Comissão Europeia, 2001) enfatiza que a RSE é “um conceito segundo o qual as empresas decidem voluntariamente contribuir para uma sociedade melhor e um ambiente mais limpo”, cuja implementação será por meio da integração dos aspetos sociais e ambientais nas operações de negócios e sua interação com as partes interessadas (Comissão Europeia, 2001). Também aponta que ser socialmente responsável não significa apenas cumprir as suas obrigações legais mas ir além desta, tal como investir mais no capital humano, no meio ambiente, e nas suas relações com as partes interessadas (Comissão Europeia, 2001).

Neste contexto, as empresas são encorajadas a trabalhar ativamente para a RSE, não só porque é uma oportunidade de negócio para estas no mundo atual mas, em muitos casos, também por ser um reflexo das expectativas dos seus clientes, colaboradores, sociedade e outras partes interessadas (Mark-Herbert & Von Schantz, 2007).

Recentemente, a Comissão Europeia (2011) apresentou uma definição mais simples de RSE, como sendo “a responsabilidade das empresas para os seus impactos na sociedade”.

Salienta-se igualmente a norma voluntária para a RSE, a *Social Accountability 8000* (SA 8000) e a norma *International Organization for Standardization 26 000* (ISO 26 000). A SA8000 é o primeiro código de condutas laborais acreditado que especifica os requisitos de RSE para que uma empresa possa desenvolver, manter e executar políticas e procedimentos e demonstrar aos *stakeholders* que as suas políticas, procedimentos e práticas estão de acordo com os requisitos (Leite & Rebelo, 2010). A NP 4469 – Nova Norma Portuguesa de Responsabilidade Social – determina os requisitos de um sistema de gestão da Responsabilidade Social, é aplicável a organizações de todos os tipos e dimensões e pode ser adaptada a várias situações geográficas, culturais e sociais.

Torna-se necessário salientar que a divulgação da RSE é atualmente um processo essencialmente voluntário, estando a alterar-se com a introdução na legislação de vários países de requisitos obrigatórios para alguns aspetos de desenvolvimento sustentável (Dias, 2009).

Podemos afirmar que a evolução do conceito de RSE foi influenciado pelas transformações sociais e tecnológicas vivenciadas no passar das décadas, expressando o ato de entender e agir em resposta às exigências da sociedade, para a qual o valor gerado por uma empresa não se estabelece somente em lucros mas também pelo impacto positivo que proporciona para o conjunto dos implicados direta ou indiretamente pelas suas operações.

Em suma, podemos dizer que o conceito de RSE, apesar de não encontrar uma unanimidade relativamente à sua definição, é, na verdade, um constructo multidimensional, do qual fazem parte todas as responsabilidades de uma organização, pelo que, no sentido da clarificação do conceito, a RS deve ser analisada em função das suas dimensões.

1.1.2.3. As Dimensões da Responsabilidade Social Empresarial

Com o intuito de promover a RS, a Comissão Europeia através do Livro Verde, para além de clarificar o conceito, pretendeu lançar o debate sobre esta temática, com intuito de incentivar as práticas de RS nas organizações. Neste sentido, é possível observar-se neste livro a existência de duas grandes dimensões ao nível das organizações, que se associam ao conceito de RS: a dimensão interna e a dimensão externa (Comissão Europeia, 2001).

1.1.2.3.1. Dimensão Interna

A dimensão interna prende-se essencialmente com a própria empresa, por um lado com os seus colaboradores, onde as práticas socialmente responsáveis pressupõem o investimento nos recursos humanos, na saúde, na segurança e na gestão da mudança, bem como nas práticas ambientais responsáveis e relativas sobretudo à gestão dos recursos naturais explorados no processo de produção (Comissão Europeia, 2001). Esta dimensão de RSE não é tão visível quanto a dimensão externa, já que se desenvolve dentro da própria organização.

Os aspetos da dimensão interna permitem a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada (Comissão Europeia, 2001). Dadas as exigências do mercado, um dos grandes desafios colocados às organizações é o de selecionar trabalhadores qualificados para os seus quadros. Assim, as medidas de aprendizagem ao longo da vida, a responsabilização dos colaboradores, uma melhor informação dentro da organização, o equilíbrio entre a vida profissional, familiar e tempos livres, assim como uma preocupação relativamente à empregabilidade e à segurança dos postos de trabalho, assumem-se como indicadores fundamentais numa gestão de recursos humanos adequada e responsável (Rego, Moreira & Sarrico, 2003; Fernandes, 2010; Fontes, 2011; Leandro & Rebelo, 2011).

Por conseguinte, a adoção de critérios de saúde e segurança na escolha de fornecedores e contratantes, a escolha de produtos mais seguros, ergonómicos e *amigos* da saúde, bem como a inclusão de critérios de saúde e de segurança nos programas de certificação assumem-se como indicadores fundamentais numa gestão adequada e responsável no âmbito da saúde e segurança no trabalho (Rego et al., 2003; Fernandes, 2010; Fontes, 2011; Leandro & Rebelo, 2011).

A gestão da mudança, enquanto indicador da dimensão interna da organização, assume uma particular importância. Na atualidade é notável o crescente número de ações de reestruturação das organizações, sendo que a sua falta de flexibilidade para se adaptar aos imperativos de mercado poderá conduzir ao seu encerramento ou à redução drástica de efetivos, originando, consequentemente, um agravamento da crise económica, social e política da comunidade. Por esse motivo, a gestão da mudança deve ser realizada de forma responsável, tendo em conta a compatibilização dos interesses das partes envolvidas e afetadas pelas decisões de mudança (Fernandes, 2010).

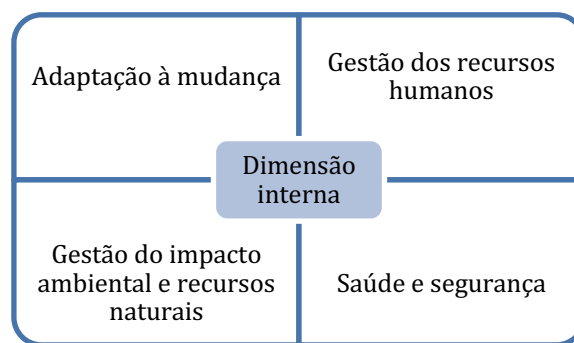
Neste sentido, para que uma reestruturação seja socialmente responsável é imperativo salvaguardar os direitos dos colaboradores, criando condições para que estes recebam uma formação profissional suplementar, caso seja necessário (Leandro & Rebelo, 2011).

Relativamente à gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais no âmbito da RSE, esta tem como objetivo central minimizar o impacto ambiental gerado pelos processos de fabrico e distribuição de bens e serviços. Esta gestão permite também uma redução das despesas energéticas e a eliminação de resíduos, assim como uma redução dos custos de matéria-prima e despoluição, podendo potenciar os proveitos associados (Fernandes, 2010; Fontes, 2011).

Neste contexto, a redução na exploração de recursos das emissões poluentes, da produção de resíduos, das despesas energéticas e a instauração de sistemas de eco-gestão de auditoria que promovam a melhoria contínua do desempenho em termos ecológicos, assumem-se como indicadores cruciais na gestão adequada e responsável do impacto ambiental e dos recursos naturais (Rego et al., 2003; Fernandes, 2010; Fontes, 2011; Leandro & Rebelo, 2011).

Em termos esquemáticos, a Figura 2 apresenta os quatro pilares fundamentais que caracterizam a RS de uma organização, na sua dimensão interna.

Figura 2. Pilares da dimensão interna da SER



Fonte: Elaboração própria com base na informação da Comissão Europeia (2001).

1.1.2.3.2. Dimensão Externa

Na dimensão externa, a RS da organização vai além do seu ambiente interno, abrangendo a comunidade local e envolvendo, para além dos colaboradores e acionistas, outras partes interessadas, como os parceiros comerciais e fornecedores, clientes, autoridades públicas, organizações não-governamentais que exercem a sua atividade junto das comunidades locais ou no domínio do ambiente (Comissão Europeia, 2001), pelo que se apresenta como mais visível do que a dimensão interna.

A contribuição das organizações para as comunidades locais pode ser analisada através do emprego, das remunerações, dos benefícios e impostos, sendo estes indicadores

fundamentais para o seu desenvolvimento. A participação das organizações em atividades locais potencia a melhoria da imagem institucional, uma melhor contratação e fidelização dos colaboradores, assim como o estabelecimento de contactos com autoridades locais e pessoas com influência na opinião pública (Pinto & Lara, 2004; Moraes & Fernandes, 2008).

Assim sendo, uma gestão adequada e responsável em matéria das comunidades locais compreende (Rego et al., 2003; Fernandes, 2010; Fontes, 2011; Leandro & Rebelo, 2011), entre outros:

- Preocupações relativamente a luz, poluição das águas, contaminação do solo, problemas ambientais inerentes ao transporte e à eliminação de resíduos.
- Recrutamento de pessoas vítimas de exclusão social.
- Disponibilização de estruturas de cuidados à infância para os filhos dos colaboradores.
- Patrocínio de eventos culturais e desportivos.
- Donativos para ações de caridade.
- Respeito pelas tradições locais.
- Projetos de construção de habitações de baixo custo.

Da mesma forma, ao estabelecerem relações duradouras com os seus parceiros de negócio (parceiros comerciais, fornecedores e consumidores), as organizações reduzem os custos das suas atividades e aumentam a qualidade dos seus produtos e serviços (Pinto & Lara, 2004; Moraes & Fernandes, 2008).

Neste âmbito, os principais indicadores de uma gestão adequada e responsável compreendem (Rego et al., 2003; Fernandes, 2010; Fontes, 2011; Leandro & Rebelo, 2011), entre outros:

- Parceria para a prática de preços em termos equitativos e para a entrega fiável e de qualidade.
- Investimento, pelas grandes empresas, em capitais de risco que permitam o desenvolvimento de novas empresas inovadoras.
- Fornecimento de modo ético, eficiente, ecológico, seguro e fiável de produtos e serviços que os consumidores desejam e necessitam.
- Disponibilização de produtos passíveis de utilização por consumidores portadores de deficiência.

A RSE possui igualmente uma forte relação com as operações internacionais e cadeias de produção globais, sendo que os Direitos Humanos se afiguram como fundamentais. Cada vez mais, as organizações adotam códigos de conduta que englobam temáticas relativas às

condições de trabalho, direitos humanos e aspetos ambientais, sendo que estes códigos devem ser aplicados a todos os níveis da organização e da cadeia de produção, devendo existir uma verificação da sua aplicação prática (Pinto & Lara, 2004; Morais & Fernandes, 2008).

Os principais indicadores de uma gestão adequada e responsável no âmbito dos direitos humanos compreendem (Rego et al., 2003; Fernandes, 2010; Fontes, 2011; Leandro & Rebelo, 2011), entre outros:

- Adoção de códigos de conduta que abranjam valores fundamentais.
- Seleção de parceiros e fornecedores que cumpram normas de respeito pelos direitos humanos.
- Resistência ativa e passiva à corrupção.
- Observância de critérios de direitos humanos mesmo em países de acolhimento onde tais princípios não imperam.
- Ações de combate à pobreza infantil.

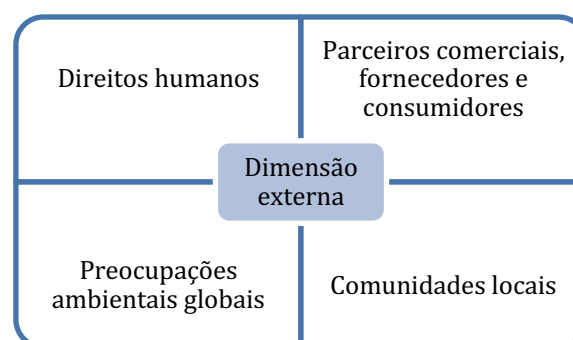
Tendo em conta o carácter global de que se revestem os problemas ambientais, as organizações devem preocupar-se com os efeitos que a sua atividade poderá causar ao meio ambiente (Pinto & Lara, 2004; Morais & Fernandes, 2008).

Neste sentido, os principais indicadores de uma gestão adequada e responsável neste âmbito, passam pela/o (Rego et al., 2003; Fernandes, 2010; Fontes, 2011; Leandro & Rebelo, 2011):

- Adesão a normas e convenções de alcance transfronteiriço.
- Orientação para o bom desempenho ambiental ao longo da cadeia de produção.
- Respeito por critérios ambientais mesmo em países onde estes não são consagrados.

Esquemáticamente, a Figura 3 apresenta os quatro pilares fundamentais que caracterizam a RSE de uma organização na sua dimensão externa.

Figura 3. Pilares da dimensão externa da RSE



Fonte: Elaboração própria com base na informação de Comissão Europeia (2001).

Em síntese, podemos aferir que, independentemente destas duas dimensões da RSE, as abordagens que cada organização adota e as relações que estabelece com as diversas partes interessadas variam em função das especificidades sectoriais e das diferenças culturais.

Porém, globalmente compreende-se que à medida que as questões relativas à RS das organizações se tornam parte integrante do planeamento estratégico e do normal funcionamento das organizações, os gestores e colaboradores devem empreender decisões baseadas em novos critérios, dando lugar a uma nova perspetiva de gestão empresarial, tal como Marques e Teixeira (2008) alegam.

1.1.2.4. Responsabilidade Social Empresarial e Desempenho da Empresa

O desempenho organizacional das empresas é afetado pelas suas estratégias e operações, quer nos mercados em que atuam ou fora destes. Segundo Orlitzky, Schmidt e Rynes (2003), a crescente importância dos grupos de pressão tem forçado as empresas a empreender estratégias para o mercado em concreto.

Verifica-se como tendência global, a busca pela melhor medida para mensuração e avaliação do desempenho de empresas. De acordo com Siqueira, Rosa e Oliveira (2003), por meio de um conjunto de indicadores económico-financeiros, pode-se verificar o desempenho das empresas. A avaliação de desempenho, por meio de indicadores económico-financeiros, é considerada também uma escolha de gestão racional, a qual permite medir previamente ou concluir como se encontra o desempenho organizacional, auxiliando nas decisões estratégicas de gestores.

A identificação de fatores e conhecimento de determinado contexto, bem como o cenário no qual a empresa está inserida, faz com que a avaliação de desempenho financeiro ou não-financeiro se torne necessária para a consecução das atividades empresariais.

De acordo com Drucker (1993), o desempenho económico de uma empresa é a primeira responsabilidade desta, visto que se não obtiver lucros, para no mínimo cobrir os seus gastos, é socialmente irresponsável. No entanto, esta não é a única responsabilidade de uma empresa, devendo-se também atentar aos impactos que pode causar à sociedade.

1.1.2.4.1. Estudos relacionados com a RSE e o Desempenho da Empresa

Na literatura são referidos vários estudos sobre desempenho económico, financeiro e social das empresas. Borba (2005) analisou a relação entre desempenho social corporativo e desempenho financeiro de empresas brasileiras. O período de análise compreendeu os anos de 2000 a 2002, com variáveis de desempenho económico, financeiro e social. Os resultados demonstraram que os indicadores financeiros de desempenho apresentaram, em alguns períodos de análise, relação positiva com os indicadores sociais, porém os resultados não foram conclusivos em relação ao objetivo de estudo.

Por sua vez, Lin, Yang e Liou (2009) mediram o impacto da responsabilidade social sobre o desempenho financeiro de empresas com sede em Taiwan, no período de 2002 a 2004. Constataram uma relação positiva entre a responsabilidade social e o desempenho financeiro, verificando que quando a responsabilidade social não tem impacto positivo no desempenho financeiro de curto prazo contribui para o desempenho de longo prazo.

Os autores Machado e Machado (2011) verificaram se a responsabilidade social (indicadores sociais e ambientais) causa impacto no desempenho financeiro das empresas. O estudo foi realizado em 237 empresas de 15 sectores diferentes da economia, no período de 2003 a 2007. Evidenciaram um impacto positivo da responsabilidade social no desempenho das organizações, tanto nos indicadores externos como internos.

Os investigadores Mustafa, Othman e Perumal (2012) analisaram a relação entre a responsabilidade social corporativa e o desempenho financeiro das empresas de capital aberto listadas na Bolsa de Valores da Malásia. Para o efeito, foi aplicado um questionário cuja amostra final correspondeu a 200 empresas. Os resultados demonstraram uma relação significativa entre a responsabilidade social e o desempenho financeiro das empresas, revelando ainda a necessidade de aprimorar o efeito da responsabilidade social sobre o desempenho financeiro.

Num outro estudo, Lee, Seo e Sharma (2013) analisaram a relação da responsabilidade social com o desempenho financeiro em 17 empresas aéreas norte-americanas. Verificaram que a responsabilidade social influencia positivamente o desempenho das empresas e ainda evidenciaram um efeito moderador nos preços do petróleo.

Wang, Lu, Kweh e Lai (2014) verificaram a relação entre o desempenho operacional e a responsabilidade social de empresas de telecomunicações dos Estados Unidos, no período de 2004 a 2008. Os resultados apontaram que a implementação de responsabilidade social afetou

significativamente o desempenho das empresas no sector de telecomunicações dos EUA e concluíram que as empresas que possuem atividades de responsabilidade social relacionadas com a comunidade, sindicatos, direitos humanos e de produto possuem um melhor desempenho.

Gallardo-Vazquez e Sanchez-Hernandez (2014) desenvolveram uma escala para verificar a relação das dimensões sociais, económicas e ambientais sobre o desempenho e sucesso competitivo. O estudo foi realizado em 67 empresas de médio e grande porte da Europa. Os resultados demonstraram uma relação positiva e significativa entre a responsabilidade social, sucesso competitivo e enquanto efeito mediador do desempenho.

Deste modo, os diversos estudos que vêm sendo desenvolvidos sobre esta temática pretendem essencialmente aferir, por um lado a existência de uma relação entre o desempenho económico-financeiro e o desempenho social, e por outro a relação de causalidade entre as referidas variáveis, i.e. se o aumento do desempenho social conduz a uma melhoria do desempenho económico-financeiro ou vice-versa.

1.1.2.5. Relação entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro

1.1.2.5.1. Relação Positiva entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro

A teoria dos *stakeholders* sugere que o desempenho social das empresas se encontra positivamente relacionado com o seu desempenho económico-financeiro, dado que a melhoria daquele desempenho aumenta a satisfação dos vários *stakeholders* e consequentemente a reputação externa da empresa, refletindo-se numa melhoria do seu desempenho económico-financeiro (Allouche & Laroche, 2005).

Segundo Orlitzky e colaboradores (2003), os gestores aumentam a eficiência das suas organizações quando atendem às exigências externas dos diversos *stakeholders*. Se estes têm um papel importante ou controlam recursos críticos da empresa, esta está disposta a responder às suas exigências ou expectativas (Ullman, 1985). Neste contexto, o poder dos *stakeholders* tende a estar positivamente relacionado com o desempenho social. O contrário verifica-se quando o poder dos *stakeholders* é baixo, nestes casos as suas exigências tendem a ser ignoradas pela empresa. Nestas duas situações encontram-se obviamente empresas distintas no que diz respeito, nomeadamente, ao sector e à sua dimensão.

De acordo com Waddock e Graves (1997), baseadas na teoria dos *stakeholders*, existem tensões entre custos explícitos e custos implícitos. Uma empresa que não considera os custos

implícitos orientando-se, por exemplo, por ações socialmente irresponsáveis incorrerá em custos explícitos mais elevados que resultam em desvantagens competitivas. Assim, podemos dizer que existe uma relação positiva entre o desempenho social e o desempenho económico-financeiro das empresas, na medida em que os custos com a responsabilidade social são mínimos quando comparados com os ganhos potenciais, nomeadamente em relação à moral e produtividade dos trabalhadores (McGuire, Sundgren & Schneeweis, 1988; Waddock & Graves, 1997).

McGuire et al. (1988) argumentam que, ainda que os custos sociais sejam significativos, estes serão compensados pela redução de outros custos. As empresas socialmente responsáveis respondem às exigências explícitas e implícitas e são vistas, designadamente pelos atuais e potenciais investidores, como empresas com capacidade para gerar melhores retornos dos seus investimentos. Os mesmos autores concluíram que a redução do risco do negócio é uma importante consequência do desempenho socialmente responsável.

1.1.2.5.2. Relação Negativa entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro

Um dos elementos característicos das empresas em geral é a prossecução do lucro. Quando se toma a decisão de investimento, os acionistas geram expectativas relativamente à rentabilidade do negócio. Desta forma, e de acordo com Friedman (1970), o empreendimento de políticas sociais deve ser levado a cabo apenas se conduzir ao lucro. Esta ideia assenta no pressuposto de que as empresas socialmente responsáveis incorrem em desvantagens competitivas face aos concorrentes, pois ao suportarem custos sociais veem reduzida a sua rentabilidade e, conseqüentemente, a própria distribuição de proveitos aos acionistas (Waddock & Graves, 1997).

Alouche e Laroche (2005) referem que a existência de uma relação negativa entre o desempenho económico e a RSE pode explicar-se através de duas hipóteses:

- A hipótese de troca;
- A hipótese do oportunismo da gestão.

De acordo com a primeira hipótese, o envolvimento na área da responsabilidade social resulta num aumento de custos, na medida em que conduz ao *desvio* de fundos e outros recursos, o que leva à perda de vantagem competitiva relativamente às empresas menos responsáveis

socialmente. Desta forma, as empresas socialmente responsáveis tenderão a alcançar menores desempenhos económico-financeiros (Preston & O' Bannon, 1997).

A segunda hipótese estabelece que, quando o resultado contabilístico de uma empresa é favorável, os gestores tendem a aumentar os seus ganhos a curto prazo com a redução dos custos sociais. Inversamente, quando o desempenho económico da empresa é fraco, os gestores tendem a melhorar o desempenho social incorrendo em custos com ações socialmente responsáveis e atribuem os maus resultados aos investimentos feitos nessas mesmas ações (Preston & O'Bannon, 1997).

1.1.2.5.3. Inexistência de qualquer relação entre o Desempenho Social e o Desempenho Económico-Financeiro

Relativamente à não existência de qualquer relação entre as variáveis em análise, Ullman (1985) concluiu que um número indefinido de variáveis afeta o desempenho social e o desempenho económico-financeiro, daí que não seja expectável a existência de qualquer relação.

Aupperle, Carroll e Hatfield (1985) desenvolveram um estudo com o intuito de aferir a relação entre o desempenho social e a rentabilidade das empresas, tendo chegado à conclusão de que não era possível estabelecer qualquer relação (positiva ou negativa) entre o desempenho social e o económico-financeiro, sugerindo que as empresas socialmente responsáveis não têm benefícios nem prejuízos com a prossecução destas políticas.

1.1.2.2. Indicadores de RSE

Os indicadores de RSE são instrumentos organizacionais utilizados para direcionar as suas estratégias, consistindo em dados e informações que permitem aos gestores definirem, através da análise, os cenários para uma determinada situação.

Segundo Wood (2010), podem-se distinguir duas modalidades de avaliação da RSE, a de natureza quantitativa que se baseia em índices, e a de natureza qualitativa que é baseada na análise de conteúdos. No entanto, Carroll e Buchwoltz (2000) considera que a medição da RSE é ainda objeto de estudo, com as suas limitações. Apesar disso, muitos autores e académicos ousaram-se neste campo, a fim de quantificarem e avaliarem socialmente as ações e os métodos

diferentes que têm sido considerados. Seguem-se as contribuições dos diferentes autores sobre a medição da RSE no Quadro 3.

Quadro 3. Contributos para a proposta de indicadores de RSE.

Autores	Contribuições
Aupperle et al. (1985)	Escala de medição de valores dos gestores individuais e atitudes em relação à RSE num modelo quatro-dimensional.
Singhapakdi et al. (1996)	Medindo percepções sobre o papel da ética dos gestores e RSE na eficácia das suas organizações.
Ruf et al. (1998)	Escala para avaliar a importância relativa das dimensões, incluído em alguns índices de reputação, avaliar a aplicabilidade da escala e os índices.
Quazi e O'Brien (2000)	Escala com um modelo bidimensional para medir atitudes para com a RSE e os resultados da implementação das ações socialmente responsáveis,
Maignan e Ferrell (2000)	Exame da situação económica, jurídica, ética e discricionária extensão da parte interessada impostas responsabilidades, considerando apenas três agentes (clientes, funcionários e público), o que limita a utilidade do seu estudo.
Veleva e Ellenbecker (2001)	Ferramenta para promover a sustentabilidade do negócio e indicadores de produção sustentável.
Mahoney e Thorne (2005)	Escala definida com base nas médias de certos valores.
Turker (2008)	Percepções de funcionários, clientes e Governo, análise da relação da RSE para o compromisso organizacional e reflexo do negócio, responsabilidades para com todos os seus <i>stakeholders</i> .
Chee Tahir e Darton (2010)	Conjunto abrangente de indicadores de sustentabilidade e métricas para a operação de negócio em particular.

Fonte: Mendes (2015).

Na sequência das contribuições dos vários autores sobre a medição dos indicadores de RSE, torna-se necessário salientar que, no limiar dos anos 80, os indicadores numéricos foram

sugeridos como uma forma de síntese da informação económico-financeira para fornecer as partes interessadas.

Foi com base no modelo de quatro dimensões descritas por Carroll (1979) que Aupperle et al. (1985) desenvolveram uma escala para medir os valores e atitudes dos gestores em relação à RSE, tendo sido considerada a primeira tentativa séria para apreender a natureza multidimensional da RSE.

Mais tarde, Singhapakdi e colaboradores (1996) mediram as perceções do papel da ética dos gestores e RSE na eficácia das suas organizações. Quazi e O'Brien (2000) projetaram uma escala com um modelo bidimensional para medir as atitudes para com a RSE e os resultados da implementação de ações socialmente responsáveis.

Numa outra aceção, Maignan e Ferrell (2000) desenvolveram um quadro de indicadores para diagnosticar a situação económica, jurídica, ética e discricionária das partes interessadas, considerando apenas três agentes (clientes, funcionários e público), o que limita a utilidade do seu estudo.

Segundo Veleza e Ellenbecker (2001) o sector da indústria apresenta uma ferramenta para promover a sustentabilidade do negócio com base nos indicadores da produção sustentável.

Numa outra perspetiva, Turker (2008) centrou-se nas perceções dos colaboradores, clientes e Governo, analisando o compromisso destes em relação à RSE e refletindo as responsabilidades do negócio no sentido de todos os seus *stakeholders*. O resultado foi uma original, válida e confiável medida da RSE.

Recentemente, CheeTahir e Darton (2010) desenvolveram um conjunto abrangente de indicadores para medir o grau da sustentabilidade de determinadas operações de negócios.

1.1.2.3. Indicadores de orientação das empresas para a RSE

Para se tentar evitar as formas tradicionais de medição consideradas em questões de sustentabilidade, Lozano e Huisinigh (2011) afirmam que as abordagens de medir da RSE não são divisionistas.

Tal como recomendado por Lozano (2012), uma mistura inicial de 35 indicadores sustentadas com base no tripé da sustentabilidade, também conhecido como *triple bottom*, que corresponde aos resultados de uma organização medidos em termos sociais, ambientais e económicos, foi definida para facilitar o estudo. Este tripé engloba as dimensões económica, ambiental e social que entrelaçam os três componentes do desenvolvimento sustentável:

prosperidade económica, justiça social e proteção ao meio ambiente (Pereira, Wattrich, Dalmaro & Venturini, 2010). Para o efeito, o Quadro 4 apresenta a escala de alguns indicadores para a orientação da Responsabilidade Social Empresarial nas três dimensões.

Quadro 4. Indicadores de RSE.

Dimensão Social da RSE
A1: Estamos amplamente focados na promoção da saúde e educação das comunidades onde estamos inseridos
A2: Valorizamos a contribuição das pessoas com deficiência para o mundo dos negócios
A3: Estamos cientes da qualidade de vida dos colaboradores
A4: Nós pagamos salários acima da média do salário mínimo nacional
A5: Compensação de funcionários está relacionada com as suas competências e os seus resultados
A6: Realizamos na comunidade em conjunto com as organizações locais campanhas educacionais e /ou de interesse público
A7: Temos programas para empregar, na medida possível, o maior número de pessoal do local em que estamos inseridos, dando-lhe formação para a sua inserção
Dimensão Económica da RSE
A15: Entendemos a importância de planos de pensões para os funcionários
A16: Tomamos uma preocupação especial para oferecer produtos de alta qualidade e / ou serviços aos nossos clientes
A17: Nossos produtos e / ou serviços satisfazem qualidade nacional e internacional
A18: Estamos caracterizados como tendo a melhor relação qualidade-preço
A20: Nós fornecemos aos nossos clientes as informações precisas e completas sobre nossos produtos e / ou serviços
A21: O respeito pelos direitos do consumidor é uma prioridade de gestão
A22: Nós nos esforçamos para melhorar as relações estáveis de colaboração mútua com os nossos clientes e fornecedores
A23: Preferimos fornecedores responsáveis
A24: Promovemos relações comerciais com empresas nesta região
A25: Temos procedimentos eficazes para tratamento de reclamações
A26: A nossa gestão económica é digna do apoio do público regional ou nacional

Dimensão Ambiental da RSE
A27: Nós minimizamos o nosso impacto ambiental
A28: Usamos consumíveis, produtos para processar e/ou bens processados de baixo impacto ambiental
A29: Tomamos a economia de energia em consideração, a fim de melhorar os nossos níveis de eficiência
A30: Atribuímos alto valor para a introdução de fontes alternativas de energia
A31: Nós participamos em atividades relacionadas com a proteção e valorização do nosso ambiente
A32: Estamos cientes da relevância das empresas planearem os seus investimentos para reduzir o impacto ambiental que geram
A33: Somos a favor da redução das emissões de gases e da produção de resíduos, e a favor da reciclagem de materiais
A35: Nós valorizamos o uso de recipientes e embalagens recicláveis

Fonte: Adaptado de Gallardo-Vázquez e Sánchez-Hernández (2014).

Com base neste quadro teórico, a parte metodológica deste trabalho segue um questionário que cobre estas dimensões desenvolvido posteriormente.

1.2. Contextualização da República de Angola

1.2.1. Caracterização socioeconómica de Angola

Angola, oficialmente designada por República de Angola, é um país situado na parte Austral de África, com uma extensão de 1.246.700 Km² e uma população estimada em 25.789.024 habitantes, segundo o recenseamento geral de 2014 (INE, 2016).

Angola foi uma das cinco colónias portuguesas em África durante cinco séculos, tendo alcançado a sua independência no dia 11 de Novembro de 1975. O território é limitado a Norte e Nordeste pela República Democrática do Congo, a Leste pela Zâmbia, a Sul pela Namíbia e a Oeste pelo Oceano Atlântico. Tem como capital a cidade de Luanda, a qual foi fundada em 1575 pelo cidadão português Paulo Dias de Novais.

A República de Angola tem a sua divisão administrativa composta por 18 (dezoito) Províncias, a saber: Luanda, Bengo, Bié, Benguela, Cabinda, Cunene, Huambo, Huíla, Kuando Kubango, Kwanza Norte, Kwanza Sul, Lunda Norte, Lunda Sul, Malange, Moxico Uíge e a

Província do Zaire. As províncias estão divididas em municípios, que por sua vez se subdividem em comunas.

Figura 4. Divisão administrativa da República de Angola



A República de Angola é um país que, ao longo da sua existência, experimentou dois modelos de orientação económica: economia centralizada (1975-1991) e o modelo de economia descentralizada que vigora desde a abertura do mercado em 1992, com a implantação do sistema multipartidário no País.

Considerando a economia como a gestão racional dos recursos disponíveis transformados em bens e serviços, com forte implicação direta no PIB e indireta na sociedade, a atividade económica em Angola estratifica-se por sectores de atividade que compreendem o seguinte:

- Sector primário: agricultura, pesca, pecuária, extração mineira e marinha (sal);
- Sector secundário: indústria transformadora;
- Sector terciário: prestação de serviços mercantis, banca, seguros, transportes, saúde, educação, turismo, entre outros.

Apesar disso, a economia de Angola caracterizava-se, até a década de 1970, por ser predominantemente agrícola, sendo o café a sua principal cultura. É rica em minerais, especialmente diamantes, petróleo, mineiro de ferro, cobre e outros.

A economia de Angola tem uma forte dependência da produção de petróleo e dos diamantes (representam cerca de 75% do PIB), ocupando o segundo lugar na lista dos países produtores de petróleo em África (BTRIX, 2018).

O sistema financeiro angolano é regulado pelo Banco Nacional de Angola (BNA), que supervisiona as atividades dos mais de 30 bancos comerciais existentes no país, destacando-se em particular os bancos BPC (Banco de Poupança e Crédito), BCI (Banco de Comércio e Indústria), BAI (Banco Angolano de Investimentos), BFA (Banco de Fomento Angola) e BIC (Banco Internacional de Crédito).

A República de Angola é membro da Organização das Nações Unidas (ONU), União Africana (UA) e da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), e, a nível da integração regional, é membro da SADC, CEAO e dos Países dos Grandes Lagos.

1.2.2. Caracterização socioeconómica da Província de Benguela

Uma vez que o presente estudo se aplica à Província de Benguela, propõe-se apresentar aqui uma breve caracterização.

A província de Benguela ocupa a zona Central do Oeste da República de Angola, abrangendo uma área de cerca de 39.826,86 Km² e uma população estimada em cerca 3.023.418 habitantes. É considerada o segundo parque industrial de Angola, depois de Luanda. Delimita a Norte com a província do Kwanza-Sul, a Leste com a província do Huambo, a Sudeste com a província da Huila, a Sudoeste com a província do Namibe e a Oeste com o Oceano Atlântico, e tem como capital a cidade com o mesmo nome.

A província de Benguela está administrativamente dividida em 10 municípios: Município do Balombo, Baía-Farta, Bocoio, Benguela, Cubal, Caimbambo, Chongoroi, Ganda, Lobito e o Município da Catumbela, de ascensão recente à categoria de município através da lei-32/ 11 de 5 de Outubro de 2011 (GEPE-BENGUELA, 2018).

Figura 5. Divisão administrativa de Benguela.



As duas principais cidades da província são Benguela e Lobito. Esta última cidade assume uma importância capital no desenvolvimento da província, pois é servida por um porto de grande dimensão, o Porto do Lobito, e pelo Caminho de Ferro de Benguela (CFB), através do qual se intercambiam as mercadorias do interior com o litoral e se contribui igualmente para o desenvolvimento das relações inter-regionais.

O clima é bastante variável, quente e seco na faixa litoral e do tipo mesotérmico na faixa interior, com regime hídrico do tipo moderadamente chuvoso. As principais atividades da província são: a agricultura (um grande potencial agrícola devido à estrutura dos seus solos), a pesca, a extração marinha (sal), a agropecuária, a apicultura e a indústria.

De salientar que os municípios de Benguela, Lobito, Catumbela e Baía-Farta, todos do litoral, são os principais polos de atração económica da província. A agricultura e a pecuária são atividades concentradas maioritariamente nos municípios do interior.

Em suma, podemos afirmar que as potencialidades económicas da província de Benguela vão desde o sector das pescas, agricultura, transporte, indústria extrativa e transformadora, ao do turismo.

2. Estudo exploratório

2.1. Metodologia

Entende-se por metodologia o conjunto de abordagens técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática, isto é, esta consiste na explicação detalhada de toda a ação desenvolvida, bem como do que se utilizou no trabalho de pesquisa.

De seguida apresenta-se o percurso metodológico realizado, nomeadamente a natureza do estudo, o objeto de estudo, a amostra, o instrumento de recolha e técnica de análise dos dados.

2.1.1. Natureza do Estudo

A natureza do estudo diz respeito ao tipo de estudo que se pretende realizar. No presente, a opção recaiu para a realização de um estudo exploratório, i.e., compreender e analisar como é adotado o conceito de RSE nas empresas de Benguela-Angola. Neste sentido, trata-se de um estudo que envolve a recolha de dados primários quantitativos.

As abordagens quantitativas suportam-se de instrumentos de medida passíveis de serem quantificáveis, sendo que o inquérito por questionário se assume como um dos mais utilizados, pelo facto de o mesmo permitir recolher dados em grande escala e possibilitar a generalização dos resultados, produzindo dados estatisticamente manipuláveis (Ghiglione & Matalon, 1997).

2.1.2. Questão de Investigação

De acordo com Quivy e Campenhoudt (2005), uma pergunta de partida constitui geralmente um primeiro meio para romper o senso comum e deve, ao mesmo tempo, ter três qualidades essenciais – clareza, exequibilidade e pertinência –, pois através da pergunta de partida consegue-se obter uma ideia clara acerca do objetivo a alcançar. Além disso, deve ser precisa, realista e compreensível. “Com esta pergunta, o investigador tenta exprimir o mais exatamente possível aquilo que se procura saber, elucidar e compreender melhor” (Quivy & Campenhoudt, 2005). Partindo deste entendimento, foi formulada a seguinte pergunta de investigação:

– Qual o contexto de adoção do conceito de RSE pelas empresas sediadas na Província de Benguela-Angola?

2.1.3. Objetivos de Investigação

Toda investigação é realizada com o propósito de obter conhecimento científico para compreender melhor o fenómeno em estudo. Todavia, o processo de identificação dos objetivos de pesquisa é uma ação que exige reflexão, pois é através dele que se procura esclarecer o estudo a desenvolver para se obter a qualidade e eficácia da investigação.

Os objetivos correspondem a metas e intenções que permitem que a investigação se desenvolva com “maior qualidade e eficácia” (Zabalza, 1992), traduzindo-se num “enunciado declarativo que precisa a orientação da investigação, segundo o nível dos conhecimentos estabelecidos no domínio da questão” (Fortin, 2003).

Desta forma, para responder à questão do presente trabalho de investigação, foi definido o seguinte objetivo geral:

– Compreender como está a ser adotado o conceito de RSE nas empresas na Província de Benguela-Angola.

E neste sentido, os seguintes objetivos específicos:

– Identificar os fatores que contribuem para a melhoria social, económica e ambiental das empresas sediadas na Província de Benguela-Angola.

– Analisar como as empresas percecionam a relação de RSE com o desempenho das empresas de Benguela-Angola.

– Compreender a importância dada a Inovação pelas empresas de Benguela-Angola.

2.1.4. População e Amostra da Pesquisa

Apesar das dificuldades da economia angolana, a Província de Benguela conta, segundo o Fichero de Unidades Estatísticas (2016), com uma população de 3.943 empresas, encontrando-se 3.647 em atividade, 164 suspensas e 122 empresas dissolvidas.

Tendo em conta a abordagem do trabalho *Inovação, Desempenho e RSE*, torna-se necessário considerar como população as 3.647 empresas que se encontram em atividade na Província de Benguela.

2.1.4.1. Caracterização da Amostra

Dada a dificuldade em recolher dados primários, optou-se por criar uma amostra de conveniência (não probabilística), tendo-se distribuído 79 questionários a pequenas, médias e grandes empresas da Província de Benguela, optando-se por centrar a recolha de dados na região da faixa litoral da Província (Benguela, Lobito, Catumbela e Baía-Farta), devido a ser o local com maior dinamismo económico na Província.

Atendendo às dificuldades sentidas na administração dos questionários, 51 empresas concordaram participar na presente investigação, representando 64,55% do total de empresas seleccionadas aleatoriamente. Estas empresas foram seleccionadas em função dos critérios definidos, pelo que se trata de uma amostragem não probabilística intencional.

Tal como é referido na literatura, a amostragem não probabilística permite extrair conclusões que devem ser apenas válidas para o estudo sobre o qual esta se realizou (Cohen et al., 2000), não se podendo generalizar os resultados a que se chega (Vaz Freixo, 2010).

Os dados recolhidos relativos às empresas contactadas permitem realizar a sua caracterização, conforme ilustra o Quadro 5.

Quadro 5. Ficha Técnica do Estudo.

Ficha Técnica	
Número de empresas na Província	3.647 Empresas em atividade
Espaço geográfico	Faixa litoral da Província de Benguela
Método de recolha de dados	Internet
Empresas contactadas (Universo)	79 Empresas sediadas em Benguela, Lobito, Catumbela e Baía-Farta
Amostra (amostragem por conveniência)	51 Empresas
Taxa de participação	64,55%
Método de amostragem	Modo aleatório simples

O trabalho de campo foi realizado no período de Fevereiro a Abril de 2019. Para a obtenção das 51 pesquisas, foram contactadas 79 empresas, entre pequenas, médias e grandes empresas, todas sediadas na faixa litoral da Província de Benguela (Benguela, Lobito,

Catumbela e Baía-Farta), cuja taxa de participação correspondeu a 64,55% das empresas que concordaram em participar no estudo realizado.

2.1.5. Instrumento de Recolha e Técnica de Análise de Dados

O instrumento de recolha de dados utilizado foi o inquérito por questionário, construído pelo investigador adaptado a partir de uma escala de Likert para dar resposta aos objetivos da investigação (anexo 2). Segundo Cervo e Bervian (2002, p. 48) “o questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja”.

Para efeito de análise de dados, codificaram-se as questões conforme o Quadro 6.

Quadro 6. Codificação das Questões.

Questões relativas a Informação sobre RS
INFO 1. Estou bem informado sobre as ações de RS realizadas por outras empresas
INFO 2. Sempre que posso estou atento, vou às reuniões e participo em discussões sobre o desenvolvimento sustentável e responsabilidade corporativa
INFO 3. Considero necessário despende tempo e recursos para o desenvolvimento de ações de RS e sua divulgação
INFO 4. Desenvolvemos atuações específicas para sensibilizar, formar e informar os funcionários sobre os princípios e ações relacionadas com a RS
Questões relativas a Difusão sobre RS
DIFU 1. Os valores da RS estão presentes na visão e estratégia da empresa
DIFU 2. Desenvolvemos colaborações com outras entidades para a promoção da RS
DIFU 3. Damos a conhecer as atividades que realizamos em benefício da sociedade e que vão além da missão da nossa empresa
DIFU 4. Estamos conscientes da importância da divulgação das ações socialmente responsáveis através de meios de divulgação (relatório de sustentabilidade, códigos de conduta, relatórios internos, website...)
DIFU 5. Somos sócios ativos de organismos, associações empresariais ou profissionais que promovem o desenvolvimento da RS
Questões relativas ao âmbito Social da RS

S 1. Estamos a favor da contratação de pessoas em risco de exclusão social
S 2. Valorizamos a contribuição de pessoas incapacitadas no mundo empresarial
S 3. Preocupamo-nos em melhorar a qualidade de vida dos nossos empregados
S 4. Pagamos salários acima da média do sector
S 5. O salário dos empregados está relacionado com as competências que detêm e com o seu desempenho
S 6. Temos níveis de higiene e segurança no trabalho que vão além do mínimo exigido pela lei
S 7. Estamos comprometidos com a criação de emprego (aceitação de formandos, criação de novos postos de trabalho, ...)
S 8. Fomentamos a formação e desenvolvimento profissional dos empregados
S 9. Temos políticas de flexibilidade laboral que permitem conciliar a vida profissional com a vida pessoal
S 10. Temos em conta as propostas dos empregados nas decisões de gestão da empresa
S 11. Existe igualdade de oportunidades para todos os empregados
S 12. Participamos em projetos sociais dirigidos à comunidade
S 13. Incentivamos os empregados a participar em atividades de voluntariado ou a colaborar com ONG's
S 14. Os mecanismos de diálogo com os empregados são dinâmicos
Questões relativas ao âmbito Económico da RS
E 1. Estamos conscientes da importância de possibilitar planos complementares de reforma aos empregados
E 2. Preocupamo-nos em proporcionar produtos e/ou serviços de alta qualidade aos nossos clientes
E 3. Os nossos produtos e/ou serviços cumprem com os padrões nacionais e internacionais de qualidade
E 4. Diferenciamo-nos por garantir os melhores níveis de preços em relação à qualidade oferecida
E 5. A garantia dos nossos produtos e/ou serviços é mais ampla do que a média do mercado
E 6. Proporcionamos aos nossos clientes informação completa e precisa sobre os nossos produtos e/ou serviços
E 7. O respeito pelos direitos dos consumidores é um eixo prioritário da nossa gestão

E 8. Esforçamo-nos por potenciar relações de colaboração e benefício mútuo com os nossos fornecedores
E 9. Estamos conscientes da importância de incorporar compras responsáveis (preferimos fornecedores responsáveis)
E 10. Fomentamos as relações comerciais com empresas da região
E 11. Dispomos de procedimentos eficazes de gestão de reclamações
E 12. A nossa empresa é merecedora do apoio público regional ou nacional (subsídios, vantagens fiscais, etc.)
Questões relativas ao âmbito do Meio Ambiente da RS
M 1. Somos capazes de minimizar o nosso impacto ambiental
M 2. Utilizamos matérias-primas, produtos em curso e/ou transformados de baixo impacto ambiental
M 3. Consideramos importante a poupança de energia para alcançar maiores níveis de eficiência
M 4. Valorizamos positivamente a introdução de fontes de energia alternativas
M 5. Participamos em atividades relacionadas com a proteção e melhoria do ambiente natural
M 6. Temos consciência de que as empresas devem planear os seus investimentos considerando a redução do impacto ambiental
M 7. Estamos a favor da redução de emissão de gases e resíduos, e reciclagem de materiais
M 8. Temos uma predisposição positiva para a utilização, compra ou produção de produtos ecológicos
M 9. Potenciamos o uso de embalagens recicladas
Questões relativas a Inovação
I 1. Tentamos levar a cabo projetos de investigação e desenvolvimento
I 2. Lançamos novos bens e serviços
I 3. Introduzimos novas práticas que potenciam a captação de novos mercados nacionais
I 4. Introduzimos novas práticas que potenciam a captação de novos mercados internacionais
I 5. Temos consciência da importância de trabalhar em rede e de criar novas alianças ou parcerias
I 6. Introduzimos melhorias nos nossos processos ou técnicas de produção e/ou distribuição
I 7. Desenvolvemos as tecnologias de informação

I 8. Potenciamos a nossa presença na internet
I 9. Implementamos mudanças na área de Marketing (design, embalagem, preço)
I 10. Introduzimos novos métodos com vista a atender normas de certificação
I 11. Desenvolvemos formação interna ou externa do pessoal com o objetivo de melhorar o conhecimento e desenvolver o trabalho criativo da empresa
I 12. Desenvolvemos novas práticas empresariais na organização do trabalho e na estrutura organizacional.
I 13. Introduzimos padrões de produção/fabrico e de gestão de clientes que respeitam aspetos sociais e ambientais
Questões relativas ao Desempenho
D 1. Resultados antes dos impostos
D 2. Rentabilidade
D 3. Aumento das vendas
D 4. Margem de lucro sobre as vendas
D 5. Quota de mercado para os nossos produtos ou serviços
D 6. Satisfação e fidelização de clientes
D 7. Satisfação e retenção dos recursos humanos com mais qualidade
D 8. Imagem e reputação corporativa
Questões relativas ao Êxito Competitivo (Performance)
E 1. Na gestão dos recursos humanos
E 2. Nos níveis de formação e capacitação do pessoal
E 3. Nas capacidades de liderança dos nossos gestores
E 4. Nas capacidades na área do marketing
E 5. Nos níveis de qualidade dos nossos produtos e serviços
E 6. Nos níveis de qualidade da gestão
E 7. Nos recursos tecnológicos e sistemas de informação
E 8. Na transparência da nossa gestão financeira
E 9. No nível de coesão dos valores e cultura corporativa
E 10. No nível de conhecimento do mercado, <i>know-how</i> e experiência acumulada

A investigação baseia-se em estudos de alguns autores como Gallardo-Vázquez (2012) e Sánchez-Hernández (2013, 2014), o que possibilitou delinear as seguintes hipóteses:

H1: *existe uma associação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE e a dimensão económica.*

H2: *existe uma associação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE e a dimensão ambiental.*

H3: *existe uma associação positiva entre o desempenho e a divulgação de informação sobre RSE.*

H4: *existe uma associação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE e a dimensão social.*

H5: *: existe uma associação positiva entre a dimensão económica da RSE e o desempenho.*

H6: *existe uma associação positiva entre a dimensão ambiental da RSE e o desempenho.*

H7: *existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a divulgação de informação sobre RSE.*

H8: *existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a dimensão económica.*

H9: *existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a dimensão ambiental.*

H10: *existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e o desempenho.*

H11: *existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a dimensão social.*

H12: *existe uma associação positiva entre a dimensão social da RSE e o desempenho*

Para o teste das hipóteses será utilizado o programa *SmartPLS* de equações estruturais, pelo que no capítulo seguinte serão apresentados os resultados do trabalho de pesquisa.

2.2. Apresentação de Resultados

2.2.1. Sector de Atividade Empresarial

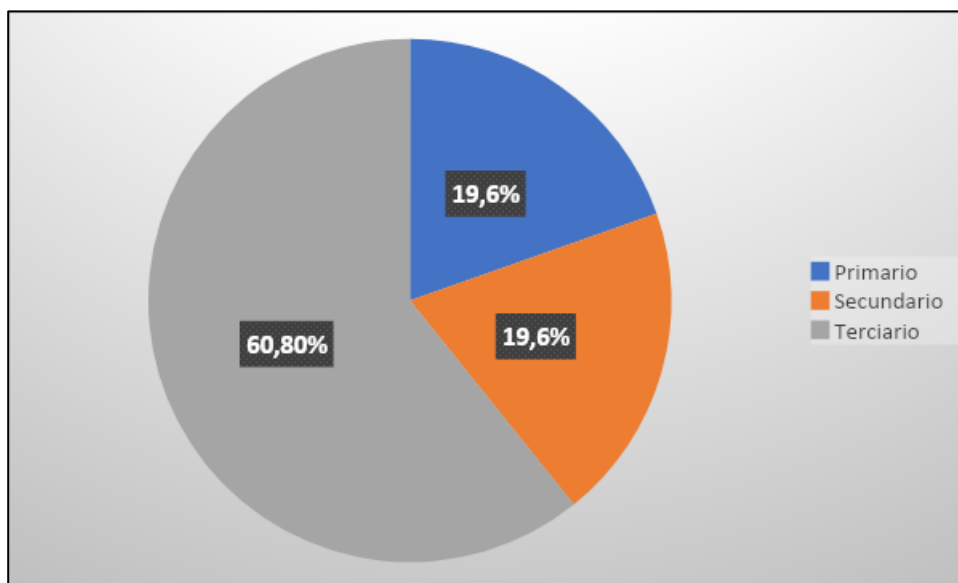
Os dados recolhidos nas empresas participantes permitem realizar a sua caracterização. Conforme se pode observar no quadro abaixo, a maioria das empresas participantes pertencem o sector terciário.

Quadro 7. Número de empresas por sector de atividade

Sector de atividade	Nº de empresas
Primário	10
Secundário	10
Terciário	31
TOTAL	51

Através da análise do Gráfico 1, podemos constatar que as empresas pertencentes o sector terciário de atividade representam 60,80% da amostra, enquanto as dos sectores primário e secundário correspondem a 19,6% cada.

Gráfico 1. Percentagem de empresas por sector de atividade



2.2.2. Dimensão por Número de Colaboradores

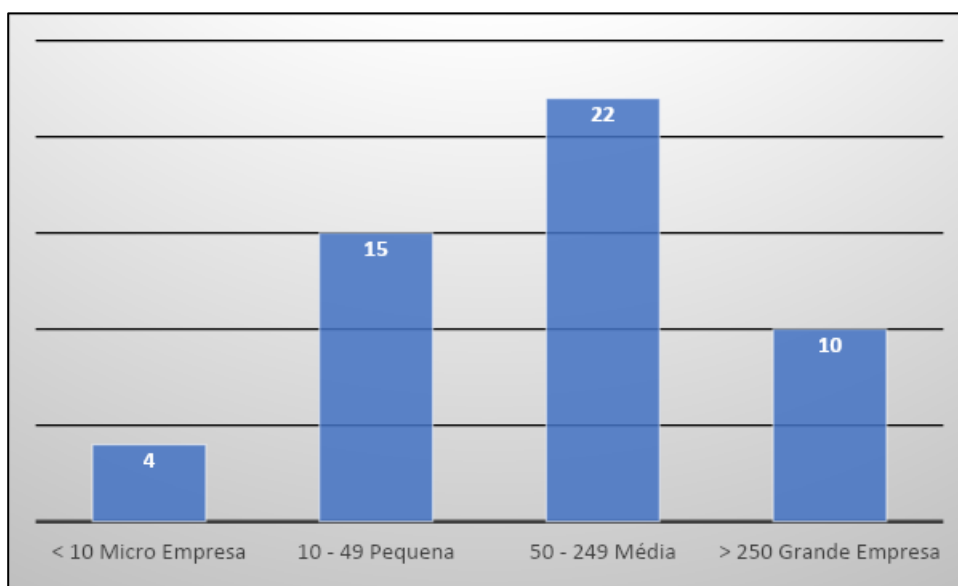
Se considerarmos o número de colaboradores como medida para determinar a dimensão das empresas, podemos considerar que na faixa litoral da Província de Benguela existe uma forte presença das médias empresas, conforme mostra o quadro 8.

Quadro 8. Dimensão das Empresas

Dimensão/Tamanho	Nº de Empresas
< 10 Microempresa	4
10 – 49 Pequena	15
50 – 249 Média	22
> 250 Grande Empresa	10
TOTAL	51

O Gráfico 2 demonstra a dimensão das empresas da amostra, sendo que as médias empresas representam 43%, seguidas das pequenas com 29,4%, as grandes empresas com 19,6% e, por último, as microempresas com 7,8%.

Gráfico 2. Percentagem de Colaboradores na Empresa



2.2.3. Cargo Ocupado pelos Respondentes

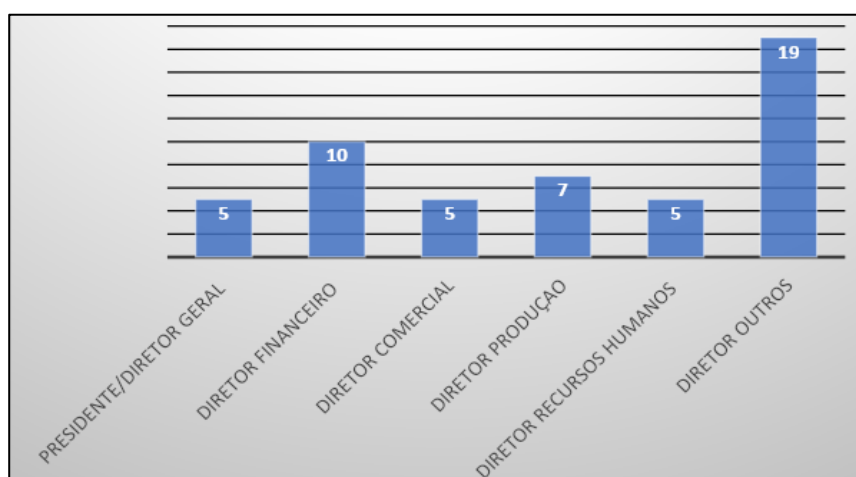
Relativamente a este quesito, podemos observar no quadro abaixo os cargos ocupados pelos participantes no estudo das empresas da amostra, cujo destaque recai na figura do Presidente/Diretor-Geral, que tiveram a gentileza de responder ao questionário em análise.

Quadro 9. Cargo Ocupado pelos Respondentes

Cargo ocupado	Nº de respondentes
Presidente/Diretor-Geral	5
Diretor Financeiro	10
Diretor Comercial	5
Diretor Produção	7
Diretor Recursos Humanos	5
Diretor/ Outros	19
Total	51

Podemos observar no Gráfico 3 que dos respondentes das empresas da amostra, 37,25% ocupam o cargo de outros responsáveis, o que releva o interesse das empresas nas questões relacionadas com as práticas socialmente responsáveis. Quanto aos respondentes de cargos relevantes, 19,6% ocupam o cargo de Diretor Financeiro, 13,7% Diretor de Produção, enquanto os cargos de Presidente/Diretor-Geral, Diretor Comercial e Diretor de Recursos Humanos correspondem 9,8% a cada.

Gráfico 3: Cargo dos respondentes

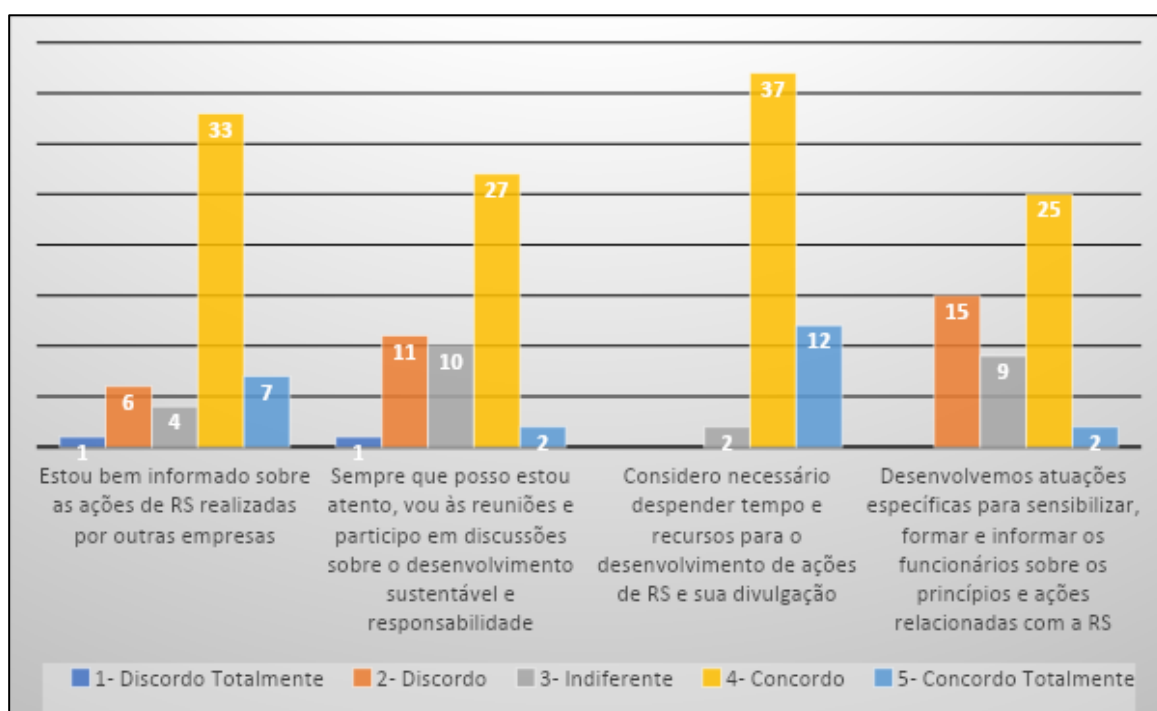


2.2.4. Informação sobre RSE

Com base nas questões A1 a A4, pretendeu-se saber junto das empresas da amostra o grau de acesso a informação sobre a RSE na Província de Benguela. Para o efeito, podemos verificar, através do Gráfico 4, que a generalidade das empresas encontra-se bem informada sobre a prática de ações socialmente responsáveis, com ênfase na disponibilização de tempo e recursos para desenvolverem mais ações de RSE.

No âmbito das ações de sensibilização, educação e informação aos funcionários sobre os princípios e ações relacionadas com RSE, os respondentes revelaram uma certa discórdia. Todavia, consideram importante despender mais tempo e recursos que visem o desenvolvimento de ações de RS e sua divulgação, conforme demonstra o Gráfico 4.

Gráfico 4. Informação sobre RSE em Benguela

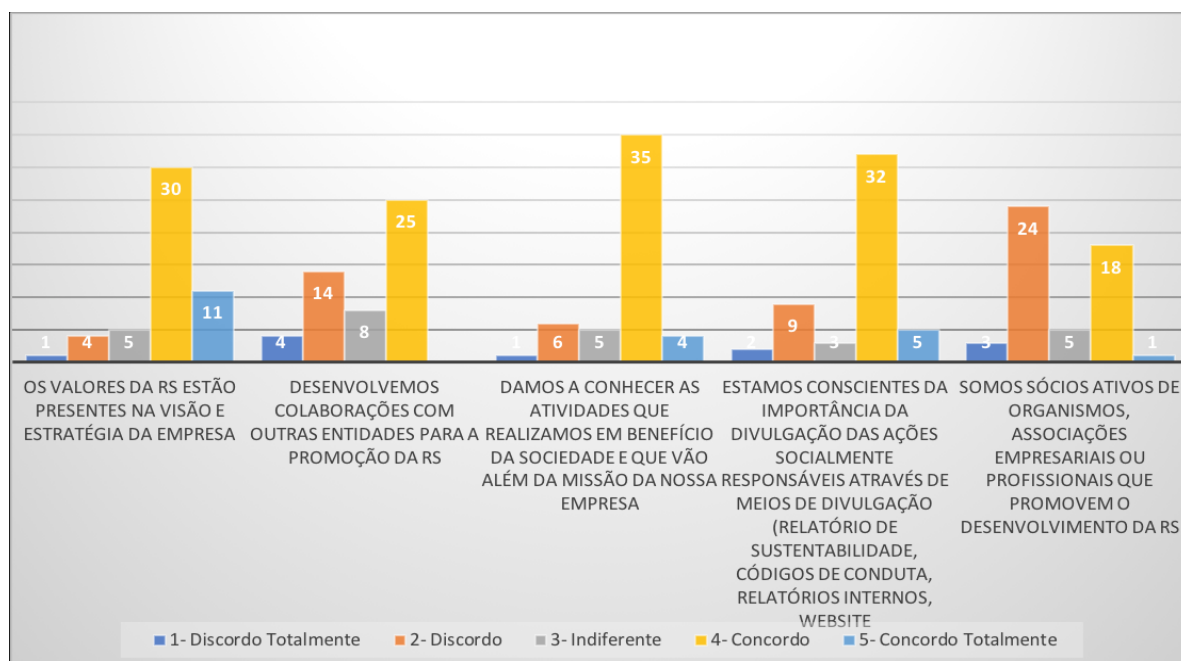


2.2.5. Difusão sobre a RSE

O gráfico representado abaixo apresenta o grau de difusão sobre a RSE nas empresas da Província de Benguela. Podemos constatar no Gráfico 5 que os empresários de Benguela encontram-se bem orientados nas práticas de divulgação das questões socialmente responsáveis

da RSE, apesar de se verificar pouca adesão ao associativismo que visa a participação, promoção e desenvolvimento da RS.

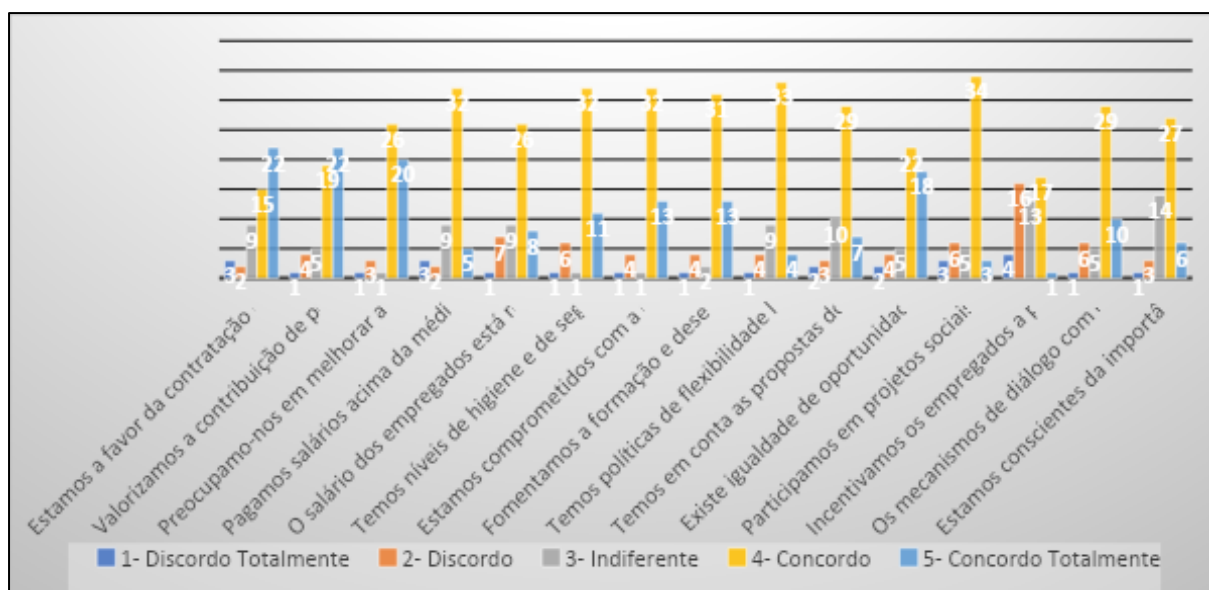
Gráfico 5. Difusão de RSE em Benguela



2.2.6. Âmbito Social da RSE

Através do Gráfico 6, podemos observar que a comunidade empresarial da Província de Benguela considera bastante a gestão dos aspetos sociais: preocupação com a melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores, valorização dos portadores de deficiência no mundo dos negócios, existência de oportunidades iguais para todos os colaboradores, entre mais. Assim, podemos concluir que a amostra revela boa orientação social para a RSE.

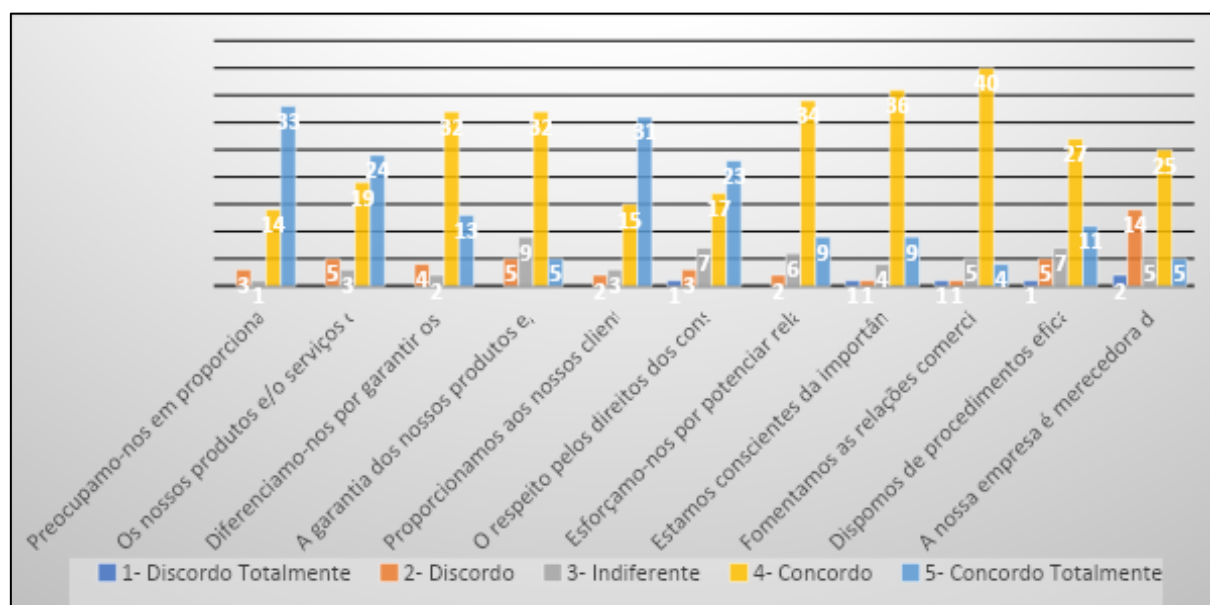
Gráfico 6. Âmbito Social da RSE



2.2.7. Âmbito Económico da RSE

Os aspetos económicos (E1 a E11) que se verificam no Gráfico 7 revelam que, na generalidade, são atendidos pelas empresas de Benguela.

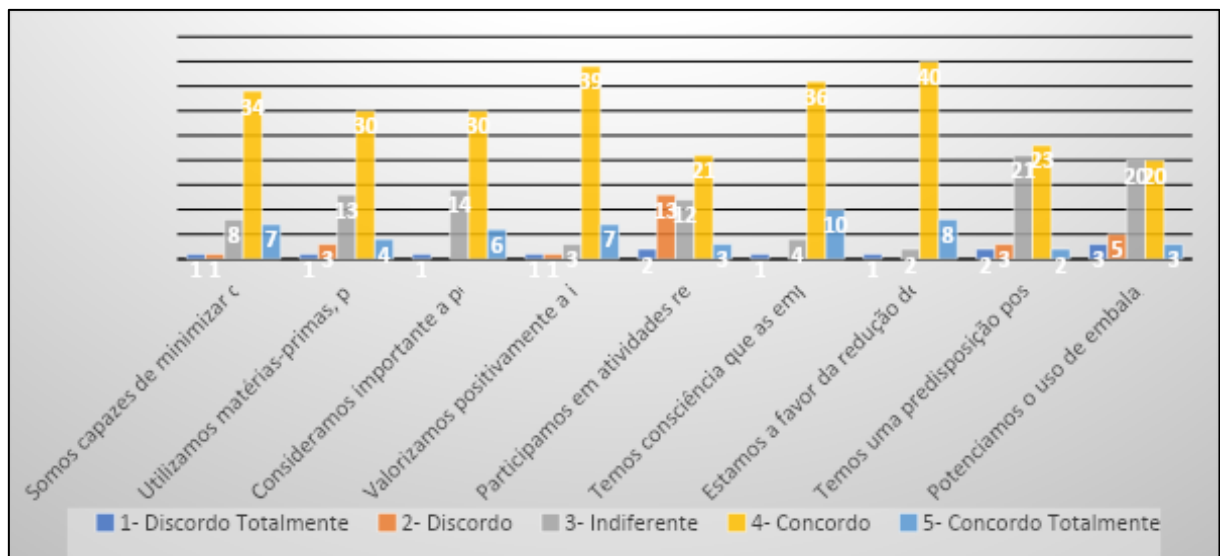
Gráfico 7. Âmbito Económico da RSE



2.2.8. Âmbito Ambiental da RSE

Verifica-se através do Gráfico 8 que a orientação das empresas para o âmbito ambiental é positiva, embora alguns respondentes se tenham demonstrado indiferentes quanto à utilização, compra ou produção de produtos ecológicos, bem como ao uso de embalagens recicladas.

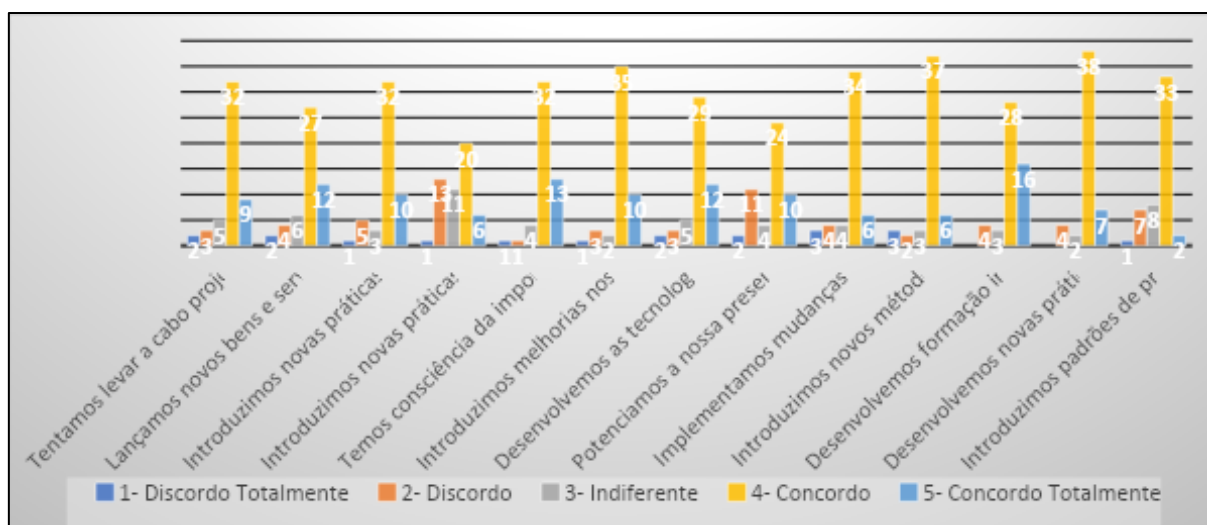
Gráfico 8. Âmbito Ambiental de RSE



2.2.9. Grau de Inovação

Através do Gráfico 9 podemos verificar que a comunidade empresarial da Província de Benguela atribui grande importância à questão da inovação, apesar de 11 respondentes se mostrarem indiferentes e 13 discordarem com a questão I4 (novas praticas para captação de novos mercados internacionais).

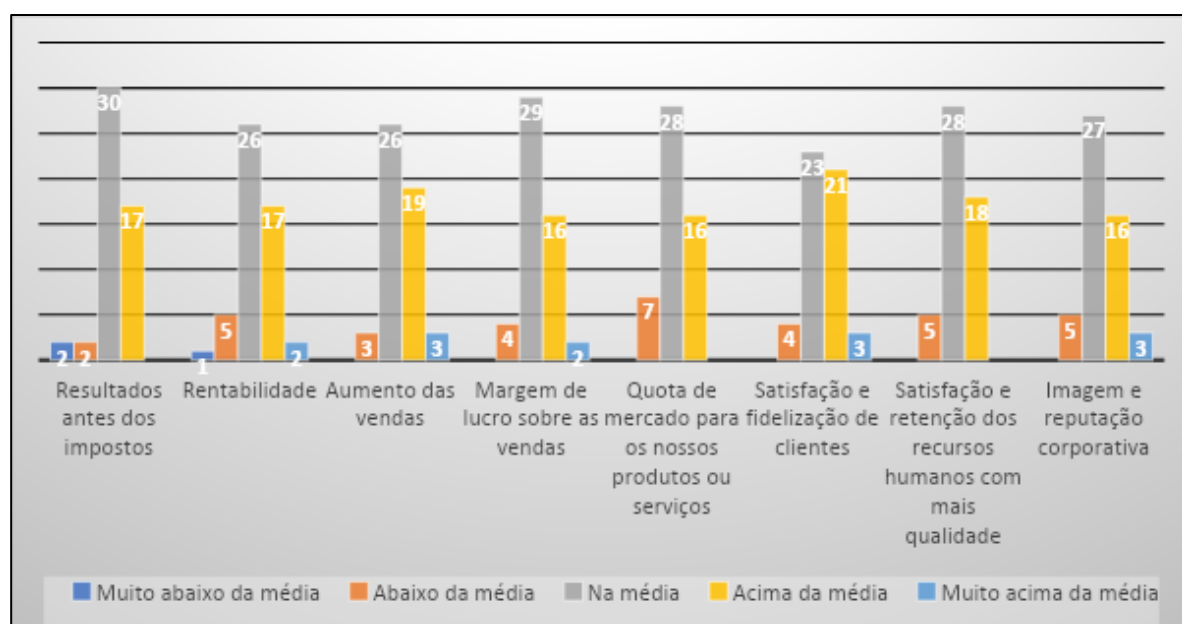
Gráfico 9. Grau de Inovação das Empresas de Benguela



2.2.10. Desempenho das Empresas

O Gráfico 10 apresenta a perceção dos participantes em relação ao desempenho das empresas da amostra. Podemos aferir, através do gráfico, que o desempenho das empresas da amostra é positivo, apesar dos aspetos relacionados com a quota de mercado se encontrarem abaixo da média.

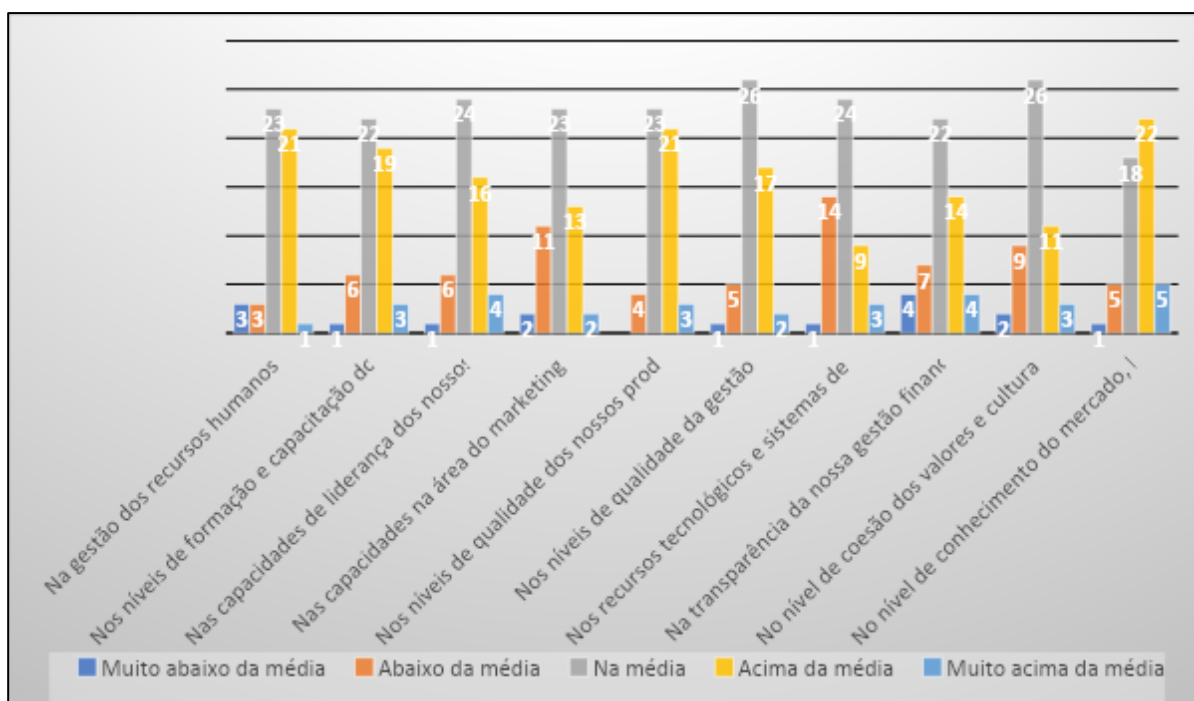
Gráfico 10. Desempenho das Empresas de Benguela



2.2.11. Sucesso Competitivo

Conforme mostra o Gráfico 11, todos os aspetos relacionados com o sucesso competitivo das empresas de Benguela podem ser considerados positivos, com ênfase na gestão dos recursos humanos, formação e capacitação do pessoal, qualidade dos produtos/serviços e nível de conhecimento do mercado, *know-how* e experiência acumulada.

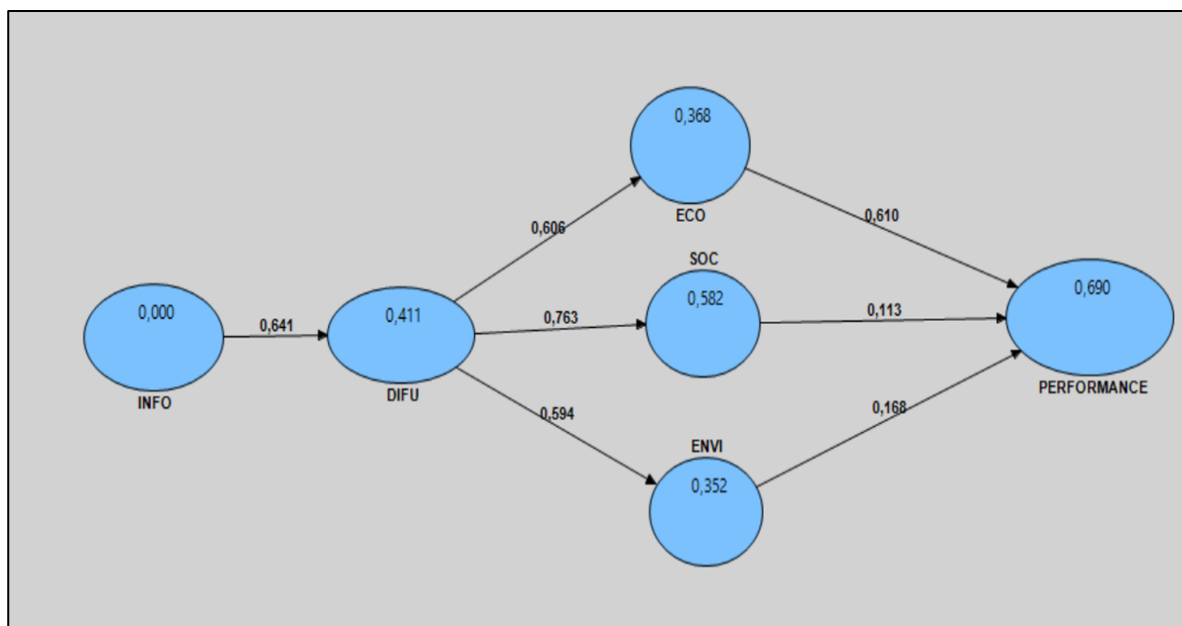
Gráfico 11. Sucesso Competitivo



2.3. Testes Das Hipóteses

O desenho de investigação partiu de estudos (Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández, 2012, 2013, 2014), através da aplicação por *PLS* para testar as hipóteses, conforme a Figura 6 seguinte.

Figura 6. Apresentação da validação do resultado das hipóteses em estudo



O Quadro 10 (apêndice II) apresenta o resultado estatístico do estudo. Foram confirmadas 10 hipóteses e rejeitada 2, conforme Quadro apresentado seguidamente.

Quadro 10. Validação de Hipóteses

Hipóteses	Validação
H1: <i>existe uma associação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE e a dimensão económica</i>	Aceite
H2: <i>existe uma associação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE e a dimensão ambiental</i>	Aceite
H3: <i>existe uma associação positiva entre o desempenho e a divulgação de informação sobre RSE</i>	Aceite
H4: <i>existe uma associação positiva entre a divulgação de informação sobre RSE e a dimensão social</i>	Aceite
H5: <i>existe uma associação positiva entre a dimensão económica da RSE e o desempenho</i>	Aceite

H6: <i>existe uma associação positiva entre a dimensão ambiental da RSE e o desempenho</i>	Não aceite
H7: <i>existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a divulgação de informação sobre RSE</i>	Aceite
H8: <i>existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a dimensão económica</i>	Aceite
H9: <i>existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a dimensão ambiental</i>	Aceite
H10: <i>existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e o desempenho</i>	Aceite
H11: <i>existe uma associação positiva entre a informação sobre RSE e a dimensão social</i>	Aceite
H12: <i>existe uma associação positiva entre a dimensão social da RSE e o desempenho</i>	Não aceite

De acordo a questão de partida colocada – *Qual o contexto de adoção do conceito de RSE pelas empresas sediadas na província de Benguela-Angola* –, procurou-se desenvolver o trabalho de modo a dar-lhe resposta. O trabalho de campo cingiu-se a empresas da Província de Benguela-Angola, sendo a amostra do estudo constituída na sua maioria por empresas do sector terciário, correspondendo a 60,80% (n=31) da amostra, seguidamente com a mesma percentagem para os restantes sectores de 19,6%, para o sector primário (n=10) e o sector secundário (n=10). A maioria das empresas eram pequenas e médias empresas, havendo mais empresas de médio porte segundo a amostra do estudo.

No que diz respeito ao conhecimento sobre o que é a RSE, em geral, a maioria das empresas possui conhecimento. A maioria das hipóteses foi validada pelo modelo com exceção das hipóteses H6 e H12, demonstrando não ter sido possível relacionar positivamente a dimensão social da RSE com o desempenho empresarial bem como relacionar positivamente a dimensão ambiental da RSE e o desempenho, o que pode estar relacionado com o facto de, as empresas e a sociedade possuírem conhecimentos acerca da RSE pressupondo não haver forte

pressão ou influencia direta no modo de atuação das empresas que possa afetar o seu desempenho.

Porém a informação sobre a RSE afeta positivamente a difusão que é dada da RSE, sendo que a difusão da informação afeta positivamente as três dimensões da RSE, a económica, social e ambiental. Por sua vez, as três dimensões influenciam positivamente o desempenho da empresa.

Em suma, na validação de hipóteses foi possível demonstrar a relação positiva entre a informação e difusão da RSE e as três dimensões da RSE e a influencia destas no desempenho da empresa enquanto que não foi possível validar a relação positiva entre a dimensão social e o desempenho da empresa e a relação positiva entre a dimensão ambiental da RSE e o desempenho.

Conclusão

As preocupações de natureza social e ambiental são uma realidade há já algumas décadas, com a crescente globalização das economias, acompanhadas pelas preferências e valores do mercado, o conceito de RSE e todo o processo nele envolvido têm sido cada vez mais impetuosos, surgindo assim orientações sobre as políticas de responsabilidade social, bem como o interesse e intervenção de organismos regionais e internacionais, o que revela também a crescente consciencialização das questões sociais no âmbito dos negócios.

A relação entre a responsabilidade social e o desempenho organizacional, em particular o económico-financeiro, tem sido objeto de muita investigação. Neste contexto, o presente trabalho procurou estudar empiricamente, através da aplicação de um questionário a uma amostra por conveniência das empresas de Benguela-Angola, como é adotado o conceito de RSE, identificar os fatores que contribuem para a melhoria social, económica e ambiental, bem como analisar como estas empresas percecionam a relação da RSE com o desempenho empresarial.

No que diz respeito à adoção do conceito de RSE nas empresas de Benguela-Angola, concluiu-se que no geral, as empresas estão bem informadas sobre as questões relacionadas com a RSE, cujos respondentes afirmam que os valores de RSE se encontram plasmados na visão e estratégias das suas empresas. Todavia, consideram importante a sensibilização, formação e informação dos colaboradores para a prática de ações socialmente responsáveis.

Apesar de existir um nível de colaboração entre as empresas no que tange a promoção de ações relacionadas com a RSE, denota-se ainda pouca participação em associações empresariais ou profissionais que promovem ações que visam o desenvolvimento da RS.

As empresas preocupam-se com as questões associadas à melhoria da qualidade de vida dos colaboradores, a valorização das pessoas em risco de exclusão social no mundo dos negócios, valorizam a formação e igualdade de oportunidades para todos os colaboradores, assim como as atividades de apoio a comunidade em que estão inseridas.

Do mesmo modo, preocupam-se em proporcionar aos clientes produtos/ serviços de qualidade e consideram o respeito pelos direitos dos consumidores como eixo prioritário de gestão.

As empresas atribuem grande importância a formação do pessoal cujo objetivo é melhorar o conhecimento visando o desenvolvimento de trabalho criativo, e afirmam ter consciência de planearem os seus investimentos, considerando a redução do impacto ambiental,

mas mostram-se indiferentes a utilização, compra e produção de produtos ecológicos, assim como o uso de embalagens reciclados.

No que diz respeito as praticas de inovação podemos auferir com o estudo realizado que a comunidade empresarial da Província de Benguela atribui grande importância à questão da inovação, apesar de algumas se demonstrarem indiferentes e muitas delas não conduzirem os seus negócios com a finalidade de captar novos mercados internacionais o que pode ser justificado pelo facto da região ser constituída na sua maioria por pequenas e médias empresas.

Do acima exposto, podemos concluir que as empresas inquiridas apresentam uma perspectiva de valorização das três dimensões da RSE, conforme foi demonstrado no questionário aplicado.

Após a análise empírica foi possível concluir igualmente que a informação sobre a RSE que as empresas possuem afeta positivamente a difusão que é dada da RSE, sendo que a difusão da informação afeta positivamente as três dimensões da RSE, a económica, social e ambiental, as quais, por sua vez, influenciam positivamente o desempenho das empresas.

Como limitações o presente estudo evidencia o facto de se tratar de uma localidade ainda em desenvolvimento e de se tratar de um país que ainda possui algumas dificuldades no acesso a base de dados, o que inviabilizou na obtenção de um número de respostas mais alargado que permitisse um estudo mais abrangente.

Consideramos que a realização do presente estudo, permitiu também ter uma noção mais cuidada sobre os fatores que podem influenciar no desenvolvimento económico, social e ambiental da Província de Benguela e especial em Angola, pelo que sugerimos, que investigações futuras sobre esta temática possam ser realizadas em outras regiões de Angola, bem como um estudo por sector de atividade, pois os estudos relacionados são ainda muito escassos.

Referências Bibliográficas

Allouche, J. & Laroche, P. (2005). A Meta-Analytical Investigation of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 57, 18-41.

Ashley, P. A. (2002). *Ética e Responsabilidade Social nos negócios*. São Paulo: Saraiva.

Aupperle, K., Carroll, A. & Hatfield, J. (1985). An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Responsibility and Profitability. *Academy of Management Journal*, 28(2), 446-463.

Bertoncello, S. L. & Junior, J. C. (2007). A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação. *Facom*, 17, 71-72.

Bignetti, L. P. (2011). As inovações sociais: Uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47, 3-14.

Borba, P. R. F. (2005). *Relação entre desempenho social corporativo e desempenho financeiro de empresas no Brasil*. Dissertação de Mestrado em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo.

Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 111-132.

Carroll, A. B. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy Management Review*, 4, 497-505.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Towards the moral management of organizational stakeholder. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 8(3), 268-295.

Carroll, A. B. & Buchwoltz, A. Z. (2000). *Business and society: ethics and stakeholder management* (4ªed.). Cincinnati: South-Western College Publishing.

Cervo, A. L. & Bervian, P. A. (2002). *Metodologia científica* (5ª ed.). São Paulo: Prentice Hall.

Chee Tahir, A. & Darton, R. C. (2010). The process analysis method of selecting indicators to quantify the sustainability performance of a business operation. *Journal of Cleaner Production*, 18, 1598-1607.

Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W. & West, J. (2006). *Open innovation: Researching a new paradigm*. Oxford: Oxford University Press.

Cloutier, J. (2003). *Qu est-ce que l'innovation sociale? Crises, ETO314*. Disponível em www.crieses.uqam.ca, acedido em 01 Novembro de 2018

Comissão Europeia (2001). *Livro verde: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias.

Cooper, R. G., Edgett, S. J. & Kleinschmidt, E. J. (2002). Optimizing the stage-gate process: What best-practice companies are doing. *Research-technology management*, 45(5), 21-27.

Corrêa, D. A., Neto, M. A., Spers, V. R. E. & Giuliani, A. C. (2010). Inovação, sustentabilidade e responsabilidade social: análise da experiência de uma empresa de equipamentos pesados. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 4(3), 90-105.

Davis, K. (1973). The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16, 312-322.

Dias, A. C. G. (2009). *O Relato da Sustentabilidade Empresarial: práticas em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Auditoria, Universidade Aberta, Lisboa.

Drucker, P. F. (1993). *Post-capitalist society*. New York: HarperBusiness.

Fernandes, J. (2012). *A Responsabilidade Social das Empresas – Uma alavanca para a sustentabilidade? Um estudo de caso: O Grupo Nestlé e as plantações de cacau na Costa do Marfim*. Dissertação de Mestrado em História, Relações Internacionais e Cooperação, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto.

Fortin, M. F. (2003). *O processo de investigação: da concepção à realização* (3ª ed.). Loures: Lusociência.

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

Gallardo-Vázquez, D. & Sánchez-Hernández, M. I. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa en Extremadura*. Badajoz: Fundación La Caixa.

Gallardo-Vázquez, D. & Sánchez-Hernández, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, 38, 14–31.

Gallardo-Vázquez, D. & Sánchez-Hernández, M. I. (2014). Measuring Corporate Social Responsibility for Competitive Success at a regional level. *Journal of Cleaner Production*, 72, 14-22.

Ghiglione, R. & Matalon, B. (1992). *O Inquérito, Teoria e Prática*. Oeiras: Celta Editora.

Goldsmith, S., George, G. & Burke, T. G. (2010). *The power of social innovation: How civic entrepreneurs ignite community networks for good*. Nova Jersey: John Wiley & Sons.

INE (2016). Disponível em <https://www.ine.gov.ao/indicadores-estatisticos/empresas>, acedido em 13 de Maio de 2019

Leandro, A. & Rebelo, T. M. (2011). A responsabilidade social das empresas: incursão ao conceito e suas relações com a cultura organizacional. *Exedra*, 1, 11-40.

Lee, S., Seo, K. & Sharma, A. (2013). Corporate social responsibility and firm performance in the airline industry: the moderating role of oil prices. *Tourism Management*, 38, 20-30.

Leite, C. & Rebelo, T. (2010). *Explorando, Caracterizando e Promovendo a Responsabilidade Social das Empresas em Portugal*. Minho: Atas do VII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia, 2209-2225.

Lin, C. H., Yang, H. L. & Liou, D. Y. (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: evidence from business in Taiwan. *Technology in Society*, 31(1), 56-63.

Lozano, R. & Huisinigh, D. (2011). Inter-linking issues and dimensions in sustainable reporting. *Journal of Cleaner Production*, 19(2 /3), 99-107.

Maignan, I. & Ferrell, O. C. (2000). Measuring corporate citizenship in two countries: The case of the United States and France. *Journal of Business Ethics*, 23(3), 283-297.

Mark-Herbert, C. & Von Schantz, C. (2007). Communicating corporate social responsibility e brand management. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(2), 4-11.

McGuire, J., Sundgren, A. & Schneeweis, T. (1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 31(4), 854-872.

Mizik, N. & Jacobson, R. (2003). Trading off between value creation and value appropriation: The financial implications of shifts in strategic emphasis. *Journal of Marketing*, 67(1), 63-76.

Moulaert, F., Martinelli, F., González, S. & Swyngedouw, E. (2007). Introduction: Social Innovation and governance in european cities. Urban development between path dependency and radical innovation. *European Urban and Regional Studies*, 14(3), 195-209.

Mulgan, G., Tucker, S., Rushanara, A. & Sanders, B. (2007). *Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated*. Oxford: University of Oxford.

Murray, R., Mulgan, G. & Caulier-Grice, J. (2009). *How to innovate: The tools for social innovation*. London: Nesta/The Young Foundation.

Mustafa, S. A., Othman, A. R. & Perumal, S. (2012). Corporate social responsibility and company performance in the malaysian context. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 65, 897-905.

Neves, M. E. D. & Dias, A. C. G. (2012). Responsabilidade Social Corporativa: teorias predominantes na investigação em Contabilidade. *Revista Razão Contábil & Finanças*, 3(1).

Oliveira, J. (2008). *Empresas na Sociedade*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Orlitzky, M., Schmidt, F. L. & Rynes, S. L. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.

Pereira, B. A. D., Wattrich, V. H., Dalmaro, M. & Venturini, J. C. (2010). A Comunicação da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) na Suécia, Tailândia e Brasil: uma abordagem comparativa em empresas de construção civil. *Organizações & Sociedade*, 17(55), 621-639.

Phills, J. A., Deiglmeier, K. & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.

Pinto, G. R. (2004). *Responsabilidade Social das Empresas – Estado da Arte em Portugal – 2004*. Lisboa: Centro de Formação Profissional para o Comércio e Afins (CECOA).

Pinto, M. R. & Lara, J. E. (2004). A cidadania corporativa como uma orientação de marketing: um estudo no varejo. *Revista de Administração de Empresas*, 44, 48-60.

Pol, E. & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *The journal of socio-economics*, 38(6), 878-885.

Preston, L. & O'Bannon, D. (1997). The Corporate Social-Financial Performance Relationship. *Business and Society*, 36(4), 419-429.

Preston, L. E. & Post, J. (1975). *Private management and public policy: the principle of public responsibility*. Nova Jersey: Prentice-Hall.

Quazi, A. M. & O'Brien, D. (2000). An Empirical Test of a Cross-national Model of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 25(1), 33-51.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Rego, A., Moreira, J. M. & Sarrico, C. S. (2003). *Gestão ética e responsabilidade social das empresas: Um estudo da situação portuguesa*. Parede: Principia Editora.

Rodrigues, M. C. P. (2004). *Ação social das empresas privadas: uma metodologia para avaliação de resultados*. Dissertação de Doutoramento em Administração, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro.

Rogers, E. M. & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: a Cross Cultural Approach*. Nova Iorque: Free Press.

Santos, F. M. (2009). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351.

Schumpeter, J. (1985). *Teoria do desenvolvimento económico: Uma investigação sobre lucro, capital, crédito, juro e ciclo económico* (2ª ed.). São Paulo: Nova Cultural.

Singhapakdi, A., Rallapalli, K. & Kraft, K. L. (1996). The perceived role of ethics and social responsibility: A scale development. *Journal of Business Ethics*, 15, 1131-1140.

Taylor, F. W. (1970). *Princípios de Administração Científica* (7ª ed.). São Paulo: Atlas.

Turker, D. (2008). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427.

Ullmann, A. A. (1985). Data in search of a theory: a critical examination of economic performance on U.S. firms. *Academy of Management Review*, 10 (3), 540-557.

Vaz Freixo, M. (2010). *Metodologia científica: fundamentos, métodos e técnicas* (4^a ed.). Lisboa: Instituto Piaget.

Veleva, V. & Ellenbecker, M. (2001). Indicators of sustainable production: Framework and methodology. *Journal of Cleaner Production*, 9, 519-549.

Waddock, S. & Graves, S. (1997). The Corporate Social Performance – Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319.

Wang, W. K., Lu, W. M., Kweh, Q. L. & Lai, H. W. (2014). Does corporate social responsibility influence the corporate performance of the US telecommunications industry? *Telecommunications Policy*, 38, 580-591.

Wood, D. J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 50-84.

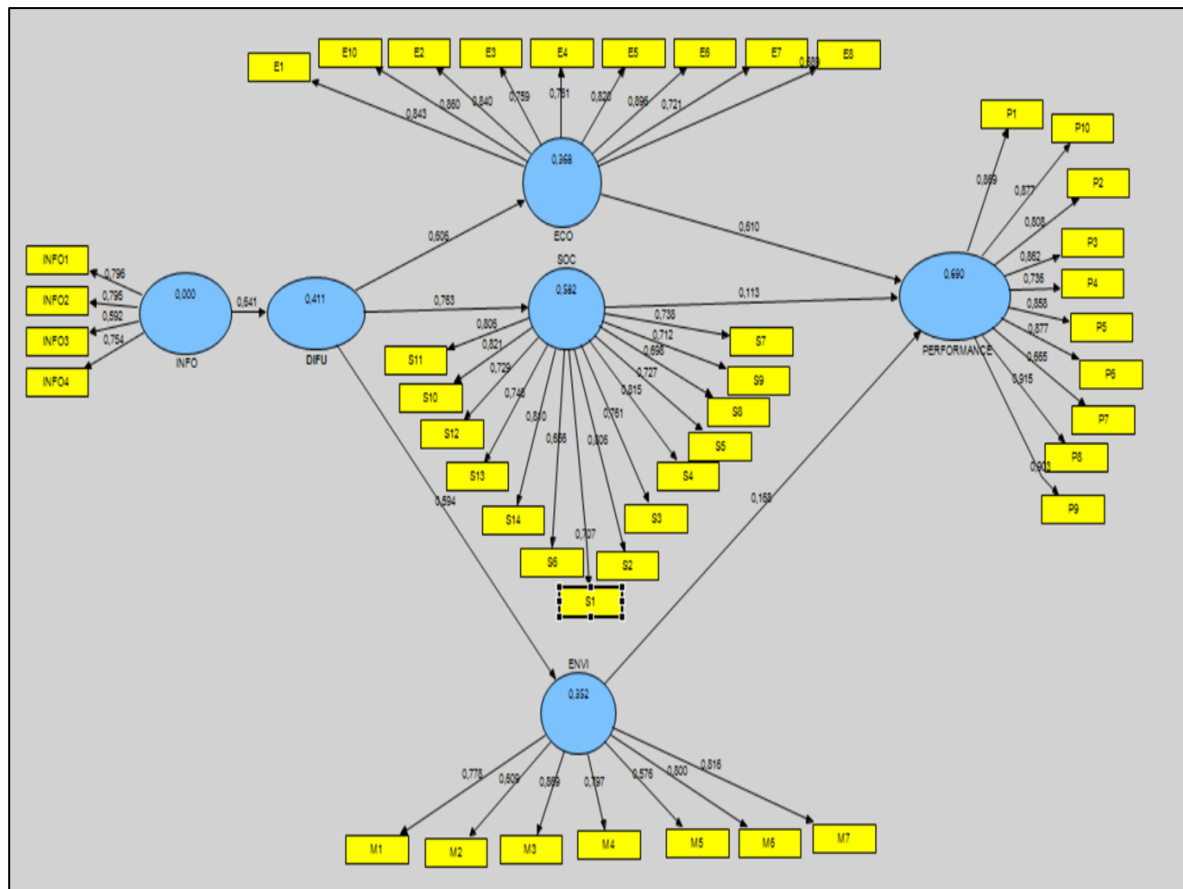
Zabalza, M. (1992). *Planificação e desenvolvimento curricular na escola*. Porto: Edições ASA.

Zaltman, G., Duncan, R. & Holbek, J. (1973). *Innovations and organizations*. Nova Iorque: John Wiley & Sons.

APÊNDICES

Apêndice 1

Testes de Hipóteses



Apêndice 2

Resultado Estatístico

Total Effects (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
DIFU -> ECO	0,606394	0,601100	0,075491	0,075491
DIFU -> ENVI	0,593658	0,600475	0,073758	0,073758
DIFU -> PERFORMANCE	0,555817	0,555399	0,064303	0,064303
DIFU -> SOC	0,762635	0,761952	0,045134	0,045134
ECO -> PERFORMANCE	0,609779	0,593422	0,141797	0,141797
ENVI -> PERFORMANCE	0,168027	0,173083	0,078905	0,078905
INFO -> DIFU	0,641373	0,653243	0,052734	0,052734
INFO -> ECO	0,388925	0,392751	0,059123	0,059123
INFO -> ENVI	0,380757	0,392269	0,057650	0,057650
INFO -> PERFORMANCE	0,356486	0,362404	0,048329	0,048329
INFO -> SOC	0,489134	0,497974	0,052160	0,052160
SOC -> PERFORMANCE	0,113160	0,128448	0,150281	0,150281

T Statistics (O/STERR)
8,032686
8,048721
8,643745
16,897054
4,300357
2,129492
12,162354
6,578187
6,604664
7,376227
9,377592
0,752987

*todas as hipóteses testadas apresentam um nível de significância que permite excluir a hipótese nula à exceção das hipóteses (H6: Envi→Performance e H12: Soc→Performance)

Apêndice 3

Empresas Entrevistadas

EMPRESA
3d Vision, Lda
Hegipesca
Aisha - Comércio e Indústria, Lda
Banco de Poupança e Crédito, R. Bela vista
Shoprite
CFB
Cuanda Pescas
Fabrimetal
FIL-Tubos de Angola
BFA
Porto do Lobito
Terminal Oceânico do Lobito
Tombosy- Comércio Geral
Angoflex
Auto Sueco
Pescaria Vimar
<u>Alibeth Construtora, Lda</u>
Abamat UEE - Benguela
Angobetumes - Sociedade Angolana de Betumes, Lda
Vera Nova
SOKABA
Fazenda Agro-pecuária Manuel Monteiro
Salina Calombolo
António Pinto de Sousa- indústria de sal
Angoplasticos
Salinas Chamume(Cidade do sal)
Nova Sotecma
BAI

ApartHotel Calmito
Hotel Mombaka
Cetenco - Engenharia Construção Civil Obras Pública
SOBA Catumbela
<u>Alva Fishing (Pescaria Tentativa)</u>
Fumetal
Flotex
Agroave - Comércio e Indústria, Lda
BCI - Banco de Comércio e Indústria
Eletkra
Baia Pescas, Lda
Cimento Secil
Nossa - Seguros de Angola, AS
Anglobal
Banco Atlantico
ENSA
Banco Sol
BNI
Água Viva
ApartHotel Mil Cidades
FertiAngola
A Furos de Água Simplicio Angola, Lda
SOMIT

Apêndice 4

QUESTIONÁRIO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Exmos. (as) Senhores (as) empresários (as),

Sou Estudante do Mestrado em Contabilidade e Fiscalidade na Universidade Lusófona de Humanidade e Tecnologia - Lisboa e estou a desenvolver um estudo sobre a responsabilidade social das empresas de Benguela-Angola. Muito agradecia se respondesse a este inquérito. A resposta não demora mais do que 10 a 15 minutos. Estou à sua disposição para qualquer dúvida e necessidade de esclarecimento através dos endereços de mail: rivotystories2009@hotmail.com

Grato pela atenção e colaboração,

Rivolty Alfredo

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR AO QUESTIONÁRIO

O presente questionário tem como missão conhecer a perceção dos diretores das empresas relativamente ao exercício e à prática das ações de responsabilidade social.

Solicitamos que respondam a todas as questões, caso contrário será impossível realizar análises posteriores. Por favor, responda marcando com um X a alternativa que melhor reflita as suas perceções.

Nenhum questionário terá um tratamento individualizado, sendo toda a informação facilitada, tratada de forma confidencial e anónima, analisada estatisticamente com os restantes questionários, de uma forma global. Os dados das empresas respondentes serão protegidos pelos investigadores e mantida a sua confidencialidade.

Caso deseje poderemos, após terminado o estudo enviar os resultados da investigação.

Sector a que a empresa pertence		
SECTOR PRIMÁRIO		Agricultura, produção animal e silvicultura
		Pescas
		Indústria extrativas
		Indústrias alimentares, das bebidas e do tabaco
SECTOR SECUNDÁRIO		Indústria têxtil
		Indústria do couro
		Indústrias da madeira e da cortiça
		Indústrias de pasta de papel e cartão e seus artigos
		Fabricação de coque, produtos petrolíferos e combustíveis
		Fabricação de produtos químicos e de fibras sintéticas
		Fabricação de artigos de borracha e de materiais plásticos
		Fabricação de outros minerais não metálicos
		Indústrias metalúrgicas de base e de produtos metálicos
		Fabricação de máquinas e equipamentos
		Fabricação de equipamento eletrónica e de ótica
		Fabricação de material de transporte
		Outras indústrias transformadoras não especificadas
SECTOR TERCIÁRIO		Construção
		Comércio por grosso e a retalho e reparação de veículos automóveis
		Alojamento e restauração

		Transportes, armazenagem e comunicações
		Atividades financeiras
		Atividades imobiliárias, alugueres e serviços
		Saúde, ação social
		Organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais
		Outros serviços social

Posição que ocupa na empresa	
Presidente e/o Diretor Geral	
Diretor Financeiro	
Diretor Comercial	
Diretor Produção	
Diretor Recursos Humanos	
Outros. Especificar	

Nº empregados da empresa		
Microempresas	Menos de 10	
Pequenas	Entre 10 e 49	
Médias	Entre 50 e 249	
Grandes	a partir de 250	

A. Entendemos por Responsabilidade Social (RS) a contribuição ativa e voluntária para a melhoria social, económica e ambiental levada a cabo pelas empresas. Em relação às seguintes afirmações, por favor, indique a sua perceção sobre a orientação da RS na sua empresa enquanto membro da direção 1: Discordo totalmente; 2: Discordo; 3: Indiferente; 4: Concordo; 5: Concordo totalmente. Questões relativas a Informação sobre RS A1. Estou bem informado sobre as ações de RS realizadas por outras empresas

A2. Sempre que posso estou atento, vou às reuniões e participo em discussões sobre o desenvolvimento sustentável e responsabilidade corporativa
A. Considero necessário despende tempo e recursos para o desenvolvimento de ações de RS e sua divulgação
A4. Desenvolvemos atuações específicas para sensibilizar, formar e informar os funcionários sobre os princípios e ações relacionadas com a RS
Questões relativas a Difusão sobre RS
A5. Os valores da RS estão presentes na visão e estratégia da empresa
A6. Desenvolvemos colaborações com outras entidades para a promoção da RS
A7. Damos a conhecer as atividades que realizamos em benefício da sociedade e que vão além da missão da nossa empresa
A8. Estamos conscientes da importância da divulgação das ações socialmente responsáveis através de meios de divulgação (relatório de sustentabilidade, códigos de conduta, relatórios internos, website...)
A9. Somos sócios ativos de organismos, associações empresariais ou profissionais que promovem o desenvolvimento da RS
Questões relativas ao âmbito Social da RS
A10. Estamos a favor da contratação de pessoas em risco de exclusão social
A11. Valorizamos a contribuição de pessoas incapacitadas no mundo empresarial
A12. Preocupamo-nos em melhorar a qualidade de vida dos nossos empregados
A13. Pagamos salários acima da média do sector
A14. O salário dos empregados está relacionado com as competências que detém e com o seu desempenho
A15. Temos níveis de Higiene e segurança no trabalho que vão além do mínimo exigido pela lei
A16. Estamos comprometidos com a criação de emprego (aceitação de formandos, criação de novos postos de trabalho, ...)

A17. Fomentamos a formação e desenvolvimento profissional dos empregados
A18. Temos políticas de flexibilidade laboral que permitem conciliar a vida profissional com a vida pessoal
A19. Temos em conta as propostas dos empregados nas decisões de gestão da empresa
A20. Existe igualdade de oportunidades para todos os empregados
A21. Participamos em projetos sociais dirigidos a comunidade
A22. Incentivamos os empregados a participar em atividades de voluntariado ou a colaborar com ONG's
A23. Os mecanismos de diálogo com os empregados são dinâmicos
Questões relativas ao âmbito Económico da RS
A24. Estamos conscientes da importância de possibilitar planos complementares de reforma aos empregados
A25. Preocupamo-nos em proporcionar produtos e/ou serviços de alta qualidade aos nossos clientes
A26. Os nossos produtos e/ou serviços cumprem com os padrões nacionais e internacionais de qualidade
A27. Diferenciamo-nos por garantir os melhores níveis de preços em relação à qualidade oferecida
A28. A garantia dos nossos produtos e/ou serviços é mais ampla que a média do mercado
A29. Proporcionamos aos nossos clientes, informação completa e precisa sobre os nossos produtos e/ou serviços
A30. O respeito pelos direitos dos consumidores é um eixo prioritário da nossa gestão
A31. Esforçamo-nos por potenciar relações de colaboração e benefício mútuo com os nossos fornecedores
A32. Estamos conscientes da importância de incorporar compras responsáveis (preferimos fornecedores responsáveis)

A34. Fomentamos as relações comerciais com empresas da região
A35. Dispomos de procedimentos eficazes de gestão de reclamações
A36. A nossa empresa é merecedora do apoio público regional ou nacional (subsídios, vantagens fiscais, etc.)
Questões relativas ao âmbito do Meio Ambiente da RS
A37. Somos capazes de minimizar o nosso impacto ambiental
A38. Utilizamos matérias-primas, produtos em curso e/ou transformados de baixo impacto ambiental
A39. Consideramos importante a poupança de energia para alcançar maiores níveis de eficiência
A40. Valorizamos positivamente a introdução de fontes de energia alternativas
A41. Participamos em atividades relacionadas com a proteção e melhoria do ambiente natural
A42. Temos consciência que as empresas devem planear os seus investimentos considerando a redução do impacto ambiental
A43. Estamos a favor da redução de emissão de gases ,resíduos e reciclagem de materiais
A44. Temos uma predisposição positiva para a utilização, compra ou produção de produtos ecológicos
A45. Potenciamos o uso de embalagens recicladas
B. Entendemos por inovação a criação interna ou externa de um processo ou produto (bem e serviço) novo ou melhorado e/o a implementação de novos métodos organizacionais ou novas estratégias ou conceitos comerciais. Qual é a sua perceção relativamente às seguintes atividades de inovação da sua empresa nos últimos três anos, em comparação com a média do setor?
Questões relativas a Inovação
B1. Tentamos levar a cabo projetos de investigação e desenvolvimento

B2. Lançamos novos bens e serviços
B 3. Introduzimos novas práticas que potenciam a captação de novos mercados nacionais
B4. Introduzimos novas práticas que potenciam a captação de novos mercados internacionais
B5. Temos consciência da importância de trabalhar em rede e de criar novas alianças ou parcerias
B6. Introduzimos melhorias nos nossos processos ou técnicas de produção e/ou distribuição
B7. Desenvolvemos as tecnologias de informação
B8. Potenciamos a nossa presença na internet
B9. Implementamos mudanças na área de Marketing (design, embalagem, preço)
B10. Introduzimos novos métodos com vista a atender normas de certificação
B11. Desenvolvemos formação interna ou externa do pessoal com o objetivo de melhorar o conhecimento e desenvolver o trabalho criativo da empresa
B12. Desenvolvemos novas práticas empresariais na organização do trabalho e na estrutura organizacional.
B13. Introduzimos padrões de produção/fabrico e de gestão de clientes que respeitam aspetos sociais e ambientais
C. Entendemos por desempenho empresarial o conjunto de resultados atingidos pela empresa num determinado período de tempo. Qual é a sua perceção sobre os resultados da sua empresa comparativamente com os seus concorrentes diretos nos últimos três anos?
1: Muito abaixo da média; 2: Abaixo da média; 3: Na média; 4: Acima da média; 5: Muito acima da média.
Questões relativas ao Desempenho
C1. Resultados antes dos impostos
C2. Rentabilidade

C3. Aumento das vendas
C4. Margem de lucro sobre as vendas
C5. Quota de mercado para os nossos produtos ou serviços
C6. Satisfação e fidelização de clientes Satisfação
C7. Satisfação e retenção dos recursos humanos com mais qualidade
C8. Imagem e reputação corporativa
D. Entendemos que uma empresa alcança o êxito competitivo quando, competindo com outras, consegue uma posição mais favorável, mantém e aumenta a sua posição no mercado e obtém resultados superiores sem necessidade de recorrer a uma remuneração inferior dos fatores de produção. Qual é a sua opinião sobre os níveis de competitividade da sua empresa nos últimos três anos? 1: Muito abaixo da média; 2: Abaixo da média; 3: Na média; 4: Por cima da média; 5: Muito
Questões relativas ao Êxito Competitivo (Performance)
D1. Na gestão dos recursos humanos
D2. Nos níveis de formação e capacitação do pessoal
D3. Nas capacidades de liderança dos nossos gestores
D4. Nas capacidades na área do marketing
D5. Nos níveis de qualidade dos nossos produtos e serviços
D6. Nos níveis de qualidade da gestão
D7. Nos recursos tecnológicos e sistemas de informação
D8. Na transparência da nossa gestão financeira
D9. No nível de coesão dos valores e cultura corporativa
D10. No nível de conhecimento do mercado, know-how e experiência acumulada

Se está interessado em receber informação sobre os resultados deste estudo, por favor, indique o seu nome e endereço:

Nome:.....

- Direção postal:
- Direção eletrónica:
- Fax: