



**Rosana Daniela de
Carvalho Fernandes**

**Determinantes da Responsabilidade Social
Empresarial: o caso português**



**Rosana Daniela de
Carvalho Fernandes**

**Determinantes da Responsabilidade Social
Empresarial: o caso português**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade ramo auditoria, realizada sob a orientação científica da Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo, Professora Coordenadora no Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro e do Doutor Jonas da Silva Oliveira, Professor Auxiliar no ISCTE *Business School* – Instituto Universitário de Lisboa

Dedico este trabalho à minha família e ao Gonçalo pelo apoio incondicional

O júri

Presidente	Professora Doutora Cecília Margarita Rendeiro do Carmo, Professora Adjunta, Universidade de Aveiro
Vogal - Arguente Principal:	Professora Doutora Cristina Maria Gabriel Gonçalves Góis, Professora Coordenadora, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra
Vogal - Orientador:	Professora Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo, Professora Coordenadora S/ Agregação, Universidade de Aveiro

Agradecimentos

Agradeço primeiramente aos meus orientadores Dra. Graça Azevedo e Dr. Jonas Oliveira toda disponibilidade, sugestões e apoio prestado.

Não posso também deixar de agradecer aos meus pais, à Vera (minha irmã), e ao Gonçalo por o todo apoio, incentivo, compreensão e paciência que tiveram comigo.

Palavras-chave

Responsabilidade Social Empresarial; Global Reporting Initiative; Relatório de Sustentabilidade

Resumo

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial tem sido sujeito a níveis mais elevados de divulgação a nível empresarial e social. Este aumento é também verificado nas empresas portuguesas.

Neste contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar os fatores determinantes do nível de divulgação de RSE, por parte das empresas portuguesas, com divulgação na página da GRI, no período compreendido entre 2006 e 2014.

Para análise dos dados foram realizados testes não paramétricos e testes de associação de Qui-quadrado e V de Cramer.

Os resultados da pesquisa indicam que entre 2006 e 2012 o número de relatórios depositados na base de dados da GRI aumentou voltando depois a diminuir entre 2012 e 2014. Verificou-se que não existem diferenças de divulgação entre empresas de diferentes tipos de indústria. Por fim, concluiu-se que o nível de divulgação está associado à dimensão da empresa, ao tipo de indústria, ao perfil de cotação e ao tipo de empresa de auditoria.

Keywords

Corporate Social Responsibility; Global Reporting Initiative; Sustainability Reports

Abstract

The topic concept of Corporate Social Responsibility has been subject to higher levels of disclosure at corporate and social level. This increase is also verified in Portuguese companies.

In this context, the present work aims to analyse the determinants of the level of CSR disclosure, by Portuguese companies, with disclosure on the GRI page, between 2006 and 2014.

For the analysis of the data were performed non-parametric tests and tests of association of Qui-square and V of Cramer.

The results of the survey indicate that between 2006 and 2012 the number of reports deposited in the GRI database increased and then decreased again between 2012 and 2014. We found that there are not differences in disclosure among companies from different types of industry. Finally, we concluded that the level of disclosure is associated with the size of the company, the type of industry, the price profile and the type of audit firm.

Índice de Figuras

Figura 1 - Pirâmide de Responsabilidade Social Empresarial de Carroll	8
Figura 2 - Dimensões da RSE segundo o Livro Verde	11
Figura 3 - Responsabilidade Social Empresarial	11
Figura 4 - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável	16
Figura 5 - Triple Botton Line	20
Figura 6 - Evolução cronológica das diretrizes da GRI.....	22

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Classificação dos setores de acordo com o seu nível de risco	29
Tabela 2 - Análise Descritiva do Nível de Divulgação	31
Tabela 3 - Análise Descritiva Dimensão da Empresa	32
Tabela 4 - Análise Descritiva Tipo de Indústria.....	33
Tabela 5 - Análise Descritiva Perfil de Cotação.....	33
Tabela 6 - Análise Descritiva Tipo de Empresa de Auditoria.....	33
Tabela 7 - Teste de Kurskal-Wallis à variável Dimensão da Empresa	34
Tabela 8 - Teste de Mann-Whitney U à variável Tipo de Indústria.....	35
Tabela 9 - Teste de Mann-Whitney U à variável Perfil de Cotação.....	36
Tabela 10 - Teste de Mann-Whitney U à variável Tipo de empresa de auditoria.....	36
Tabela 11 - Testes de associação Dimensão da Empresa.....	37
Tabela 12 - Testes de associação Tipo de Indústria	37
Tabela 13 - Testes de associação Perfil de Cotação	38
Tabela 14 - Testes de associação Tipo de empresa de auditoria	39

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Nível de divulgação	32
Gráfico 2 - Distribuição do número de observações pelos anos analisados	34

Lista de Abreviaturas

AIP	Associação Industrial Portuguesa
APEE	Associação Portuguesa de Ética Empresarial
BCSD	Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável
CE	Comissão Europeia
CEE	Comunidade económica europeia
CERES	<i>Coalition for Environmentally Responsible Economies</i>
GRACE	Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial
GRI	<i>Global Reporting Initiative</i>
ISO	<i>Internationally Standards Organization</i>
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONG	Organização não-governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PME	Pequenas e Médias Empresas
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
SPSS	<i>Statistical Package for Social Sciences.</i>
UE	União Europeia
UNEP	<i>United Nations Environment Programme</i>
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
WBCSD	<i>World Business Council for Sustainable Development</i>
WRI	<i>World Resources Institute</i>

Índice

Índice de Figuras	viii
Índice de Tabelas	ix
Índice de Gráficos.....	x
Lista de Abreviaturas.....	xi
1. Introdução.....	1
2. Revisão da Literatura	3
2.1. Enquadramento Teórico	3
2.2. Responsabilidade Social Empresarial.....	6
2.2.1.Evolução do conceito	6
2.2.2.A RSE em Portugal.....	12
2.3. A divulgação de RSE.....	18
2.3.1.Relatórios de Sustentabilidade.....	18
2.3.2. <i>Global Reporting Initiative</i>	20
2.4. Determinantes da divulgação de RSE e levantamento de hipóteses	22
2.4.1.Dimensão	23
2.4.2.Tipo de indústria.....	24
2.4.3.Perfil de cotação.....	25
2.4.4.Tipo de empresa de auditoria	25
3. Metodologia	27
3.1. Amostra	27
3.2. Pesquisa e Recolha de Dados	27
3.2.1.Variável Dependente	27
3.2.2.Variáveis Independentes.....	28
3.3. Técnicas de tratamento de dados	30
4. Análise de Resultados	31
5. Conclusão	41
6. Referências Bibliográficas	43
Anexos.....	49

1. Introdução

No decorrer dos últimos anos, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) tem sido um tema cada vez mais abordado nas empresas e na sociedade em geral. Este crescimento, ocorreu devido ao aumento da preocupação com as alterações climáticas e à importância da adoção de comportamentos sustentáveis, de forma a poupar recursos ambientais que se poderão tornar escassos à medida que são utilizados.

O conceito de RSE foi moldado com o passar dos tempos, sendo que a definição mais usual, entre os autores, defende que RSE se define como sendo um conjunto de comportamentos, voluntariamente adotados pelas empresas, de forma a caminhar para a melhoria social e ambiental.

Em Portugal, também se verificou a crescente abordagem deste tema através do surgimento de organizações cuja missão se relaciona com esta temática.

Posto isto, a presente dissertação visa analisar os fatores que influenciam o nível de divulgação de RSE por parte das empresas portuguesas, tendo por base a teoria da legitimidade.

O presente trabalho encontra-se dividido em 5 capítulos. Primeiramente, a presente introdução e de seguida a revisão da literatura. Neste capítulo será feito um enquadramento teórico onde será abordado o conceito de RSE, a sua evolução e a situação da RSE em Portugal, segue-se a divulgação de RSE, onde se abordam os Relatórios de Sustentabilidade, a *Global Reporting Initiative (GRI)* e os determinantes da divulgação de informação assim como se procede ao levantamento de hipóteses. O terceiro capítulo é a metodologia, onde serão abordados aspetos relacionados com a definição da amostra, pesquisa, recolha e tratamento de dados. No capítulo 4 será feita a análise dos resultados obtidos no capítulo anterior. No último capítulo serão apresentadas as conclusões, as limitações e as propostas de investigação futuras.

2. Revisão da Literatura

Neste capítulo será realizado um enquadramento teórico ao tema onde serão abordadas algumas teorias que estão na base dos estudos efetuados sobre a temática da RSE. Também será efetuada uma abordagem ao conceito de RSE e à sua evolução ao longo dos últimos anos, assim como ao papel deste tema em Portugal.

Ainda neste capítulo abordar-se-á a divulgação de informações de RSE e a *Global Reporting Initiative*, uma Organização não Governamental (ONG) de grande importância no que toca à divulgação deste tipo de informação.

Por fim, no presente capítulo serão abordados alguns fatores que podem estar associados à divulgação de RSE e será feito o levantamento de hipóteses.

2.1. Enquadramento Teórico

Ao longo das últimas décadas tem-se verificado um interesse crescente pela responsabilidade social e ambiental tanto por parte das empresas como do público em geral. Este facto deve-se à crescente divulgação de informações relativas às alterações climáticas e à importância da mudança de comportamento da sociedade de forma a criar um desenvolvimento sustentável e, assim, fazer face à escassez dos recursos ambientais.

Segundo Faria (2010), a notoriedade que este tema atingiu nos últimos anos fez com que os membros internos e externos das empresas procurassem mais informação sobre a qualidade dos serviços e produtos, o respeito pelos direitos humanos, a consideração pelo cliente, as condições de trabalho dos funcionários, entre outras temáticas.

A pertinência desta temática e o impacto da mesma no funcionamento normal das empresas tem potenciado o desenvolvimento de vários estudos acerca da RSE. Estes estudos analisaram a RSE em diversos países como a Índia (Bhattacharyya, 2015), Itália (Campopiano & De Massis, 2015), Austrália (Chan, Watson, & Woodliff, 2014), Brasil (Crisóstomo & Oliveira, 2015), Espanha (Otegui Echave & Bhati, 2010; Reverte, 2009), Reino Unido (Friedman & Miles, 2001; Gray, Javad, Power, & Sinclair, 2001; Karim, Suh, Carter, & Zhang, 2015), Egipto (Hussainey, Elsayed, & Razik, 2011), China (Lau,

Lu, & Liang, 2016; Wang & Li, 2016; Zheng, Luo, & Maksimov, 2015), Bangladesh (Sobhani, Amran, & Zainuddin, 2009) e Tailândia (Suttipun & Stanton, 2012).

Em Portugal, têm-se realizado diversos estudos sobre RSE, como, por exemplo, o estudo de Baptista (2015) no qual o autor analisa a adoção de práticas de RSE por parte das micro e pequenas e médias empresas dos distritos de Bragança e Vila Real, o estudo de Monteiro (2015) onde a autora estudou os fatores que influenciam a extensão e seletividade da informação de RSE divulgada pelas empresas portuguesas com valores cotados, ou o estudo de Faria (2010) em que a autora construiu um índice de divulgação de RSE e analisou a relação entre o nível obtido e alguns indicadores económicos e financeiros de 53 empresas pertencentes ao *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) em Portugal.

No seguimento desta problemática, são várias as teorias utilizadas pelos diversos autores para explicar o que motiva as empresas a divulgarem voluntariamente informações sobre RSE, tais como a teoria da agência, a teoria dos *stakeholders*, a teoria da legitimidade, entre outras.

A teoria da agência considera que as empresas mantêm interligação nos contratos entre os agentes económicos que agem em mercados eficientes de forma oportunista, podendo a divulgação de informação social e ambiental ser vantajosa para definir as obrigações contratuais de dívida, contratos de remuneração dos gerentes ou custos políticos implícitos (Reverte, 2009).

Jensen e Meckling (1976) definiram a relação de agência como um contrato pelo qual uma pessoa (o principal) contrata outra pessoa (o agente) para realizar tarefas em seu nome conferindo alguma autoridade ao agente para tomar decisões.

Nesta teoria considera-se que o agente, enquanto gestor, é movido pelas suas motivações e interesses próprios em detrimento dos interesses do principal pondo em causa a maximização do valor da empresa (Ferreira, 2008). Para colmatar este conflito de interesses surgem os custos de agência. Estes incluem os custos, incorridos pelo principal, de monitorização e controlo, e os custos incorridos pelo agente para informar o principal (Branco & Góis, 2012). A divulgação voluntária de informação é uma ferramenta utilizada pelos gestores para mostrar aos acionistas que estão a fazer uma boa gestão dos seus recursos e, assim, reduzir os custos de agência.

A teoria dos *stakeholders* considera o impacto das expectativas dos vários grupos de *stakeholders* (funcionários, acionistas, investidores, consumidores, autoridades públicas, etc.) nas políticas de divulgação das empresas (Reverte, 2009).

Ferreira (2008), considera que esta teoria se divide em dois ramos, o ramo positivista no qual se entende que a opinião dos gestores acerca de cada um dos seus *stakeholders* varia consoante o controle que estes têm sobre os recursos, sendo assim mais provável que a informação divulgada seja mais direcionada para o cumprimento das expectativas dos *stakeholders* tidos como mais poderosos ou influentes. E o ramo ético que coloca os diversos *stakeholders* em igualdade, pelo que os gestores devem divulgar informações que satisfaçam as necessidades da generalidade dos utilizadores da mesma.

A teoria da legitimidade tem por base o conceito de legitimidade. Segundo Suchman (1995), legitimidade define-se como uma “perceção ou suposição generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis, adequadas ou apropriadas dentro de um sistema socialmente construído de normas, valores, significados e definições”.

A falta de legitimidade por não atuar em consonância com normas e valores da sociedade pode conduzir a organização ao fracasso e acarretar diversas consequências como a sujeição a pressões sociais exercidas para regular ou sancionar as atividades da organização, a perda de credibilidade, dificuldade na obtenção de financiamentos, desinteresse dos clientes, entre outras (Díez Martín, Blanco González, & Prado Román, 2010).

A principal forma de gerir a legitimidade consiste em promover a comunicação entre a organização e os seus *stakeholders* (Suchman, 1995). Assim, para além de agirem de forma legítima, ou seja, de acordo com as normas e valores da sociedade onde se inserem, as organizações devem adotar práticas de divulgação que demonstrem aos seus *stakeholders* que atuam em consonância com as mesmas.

Neste sentido, Juhmani (2014) considera que a teoria da legitimidade sugere uma relação entre a divulgação de RSE e as preocupações da comunidade devendo as empresas atuar de acordo com as expectativas e mudanças da sociedade.

Esta teoria apresenta uma visão mais abrangente do que a teoria dos *stakeholders* pois esta última foca-se no impacto que os grupos de *stakeholders* têm na organização, enquanto que a teoria da legitimidade abrange toda a sociedade.

A teoria da legitimidade desempenha um papel importante na temática da RSE e por isso encontra-se na base de diversos estudos (Bhattacharyya, 2015; Juhmani, 2014; Reverte, 2009; Friedman & Miles, 2001; Suttipun & Stanton, 2012; Gray et al., 2001). Esta teoria é mesmo considerada por Juhmani (2014) e Reverte (2009) como a teoria que melhor explica os resultados obtidos nos seus estudos. Neste sentido, a teoria adotada no presente estudo é a teoria da legitimidade.

2.2. Responsabilidade Social Empresarial

A temática da RSE encontra-se cada vez mais presente no quotidiano das empresas que para além de se preocuparem com o seu desempenho financeiro começaram a preocupar-se também com a sua performance social e ambiental, procurando agir de forma ética e transparente.

De acordo com Reverte (2009), ao agir de forma responsável nos âmbitos social, ambiental e económico, as empresas respondem às expectativas dos diversos *stakeholders*, tais como funcionários, investidores, consumidores, e organizações não-governamentais (ONG). Para algumas empresas a divulgação de informação ambiental e social é um fator decisivo para despertar o interesse dos seus *stakeholders* e tornar a empresa mais competitiva.

2.2.1. Evolução do conceito

No livro *Social Responsibilities of the Businessman*, publicado em 1953, Howard Bowen definiu RSE como a obrigação por parte das empresas de tomar decisões e seguir orientações e linhas de ação regidas pelos objetivos e valores da sociedade, sendo esta uma das primeiras definições de RSE (Monteiro, 2015).

Segundo Karim et al. (2015), durante as décadas de 60 e 70 houve um aumento drástico nas tentativas de formar uma definição precisa de responsabilidade social.

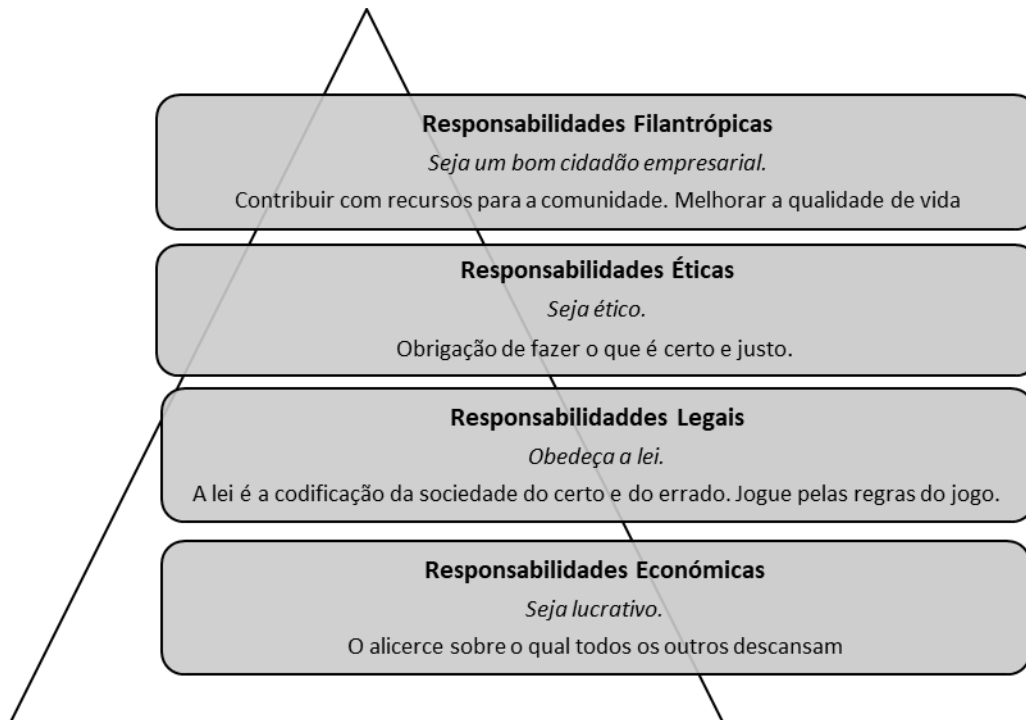
Um dos autores mais marcantes na década de 60 foi Davis (1960), ao afirmar no seu estudo que a responsabilidade social tem duas faces distintas, por um lado os empresários têm uma obrigação perante a comunidade no que toca aos desenvolvimentos económicos (como por exemplo, o pleno emprego, inflação e manutenção da concorrência) e, por outro lado, a obrigação de cultivar e desenvolver valores humanos (como a moral, cooperação e motivação). O autor concluiu, assim, que

o termo responsabilidade social abrange as obrigações socioeconómicas e socio-humanas das empresas para com a sociedade.

Já no final dos anos 70, Carroll (1979) afirmou que para uma definição completa de responsabilidade social é necessário abordar quatro componentes inerentes ao desempenho social das empresas, nomeadamente a responsabilidade económica, legal, ética e discricionária ou filantrópica. De acordo com o autor, a responsabilidade económica é a base para as restantes componentes e atenta na expectativa de que a empresa produza bens e serviços úteis para a sociedade e os venda com lucro; a responsabilidade legal consiste na expectativa de que as empresas desempenhem a sua função económica de acordo com os requisitos legais; relativamente à responsabilidade ética é espectável que as empresas adotem comportamentos, para além dos definidos por lei, de acordo com os princípios socialmente aceites; por último, a responsabilidade discricionária ou filantrópica desenvolve-se a partir da consciência da empresa que, de forma voluntária, age em benefício da sociedade em que se insere.

Mais tarde, no seu estudo intitulado *The Pyramid of Corporate the Moral Management of Social Responsibility: Toward Organizational Stakeholders*, Carroll (1991) sugeriu a representação destas componentes através de uma pirâmide onde a responsabilidade económica se encontra na base das restantes componentes (Figura 1).

Figura 1- Pirâmide de Responsabilidade Social Empresarial de Carroll



Fonte: Adaptado de Carroll (1991)

Nos anos 80, o desenvolvimento do conceito de RSE abrandou. Nesta época começou-se a relacionar a responsabilidade social com a obtenção de lucro e rentabilidade do negócio.

No seu estudo *The New Meaning of Corporate Social Responsibility*, Drucker (1984) afirmou que, nos negócios, a responsabilidade social consiste em converter os problemas sociais em oportunidades e benefícios económicos, capacidade produtiva, competência humana, criação de empregos bem remunerados e riqueza.

Neste seguimento, vários autores analisaram a relação entre a responsabilidade social e a rentabilidade do negócio. No entanto os resultados não foram consensuais, veja-se, por exemplo os estudos de Cochran e Wood (1984) e Aupperle, Carroll e Hatfield (1985). Cochran e Wood (1984) encontraram correlação entre responsabilidade social e desempenho financeiro. Por outro lado, Aupperle, Carroll e Hatfield (1985) não encontraram relação entre a responsabilidade social e a rentabilidade do negócio.

A década de 90 foi marcada pelo aparecimento de outros conceitos relacionados com a responsabilidade social como a cidadania empresarial e a ética dos negócios, um aumento da consciencialização das empresas para a importância que esta temática tem

nos negócios e pelo aparecimentos de normalização e certificação neste âmbito (Faria, 2015).

Nesta época, Carroll (1991) para além da Pirâmide da Responsabilidade Social apresentada acima, relacionou a responsabilidade social com os *stakeholders* da organização. Este autor afirmou que o conceito de *stakeholders* dá “nomes e rostos” aos membros da sociedade mais importantes para os negócios, que as empresas devem ter em conta quando estão a delinear a sua estratégia de responsabilidade social, tornando, assim, pessoais as responsabilidades sociais que as empresas têm para com os mesmos.

No mesmo ano, Harte e Owen (1991) analisaram a divulgação de informações de RSE das empresas britânicas nos relatórios anuais. Com este estudo os autores concluíram que o desempenho ambiental era uma preocupação das empresas, no entanto a divulgação deste tipo de informação era pouco aprofundada, não passando de um “mero compromisso geral”.

Esrock e Greg (1998) pediram, através da realização de um inquérito, a diversos *stakeholders* para caracterizarem o conceito de responsabilidade social destacando os seguintes aspetos que a sociedade considerou essenciais para a definição de RSE:

1. Manter práticas de negócio justas e honestas;
2. Manter a produção de produtos seguros e confiáveis;
3. Respeitar os funcionários;
4. Melhorar o desempenho ambiental.

Os autores concluíram ainda que os inquiridos colocaram para segundo plano as preocupações filantrópicas como a doação a instituições de caridade e o envolvimento com questões sociais relacionadas com a comunidade.

De acordo com Faria (2015), após o ano 2000, a RSE passa a ser vista como algo para além da legislação criada e a gestão por objetivos.

É também a partir desta data que se nota uma maior preocupação com o relato de informações sobre responsabilidade social. Neste sentido, vários autores como Friedman e Miles (2001), Gray, Javad, Power e Sinclair (2001), Deegan, Ranking e Tobin (2002), Jenkins e Yakovleva (2006), Reverte (2009) e Sobhani, Amran e

Zainuddin (2009) analisaram o nível e a quantidade de informação sobre RSE divulgada pelas empresas em estudo.

Reverte (2009) afirmou que existem várias definições de RSE sendo que a maioria destas descreve a RSE como um conceito pelo qual as empresas integram preocupações sociais e ambientais nas suas operações comerciais e na sua interação com os seus *stakeholders* de forma voluntária.

Esta afirmação de Reverte vai de encontro à definição de RSE preconizada pelo Livro Verde da Comissão Europeia (CE):

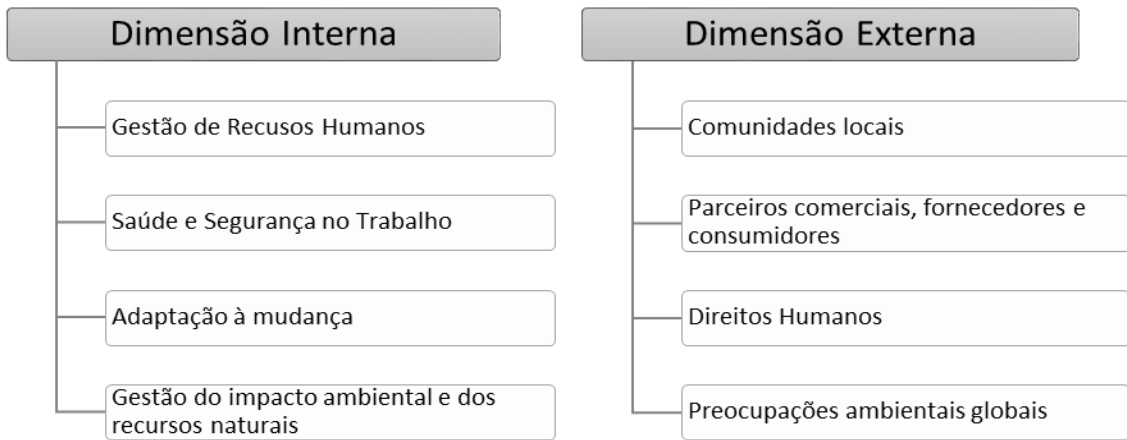
“A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo” (CCE, 2001).

No Livro Verde a CE apoia a teoria de que a RSE vai para além das obrigações legais e defende que a mesma envolve um aumento no investimento em recursos humanos, no ambiente e nas relações com os *stakeholders* e com as comunidades locais, sendo esta uma forma de tornar as empresas mais competitivas.

Contudo, a Comissão Europeia (CE) destaca a importância da regulação e legislação desenvolvidas no âmbito social e ambiental pelo que a RSE é vista como um complemento e não um substituto das mesmas.

O Livro Verde (CCE, 2001) divide ainda a RSE em duas dimensões, a dimensão interna e a dimensão externa. A dimensão interna prende-se com as práticas socialmente responsáveis praticadas no seio da empresa, essencialmente no que toca às matérias relacionadas com os trabalhadores e com a utilização de recursos naturais no processo produtivo. Por outro lado, a dimensão externa está relacionada com o envolvimento da comunidade e os restantes *stakeholders*. Na Figura 2 encontram-se esquematizados os diversos pontos a ter em conta em cada uma das referidas dimensões.

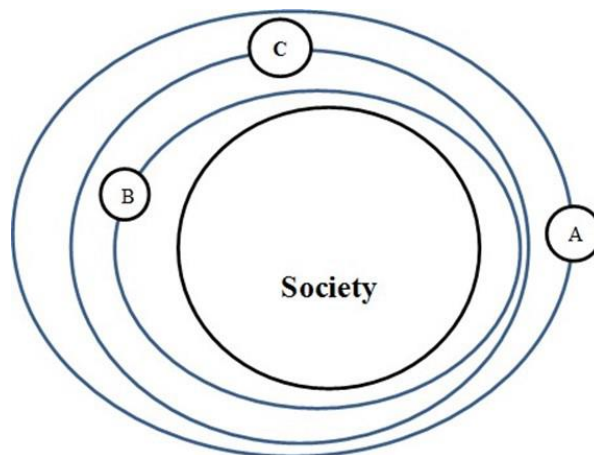
Figura 2- Dimensões da RSE segundo o Livro Verde



Fonte: Elaboração própria

Karim et al. (2015) definem RSE como o dever da empresa se esforçar para melhorar o bem-estar da sociedade. Os autores compararam a definição de RSE com o nosso sistema solar, as empresas (planetas) giram em torno da sociedade (sol), as empresas estão sujeitas às pressões da sociedade relativamente a matérias ambientais e sociais, como tal, os gestores têm de tomar medidas para irem de encontro aos interesses da sociedade e assim manter uma “órbita estável”, ou seja, manter a estabilidade da empresa. Esta comparação encontra-se esquematizada na Figura 3 na qual as letras A, B e C representam diversas empresas.

Figura 3- Responsabilidade Social Empresarial



Fonte: Karim et al. (2015)

Por último, o aumento da consciencialização da sociedade em relação a questões sociais e ambientais tem conduzido a um maior interesse dos *stakeholders* não só pelo desempenho financeiro das empresas, mas também pelo seu desempenho social e ambiental. Neste sentido, o conceito de RSE é indispensável, não só, a nível empresarial mas também a nível da sociedade e do planeta (Faria, 2015).

2.2.2. A RSE em Portugal

Portugal começou desde muito cedo a demonstrar preocupação para com a proteção do ambiente como é possível verificar no artigo 66º da Constituição da República Portuguesa de 1976, onde consta “Todos têm direito a um ambiente de vida humano, sadio e ecologicamente equilibrado e o dever de o defender”.

Como membro da União Europeia (UE) e da ONU, Portugal comprometeu-se a motivar as empresas a terem comportamentos económicos, ambientais e sociais sustentáveis, através de tratados e políticas, e validou documentos decorrentes da Cimeira da Terra de 1992 como a Agenda 21 (Monteiro, 2015).

No entanto, a nível empresarial a consciencialização para as questões relativas à RSE apenas começaram a ser visíveis a partir do ano 2000. De acordo com Ribeiro (2017), a Cimeira Europeia de Lisboa, realizada em março de 2000, e a publicação do Livro Verde em 2001 foram marcos essenciais para uma mudança de atitude por parte das empresas que começaram a adotar práticas ao nível da RSE.

Foi também a partir desta data que começaram a surgir organizações dedicadas à problemática da RSE e do desenvolvimento sustentável como o Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (GRACE), o Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável (BCSD) e a Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE).

O GRACE surgiu em Fevereiro de 2000 e é uma associação sem fins lucrativos fundada por um conjunto de empresas (atualmente é constituído por mais de 150 empresas) cujo objetivo é “aprofundar o seu papel no desenvolvimento social das pessoas e das organizações, partilhando a missão há muito assumida: refletir, promover e desenvolver a responsabilidade social corporativa em Portugal” (GRACE, 2018).

O BCSD Portugal é uma associação sem fins lucrativos, de utilidade pública, fundada em outubro de 2001 por empresas como a Cimpor, The Navigator Company e a Sonae, tendo como principal objetivo promover o desenvolvimento sustentável vendo-se como “um ator influente e inspirador de novos modelos de negócio, competitivos, inovadores, responsáveis, sustentáveis e inclusivos” (BCSD Portugal, 2018c). O BCSD Portugal faz parte da rede global do *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), e atualmente conta com aproximadamente 90 membros.

Em novembro de 2002 um grupo de profissionais e empresários formaram a APEE com o intuito de promover o envolvimento de princípios éticos nas práticas de gestão das empresas, no seu meio envolvente, e consequentemente contribuir para uma maior RSE.

Ainda em 2002 é aprovada a Diretriz Contabilística nº 29 - Matérias Ambientais que visa definir os “critérios para o reconhecimento, mensuração e divulgação relativos a dispêndios de carácter ambiental, aos passivos e riscos ambientais e aos ativos com eles relacionados resultantes de transações e acontecimentos que afetem, ou sejam suscetíveis de afetar, a posição financeira e os resultados da entidade relatada”, assim como definir o tipo de informação ambiental a divulgar (Comissão de Normalização Contabilística, 2002). A entrada em vigor desta diretriz estava prevista para 1 de janeiro de 2003, no entanto apenas foi homologada em junho de 2004 e publicada em Diário da República em abril de 2005 com aplicação obrigatória a partir de 2006.

No ano de 2004 a GRACE em colaboração com o Instituto ETHOS (organização brasileira cuja missão é promover em conjunto com as empresas uma gestão socialmente responsável dos seus negócios) publicou o livro *Primeiros Passos - Guia para a Responsabilidade Social das Empresas*. Este livro consiste numa adaptação de um documento desenvolvido pelo Instituto ETHOS à realidade do tecido empresarial português e pretende ser um instrumento de apoio à reflexão por parte das empresas sobre as suas práticas de RSE, o seu papel na sociedade e, à adoção de estratégias de gestão de acordo com os valores da RSE (GRACE, 2004).

Após 2004, no seguimento da criação da norma internacional ISO 26000, foi proposto a cada país que desenvolvesse uma resposta adaptada à sua realidade com o intuito de adotar localmente instrumentos para a definição e aplicação da responsabilidade social nas organizações. Desta forma, o Instituto Português da Qualidade (IPQ) publicou a NP 4469-1:2008 cujo objetivo é incitar e conduzir as organizações para uma maior

responsabilidade social e para o desenvolvimento sustentável (Conde, Vázquez, & Marques, n.d.).

Dentro desta temática foram publicadas as seguintes normas (APEE, 2018):

- NP4469-1: 2008 – Sistema de gestão de responsabilidade social: parte 1: Requisitos e linhas de orientação para a sua utilização.
- NP4469-2: 2010 – Sistema de gestão de responsabilidade social parte 2: guia de orientação para a implementação.
- NP 4460-1: 2007 – Ética nas organizações: Parte 1: Linhas de orientação para o processo de elaboração e implementação de códigos de ética nas organizações.
- NP 4460-2: 2010 – Ética nas organizações: Parte 2: Guia de orientação para a elaboração, implementação e operacionalização de códigos de ética nas organizações.
- NP ISO 26000 – Guia para a Responsabilidade Social.
- NP 4522 – Norma para Organizações Familiarmente Responsáveis.

Importa ainda referir alguns eventos promovidos pelas organizações referidas anteriormente que têm potenciado o diálogo e o debate de questões relacionadas com a RSE como as Conferências Anuais da BCSD Portugal e as Semanas da Responsabilidade Social organizadas pela APEE, assim como o Fórum Português de Responsabilidade Social das Organizações promovido pela Associação Industrial Portuguesa (AIP).

A 1ª Conferência Anual da BCSD Portugal realizou-se em 2002 e intitulou-se Responsabilidade Social em Ação, o 1º Fórum Português de Responsabilidade Social das Organizações promovido pela AIP realizou-se em 2005 e um ano depois realizou-se a 1ª Semana da Responsabilidade Social organizada pela APEE.

Para além das conferências referidas anteriormente, a BCSD Portugal organizou também, em 2011, em Lisboa, o 1º Curso de Formação Certificado sobre elaboração de Relatórios de Sustentabilidade de acordo com as diretrizes GRI intitulado *GRI Certified Training Course on GRI Sustainability Reporting Process for Portugal*. Este curso teve a sua 2ª edição em 2012, desta feita no Porto, e a BCSD Portugal contou com a colaboração do ISEP (Monteiro, 2015).

Atualmente a BCSD Portugal tem como projetos o Meet 2030, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), Ser ou Consumir? e Sinergias Circulares.

O Meet 2030 surgiu no âmbito da política internacional e europeia de diminuição das emissões de CO₂ por parte das empresas. Neste seguimento surge a necessidade por parte das empresas de pensarem estrategicamente este tema, para que possam adaptar-se e, caso seja necessário, desenvolver processos de inovação que mantenham ou aumentem a sua competitividade no futuro. Os principais objetivos deste projeto são (BCSD Portugal, 2018a):

- Criar cenários para Portugal em 2030, com base nos compromissos nacionais, europeus e globais para atingir a neutralidade carbónica, os desafios dos vários setores económicos e a investigação que tem sido liderada pelos associados do BCSD;
- Identificar potenciais novos setores de atividade económica, inovação em produtos e processos e respetivas vantagens competitivas necessárias para que as empresas possam manter um crescimento sustentável a longo prazo;
- Identificar as soluções com maior valor acrescentado e contribuir para uma *policy action*, que permita definir prioridades estratégicas a nível nacional e internacional.

Os ODS fazem parte da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU aprovada em setembro de 2015 por 193 membros. Os 17 ODS são consequência do trabalho realizado por governos e cidadãos de todo mundo com vista a criar um novo modelo global para erradicar a pobreza, promover o bem-estar de todos proteger o ambiente e combater as alterações climáticas (BCSD Portugal, 2018b). Assim os OSD são os seguintes:

1. Erradicar a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
2. Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável;
3. Garantir o acesso à saúde de qualidade e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
4. Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
5. Alcançar a igualdade de género e dar poder a todas as mulheres e raparigas;

6. Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e saneamento para todos;
7. Garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas para todos;
8. Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
10. Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países;
11. Tornar as cidades e comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis;
12. Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;
13. Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos;
14. Conservar e usar de forma sustentável os oceanos, mares e os recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
15. Proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, travar e reverter a degradação dos solos e travar a perda de biodiversidade;
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis;
17. Reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Figura 4- Objetivos do Desenvolvimento Sustentável



Fonte : BCSD Portugal (2018b)

O projeto “Ser ou Consumir? Transformar um planeta com vida” foi criado pelo BCSD com o intuito de transmitir, de forma simples, conceitos relativos à relação da sociedade com o meio ambiente, tais como, alterações climáticas, ODS, economia circular, reciclagem, cadeia de valor, ecossistemas, plásticos nos oceanos e florestas sustentáveis. O seu público-alvo são os alunos e professores das disciplinas de geografia e ciências naturais do 3º ciclo de escolas que constituem a rede da Comissão Nacional da UNESCO e de outras escolas portuguesas.

O referido projeto levou à criação de conteúdos didáticos suplementares que podem ser utilizados pelos professores nas salas aulas e proporcionou também formação a professores de Aveiro, Porto e Lisboa.

“Sinergias Circulares” é um projeto com origem no facto da gestão dos resíduos ser uma das áreas de foco da economia circular, em matéria de política pública europeia e nacional, com o intuito de valorizar e (re)incorporar esta gestão na economia. Visto que a percentagem de resíduos valorizados em Portugal é inferior à média europeia, este projeto foi também criado com o intuito de passar a considerar os resíduos como recursos, fomentando a exploração de sinergias entre empresas que levem à concretização de projetos de colaboração entre as mesmas.

Tendo em conta que as empresas associadas do BCSD Portugal já desenvolvem os referidos projetos, que estão relacionados com os objetivos da economia circular, o estudo “Sinergias Circulares” pretendeu encontrar pontos comuns, na área dos resíduos e subprodutos, entre essas empresas e, também concretizar projetos de simbioses industriais, tendo em conta os seguintes objetivos:

1. Mapear as quantidades de subprodutos e de resíduos produzidos e rececionados junto das empresas participantes;
2. Identificar oportunidades de simbioses industriais;
3. Avaliar o potencial impacto ambiental, social e económico dos pontos comuns identificados e o potencial de uma possível parceria entre as empresas participantes;

4. Identificar um conjunto de recomendações e oportunidade de ação no âmbito de políticas públicas de apoio à adoção de economia circular e simbioses industriais.

2.3. A divulgação de RSE

O aumento do interesse pelas questões ambientais e sociais levou as empresas a criarem diversos mecanismos de divulgação para suprirem as necessidades de informação dos stakeholders.

De acordo com Faria (2015), podem ser usados diversos instrumentos como o *marketing* social, balanço social, indicadores sociais e índices de mercado no relato e/ou na produção de informação de responsabilidade social, sendo que a forma de relato adotada pelas empresas depende principalmente de dois fatores, a normalização e o conhecimento dos peritos para a divulgação.

São várias as formas utilizadas pelas empresas para divulgar este tipo de informação. Entre elas destacam-se as divulgações através dos *websites* empresariais, os Relatórios de Sustentabilidade, os Relatórios Sociais e os Relatórios Integrados.

Para Reverte (2009) a divulgação deste tipo de informações é geralmente feita através dos Relatórios Anuais, Relatórios de RSE ou em Relatórios de Sustentabilidade. Por sua vez, Juhmani (2014) considera que os meios de divulgação deste tipo de informação mais utilizados são os Relatórios Anuais e os websites das empresas.

2.3.1. Relatórios de Sustentabilidade

Os Relatórios de Sustentabilidade são ferramentas utilizadas pelas empresas cuja elaboração visa medir, divulgar e prestar esclarecimento aos *stakeholders* sobre os impactos sociais e ambientais causados pelas atividades comuns das empresas com o intuito de atingir o objetivo do desenvolvimento sustentável (GRI, 2011).

Apesar das informações fornecidas sobre RSE serem muito úteis no apoio à tomada de decisão, a elaboração deste relatório tem carácter voluntário pelo que se coloca o problema de não existir normalização ou uniformidade acerca do que é divulgado e como esta divulgação é feita. Ora com a não existência de um *standard*, é necessário demarcar a importância deste assunto, uma vez que o relatório pode divergir na forma e

no conteúdo e assim afetar a comparabilidade da informação ou até mesmo tornar-se tendencioso por ser dirigido a um determinado grupo de *stakeholders*.

Na tentativa de colmatar esta lacuna, várias ONGs começaram a desenvolver modelos ou *frameworks* para divulgar a RSE, como por exemplo a ISO 14001 (*Internationally Standards Organization*), o *World Resources Institute* (WRI) e o GRI (Reverte, 2009).

Em matéria de homogeneização do relato de informações sobre RSE, a GRI é uma entidade de referência pois através da criação de diretrizes para a elaboração dos Relatórios de Sustentabilidade, fornece orientação e apoio às empresas que pretendam utilizar esta forma de relato de RSE (Moneva et. al, 2006). Estas diretrizes abordam conteúdos como a declaração do CEO da organização, o perfil, sumário executivo e indicadores chave, os principais indicadores de Sustentabilidade, visão e estratégia e ainda, políticas, estrutura e Sistemas de Gestão (Monteiro, 2015).

De acordo com a GRI (2000), estes relatórios podem ser utilizados para *benchmarking* e análise do desempenho de sustentabilidade no que toca a leis, normas, códigos, padrões de desempenho e iniciativas voluntárias; para demonstrar a influência das expectativas de desenvolvimento sustentável na empresa e como esta afeta a sociedade neste sentido; e, para comparar, com o decorrer do tempo, o desempenho da organização entre diversas organizações.

Os Relatórios de Sustentabilidade realizados de acordo com as diretrizes da GRI são considerados credíveis apesar da GRI não ser reconhecida como uma entidade reguladora.

Para Roma (2016), uma forma de garantir a fiabilidade e aumentar a credibilidade dos Relatórios de Sustentabilidade é sujeitar estes relatórios a verificação externa, ou seja a uma auditoria realizada por uma entidade certificada para o efeito.

2.3.2. *Global Reporting Initiative*

A *Global Reporting Initiative* é uma organização internacional e independente que visa apoiar as empresas, governos entre outras organizações a entender e a divulgar o impacto das suas atividades económicas nas questões críticas de sustentabilidade, como por exemplo as alterações climáticas, os direitos humanos e a corrupção (GRI, 2016).

O modelo de apresentação desta ONG baseia-se no *Triple Bottom Line* (Figura 5), com base em indicações positivas e negativas do desempenho nas vertentes económica, ambiental e social das empresas.

Figura 5- *Triple Bottom Line*



Fonte: Roma (2016)

Esta organização surgiu em 1997 em Boston como uma iniciativa conjunta entre a *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) e o *Tellus Institute*, com a colaboração da *United Nations Environment Programme* (UNEP).

A GRI foi a primeira organização a desenvolver uma estrutura para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade, na qual foram definidos vários indicadores que devem ser utilizados pelas empresas para divulgar informações sobre o desempenho económico ambiental e social.

Em 2000 esta ONG lançou a primeira versão das diretrizes para a divulgação de informações sobre RSE (G1).

Em 2002 as diretrizes G1 foram melhoradas surgindo assim a G2 nas quais se desenvolveram orientações para a elaboração dos referidos relatórios.

Mais tarde, em 2006, a GRI publicou a *G3 Reporting Framework* que visam permitir a adoção, por parte das empresas, de divulgações mais flexíveis, com o intuito de possibilitar a transparência das atividades da empresa no que toca ao seu desempenho ambiental, social e económico.

Esta versão sofreu uma atualização e conclusão em 2011 com o lançamento das diretrizes G3.1. As G3.1 focam-se nos indicadores a divulgar pelas empresas tais como as diferenças de género, os impactos na comunidade local os direitos humanos. Ainda nesta versão, foi inserido o “Protocolo Técnico – Aplicando os princípios” com o intuito de guiar a definição dos conteúdos do relatório de sustentabilidade.

Em maio de 2013 surgiu a versão G4. Relativamente às versões anteriores destacam-se as seguintes alterações (PWC, 2014):

- Materialidade: as organizações devem divulgar unicamente os seus temas relevantes e o procedimento utilizado na determinação da materialidade.
- Novos requisitos de divulgação de informação, a nível económico, ambiental e social, sobre a gestão da cadeia de fornecedores, devendo as empresas, divulgar informação sobre esta temática quando for materialmente relevante.
- Novos requisitos de divulgação de informação sobre *Governance*, Remuneração, Ética e Integridade.
- Maior foco nas formas de gestão, para uma uniformização do seu formato de divulgação.
- Alteração dos indicadores de Anticorrupção e Emissões de Gases Efeito de Estufa.
- Substituição dos níveis de aplicação por “essencial” e “abrangente”.
- Inclusão de uma coluna para a verificação externa na nova tabela GRI.

Juntamente com o lançamento das G4 foram também divulgados dois documentos de apoio às empresas, o “Princípios de relatórios e informações padrão” e “Manual de Implementação” (Roma, 2016).

Em 1 de julho de 2018 entraram em vigor as *GRI Standards*. As *GRI Standards* têm por base os conteúdos das diretrizes G4 e do Manual de Implementação G4 tendo como principais mudanças e melhorias uma nova estrutura modular, um formato revisto com distinções claras entre requisitos, recomendações e orientações, um esclarecimento dos principais conceitos e divulgações das G4 com o intuito de melhorar a compreensão e aplicação das *standards*, aplicação das *standards* mais flexível e transparente, e a incorporação de alguns conteúdos selecionados noutras secções para reduzir a duplicação e melhorar o seguimento lógico das *standards* (GRI, 2018).

A figura 6 ilustra a evolução cronológica destas diretrizes.

Figura 6- Evolução cronológica das diretrizes da GRI



Fonte: Elaboração própria

2.4.Determinantes da divulgação de RSE e levantamento de hipóteses

A GRI tem desenvolvido um trabalho notável no que toca à criação de diretrizes para auxiliar as empresas na construção dos Relatórios de Sustentabilidade e na divulgação de informações de Responsabilidade Social.

Desta forma, vários autores procuraram perceber qual o nível de aplicação das diretrizes do GRI e quais os fatores determinantes para a sua aplicação (Legendre & Coderre, 2013) e que indicadores são frequentemente divulgados (Roca & Searcy, 2012).

Existem diversos estudos que analisam os fatores determinantes para a divulgação de informação de RSE. Entre os referidos fatores encontram-se a dimensão da empresa (Gray, Javad, Power, & Sinclair, 2001; Crisóstomo & Oliveira, 2015; Aerts & Cormier, 2009; Chiu & Wang, 2015; Otegui Echave & Bhati, 2010; Chan, Watson, & Woodliff, 2014; Juhmani, 2014; Reverte, 2009; Hussainey, Elsayed, & Razik, 2011), o tipo de indústria (Suttipun & Stanton, 2012; Faria, 2010; Gray et al., 2001; Otegui Echave &

Bhati, 2010; Chan et al., 2014; Monteiro, 2015), a presença na bolsa de valores (Inchausti, 1997; Moneva & Llana, 2000; Braam, Uit De Weerd, Hauck, & Huijbregts, 2016; (Monteiro & Aibar-Guzmán, 2010)Hackston & Milne, 2015) e o tipo de empresa de auditoria (Ortiz & Marín, 2014; Miller, 2017; Braam et al., 2016; Juhmani, 2014).

2.4.1. Dimensão

A dimensão da empresa é considerada por diversos autores um fator determinante para a divulgação de RSE. Segundo Aerts e Cormier (2009) a dimensão afeta a visibilidade da empresa e tende a gerar um maior escrutínio público da mesma.

Empresas com maior dimensão, devido ao número significativo de atividades que desenvolvem, envolvem um maior número de *stakeholders*, e têm um maior número de acionistas que, por sua vez, podem considerar o desempenho social da empresa ao tomar decisões de investimento (Legendre & Coderre, 2013).

Otegui Echave e Bhati (2010) afirmaram no seu estudo que as grandes empresas, para reduzir a pressão do escrutínio público, são mais pressionadas a divulgar informação de responsabilidade social do que as pequenas empresas. Desta forma, as empresas de maior dimensão procuram legitimar as suas ações divulgando mais informação de responsabilidade social.

Vários autores comprovaram a existência de uma associação entre a dimensão das empresas analisadas e a divulgação de RSE (Chan et al., 2014; Crisóstomo & Oliveira, 2015; Monteiro, 2015; Reverte, 2009; Van de Burgwal & Vieira, 2014). Contudo, os resultados não são consensuais. Otegui Echave e Bhati (2010) não encontraram nenhuma associação entre a divulgação de informações RSE e a dimensão da empresa. Estes resultados também foram obtidos por outros autores, tais como Hussainey, Elsayed e Razik (2011) e Juhmani (2014).

Por outro lado, Legendre e Coderre (2013) concluíram que a dimensão da empresa é um fator determinante para a adoção de diretrizes da GRI G3. No entanto não encontraram evidência de que este fator influencie o nível de aplicação das referidas diretrizes.

Neste sentido, é formulada a seguinte hipótese:

H1: O nível de divulgação de acordo com as diretrizes da GRI está associado à dimensão da empresa.

2.4.2. Tipo de indústria

O tipo de indústria tem sido considerado por muitos autores um potencial determinante para a divulgação de informação de RSE (Gray et al., 2001; Faria, 2010; Otegui Echave & Bhati, 2010; Suttipun & Stanton, 2012; Chan et al., 2014; Van de Burgwal & Vieira, 2014; Hackston & Milne, 2015; Monteiro, 2015).

Legendre e Coderre (2013) consideram que as empresas que pertencem a indústrias de alto risco, com visibilidade elevada por parte do consumidor ou concorrência intensa, têm maior probabilidade de estar sob pressão dos *stakeholders*.

Consoante o setor em que se encontrem, determinadas empresas podem enfrentar ambientes regulatórios mais exigentes que outras, tornando-se assim necessário tranquilizar os investidores existentes e potenciais que, por sua vez, pretendem obter informações acerca das atividades potencialmente arriscadas das empresas (Hackston & Milne, 1996).

Alguns autores (Suttipun & Stanton, 2012; Chan et al., 2014) classificam o tipo de indústria como de alto ou baixo perfil, consoante pertençam a setores ambientalmente mais ou menos sensíveis, respetivamente. Desta forma, concluíram que empresas de alto perfil divulgam mais informação de RSE.

Segundo Otegui Echave e Bhati (2010) as empresas de Telecomunicações e de Retalho divulgam mais informações, seguidas pelas de Utilidades e pelas de Óleo e Gás. Por seu turno, Aerts e Cormier (2009) concluíram que as empresas pertencentes a setores, como o setor das Utilidades, Energia, Mineração e Recursos, cujas atividades têm maior probabilidade de afetar o meio ambiente, divulgam mais informação de RSE.

Legendre e Coderre (2013) encontraram evidência de que o tipo de indústria influencia positivamente o nível de adoção e de aplicação das diretrizes da GRI G3.

Neste seguimento, coloca-se a seguinte hipótese:

H2: O nível de divulgação de acordo com as diretrizes da GRI está associado ao tipo de indústria em que a empresa opera.

2.4.3. Perfil de cotação

As empresas com valores cotados na bolsa de valores mobiliários geralmente estão sujeitas a normas e requisitos estabelecidos pelas autoridades reguladoras, relacionados tanto com o tipo como com a quantidade de informações a disponibilizar aos seus *stakeholders* (Monteiro & Aibar-Guzmán, 2010).

Cada vez mais os investidores procuram tomar as suas decisões tendo por base não apenas o desempenho financeiro das empresas, mas também o seu desempenho social e ambiental. Neste sentido, é de esperar que o facto das empresas disporem de valores cotados na bolsa de valores mobiliários influencie a divulgação de informação de RSE de acordo com as diretrizes da GRI e o nível de adoção das mesmas diretrizes.

Monteiro e Aibar-Guzmán (2010), ao analisarem os determinantes da divulgação de informações ambientais, em Portugal, entre 2002 e 2004, concluíram que as empresas com valores cotados têm níveis de divulgação superiores às empresas sem valores cotados.

Neste seguimento, outros autores também encontraram uma associação entre este fator e a divulgação de RSE (Hackston & Milne, 2015; Inchausti, 1997; Braam, Uit De Weerd, Hauck, & Huijbregts, 2016).

Por outro lado, Moneva e Llena (2000) não encontraram evidência de que o facto das empresas terem valores cotados seja um fator diferenciador no que toca à divulgação deste tipo de informações.

Desta forma, coloca-se a seguinte hipótese:

H3: O nível de divulgação de acordo com as diretrizes da GRI está associado ao perfil de cotação da empresa.

2.4.4. Tipo de empresa de auditoria

As organizações têm adotado diversas abordagens como a implementação de sistemas internos de controlo, incluindo funções de auditoria interna, como parte do processo para gerir e divulgar informação, de forma a melhorar a integridade e credibilidade dos seus relatórios e, assim, corresponder às expectativas dos *stakeholders*. No entanto a GRI recomenda, como complemento aos procedimentos internos, a utilização de um

processo externo de garantia de fiabilidade para os relatórios de sustentabilidade (GRI, 2011).

Neste sentido, Braam et al., (2016) afirmaram que, como resposta às preocupações do público sobre a confiabilidade insuficiente dos relatórios de sustentabilidade, as empresas, para além de poderem desenvolver medidas objetivas de desempenho ambiental, também podem recorrer à verificação dos mesmos por terceiros.

Segundo Eugénio e Gomes (2013), os responsáveis pela elaboração dos Relatórios de Sustentabilidade recorrem a Revisores Oficiais de Contas, painéis constituídos por *stakeholders* e outros grupos ou indivíduos externos à organização para implementarem um processo externo de verificação.

Neste seguimento vários estudos debruçaram-se sobre esta temática, nomeadamente sobre a influência do tamanho da empresa que realiza a auditoria (Miller, 2017; Ortiz & Marín, 2014; Juhmani, 2014) Braam et al., 2016; Góis et al., 2015).

De acordo com Miller (2017), atualmente, o mercado da garantia externa é dominado pelas empresas de Auditoria denominadas por *Big Four* (KPMG, Pricewaterhouse Coopers, Deloitte Touche Tohmatsu e Ernst & Young). Este facto vai de encontro aos resultados obtidos por Ortiz e Marín (2014) uma vez que, no seu estudo, os autores concluíram que a maioria das empresas analisadas, cerca de três quartos, recorreram aos serviços de *assurance* das principais empresas de Auditoria.

Com o seu estudo Juhmani (2014), concluiu que as empresas auditadas por grandes empresas de auditoria divulgam mais informações sociais e ambientais do que as auditadas por pequenas firmas de auditoria.

Braam et al., (2016) observaram que a garantia externa desempenha um papel significativo na explicação do nível e natureza da divulgação de informações ambientais. Por sua vez, Góis et al., (2015) não encontraram evidência de que o facto das empresas serem auditadas pelas *Big Four* conduza a uma maior quantidade de divulgação de informações voluntárias.

Assim, coloca-se a seguinte hipótese:

H4: O nível de divulgação de acordo com as diretrizes da GRI está associado ao tipo de empresa de auditoria (Big Four ou Não Big Four).

3. Metodologia

Neste capítulo pretende-se apresentar a amostra que esteve na base deste estudo, o método de recolha de dados assim como o método utilizado para a análise dos mesmos. Ainda neste capítulo será feita a caracterização das variáveis a testar, a partir das hipóteses acima formuladas.

3.1. Amostra

No presente estudo a população analisada é constituída por todas as empresas que depositaram os seus Relatórios de Sustentabilidade ou Relatórios de Gestão e Contas na Base de Dados da GRI entre os anos 2006 e 2014.

Foram obtidas 375 observações, tendo por base apenas as empresas que seguiram as diretrizes da GRI (G3 e G3.1) por ser mais viável a comparação do nível de divulgação. Contudo, foram excluídas algumas observações cuja informação não estava completa, ficando a amostra final composta por 358 observações, correspondendo a 91 empresas.

3.2. Pesquisa e Recolha de Dados

Os dados para a elaboração do presente trabalho, foram retirados da Base de Dados da GRI, para cada ano. Também foram retirados desta base de dados os relatórios depositados pelas empresas. No entanto, foram ainda consultados alguns *websites* das empresas quando na referida base de dados o relatório não se encontrava disponível.

3.2.1. Variável Dependente

Este estudo tem como objetivo analisar os fatores determinantes do nível de divulgação de RSE, por parte das empresas portuguesas, com divulgação na página da GRI, no período compreendido entre 2006 e 2014.

Desta forma, definiu-se como variável dependente o “nível de divulgação”. Trata-se de uma variável *dummy* a partir da qual se pretende estudar a qualidade da informação divulgada. Para tal, mensurou-se a variável através da atribuição do valor “0” para o nível de aplicação “Não GRI”, e o valor “1” para os níveis de aplicação A e A+, o valor

“2” para os níveis de aplicação B e B+, o valor “3” para o nível de aplicação C e C+, o valor “4” para o nível de aplicação “Não Declarado”, e o valor “5” para “Nenhum (mas cita a GRI)”.

Estas classificações foram retiradas da Base de Dados da GRI. O nível de aplicação “Não GRI”, significa que a informação divulgada não satisfaz os requisitos de divulgação da referida base de dados. Os níveis A, A+, B, B+, C, C+ e “Não Declarado” são classificações relativas aos tipos de divulgação G3 e G3.1., sendo que, o nível “Não Declarado” significa que a divulgação é feita de acordo com as exigências de divulgação, contudo não se enquadra em nenhum dos níveis anteriores. Por último, o nível de divulgação “Nenhum” significa que apesar da empresa citar as diretrizes da GRI, a informação divulgada não se insere em nenhum tipo de divulgação específico.

3.2.2. Variáveis Independentes

Tal como os dados para a mensuração da variável dependente foram tirados da Base de Dados da GRI, os dados para a mensuração das variáveis independentes também foram, com exceção do tipo de empresa de Auditoria. O facto desta informação não estar sempre disponível diretamente na base de dados assim como a indisponibilidade do próprio relatório, levou à necessidade de consultar os *websites* das empresas para obtenção das informações em falta.

Dimensão

A GRI caracteriza as empresas em termos de dimensão como pequenas e médias empresas (PME), grandes empresas e multinacionais. Neste estudo utilizou-se a mesma caracterização, tendo-se atribuído os seguintes valores: “1” para as grandes empresas, “2” para as empresas multinacionais e “3” para as PME.

Tipo de Indústria

O “Tipo de Indústria” foi caracterizado de acordo com o nível de risco, tendo por base as classificações de Hackston e Milne (1996) e Legendre e Coderre (2013). Desta forma, com base na informação dos setores de atividade de cada empresa presente na Base de Dados da GRI, chegou-se à divisão apresentada na Tabela 1.

Tabela 1- Classificação dos setores de acordo com o seu nível de risco

Setores de Alto Risco	Setores de Baixo Risco
Agricultura	Agência Pública
Automóvel	Água
Aviação	Conglomerados
Energia	Construção
Media	Eletricidade
Produtos Florestais e Papel	Equipamentos
Químicos	Ferroviário
Telecomunicações	Gestão de Resíduos
	Imobiliário
	Logística
	Materiais de Construção
	Outro
	Produtos alimentares e bebidas
	Produtos domésticos e Pessoais
	Retalho
	Sem Fins Lucrativos/ Serviços
	Serviços comerciais
	Serviços de Saúde
	Serviços Financeiros
	Tecnologia e Hardware
	Têxteis e vestuário
	Turismo e Laser
	Universidade

Para mensurar esta variável o procedimento foi idêntico ao utilizado no ponto anterior, atribuiu-se o valor “0” quando a empresa pertencia a um setor industrial considerado de baixo risco e “1” para as empresas de alto risco.

Perfil de Cotação

A variável “Perfil de Cotação” foi mensurada de acordo com o método utilizado por Monteiro e Aibar-Guzmán, (2010). Assim, atribuiu-se um “0” para as empresas sem valores cotados e um “1” para as empresas com valores cotados na bolsa de valores mobiliários portugueses – *Euronext Lisbon*.

Tipo de empresa de auditoria

Para a mensuração da variável “Tipo de empresa de auditoria” seguiu-se a metodologia utilizada por Góis et al., (2015). Assim, atribuiu-se o valor “1” quando as empresas de

auditoria pertenciam às *Big Four* e “0” quando o mesmo não se verificava. Para tal, considerou-se como pertencentes às *Big Four* a KPMG, a Pricewaterhouse Coopers, a Deloitte Touche Tohmatsu e a Ernst & Young.

3.3. Técnicas de tratamento de dados

Para o tratamento dos dados recorreu-se ao programa SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Como técnicas de análise, inicialmente, recorreu-se a análises descritivas para caracterizar as variáveis em estudo.

Seguidamente, realizaram-se testes de hipóteses não paramétricos, nomeadamente o teste Mann-Whitney U e o teste Kruskal-Wallis, com o intuito de verificar se existem diferenças de divulgação para cada variável independente. O teste de Mann-Whitney U é utilizado para variáveis que se dividem em dois grupos, compara o centro de localização de duas amostras independentes, permitindo assim encontrar as diferenças existentes entre os dois grupos pertencentes a uma determinada variável. De acordo com Pestana e Gageiro (2003), o referido teste permite “verificar a igualdade de comportamento de dois grupos de casos ou a existência de diferenças no pós teste entre duas condições experimentais”.

O teste de Kruskal-Wallis possibilita a generalização do teste de Mann-Whitney U para variáveis com mais do que 2 grupos. Desta forma, o teste de Mann-Whitney U foi aplicado às variáveis “Tipo de empresa de auditoria”, “Perfil de Cotação” e “Tipo de Indústria”, enquanto que o teste de Kruskal-Wallis foi aplicado à variável “Dimensão da Empresa”.

Por último, utilizou-se o teste de independência Qui-Quadrado para verificar se as variáveis se relacionam entre si e a medida de associação V de Cramer para avaliar a intensidade da relação entre as variáveis e, assim, testar as hipóteses referidas anteriormente.

4. Análise de Resultados

Nesta secção procede-se à análise dos resultados obtidos após a aplicação da metodologia anteriormente apresentada.

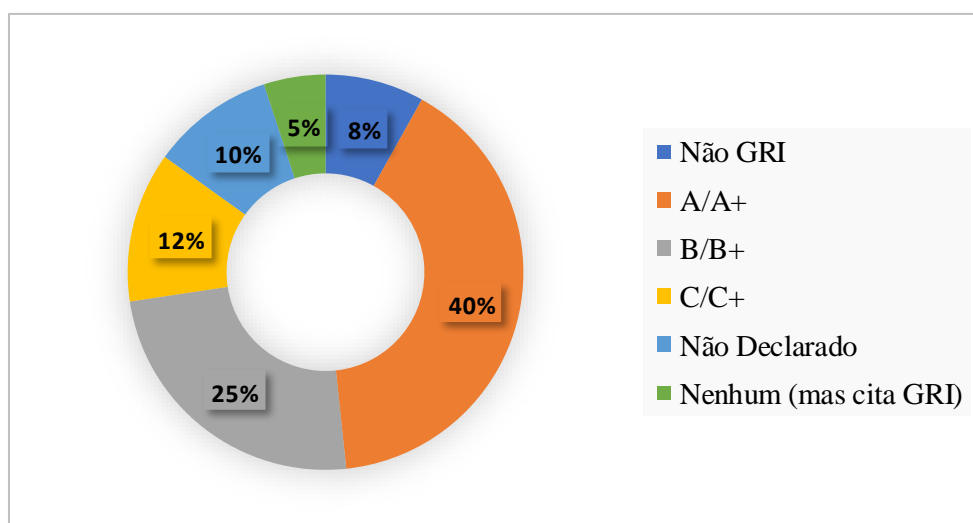
Na Tabela 2 é possível observar que das 358 observações, 29 têm um nível de divulgação “Não GRI”, 144 correspondem a um nível de divulgação “A/A+”, 87 ao nível de divulgação “B/B+”, 44 ao nível de divulgação “C/C+”, 36 ao nível “Não Declarado” e 18 ao o nível “Nenhum” (mas cita a GRI).

Tabela 2- Análise Descritiva do Nível de Divulgação

Nível de divulgação	Ano									Total
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Não GRI	2	4	1	0	0	2	7	5	8	29
A/A+	0	4	9	12	20	23	28	29	19	144
B/B+	1	3	9	15	11	16	16	10	6	87
C/C+	0	4	12	10	11	5	1	1	0	44
Não Declarado	2	3	5	7	5	5	2	4	3	36
Nenhum (mas cita GRI)	0	0	0	2	1	2	6	4	3	18
Total	5	18	36	46	48	53	60	53	39	358

Estes valores encontram-se representados em termos percentuais no Gráfico 1, no qual se pode verificar que aproximadamente 40% dos relatórios analisados têm o nível de divulgação mais elevado (A/A+), 24% o segundo melhor nível de divulgação “B/B+”, seguido pelo nível de divulgação “C/C+” com uma percentagem de observações de 12%. Ainda a partir deste gráfico podemos constatar que 10% dos relatórios divulgam de acordo com as GRI G3/G3.1, no entanto, o seu nível de divulgação não se enquadra nos níveis supracitados (nível de reporte “Não Declarado”), 8% dos relatórios analisados não divulgam de acordo com a diretrizes do GRI (nível de divulgação “Não GRI”), e 5% citam as diretrizes da GRI contudo, não se inserem em nenhum tipo de divulgação em específico (Nenhum).

Gráfico 1- Nível de divulgação



Através da tabela 3, é possível verificar que 283 observações são provenientes de empresas de grande dimensão, 20 pertencem a empresas multinacionais e 55 a empresas de pequena e média dimensão.

Assim, é possível concluir que a amostra é composta maioritariamente por empresas de grande dimensão (79% das observações), seguidas pelas empresas de pequena e média dimensão (15% das observações) e, por último, pelas empresas multinacionais (6% das observações).

Tabela 3- Análise Descritiva Dimensão da Empresa

Dimensão da empresa	Ano									Total
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Grande	5	15	32	39	40	39	45	41	27	283
Multinacional	0	0	1	2	4	2	4	3	4	20
PME	0	3	3	5	4	12	11	9	8	55
Total	5	18	36	46	48	53	60	53	39	358

Relativamente à variável “Tipo de Indústria” ao analisar a tabela 4 constata-se que a amostra é composta essencialmente por observações pertencentes a indústrias consideradas de baixo risco, uma vez que 279 das 358 observações totais pertencem a indústrias de baixo risco, o que corresponde a 78% das observações, enquanto 79 observações integram indústrias consideradas de alto risco, perfazendo os restantes 22%.

Tabela 4- Análise Descritiva Tipo de Indústria

Tipo de Indústria	Ano									Total
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Baixo risco	4	13	31	39	37	40	46	42	27	279
Alto risco	1	5	5	7	11	13	14	11	12	79
Total	5	18	36	46	48	53	60	53	39	358

A análise descritiva da variável “Perfil de Cotação” encontra-se representada na tabela 5. Através desta tabela pode-se concluir que o número de observações pertencentes a empresas sem valores cotados (222 observações) é superior ao número de observações cujas empresas têm valores cotados (136 observações). Em termos percentuais 62% das observações correspondem a empresas sem valores cotados enquanto 38% pertencem a empresas com valores cotados.

Tabela 5- Análise Descritiva Perfil de Cotação

Perfil de cotação	Ano									Total
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Não cotada	4	10	23	30	30	34	37	33	21	222
Cotada	1	8	13	16	18	19	23	20	18	136
Total	5	18	36	46	48	53	60	53	39	358

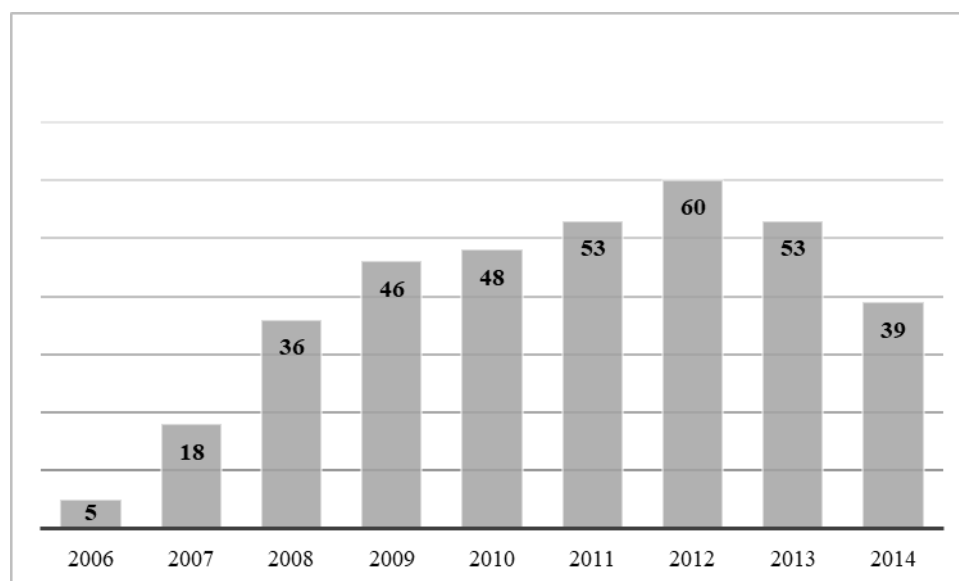
Relativamente ao tipo de empresa de auditoria, constata-se através da tabela 6 que das 358 observações que compõem a amostra, 228 pertencem a relatórios verificados por empresas “Não Big4” e 130 a empresas auditadas pelas Big4. Verifica-se assim que, 64% das observações correspondem a empresas que não utilizam uma das Big4 para efetuar a sua auditoria, contra 36% que utilizam uma destas empresas.

Tabela 6- Análise Descritiva Tipo de Empresa de Auditoria

Tipo de empresa de auditoria	Ano									Total
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Não Big4	4	13	22	30	29	33	38	34	25	228
Big4	1	5	14	16	19	20	22	19	14	130
Total	5	18	36	46	48	53	60	53	39	358

Na análise descritiva importa ainda referir que o número de observações foi crescendo entre 2006 e 2012, passando de 5 observações em 2006, para 60 observações em 2012, voltando depois a decrescer até 2014 onde se verificaram 39 observações (gráfico 2).

Gráfico 2- Distribuição do número de observações pelos anos analisados



A tabela 7 apresenta os resultados do teste de Kruskal-Wallis à variável Dimensão da Empresa. Assim, obtém-se um valor do teste de 7,19 com um valor de significância associado de 0,03, pelo que se conclui que, para a amostra total, há diferenças de divulgação na variável “Dimensão da Empresa” (para empresas grandes, multinacionais ou PME), com um erro do tipo I de 0,01.

Tabela 7- Teste de Kurskal-Wallis à variável Dimensão da Empresa

	Dimensão da empresa			Teste de Kurskal-Wallis	P-value
	Grande	Multinacional	PME		
Rank Médio (amostra total)	174,86	236,03	182,80	7,19	0,03
Rank Médio (por anos)					
2006	3,00	--	--	--	--
2007	8,47	14,67	--	3,51	0,06
2008	18,03	24,67	15,00	1,29	0,52
2009	22,96	24,00	32,75	1,09	0,58
2010	23,09	26,88	36,25	3,70	0,16
2011	25,24	30,04	43,00	3,50	0,17
2012	29,03	33,18	39,63	1,90	0,39
2013	27,07	24,33	34,00	1,07	0,59
2014	19,70	21,13	19,75	0,11	0,95

Na tabela 8 encontram-se os resultados obtidos pela aplicação do teste Mann-Whitney U à variável Tipo de Indústria, obtendo um valor de 9 903 com uma significância associada de 0,2. Assim conclui-se que, na amostra total, não há diferenças de divulgação na variável Tipo de Indústria (para indústrias de baixo ou alto nível de risco) para um erro do tipo I de 0,01.

Tabela 8- Teste de Mann-Whitney U à variável Tipo de Indústria

	Tipo de indústria		Teste de Mann-Whitney U	P-value
	Baixo risco	Alto risco		
Rank Médio (amostra total)	175,49	191,54	9 903,00	0,20
Rank Médio (por anos)				
2006	2,63	4,50	0,50	0,40
2007	9,31	10,00	30,00	0,85
2008	19,03	15,20	61,00	0,48
2009	23,21	25,14	125,00	0,74
2010	24,41	24,82	200,00	0,93
2011	24,93	33,38	177,00	0,07
2012	29,04	35,29	255,00	0,21
2013	26,87	27,50	225,50	0,89
2014	19,04	20,64	136,00	0,70

Os resultados da aplicação do teste de Mann-Whitney U à variável Perfil de Cotação encontram-se representados na tabela 9. Com este teste obteve-se o valor de 13054,5 com uma significância associada de 0,02. Como tal, conclui-se que, para esta variável também, na amostra total, há diferenças de divulgação (empresas com ou sem valores cotados) para um erro do tipo I de 0,01.

Tabela 9- Teste de Mann-Whitney U à variável Perfil de Cotação

	Perfil de cotação		Teste de Mann-Whitney U	P-value
	Não Cotada	Cotada		
Rank Médio (amostra total)	188,70	164,49	13 054,50	0,02
Rank Médio (por anos)				
2006	3,00	3,00	2,00	1,00
2007	9,15	9,94	36,50	0,76
2008	20,91	14,23	94,00	0,07
2009	23,40	23,69	237,00	0,94
2010	26,67	20,89	205,00	0,15
2011	29,29	22,89	245,00	0,13
2012	30,39	30,67	421,50	0,95
2013	29,33	23,15	253,00	0,12
2014	21,62	18,11	155,00	0,35

Por fim, no que toca à análise das diferenças de divulgação entre as variáveis independentes, a tabela 10 apresenta os resultados da aplicação do teste de Mann-Whitney U à variável Tipo de Empresa de Auditoria. Como tal pode observar-se que o valor do teste obtido foi de 9074,5 com uma significância associada de 0. Assim conclui-se que, na amostra total, existem diferenças de divulgação para esta variável (empresas Big4 e não Big4), para um erro do tipo I de 0,01.

Tabela 10- Teste de Mann-Whitney U à variável Tipo de empresa de auditoria

	Tipo de empresa de auditoria		Teste de Mann-Whitney U	P-value
	Não Big4	Big4		
Rank Médio (amostra total)	204,70	135,30	9 074,50	0,00
Rank Médio (por anos)				
2006	2,63	4,50	0,50	0,40
2007	9,58	9,30	31,50	0,92
2008	22,30	12,54	70,50	0,01
2009	28,97	13,25	76,00	0,00
2010	31,53	13,76	71,50	0,00
2011	32,52	17,90	148,00	0,00
2012	33,39	25,50	308,00	0,07
2013	29,76	22,05	229,00	0,06
2014	20,62	18,89	159,50	0,65

Na tabela 11 é possível observar que o valor do teste de qui-quadrado para a variável Dimensão da empresa é 32,443. Ao consultar a tabela de Qui-quadrado com 2 graus de liberdade e $\alpha = 0,01$ tem-se como região crítica $[9,21.; +\infty [$. Assim, uma vez que o valor teste está contido neste intervalo, conclui-se que existe relação entre o nível de divulgação e a dimensão da empresa. No entanto, uma vez que o valor de V de Crámer

(0,212) é muito próximo de 0, considera-se que esta associação é fraca. Assim confirma-se a H1, ou seja, o nível de divulgação está associado à dimensão da empresa apesar de se não se tratar de uma associação forte.

Tabela 11- Testes de associação Dimensão da Empresa

Nível de divulgação	Dimensão da empresa			Estatísticas do Qui-Quadrado			Medidas de Simetria		
	Grande	Multinaciona 1	PME	Pearson Chi- Square	Likelihood Ratio	Linear-by- Linear Association	Phi	Cramer's V	Contingency Coefficient
Não GRI	24	4	1						
A/A+	120	0	24						
B/B+	64	5	18						
C/C+	37	2	5	32,443***	35,809***	0,744	0,301***	0,212***	0,288***
Não Declarado	25	5	6						
Nenhum (mas cita GRI)	13	4	1						

Valores estatisticamente significativos a: ***0,01, **0,05 e *0,1

A tabela 12 apresenta os resultados do teste de associação qui-quadrado para a variável Tipo de Indústria. Mais uma vez ao consultar a tabela de Qui-quadrado para 1 grau de liberdade e $\alpha = 0,01$ obtém-se a seguinte região crítica $[6,635; +\infty [$. Como o valor teste (23,682) pertence ao referido intervalo, conclui-se que existe relação entre o tipo de empresa e o nível de divulgação. No entanto, como o valor V de Cramer é muito próximo de 0 conclui-se que esta associação é fraca. Assim, à semelhança da variável anterior, pode confirmar-se a H2, ou seja, a variável nível de divulgação está associada à variável tipo de indústria, contudo esta associação é fraca.

Tabela 12- Testes de associação Tipo de Indústria

Nível de divulgação	Tipo de indústria		Estatísticas do Qui-Quadrado			Medidas de Simetria		
	Baixo Risco	Alto risco	Pearson Chi- Square	Likelihood Ratio	Linear-by-Linear Association	Phi	Cramer's V	Contingency Coefficient
Não GRI	25	4						
A/A+	114	30						
B/B+	65	22	23,682***	22,259**	1,585	0,257***	0,181***	0,249***
C/C+	40	4						
Não Declarado	19	17						
Nenhum (mas cita GRI)	16	2						

Valores estatisticamente significativos a: ***0,01, **0,05 e *0,1

Relativamente à variável Perfil de Cotação, pode-se verificar através da tabela 13 que o valor teste de associação qui-quadrado é 30,681. À semelhança da variável analisada anteriormente, o grau de liberdade é 1 e o $\alpha = 0,01$ pelo que, se considera a mesma

região crítica. Assim o valor do teste integra mais uma vez a região crítica, concluindo-se que existe uma associação entre as variáveis Nível de divulgação e Perfil de Cotação.

Quanto ao valor V de Cramer, verifica-se que é novamente próximo de 0 (0,292). Assim, conclui-se que, apesar de se confirmar a H3, ou seja, que o nível de divulgação de informação de acordo com as diretrizes do GRI está associado ao perfil de cotação da empresa, esta associação é fraca.

Tabela 13- Testes de associação Perfil de Cotação

Nível de divulgação	Perfil de cotação		Estatísticas do Qui-Quadrado			Medidas de Simetria		
	Não Cotada	Cotada	Pearson Chi-Square	Likelihood Ratio	Linear-by-Linear Association	Phi	Cramer's V	Contingency Coefficient
Não GRI	16	13						
A/A+	77	67						
B/B+	61	26						
C/C+	36	8	30,681***	31,554***	1,536	0,292***	0,292***	0,281***
Não Declarado	28	8						
Nenhum (mas cita GRI)	4	14						

Valores estatisticamente significativos a: ***0,01, **0,05 e *0,1

Por último, os resultados do teste de Qui-quadrado e V de Cramer para a variável Tipo de Empresa de Auditoria encontram-se na tabela 14.

Quanto ao teste de Qui-quadrado, recorreu-se novamente à tabela de qui-quadrado para determinar o intervalo de rejeição da hipótese nula. Visto que o grau de liberdade e o α são novamente os referidos nas análises das variáveis tipo de indústria e perfil de cotação, a região crítica será a supracitada. O valor do teste obtido de 115,842 está contido no referido intervalo, pelo que, se pode afirmar que existe associação entre a variável Nível de Divulgação e Tipo de Empresa de Auditoria.

O valor V de Cramer é 0,568 encontrando-se entre 0 e 1, pelo que, se pode afirmar que a associação entre as variáveis em estudo é moderada.

Tabela 14- Testes de associação Tipo de empresa de auditoria

Nível de divulgação	Tipo de empresa de auditoria		Estatísticas do Qui-Quadrado			Medidas de Simetria		
	Não Big4	Big4	Pearson Chi-Square	Likelihood Ratio	Linear-by-Linear Association	Phi	Cramer's V	Contingency Coefficient
Não GRI	29	0						
A/A+	50	94						
B/B+	54	33						
C/C+	42	2	115,842***	142,257***	43,631***	0,568***	0,568***	0,494***
Não Declarado	35	1						
Nenhum (mas cita GRI)	18	0						

Valores estatisticamente significativos a: ***0,01, **0,05 e *0,1

Desta forma, confirma-se a H4, ou seja, o nível de divulgação de acordo com as diretrizes do GRI está associado ao tipo de empresa de auditoria, sendo esta associação moderada.

5. Conclusão

Neste capítulo será feito um resumo dos assuntos abordados nesta dissertação, serão apresentadas as principais conclusões do estudo, as limitações do presente trabalho, assim como sugestões para trabalhos futuros.

Cada vez mais as questões ambientais e sociais suscitam o interesse das empresas e da sociedade em geral. Para os diversos *stakeholders* a informação meramente financeira deixou de ser suficiente para sustentar as suas decisões, procurando também informação sobre RSE.

Assim, surgiu por parte das empresas a necessidade de divulgarem informações, não só sobre o seu desempenho económico, mas também sobre o seu desempenho social e ambiental.

Uma das formas de transmitir este tipo de informação é recorrendo à elaboração do relatório de sustentabilidade. Estes relatórios têm carácter voluntário pelo que, a sua elaboração não está sujeita a leis ou normativos, sendo por isso questionável a comparabilidade da informação.

Para contornar esta limitação e tornar a informação relatada mais fiável, a GRI tem, ao longo dos últimos anos, desenvolvido diretrizes que orientam e auxiliam as empresas quanto ao tipo de informação a divulgar e a forma como esta divulgação deve ser efetuada.

Com este estudo pretendeu-se analisar os fatores determinantes do nível de divulgação de RSE, por parte das empresas portuguesas, com divulgação na página da GRI, no período compreendido entre 2006 e 2014, tendo resultado um total de 91 empresas, originando assim uma amostra composta por 358 observações.

Neste estudo constatou-se que entre 2006 e 2012 o número de relatórios depositados na referida base de dados foi sempre aumentando voltando depois a diminuir entre 2012 e 2014. Quanto à existência de diferenças de divulgação verificou-se que, na amostra total, existem diferenças de divulgação entre as variáveis à exceção da variável tipo de indústria.

Ainda no presente estudo, no que toca aos resultados de dos testes de associação, conclui-se que o nível de divulgação está associado à dimensão da empresa verificando-se, assim, a H1, sendo estes resultados contrários aos obtidos por Legendre e Coderre (2013) uma vez que os autores não encontraram evidência de que esta variável influencie o nível de divulgação.

Relativamente à variável tipo de indústria, conclui-se que o nível de divulgação está associado ao tipo de indústrias pelo que se verifica a H2. Assim, corroboram-se os resultados obtidos por Legendre e Coderre (2013).

Conclui-se ainda que o nível de divulgação está associado ao perfil de cotação confirmando-se assim a H3. Desta forma, os resultados vão de encontro aos resultados obtidos por Monteiro e Aibar-Guzmán (2010).

Por fim, conclui-se que o nível de divulgação está associado ao tipo de empresa de auditoria confirmando-se, assim, a H4. Assim corroboram-se os resultados obtidos por Juhmani (2014) e Braam et al. (2016)

Este estudo apresenta diversas limitações, tais como o facto de apenas analisar variáveis qualitativas e não considerar relatórios elaborados com base noutras versões das diretrizes para além da G3 e G3.1, o que poderia fornecer uma análise mais completa e atual.

Como sugestões para trabalhos futuros, seria interessante incluir na análise relatórios elaborados com base nas G4 e nas *GRI Standards* e também fazer uma análise comparativa com outros países. Por último, também seria oportuno analisar outras variáveis para além das apresentadas no presente estudo.

6. Referências Bibliográficas

- Aerts, W., & Cormier, D. (2009). Media legitimacy and corporate environmental communication. *Accounting, Organizations and Society*, 34(1), 1–27. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.02.005>
- APEE. (2018). Normas Publicadas. Retrieved October 10, 2018, from <http://www.apee.pt/normalizacao/normas-publicadas>
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). an Empirical Examination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability. *Academy of Management Journal*, 28(2), 446–463. <https://doi.org/10.2307/256210>
- Baptista, H. C. (2015). *Adoção da responsabilidade social por parte das micro e pequenas empresas portuguesas: uma análise a entidades dos distritos de Bragança e Vila Real*.
- BCSD Portugal. (2018a). Meet 2030. Retrieved October 15, 2018, from <https://www.bcsdportugal.org/projetos/meet2030>
- BCSD Portugal. (2018b). Objetivos de Desenvolvimento Sustentável– ODS. Retrieved October 15, 2018, from <https://www.ods.pt/ods/#17objetivos>
- BCSD Portugal. (2018c). Quem somos. Retrieved from <https://www.bcsdportugal.org/quem-somos>
- Bhattacharyya, A. (2015). Corporate Social and Environmental Responsibility in an Emerging Economy: Through the Lens of Legitimacy Theory. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 9(2), 79–92. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v9i2.6>
- Braam, G. J. M., Uit De Weerd, L., Hauck, M., & Huijbregts, M. A. J. (2016). Determinants of corporate environmental reporting: The importance of environmental performance and assurance. *Journal of Cleaner Production*, 129, 724–734. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.03.039>
- Branco, L. P. S., & Góis, C. G. (2012). Relato Financeiro – A Importância E Os Determinantes Da Divulgação Voluntária . Análise Da Divulgação Voluntária Nas Empresas Em Portugal. [https://doi.org/S0269-7491\(07\)00186-8](https://doi.org/S0269-7491(07)00186-8) [pii]r10.1016/j.envpol.2007.04.001
- Campopiano, G., & De Massis, A. (2015). Corporate Social Responsibility Reporting: A Content Analysis in Family and Non-family Firms. *Journal of Business Ethics*, 129(3), 511–534. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2174-z>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, 4(4), 497–505.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.

- CCE. (2001). *Livro Verde- Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas.*
- Chan, M. C. C., Watson, J., & Woodliff, D. (2014). Corporate Governance Quality and CSR Disclosures. *Journal of Business Ethics*, 125(1), 59–73. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1887-8>
- Chiu, T. K., & Wang, Y. H. (2015). Determinants of Social Disclosure Quality in Taiwan: An Application of Stakeholder Theory. *Journal of Business Ethics*, 129(2), 379–398. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2160-5>
- Cochran, P. L., & Wood, R. A. (1984). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 27(1), 42–56.
- Comissão de Normalização Contabilística. (2002). Directriz Contabilística n.º 29 - Matérias ambientais, 29.
- Conde, M. de F., Vázquez, D. G., & Marques, M. da C. da C. (n.d.). *Evolução da Responsabilidade Social Empresarial na Península Ibérica.*
- Crisóstomo, V. L., & Oliveira, M. R. (2015). An Analysis of the Determinants of Corporate Social Responsibility of Brazilian Firms. *Ssrn*, 72–93. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2644837>
- Davis, K. (1960). Can Business Afford To Ignore Social Responsibilities ?, 70–77.
- Deegan, C., Ranking, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997 A. *European Journal of Marketing*, 36(5/6), 524–547.
- Díez Martín, F., Blanco González, A., & Prado Román, C. (2010). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 16(3), 127–143. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60038-0](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60038-0)
- Drucker, P. F. (1984). The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53–63. <https://doi.org/10.2307/41165930>
- Esrock, S. L., & Greg, B. (1998). Social Responsibility and Corporate Web Pages : Self-Presentation or, 24(3), 305–319.
- Eugénio, T., & Gomes, S. (2013). Verificação aos Relatórios de Sustentabilidade Um desafio para os Revisores Oficiais de Contas. *Revisores e Auditores*, 36–44. Retrieved from <http://www.oroc.pt/fotos/editor2/Revista/61/Auditoria2.pdf>
- Faria, F. M. (2010). “ *Um Índice de Responsabilidade Social Empresarial para a Realidade Portuguesa .*”
- Faria, M. J. da S. (2015). *Responsabilidade Social Empresarial- Relato e análise económica e financeira.* (S. Vida Económica- Editorial, Ed.).
- Ferreira, A. L. de P. (2008). *A divulgação de informação sobre capital intelectual em Portugal- Uma análise exploratória.*
- Friedman, A. L., & Miles, S. (2001). Socially responsible investment and corporate

- social and environmental reporting in the UK: An exploratory study. *British Accounting Review*, 33(4), 523–548. <https://doi.org/10.1006/bare.2001.0172>
- Góis, A. D., De Luca, M. M. M., & Vasconcelos, A. C. (2015). Determinantes da divulgação dos indicadores de desempenho da GRI nas empresas do Brasil e da Espanha, 7.
- GRACE. (2004). *Primeiros Passos - Guia para a Responsabilidade Social das Empresas*.
- GRACE. (2018). O GRACE - Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial. Retrieved October 8, 2018, from http://www.grace.pt/sobre_o_grace/historia
- Gray, R., Javad, M., Power, D. M., & Sinclair, C. D. (2001). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension. *Journal of Business Finance and Accounting*, 28(3–4), 327–356. <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00376>
- GRI. (2000). Global Reporting Initiative. Diretrizes para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade. Retrieved from <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-G3-Reporting-Guidelines.pdf>
- GRI. (2011). Sustainability Reporting Guidelines. Retrieved from <http://www.citeulike.org/group/8357/article/4615360>
- GRI. (2016). Global Reportig Iniciative. Retrieved October 31, 2016, from <https://www.globalreporting.org>
- GRI. (2018). Questions about transitioning from G4 to GRI Standards. Retrieved from <https://www.globalreporting.org/standards/questions-and-feedback/transitioning-from-g4-to-gri-standards/>
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. <https://doi.org/10.1108/09513579610109987>
- Harte, G., & Owen, D. (1991). Environmental Disclosure in the Annual Reports of British Companies: A Research Note. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 4, 51–61.
- Hussainey Khaled, Mohamed Elsayed, M. A. R. (2011). Factors affecting corporate social responsibility disclosure in Egypt. *Corporate Ownership and Control*, (July).
- Inchausti, B. G. (1997). The influence of company characteristics and accounting regulation on information disclosed by Spanish firms. *European Accounting Review*, 6(1), 45–68. <https://doi.org/10.1080/096381897336863>
- Jenkins, H., & Yakovleva, N. (2006). Corporate social responsibility in the mining industry: Exploring trends in social and environmental disclosure. *Journal of Cleaner Production*, 14(3–4), 271–284. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.10.004>

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, (4), 305–360. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=94043http://hupress.harvard.edu/catalog/JENTHF.html>
- Juhmani, O. (2014). Determinants of corporate social and environmental disclosure on websites: the case of Bahrain. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 2(4), 77–87. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2014.020402>
- Karim, K., Suh, S., Carter, C., & Zhang, M. (2015). Corporate social responsibility: Evidence from the United Kingdom, 14(1), 85–101.
- Lau, C. M., Lu, Y., & Liang, Q. (2016). Corporate Social Responsibility in China: A Corporate Governance Approach. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 73–87. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2513-0>
- Legendre, S., & Coderre, F. (2013). Determinants of GRI G3 Application Levels: The Case of the Fortune Global 500. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(3), 182–192. <https://doi.org/10.1002/csr.1285>
- Miller, K. C. (2017). Current Trends and Future Expectations in External Assurance for Integrated Corporate Sustainability Reporting. *Journal of Legal*, 20(1), 1–18.
- Moneva, Jose M.; Llana, F. (2000). Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain. *The European Accounting Review*, 9(1), 7–29. <https://doi.org/10.1080/0969160X.2005.9651739>
- Moneva, M., Archel, P., & Correa, C. (2006). GRI and the camouflaging of corporate unsustainability, 30, 121–137. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2006.02.001>
- Monteiro, P. (2015). *Determinantes da Extensão e Seletividades da sobre Responsabilidade Social: Divulgação evidência nas empresas cotadas Portuguesas*. Universidade de Aveiro.
- Monteiro, S., & Aibar-Guzmán, B. (2010). Determinants of environmental disclosure in the annual reports of large companies operating in Portugal. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(4), 185–204. <https://doi.org/10.1002/csr.197>
- Ortiz, E., & Marín, S. (2014). Global Reporting Initiative (GRI) as recognized guidelines for sustainability reporting by spanish companies on the IBEX 35: Homogeneity in their framework and added value in the relationship with financial entities. *Intangible Capital*, 10(5), 855–872. <https://doi.org/10.3926/ic.492>
- Otegui Echave, Jon; Bhati, S. S. (2010). Determinants of social and environmental disclosures by Spanish Companies. *GSMI Third Annual International Business Conference*, 55–68.
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2003). *Análise de Dados para Ciências Sociais- A Complementariedade do SPSS (3ª Edição)*. Edições Sílabo.
- PWC. (2014). As novas diretrizes da Global Reporting Initiative: G4 - O futuro do reporte de Sustentabilidade, 4. Retrieved from http://www.pwc.pt/pt_PT/pt/sustentabilidade/images/pwc-global-reporting-

iniative-g4.pdf

- Reverte, C. (2009). Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms. *Journal of Business Ethics*, 88, 351–366. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9968-9>
- Ribeiro, L. (2017). *Responsabilidade Social – Importância para as empresas e para o consumidor*.
- Roca, L. C., & Searcy, C. (2012). An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports. *Journal of Cleaner Production*, 20(1), 103–118. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.08.002>
- Roma, P. (2016). *Relatórios de Sustentabilidade - comparação de divulgação 2008 vs 2013*. Instituto Politécnico de Lisboa- Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa.
- Sobhani, F. A., Amran, A., & Zainuddin, Y. (2009). Revisiting the practices of corporate social and environmental disclosure in Bangladesh. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(3), 167–183. <https://doi.org/10.1002/csr.193>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches, 20(3), 571–610.
- Suttipun, M., & Stanton, P. (2012). The Differences in Corporate Environmental Disclosures on Websites and in Annual Reports : A Case Study of Companies Listed in Thailand, 7(14), 18–31. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n14p18>
- van de Burgwal, D., & Vieira, R. J. O. (2014). Environmental disclosure determinants in Dutch listed companies. *Revista Contabilidade & Finanças - USP*, 25(64), 60–78.
- Wang, K. T., & Li, D. (2016). Market Reactions to the First-Time Disclosure of Corporate Social Responsibility Reports: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 138(4), 661–682. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2775-1>
- Zheng, Q., Luo, Y., & Maksimov, V. (2015). Achieving legitimacy through corporate social responsibility: The case of emerging economy firms. *Journal of World Business*, 50(3), 389–403. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2014.05.001>

Anexos

Anexo 1 – Empresas analisadas e respetivos anos de depósito

Empresas	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Abeu Advogados				x		x		x	
ACCENTURE Portugal								x	
Águas de Portugal					x	x	x	x	x
Águas de Trás-os Montes e Alto Douro								x	x
Águas do Cávado			x	x					
Águas do Douro e Paiva		x	x	x	x	x	x	x	
Águas do Zêzere e Côa						x	x	x	x
Águas Públicas do Alentejo								x	
Altri									x
ANA				x	x	x	x	x	
APDL		x	x	x	x	x	x	x	x
APS-Administração dos Portos de Sines e do Algarve				x	x	x	x	x	
APSS							x		
Areias do Seixo Charm Hotel and Residences						x			
Auchan Portugal				x			x	x	
AXA Seguros Portugal			x	x	x	x	x	x	
BA	x	x				x	x	x	x
Banco Espírito Santo		x	x	x	x	x	x	x	x
Banif Financial Group			x	x	x	x	x	x	
Barata & Marcelino						x			
Brisa					x	x	x	x	x
Caixa Geral de Depósitos					x	x	x	x	
Carris			x	x	x	x	x	x	x
Celbi				x	x	x	x		
Chamartin			x	x	x				
Cimpor			x	x	x	x	x		
Corticeira Amorim		x	x	x	x	x	x	x	x
CP Comboios de Portugal				x		x	x	x	x
CTT			x	x	x		x	x	x
Delta Cafes					x		x		
EDP (Energias de Portugal)	x	x	x	x	x	x	x	x	x
EFACEC		x	x	x	x	x	x	x	
ENSUL MECI			x	x	x				
EPAL	x	x	x	x	x	x	x	x	
ERI Engenharia						x			

Empresas	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Eurest Portugal						X	X		
Galp Energia		X	X	X	X	X	X	X	X
Gestamp Aveiro						X	X	X	X
Grupo Edifer						X	X		
Grupo Pestana					X		X		
Grupo Portucel		X			X		X		X
Grupo Soares da Costa (SGPS)				X	X	X	X	X	X
Grupo Visabeira					X				
Herdade do Curral da Zorra			X	X	X				
Herdade dos Bispos e Herdade dos Pereiros				X	X				
Herdade dos Longos			X	X					
Jayne da Costa						X			
Jeronimo Martins SA						X	X	X	X
José de Mello Saúde							X	X	X
Lactogal									X
Lipor - Serviço Intermunicipalizado de Gestão de Resíduos do Grande Porto		X	X	X	X	X	X	X	X
Luis Simões				X	X	X	X	X	X
Metro do Porto		X	X	X	X	X			
Metropolitano de Lisboa			X						
Millennium Banco Comercial Português			X	X	X	X	X	X	X
Monte da Achada e Herdade dos Mancebos			X	X	X				
Mota-Engil SGPS		X	X	X	X	X	X	X	X
Multi Mall Management Portugal				X	X	X	X		
NANIUM									X
Nestlé Portugal						X	X	X	X
P&R – Têxteis					X				
Pinto & Bentes					X	X			
Portugal Telecom			X	X	X	X	X	X	
Programa Castro Verde Sustentável da LPN			X	X	X				
Radio e Televisao de Portugal, S.A. (RTP)							X	X	X
REN - Redes Energéticas Nacionais		X	X	X	X	X	X	X	X

Empresas	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Reserva da Biodiversidade da LPN Nº 1- Gestão de LPN e Tomaz e Augusto, Lda.			x	x	x				
Reserva da Biodiversidade da LPN nº 5- Gestão da LPN e Maria Conceição Raposo Ferreira			x	x	x				
Reserva da Biodiversidade nº 2- Gestão da LPN e de Venâncio Baptista Tomé			x	x					
RIO FORTE							x	x	
SANEST						x	x	x	x
Santander - totta							x	x	x
Secil							x		
SIMARSUL						x	x		
Simtejo						x	x	x	x
Sociedade Central de Cervejas							x		
SOMAGUE Engenharia			x	x	x	x	x	x	x
SONAE		x	x	x	x	x	x	x	x
Sonae Distribuição				x					
Sonae Indústria							x	x	x
Sonae Sierra			x	x	x	x	x	x	
Sonaecom				x	x	x	x	x	
SUMOL+COMPAL				x	x		x	x	x
TAP Group					x	x	x	x	x
Teixeira Duarte						x			
Telefonica O2 Europe		x							
TRATOLIXO						x	x	x	x
Unicer	x	x	x			x	x	x	x
Universidade do Minho							x	x	
Vieira de Almeida & Associados							x		
Vodafone Portugal	x	x	x	x	x	x	x	x	x